

نووسەر: دەيشد ئيشانز

ژنان له بازارگانيدا

ئینگلیزی - کوردی

وهرگیرانی: شهیما عبدالله علی



Business world

جیهانی بازرگانی

Women in business

ژنان له بازرگانی

Name of the book: women in business
Author: David Evans
Translated by: Shayma Abdullah Ali
Type: translator
Level: Intermediate (4)

ناوی کتیب: ژنان له بازرگانیدا
نووسه: دهیښد لیڅانز
وهرگیرانی: شهیما عبدالله علی
تایپ: وهرگیر
ناستی مامناوهند (4)

شوینی چاپ: چوارچرا
سالی چاپ/ 2013 ز
له بهرڼوه بهرایه تی گشتی کتیبخانه گشتیه کان ژماره (1942)
سالی 2013 ی پیدراوه .

Summary:

At the beginning of the twentieth century, the idea of women in business seemed strange. Today more and more women are reaching the top of business life. This book tells the business success stories of five very different women: Coco Chanel, Hanae Mori, Anita Roddick, Oprah Winfrey and Madonna.

كورتە:

لە سەرەتاي سەدەي بىستەمدا، بىرۆكەي ژنان لە بازىرگانىدا نامۆ دەرئەكەوت. ئەمپرۆ زياتر زياتر ژنان ئەگەنە لوتكەي ژيانى بازىرگانى. ئەم كتيبە چىرۆكى سەركەوتنى بازىرگانى پىنچ ژنى زۆر جياواز ئەگىرئەتەو: كۆكۆ چانل، هانا مۆرى، ئانىتا رۆدىك، ئوپرا ونفرەي وە مادوئا.

Introduction

پیشہ کی

Some people are discussing the company's financial performance or its latest sales figures. But others are discussing campaigns to save the forests of Brazil or ways of helping political prisoners . . .

هه ندى كه س باسى كاروبارى دارايى كومپانياكه يان دواترين
ريژهى فروشتنى نهكهن. به لام نهوانى تر باسى زنجيره چالاكى
سهر بازى نهكهن بۇ پرزگار كردنى دارستانهكانى به رازيل يان
ريگاكانى يارمه تيدانى زيندانه سياسيهكان...

This building is the head office of The Body Shop, a company which was started by one woman, Anita Roddick, in 1976.

نهم بينايه نوسينگهى سهرهكى بهدى شوپه، نهو كومپانيايهى
كه له لايهن يهك ژنهوه دامه زرا، ئانيتا روديك، له 1976 دا.

In just a few years, her company has grown from one small shop into a large international business.

له ماوهى چهند ساليكى كه مدا، كومپانياكهى گه شهى كرد له
يهك دوكانى بچوكه وه بۇ بازركانىيهكى نيوده ولتهى گه وه.

During this time, she has shown people that business is not just about making money; she believes that business can help to make the world a better place.

له ماوهی ئەم کاتەدا، ئەو پیشانی خەلکی داوه که بازرگانی تەنها بۆ بەدەستهێنانی پارە نییه، ئەو پێیوایه که بازرگانی ئەتوانی یارمەتیدەر بێت بۆ ئەوهی که جیهان بێت به شوینیکی باشتەر.

For years, working women found they had little chance of getting a top job. The bosses of big business were nearly always men. They were often good at managing money but bad at managing people.

بۆ سالانیك، ژنانی کارکەر بۆیان دەرکەوت دەرڤه‌تی که میان هه‌بووه بۆ گه‌شتنه‌ لوتکه‌ی کار. سه‌رۆکه‌کانی بازرگانی گه‌وره‌ تا پاده‌یه‌کی زۆر هه‌میشه‌ پیاو بوون. ئەوان به‌زۆری باش بوون له‌ مامه‌له‌ی پاره‌دا به‌لام خراپ بوون له‌ مامه‌له‌کردنیان له‌ گه‌ل خه‌لکدا.

