



## МИЛЛИЙ ҚАДРИЯТЛАР МАВЗУСИДАГИ КОНТЕНТЛАРНИНГ ДОЛЗАРБЛИГИ: САБАБ ВА САМАРАДОРЛИК

**Нозима Воҳидова**

*ЎзДЖТУ тадқиқотчиси*

Ўзбек миллати дунё тамаддунига тамал тошини қўйган халқлардан бири саналади. Буюк адодларимизнинг закий ақл-заковати ила яратилган ва замонлар оша сайқалланиб, бизгача етиб келган бебаҳо ва ноёб миллий қадриятларимиз нафақат ёш авлод-у замондошларимизни, балки бутун башарни тинч-тотувликка, эзгуликка, садоқату вафога, меҳру оқибатга чорлайдиган жуда катта маънавий қудрат саналади. Бу исбот талаб қилмайдиган аксиомага ўхшайди. Чунки, бундай маънавият дурдоналари инсонни ҳаёт кенгликлариди, турмуш йўлларида ўзлигини англаш ва муаммоларда ечим топишида ёрдам бериши, шубҳасиз... Бугун инсоният икки тоифада “юксак маънавий ва тарбияли кишилар” ва кейингиси “маънан қашшоқ ва саводсиз” намоён бўлади. Хўш, уларнинг ҳаёт майдонидаги ўрни қандай бўлади-ю, қилаётган ва қолдираётган амаллари нимадан иборат бўлади? Бугун бу саволга деярли ҳамма бир хил жавоб беради ва аниқлиги ҳеч кимда шубҳа уйғотмайди, аслида. Чунки давр ва замон – асрлар силсиласи буни исботлаб қўйди. Айнан шунинг учун ҳам маънавий қадриятларни тарғиб ва ташвиқ қилишга мажбурият ҳис қиламиз. “От изини той босади”, “Қуш уясида кўрганни қилади”, дейилганда, халқимиз худди шуни назарда тутганлиги айни ҳақиқатдир. Ҳаттоки, шундай улуғ қадриятларимиз борки, кундалик ҳаётда, ўзаро муносабатларда бўй-бастини кўрсатади ва миллат учун маънавий кўзгу вазифасини ўтайди. Зотан, миллий қадриятларимиз – миллийлигимиз рамзи ва ўзлигимиздир.

Мамлакат тараққиёти ва ҳар томонлама равнақ топиши учун хавф туғдираётган турли хил ёт ғоялар, таҳдидлар таъсирига тушиб қолмаслик учун, айниқса ёшларни юксак маънавиятли, дунёкараши кенг, тафаккурини теран авлод қилиб тарбиялашимиз шарт. Бунинг учун, биз энг аввало, миллий қадриятларимизга таянишимиз зарур. Сабаби аён: унинг ўқ илдизлари оилада, маҳаллада шаклланган. У онг-у шууримизда, қолаверса, қонимизда оқиб турибди. Бундай миллий ўзлигимизни тарғиб, ташвиқ қилиш эса, оммавий ахборот воситалари, хусусан телевидение ва интернет зиммасига тушмоқда. Тўғри: кино, мусиқа, газета, журнал, бадиий адабиёт орқали ҳам ёшларга салбий таъсир ўтказиш мумкин. Бироқ, медиамайдонда бу масалаларни оммага етказиш ва сингдиришда тезкорлик, қулайлик бир мунча осон йўл саналиши ҳаммамизга маълумдир.

Инсон ўзини англаши, миллатига муносиб фарзанд бўлиши, қадимий тарихини, бугунини, эл-улуснинг дарди ва эртасини ўзининг ташвиши ва



иқболи эканлигини чин дилдан англаши зарур. Акс ҳолда онгли роботга айланиши ҳеч гап эмас. Бу фикримизга мозий қатларидан истаганча далил ва мисол топиш мумкин. Шунинг учун ҳам маънавияти юксак, савия ва иқтидори баланд халқни енгиб бўлмайди. Ўзбекистон Республикаси Президенти айтганларидек, “Ҳар қайси давлат, ҳар қайси халқ интеллектуал салоҳияти, юксак маънавияти билан қудратлидир”.