Most of them were good at selling traditional products but bad at creating new ones. Many of them thought in the same way, said the same kinds of things and wore the same dark suits.

زۆربه‌یان باش بوون له‌ فروشتنی به‌ره‌می کلتوریدا به‌لام خراپ بوون له‌ دامه‌ینانی به‌ره‌می نویدا. زۆربه‌یان به‌ هه‌مان شیوه‌ بیریان نه‌کرده‌وه، هه‌مان شتیان ده‌وت وه‌ هه‌مان قاتی تاریکیان له‌به‌رده‌کرد.

But in recent years, business has changed. There are now opportunities for people to think differently and to manage companies in new ways.

به لām له م سالāنه ی دوايدا، بازرگانی گوړا. ئیستا دهرفت ههیه
بو خه لک تا جیاواز بیر بکه نه وه وه تا کو مپانیا به شیوازیکی
نوی به ریوه ببه ن.

At last, women have been able to test new ideas and try new ways of working. Although many women still have problems in the workplace, more and more are reaching the top in their business lives.

دواجاړ، ژنان توانییان بیروکه ی نوی تاقی بکه نه وه وه هه ول بو
شیوازی نوی کارکردن بده ن. هه رچه نده زوړ به ی ژنان هیشتا
کیشه یان هه یه له شوینی کاره کانیان دا، به لām زیاترو زیاتریان
ئه گه نه لوتکه له ژیان بازرگانیاندا.

This book tells the stories of five women from very different backgrounds who have reached the top in very different ways. They have all succeeded by using their special skills to create completely new kinds of companies.

ئه م کتیبه چیروکی پینچ ژن ئه گپړیته وه له ژینگه ی زوړ جیاوازه وه
که گه شتونه ته لوتکه له ریگای زوړ جیاوه زه وه. هه موویان
سه رکه وتوو بوون به به کارهیانی توانای تایبه تی خو یان بو
داهیانی جوړی ته واو نوی کو مپانیا.

Chapter 1 Coco Chanel

بەندى 1 كۆكۆ چانل

'Fashion is not just about dresses; fashion is something in the air. Fashion is in the sky, the street. Fashion is about ideas, the way we live, what is happening.'

Coco Chanel

مۆدىل تەنھا بۇ جىل و بەرگ نىيە، مۆدىل شىتېكە لە ھەۋادا.
مۆدىل لە ئاسماندايە، لە شەقامدايە. مۆدىل بۇ بىرۆكەكانە، بەۋ
شىۋەيەي كە ئەژىن، ئەۋەي كە پوۋئەدات.

كۆكۆ چانل

At the start of the twentieth century, the idea of women in business seemed crazy. In those days, men held all the positions of power and made all the decisions about money.

لە سەرەتاي سەدەي بىستەمدا، بىرۆكەي ژنان لە بازىرگانىدا شىتەنە
دەردەكەۋت. لە پۇژانەدا، پىۋان ھەموو پلەكانى دەسەلاتيان
گرتىۋو ۋە ھەموو بىرىارەكانيان ئەدا لە بارەي پارەۋە.

They believed that a woman's place was in the home, looking after her children, cooking for her family and managing the house.

ئەۋان پىيانۋابوۋە كە شۋىنى ژن لە مالىھەۋە بىت، چاۋدىرى
مىنەكانى بىكات، خۋاردن بۇ خىزانەكەي ئامادە بىكات ۋە مال
بەرتۈە بىبات.

If a woman needed to work she could perhaps find a job in a shop or in a factory, but she had no chance of working as a businesswoman or a banker or a lawyer.

ئەگەر ژنىك پىئويستى بە كار كىردىن بووايە لەوانەيە بىتوانيايە
كارىك بدۆزىتەووە لە ناو دوكانىكدا يان لە كارگەيەكدا، بەلام
دەرفەتى ئەودى نەبوووە وەك ژنە بازىرگانىك كار بكات يان وەك
خاوەن بانكىك يان پارىزەرىك.