Демак, аудиториянинг эҳтиёж ва талабларини, саводхонлик дараражаси, ижтимоий мансублик босқичларини инобатга олиб, ўзаро таъсир ва таҳлил стратегиясини ишлаб чиқиш масаласи, бугуннинг кун тартибига чиқиб бўлди. Уни кечиктирмасдан ҳал қилиш лозим. Акс ҳолда унинг салбий оқибатлари катта ижтимоий ҳафв солиши мумкин. Айнан шунинг учун ҳам инфосфера оқимининг шиддати, ўзига жалб қилиш қувватини инобатга олиб, миллий контент яратиб, истеъмолчига тақдим этиш энг тўғри ва маъқул-қулай йулдир. Чунки, ижтимоий тармоқни чеклаш, блоклаш, ёки унга таъқиқ қўйиш билан муаммо ҳал бўлиб қолмайди, албатта. Ҳатто уни назорат қилиш масаласи ҳам имкон доирасидан ташқаридаги ҳолат.

Хўш, миллий контент нима ўзи? Унинг алоҳидалиги, индивидуал жиҳатлари, ўзига хослиги нималарда кўринади? Ўзбек миллий медиамайдони ва ахборот маконини қай бир сабабларга кўра, миллий контент билан тўлдириш эҳтиёжи туғилди? Бу умумбашарий тушунчами? Хориж тажрибасининг қайси жиҳатларидан ўрганиш мумкин? Агар таҳлил қилинмаса ёки кўр-кўрона ёндашилса, қўпол қилиб айтганда, “нусха” олинса, ундай ҳолатда бизга қандай таҳдид ҳавф солиши кутилмоқда?

Контент (kontentum – “содержать”) лотин тилидан олинган бўлиб, “ўз ичига олмоқ”, “ўз-ўзини ифода этиш” деган маънони беради. Кўринадики, атаманинг истилоҳий тушунчаси “ўзлигини намоён қил” сўз бирикмасига айнан тўғри келади. Бу терминни ҳар бир соҳага тадбиқ қилса бўлади. Ваҳоланки, унинг келиб чиқиш ва қўлланиш сабаблари ўрганилса, балки яна янги маъно жилолари ҳамда нима учун айнан “контент” деб аталишига туртки бўлган омиллар келиб чиқиши мумкин. Ва аёнки бу алоҳида мавзу ҳисобланади. Шунинг учун уни бир соҳага тегишли деб қараш ва тор доирада англаш ва тушинтириш мантиқан нотўғри ёндашув деб ҳисоблаймиз. Журналистика нуқтаи назардан олиб қараладиган бўлса, контент аудиториянинг эҳтиёжи ва талабидан келиб чиқиб, мулоҳаза-ю фикрлашга, манфаатли маълумот олишга чоғлайдиган жараён бўлиб, танланган объектнинг қиммати, бренди, мақсади, ўзига хослигини нозик тасвир, матн, ижро ёхуд жонли репортаж ҳолатида кўрсатиб берадиган лавҳа. Контент матн, графика, ролик, аудио, анимация, тасвир тарзида тайёрланади. Қисқа ҳажмда катта мақсадни жамлаб, истеъмолчига тақдим этиш – бу, биринчидан контент муаллифининг маҳоратидан дарак берса, иккинчидан унинг таъсир кучи ва самарадорлиги ҳам тез фурсатда ўз натижасини кўрсатади. Айнан, шу жараёнда акс таъсир