Women's fashions in the US and Europe at that time supported this idea of their position in society.

مۆدىلەكانى ژنان لە ئەمەرىكا و ئەوروپا لەو كاتەدا پشتگىرى ئەم
بىرۆكەيەى شوينى ئەوانى كردووە لە كۆمەلدا.

Fashionable women wore long dresses that almost touched the ground. This made it difficult for them to drive a car, ride a horse or even walk quickly. As a result, they needed men to arrange their travel for them.

ژنانى مۆدە عەزى ئەوەندە درىژيان لەبەردەكرد كە نزىك بوو لە
زەوى بدات. ئەمە سەختى ئەكرد بۆ ئەوان ئۆتۆمبىل بەرازوون،
ئەسپ سواری بكەن يان تەنانەت بە خىرايى برۆن. لە ئەنجامدا،
ئەوان پىئويستيان بە پياوان بوو گەشتەكانيان بۆ رىكبەخەن.

A fashionable woman was also expected to keep her skin as white as possible to show that she didn't work outside in the sun. This meant that women spent a lot of time indoors.

ژنی مۆده ههروهه پيشبيني لى كراوه پيستی تهواو سپى
بپاريژى تا ئهوه پيشان بدات كه له دهروهه كارى نهكردوه
له بهر ههتاودا. ئه مه ماناي ئهوه بووه ژنان كاتيكي زوريان له
ژوورهوه به سه ربردوه.

When they went out, they often wore large hats that were decorated with flowers, leaves and fruit. These protected their faces from the sun and made it even more difficult for them to move around.

كاتيك كه ئه پوشتنه دهروهه، به زوريى كلاوى گه ورهيان له سه ر ئه كرد كه
به گول و گه لاو ميوه رازينرابووهوه. ئه مانه پوخسارى ئه وانى له هه تاو
پاراستووه وه ته نانه ت سه ختري كردوه بو ئه وان بسورينه وه.

But many women weren't happy with their position in society, and they didn't like the clothes they had to wear either. One of these people was a Frenchwoman called Gabrielle 'Coco' Chanel.

به لام زوربه ي ژنان دلخوش نه بوون به شويى خويان له كومه لدا، وه
ههروهه ئاره زوى ئه و جلانه يان نه ده كرد كه پيوست بوو له بهرى
بكه ن. يه كيك له م كه سانه ژنه فه رهنسييه ك بوو به ناوى گابرييل
كوكو چانل.

When she went into business in 1910, she planned to change the clothes that women wore. But over the next sixty years she did much more than that, as she became the richest and most successful businesswoman of the century.

کاتیڤ که چووہ ناو بازرگانیه وه له 1910 دا، ئه و پیلانی دانا بو گوڤینی ئه و جل و بهرگانه ی که ژنان له بهریان ده کرد. به لام له ماوه ی شهست سالی داهاتوودا ئه و زور زیاتر له وه ی کرد، وه ک ئه وه ی که بوو به دهوله مهندترین و سهرکه وتووترین ژنه بازرگانی ئه و سه دهیه.



Coco Chanel

Coco Chanel had no experience of business when she opened her first hat shop in Paris in 1910.

کوکو چانل هیچ ئەزموونی بازرگانی نەبوو کاتیگ کە یەکم دوکانی کلای کردەووە لە پارێس لە ساڵی 1910.

She was only twenty-seven years old and she came from an ordinary family. When she left school, she worked for a dressmaker for a short time.

ئەو تەمەنی تەنها بیست و حەوت ساڵ بوو وە لە خێزانیکی ئاسایی بوو. کاتیگ کە قوتابخانەی بەجیھێشت، کاری بو بەرگدروویەک کرد بو ماویەکی کەم.

Later she tried to become a singer in a nightclub, where she was given the name 'Coco'. Coco was an attractive young woman; she always dressed well and she was good at making friends.