муносабати келиб чиқади. Медиамайдондаги ўзаро муносабат ва алоқа масалалари жуда тез самараси ва оқибатини аён қилади: ҳоҳ у салбий бўлсин ва ёхуд ижобий. Одамларда ахборот ва контент таҳлил тафаккури ҳамда маданияти юксалиб бораётган, шунингдек мамлакатнинг медиаимиджи яъни ўзбекча қилиб айтганда, Ўзбекистон медиатимсоли (“қиёфаси”, “сиймоси”, “жозибаси” сингари атамалар шарҳи алоҳида мавзу. Шунинг учун бунга алоҳида тўхталмадик. Айрим шарҳлар билан чекланамиз. Ўрни келганда батафсил изоҳ ва муносабат беришни режалаштирганмиз) шаклланиб, ўз қиёфасига эга бўлаётган бир пайтда, ҳаққоний, аниқ далилларга асосланган, ортиқча муболаға-ю бўёқларсиз холисона миллий контентларга эҳтиёж кучайди. Бу қилинаётган даъвомизга, Ўзбекистон ҳақидаги ичкари ва ташқарида билдириляётган муносабатларда ҳам Ўзбекистон имиджи борасида жиддий хабарлар учраб турибди. Масалан, қуйидаги муносабат бу фикримизга яққол қувват бўла олади. “Британияда чиқадиган дунёнинг энг нуфузли журналларидан бири бўлмиш Economist мухбири, Марказий Осиё бўйича таҳлилчи Жоанна Лиллисга кўра: “Президент Мирзиёев жуда кўп нарсаларни ўзгартирди. У оммавий ахборот воситаларига кўпроқ эркинлик берди. Биз жамиятда ҳали ҳам айрим чекловлар сақланиб қоляётганини кўрсак-да, Президент Мирзиёев Ўзбекистонда мавжуд бўлган муаммоларни очиқ муҳокама қилишга йўл очиб берди... Шавкат Мирзиёев президент бўлганидан кейин ташқи сиёсат соҳасида ҳам ҳамма нарсани ўзгартирди. У қўшнилар билан мулоқот йўллариини излаш ва муносабатларни яхшилашга ҳам фаол киришди... Мен Мирзиёев Ўзбекистоннинг халқаро миқёсдаги имиджини яхшилаб сармояларни жалб қилишни хоҳлайди, деган фикрдаман. Шунинг учун ҳам у Ўзбекистоннинг халқаро имиджини яхшилаш чора-тадбирларини кўрапти. Бунинг ортидан қайсидир соҳаларда яхшиланиш юз бераяпти”. Худди шунингдек, Ўзбекистон имиджи ва контенти миллий ўзлигимизга яъни сиёсий-иқтисодий, маънавий-маърифий масалаларга бориб тақалиши ҳамда улар ўзаро бирикувда равнақ топиши айна ҳақиқат. Бу мулоҳазамизга юқоридаги халқаро муносабат ҳам далил бўла олади. Ўзбекистон ичкарисидаги бўляётган юксалишлар ҳамда миллий контент яратишдаги саъйи-ҳаракатлар, эврилиш ва депсинишлар, хуллас барча ҳолатларнинг муайян-аниқ, ўзбекча намойиши ҳам ўзгача муносабат, янгича қиёфада намоён бўла бошлади. Демак, жамиятдаги ижобий ва танқидий руҳиятнинг ўзгариши миллий контент яратишдаги босқичларда акс этадиган бўлди. Аниқроғи, тузумда юз бераётган демократик эркинларнинг таъсири ҳар бир жабҳага ўз таъсирини ўтказа бошлади. Масалан, “Америка овози” мухбири Навбахор Имомованинг “Демократ” ахборот портали мухбири Илёс Сафаров билан интервьюсида у: “Миллий контент бу ишончли информация. Муайян жамиятдаги ахборот маконининг сифатли йиғиндиси. Тузум табиатига қараб, уни ҳар хил талқин қилиш мумкин. Ҳар бир жамият ўзининг информацион майдонини муҳокама қилади, чунки ахборот ўша



жамиятдаги энг муҳим маҳсулот. Раҳбариятнинг хоҳиши билангина, раҳбариятнинг буйруғи билангина бўлди шундай нарса етишмаяпти, қилинсин дегани билан амалга ошадиган нарсамас. Бу доимий жараён. Медиамаконда адолатли рақобат бўлишига йўл қўйиб берасиз, ижодий эркинлик равнақ топишига йўл қўйиб берасиз ва ОАВ билан мустақил журналистлар, блогерлар билан масалан профессионал ишлайсиз. У тарафга худди сиз тил топишинингиз керак бўлган томондек қарайсиз, яъни маъмурий буйруқбозликка асосланган томондек асосланган тизим эмас миллий макон” дея таъкидлайди.

Инфосферада бундай контентлар оз эмаслиги, ранг-баранг талқинлар билан чиқаётганлиги қувонарли ҳодиса. Очиғини айтиш керакки, янгиликка бўлган ҳар қандай уринишда “такрорлар”, “санамай саккиз дейишлар” кўпайиб кетиши табиий воқелик. Аммо масала: уларнинг сони билан эмас, аксинча сифати билан баҳоланиши ва ўзининг муносиб таҳлил-талқинини олиши лозим. Шундагина контентларнинг сараги саракка пучаги пучакка чиқиб, рақобатбардошлиси медиамайдонда қолади. Профессional журналист, блогерлардан фарқли ўлароқ: хоҳиши ва интилиши, қизиқиши ва қобилияти бор ҳар қандай шахс ўз блогини йўлга қўйиб, контент тайёрлаб, истеъмолчига ҳавола этмоқда. Аммо, юзаки ва сохта медиамасхулотлар ҳам кўпайиб кетдики, натижада, баъзан непрофессионаллар томонидан тақдим этилган контентларга нисбатан салбий ҳатто аёвсиз муносабатлар ҳам пайдо бўлди. Масалан, “Науот tv” YouTUBE канали томонидан тақдим этилган миллий контентда актриса Нилуфар Ҳамидова иштирокида миллий либосларимизни тарғиб қилиш назарда тутилган: ироқи дўппи, қадимий атласдан тикилган миллий либос билан Н. Ҳамидова одамлар орасида, кўчада ва метро бекатида юради. Барчани ҳайратлантира олади, ҳавас қилганлар ҳам оз эмас. Контентдаги нигоҳлар бу ҳолатни кўрсатишга эришган. Аммо суҳбат жараёнида иштирокчининг ўзбекона ахлоқ-обод ва этикага амал қилмаслиги (оёғини чалиштириб ўтириши), миллий контентга нисбатан салбий муносабатни уйғотди. Ва катта шов-шувларга сабаб бўлди. Қуйидаги изоҳлар ҳам фикрларимизни исботлашга хизмат қилади:

Аниса 66549” деган кузатувчи шундай ёзади: “Журналист нимага эришмоқчи эди, атлас куйлакда қишда кўчага олиб чиқди, нима узгарди бир тинга киммат курсатув. Курманглар, бекорга вақтларинг кетади”.

Санжарбек эса: “Уюштирилганга ухшаяпти. Булар танилиш учун учун “ЗВЕЗДА”булиш учун нималар килмайди... ПИАР”.

Ушбу контентлар бир ой давомида 2 250 377 марта кўрилган. Тўғри, бундай пиарлар билан оммани ўзига жалб этиш мутлақо нотўғри. Аммо бундай жараён кузатувчиларнинг билим савияси, дунёқараши ва онг-тафаккури билан боғлиқ ҳодиса. Агар кузатувчиларга анкета орқали таҳлил ўтказилса, уларнинг жуда кўпчилиги юзаки ва шунчаки “муносабатчилар” бўлиб чиқишига шубҳа ҳам қилмаса бўлади. Сабаби оддий: илми ва дунёқараши кенг кузатувчи бундай контентларга жиддий муносабат билдирган ва миллий ўзига хосликка доир



роликларга ижобий баҳо берган бўларди. Чунки кичик заррада ҳам Ватан туйғуси уфуриб туриши мумкин. Юқоридаги уриниш ҳам шу каби талқин қилиниши лозим. Рекламага қараганда, антиреклама диққатни кўп жалб қилади, такрор кўрилади. “Можароли” контентларга кузатувчиларда иштиёқ ҳар доим баланд бўлган. Бироқ, диққат қилинса, муносабат билдирилган матн ҳам ночор аҳволда, саводхонлик даражасининг қай аҳволда эканлигини кўрсатиб турибди. Биз уларни ўз ҳолатича ҳавола қилдик, холос.

Айни жараёнда профессионал ва маҳоратли мутахассис қандай йўл тутган бўлар эди, деган ҳақли ва қизиқарли савол туғилиши, табиий. Тасвирга тушириш учун махсус тайёргарлик, уни муайян форматда олиш ва монтаж учун вақт ҳамда имконият етарли. Шу жараёнда эса, баъзи камчилик, жузъий нуқсонларни тўғриласа бўлади. Ва бу жуда керакли босқич. Томошабин ва кузатувчига медиамаҳсулот тақдим қилишдан олдин журналистдан жуда кўп “стандарт” ва “эҳтиёжга жавоб берадиган” шартлар талаб этилади. Бу эса махсус ижодий ёндашувни келтириб чиқади. Афсуски, юқоридаги юзаки контент-роликлар пиар, шов-шув, лайк, “просмотр”га ортидан қувадиганлар учун бундай кўштирноқ ичидаги “миллий контент”лар айни муддао санади. Бироқ, охириги ҳукмий хулосани айтадиган – вақт ҳакамдир. Ҳар қандай медиамаҳсулот, миллий контент даврнинг долғали суронидан ўтиши талаб этилади. Агар у вақт судясининг шу синов ва имтиҳонлардан ўтса, ҳақиқий МИЛЛИЙ КОНТЕНТ бўлиб қолаверади. Ва асрлар довонидан ўтиб, яна сайқалланиб бораверади. Бу фикримизда тарих саҳифаларида мисоллар кўп...Бироқ, яна таъкидлаймизки, бу ерда гап: том маънодаги, ҳақиқий ва савияли контент ҳақида бормоқда.