دواتر ئەو هەولێ دا بێت بە گۆرانیبێژ لە یانەیەکی شەوانە، کە لەوێ نازناوی "کوکو" ی پی بەخشا. کوکو ژنیکی لاوی سەرنجراکێش بوو، ئەو هەمیشە جوانپۆش بوو وە باش بوو لە دروستکردنی هاوپییدا.

Although she didn't have any money, she mixed with fashionable, successful people and her boyfriends were often rich young army officers.

هەرچەندە ئەو هیچ پارەی نەبوو، خوێ تیکەل کرد لەگەڵ کەسانی مۆدێرن و سەرکەوتوو وە هاوپی کۆرەکانی بەزۆری ئەفسەری دەولەمەندو لاوی سوپا بوون.

One of these was a handsome young Englishman with a big black moustache, called Boy Capel.

یه کیك له مانه پیاویکی ئینگلیزی قۆزو لاو بوو به سمیلکی رهشی گهرهوه، ناوی بۆی کاپیل بوو.

When Coco asked him to lend her some money so she could open a shop, he was surprised. He had never heard of a woman in business before, but he liked the idea.

کاتیك کۆکو داوای لیکرد ههندی پارهی به قهرز بداتی تا بتوانی دوکانیک بکاتهوه، ئهو سه رسام بوو. ئهو ههرگیز پيشتر نه بیستبوو ژن له بازرگانیدا، به لام بیروکه که ی په سه ند کرد.

'A woman in business?' he said. 'That sounds fun. How much do you want?

ژن له بازرگانیدا؟ ئهو وتی. ئه وه هه زه لی دیاره. چه ندت ئه وی؟
'Coco asked for enough money to open a shop in one of the best streets in Paris.

کۆکو داوای پارهی ته وای کرد بۆ کردنه وه ی دوکانیک له یه کیك له باشتین شه قامه کانی پاریس.

'No problem,' replied Boy Capel. He was so rich that he didn't care if he never got his money back.

کیشه نییه، بۆی کاپیل وه لامی دایه وه. ئهو ئه وه ند ده وه له مه ند بوو که گرنگی به وه نه ئه دا ئه گهر ههرگیز پاره که ی وه رنه گریته وه.

Many of Coco's customers in her first shop were her rich young women friends. They loved the simple but beautiful hats that Coco made for them.

زۆربەى كپيارەكانى كۆكۆ لى يەكەم دوكانىدا ھاۋىرى ژنە دەۋلەمەندە لاۋەكانى خۇي بوو. ئەوان ھەزىيان لىو كالاۋە سادە بەلام جوانانە بوو كە كۆكۆ بۆيى دروست ئەكردن.

At parties they laughed at other women who still wore hats that were covered in fruit and flowers.

لى ئاھەنگەكاندا ئەوان بەو ژنانەى تر پيئەكەنن كە ھيشتا ئەو كالاۋانەيان لى سەر كىرەبوو كە بە ميوەو گول داپوشىراپو.

Soon they were asking Coco for clothes that were designed in the same simple way.

ھەرزو ئەوان داۋاي ئەو جل و بەرگانەيان لى كۆكۆ كىرە كە بە ھەمان سادەى دىزىن كىراپىت.

Coco hated the long dresses that fashionable women wore and so she was happy to make dresses and skirts that were much shorter and reached just below the knee.

كۆكۆ رقى لىو ەزىيە دىزىزانە بوو كە ژنانى مۇدە لى بەريان دەكرد ۋە بۆيە ئەو دلخۇش بوو بە دروستكىردنى ئەو ەزى و تەنورانەى كە زۆر كورتتر بوون و تەنھا ئەگەشتە خوارەۋەى ئەژنۆ.

She also persuaded her customers to wear loose jackets and blouses that allowed them to breathe more easily.

ئەو ھەرودھا ھانى كپيارەكانى ئەدا بۆلەبەركردنى چاكەت و بلوزى فراوان كە ئەو پىگەي ئەدان ئاسانتەر ھەناسە بدەن.