Дарвоқе, аслида миллий контентга қандай зарурат бор? Нима, усиз ўзбекона КОНТЕНТ шаклланмайдими? Бу саволлар бизни яъни Ўзбекман, деб Ватанини севадиган, юртини ардоқлайдиган, Ўзбекистонимизни мустақил бўлиб, ривожланган давлатлар қаторида кўриш истагида шаҳид кетган буюк аждодларимизнинг, маърифатли жадидларимнинг асрий орзу-ю мақсади бўлган. Фақат номи бошқача илгари сурилган. Оддий қилиб айтсак, ЎЗЛИГИНИ АНГЛАШ талаблари, ЭРК ва БИРДАМЛИК қайғуси бўлган. Биз қўяётган миллий контентни бунёд этишдаги талаблар ҳам, худди шулар аслида. Буюк шоирларимиздан бири: Келди очилур чоғи, ЎЗЛИГИНИ НАМОЁН ҚИЛ (курсив бизники – Н. В.), Парчалаб кишанларни ҳар томон паришон қил, деганида айнан шу талабларни бизнинг олдимизга қўймаганмиди? Исёнкор руҳ билан битилган бу мурожаатда, ўзини англаш, қадрини билиш, дунёга ўзлигини ифода этиш каби юксак чақириқлар мавжуд. Яъни бу ерда рамз ҳам бор: оламга боқ, энди вақт етди, ўзлигингни дунёга танит, демоқда шоир. Шеърни сарлавҳаси “Ўзбек хотин-қизларига” дейилган. Бироқ, кенгроқ ўйлаб қарасак, миллатга қаратилган чақириқ, деб баҳоланмоғи зарур. Сабаб: бу даъват ва чорловда эл-улусга, миллатдошларга руҳий мурожаат мужассам. Инчунин, юқорида таъкид этганимиздек(4-бетда): Контент ҳам – “ўзини-ўзини ифода этиш” демакдир.



Мана, яқинда ташкил қилинган “Жадид” газетасининг асосий муддаоси-ю мақсади, фаолияти-ю ижоди ҳам шу: тўлақонли – МИЛЛИЙ КОНТЕНТ яратиш бўлмоғи даркор. Кенгроқ олиб қараладиган бўлса, майда-чуйда воқеликлар қобиғига ўралиб қолган, юзаки, сохта, қалбаки “контент”лар геосиёсий, қуроли тўқнашувлар, мамлакатлараро ўзаро келишмовчиликлар, ахборот жангининг кенг тус олишига замин ҳозирламоқда. Янада аниқроқ қилиб ифода қиладиган бўлсак: савобсиз ва ўзлигини англамаган оммани бошқариш, ишлатиш, қул қилиш осон. Чет элларда ЎЗБЕК деган номни сотиб, ўз миллатига тош отаётган, қонли урушларга, қандайдир оқимларга бош қўшаётган кимлар, аслида? Ҳеч шубҳа йўқки: маърифатдан йироқ, ўзлигини англамаган бир тўда кимсалардир. Бундай вазиятда эса миллатнинг онги, тафаккурини забт этиш яъни ўзлигидан жудо этишга қодир ахборот хуружи кўринмаслиги мумкин. Яъни ўзбекона қочирим билан айтсак, “Косанинг тагида нимкоса” тарзида айтилаётган “скрытие” постлар ҳам учраб турадики, бундай ҳолатлар кузатувчиларнинг янада саводли ва мулоҳазакор бўлишини талаб этади. Халқимиз “Гапнинг тагида гаплар бор”, “Косанг-ку – косанг, нимкосангдан кўрқаман”, “Гапнинг пистоқиси бор”, деб беҳудага айтмайди. Ҳар бирининг тағзаминида хушёрликка даъват мужассам. Шунинг учун ҳозирги медиаинфолар кучайган бир пайтда, ҳар кишидан ҳар бир нарсага ўткир зеҳн, кенг тафаккур билан нигоҳ ташлашни тақозо этади. Унинг ягона давоси эса миллий ахборот иммунитетини барпо қилиш ҳамда уларга қарши миллий контентни яратишдир.

Миллий контент тайёрлаш, энг аввал тажриба ва пухта тайёргарлик, лаёқат ва маҳорат, сиёсий-ижтимоий сезгирлик, кенг дунёқараш ҳамда ҳар бир мавзуга алоқадор етарли билимни талаб этади. Буларсиз муайян медиамаҳсулотни эфир ёки интернетга қўйишни хаёлга ҳам келтирмаслигимиз лозим. Агар савияси паст, юзаки бир видео-роликни тарқатсак, кузатувчига билим ва ёхуд хабар бериш ўрнига: савиясиз, саёз, умри қисқа контент ҳавола қилган ва шунинг баробарида бу билан миллатга, касбга хиёнат қилган бўламиз. Бу мулоҳаза ва баҳсимиз йиллар давомида, тажриба ва иш кўникмаларидан, фаолият жараёнидан келиб чиқилган кичик хулосамиздир. Масалан, бир ўзбекона контент тайёрладик, дейлик: биз бунда олим нигоҳини-ю оддий қишлоқдаги деҳқон қарашларини, чет элдаги 2-3 тилни биладиган мусофир миллатдошимиз дардини-ю ёнимизда ҳамнафас бўлаётган касбдошимизни ҳам унутмаслигимиз лозим. Доим бир САВОЛ бизни бедор қилиб туриши шарт: фалончи профессор кўрганида нима деркан ва ёки фалончи журналист қандай фикр билдирар экан???, деб ўз олдимизга катта ШАРТ ва ЎЛЧАМ-ТАЛАБ қўйишимиз лозим кўринади. Албатта, бунда ўткир нигоҳ, талабчан ва сезгир мутахассис ҳақида гап бораётганини ҳам унутмаслигимиз лозим. Шунга алоҳида диққат қилиш керакки, ҳар бир медиамаҳсулот, миллий контент – Ўзбек миллатининг бир бўлаги, дарди, ташвиши, ҳаётининг оний борлиги ва у беҳад чегарасиз интернет олами орқали бутун жаҳонга юз тутаяди. Ўзбек миллати, халқнинг дунёқарашини,



саводхонлиги, ота-боболари, бугунги ва эртанги куни ҳақида маълумот беради. “Мумтоз тарбияшунослик манбаларимизда инсонга буюрилган 500 дан ортиқ хуш хулқ келтирилади. Ўшаларнинг ҳар бирига шарҳ берилганда ҳам беш юз соатлик дарс бино булади-ку! Маънавият тарбияси бугунги кунда муолажа урнидадир. Турмушимизнинг бемор жихати шу. Не куйга тушсак ҳам, маънавий тарбиянинг энг киска, энг унумли йулларини топишимиз шарт!” Бугунги кунда информацион майдондаги глобал масалаларни истеъмолчига етказишнинг энг қулай усули бу соф миллий контент. Тезкор ва шиддатли даврда вақт жуда қадрли. Ҳар қандай истеъмолчи бу масалада энг осон йўлни танлайди. Ижтимоий тармоқдан ўзига керакли ва самарали усулдаги маълумотни қидиради ҳамда қабул қилади. Етказилаётган медиамаҳсулот дастлаб тасвир билан диққатни тортса, сўнг унинг мақсад-моҳияти ўзига тортади. Ҳар томонлама пишиқ ишланган миллий контентларга эҳтиёж юқори. Нафакат мамлакат ичида, балки хорижда истиқомат қилаётган ватандошларимиз учун ҳам бундай контентлар зарур. Дунёда 60 миллиондан зиёд аҳоли ўзбек тилида сўзлашади. Хорижий мамлакатларда ҳозирда 50 дан ортиқ ўқув юртларида ўзбек тили ўргатилади. Шуларни инобатга оладиган бўлсак, она тилининг нуфузи ва ўзига хослигини сақлаб қолиш учун бу ҳаракатлар етарли эмас.

“Дейлик, хорижий оммавий ахборот воситасида кўнгилочар мавзуларда берилган ёт ғояларга оид материалларга худди шундай йўналишдаги миллий асарлар билан бойитиш таъсирлироқ бўлади. Ёки ахборот хуружига шу жанрдаги материаллар билан, таълим йўналишидаги контентга шунга мос воситалар асосида жавоб қайтарилса, мақсадга мувофиқдир. Ва айни шу жиҳат, аниқроқ айтганда, чет оммавий ахборот воситалари орқали берилаётган тажовузкор ғояларга худди шундай йўналишдаги миллий асарлар билан жавоб қайтариш миллий контент яратиш бўлади” деб ёзади филология фанлари доктори, журналист Нозима Муродова. Чиндан ҳам ижтимоий тармоқлардаги кузатувларимиз натижаси миллийлигимиз тимсоллари мужассамлашган контентлар кўп кўрилади. Уларнинг пайдо бўлиш омиллари ва таҳлили борасидаги фикрларимизни келгусидаги ишларимизда давом эттираемиз.