Again, the rich, fashionable young women of Paris loved Coco's new ideas, and her shop started to do well.

دووبارە، ژنانى دەولەمەندو مۆدەو لاوى پاريس ھەزيان لە بىرۆكە نوپىيەكانى كۆكۆ بوو، وە كاروبارى دوكانەكەى دەستى بە باش بوون كرد.

In 1913, Coco asked Boy Capel for more money, because she wanted to open a second shop, this time in the French seaside town of Deauville.

لە ساڵى 1913دا، كۆكۆ داواى پارەى زياترى لە بۆى كاپىيل كرد، لەبەرئەوھى ئەو ئەيوست دوكانى دووھم بکاتەو، ئەم جارە لە شارۆچكەى كەنارى فەرەنسى لە دوقيل.

In summer, the streets of Deauville were full of fashionable people from all over Europe.

لە ھاویندا، شەقامەكانى دوقيل پڕ ئەبوو لە كەسانى مۆدیرن لە ھەموو لاىەكى ئەوروپاوە.

Russian princesses mixed with English ladies and the daughters of German businessmen, and they were all looking for clothes in the latest style.

شازاده روسییه کان تیگهله بون له گهله خانمه ئینگلیزه کان و
کچی بازرگانه ئه لمانییه کان، وه هه موویان بو نویتترین شیوازی
جل و بهرگ ئه گه پان.

After her success in Paris, Coco was sure she could offer all of them something special. She was right.

دواى سهرکه وتنه کهى له پاريس، کوکو دلنیا بوو توانیویه تی
شتیکى تایبته پیشکه شی هه موویان بکات. ئه و راست بوو.

The young women in Deauville loved her simple hats, loose jackets, and skirts and dresses that reached just below the knee.

ژنه لاوه کان له دوڤیل چه زیان له کلاوه ساده کانى ئه و بوو،
چاکه ته فراوانه کان، وه ته نوره کان و عه زییه کان که ته نها
ئه گه شتنه خواره وهى ئه ژنو.

Coco made plenty of money in her first year in Deauville and in her second summer she expected to do even better.

کوکو پارهیه کی زوری قازانج کرد له یه کهم سالی دا له دوڤیل وه
له دووهم هاوینیدا ئه و پیشبینی ئه کرد باشتربکات.

But then, for everyone in Europe, everything went wrong.

به لام پاشان، بو هه موو کهس له ئه وروپا، هه موو شتیک خراب بوو.

In June 1914 in Sarajevo, Bosnia, a young student called Gavrilo Princep shot and killed Archduke Franz Ferdinand, an important person in the Austrian royal family.

له حوزەيرانى 1914 دا له سارهيه يڤو، بۆزنيه، خويندكارىكى
لاو ناوى گاڤريلو پرينسپىپ بوو تهقهى له ئارچدوك فرانز
فېردنەند كردو كوشتى، كه كهسيكى گرنگ بوو له خيزانى
شاهانهى ئوستوراليا.

Two months later, almost all the nations of Europe were fighting one of the worst wars in history.

دوو مانگ دواتر، نزيكهى هه موو نه ته وه كانى ئه وروپا خراپترين
جهنگى ميژوو جهنگان.

In August of that year, the German army marched through Belgium and into the north of France.

له مانگى ئابى ئه و ساله دا، سوپاي ئه لمانى به ناو بيلجيمدا
رۆشت به ره و باكورى فه ره نسا.

The French army was not prepared for this, and soldiers rushed to defend their country. The British army quickly came to help, but the situation looked very dangerous.

سوپاي فه ره نسى ئاماده نه بوو بۆ ئه مه، وه سه ربازه كان كه وتنه
جوله به خيرايى بۆ به رگرىي كردن له ولا ته كه يان. سوپاي
به ريتانى به خيرايى هات بۆ يارمه تيدان، به لام بارودوخه كه زۆر
مه تر سیدار ديار بوو.

Many rich French families rushed from the north of France to the expensive hotels of Deauville to get away from the fighting.

زۆربەى خىزانە فەرەنسىيە دەولەمەندەكان پايانكرد له باكورى
فەرەنسا بۆ ھۆتيلە گران بەھاكانى دوقيل بۆ ھەلاتن له
جەنگەكە.

Some people were frightened, but most were in a good mood. 'Don't worry,' they told each other. 'The war will be finished by Christmas.'

ھەندى كەس تۆقى بوون، بەلام زۆربەيان له حالىكى باشدا
بوون. نىگەران مەبە، ئەوان بە يەكترييان دەوت. جەنگەكە
كوئايى دى تا كرىسمس.

'But after a few weeks, it was clear that they were wrong. More and more men left Deauville to go and fight in the French army.'

بەلام دواى چەند ھەفتەيەك، ئاشكرا بوو كە ئەوان ھەلە بوون.
پياوان زياترو زياتر دوقيليان بەجىدەمىشت تا برون و بجەنگن
له سوپاي فەرەنسيدا.

Soon the expensive hotels were changed into hospitals, full of soldiers who had been hurt in the fighting.

ھەرزو ھۆتيلە گرانبەھاكان گۆران بۆ نەخۆشخانە، كە پربوون
لەو سەربازانەى كە پىنكرا بوون له جەنگەكەدا.

The rich Frenchwomen of Deauville saw that it was their duty to help the French army and many of them took jobs as nurses in the hospitals or did other kinds of war work.

ژنه فەرهنسییه دهوله مهندهکانی دوقیل بینیان که نهوه ئهرکی
سهر شانیه یارمه تی سوپای فهرهنسی بدهن وه زوربه یان وهک
پهرستار کاریان ئه کرد له نهخوشخانهکاندا یان کارهکانی تری
جهنگیان ئه کرد.

But after a few days they realized that it was impossible to work in their long dresses. They looked around for different things to wear.

بهلام دواي چهند پوژیک ئهوان بويان دهرکهوت که مهحاله به
عهزییه دریزهکانیه وه کار بکهن. ئهوان بو شتی جیاوان
ئهگه پران له بهری بکهن.

'Where can we find clothes that are stylish, but will also allow us to work?' they asked each other.

له کوئی بتوانین جل و بهرگی مۆدیرن بدۆزینه وه، بهلام له هه مان
کاتدا ریگه مان بدات کار بکهین؟ ئهوان پرسیاریان له یه کتری ئه کرد.

They found the answer in Coco Chanel's new shop. Her simple hats, loose jackets and straight skirts were just what these women needed.

ئهوان وهلامه که یان دۆزییه وه له دوکانه نوویه که ی کوکو چانلدا.
کلاوه سادهکانی، چاکه ته فراوانهکانی وه ته نوره ریکهکانی
تهنها ئهوانه بوون که ئهم ژنانه پیوستیان پی بوو.

They were stylish, but they also allowed women to move around quickly. Coco was soon selling clothes as fast as she could make them.

جل و بهرگه كان مۇدىرن بوون، بهلام له ههمان كاتدا پىنگى
ژنانيان ئەدا به خىرايى بچولۇن به دەورى خۇياندا. كۆكۆ ھەر
كه جل و بهرگه كانى دروست ئەكرد به خىرايى ئەيفرۇشتن.

A year later, in the summer of 1915, Coco had worked so hard for so long that she was ready for a holiday.

سالىك دواتر، له ھاوینی سالى 1915دا، كۆكۆ زۆر به سەختى
كارى كردبوو بۆ ماوئیهكى زۆر به شیوئیهك كه ئاماده بوو بۆ
پشوویهك.

So Boy Capel took a break from his job with the British army, and together they went to Biarritz in the south of France.

بۆیه بۆى كاپیل پشوویهكى وەرگرت له كارەكهى له گەل سوپای
به بریتانى، وه پیکهوه پۇشتن بۆ بیهرەتس له باشورى فەرەنسا.

The mood in this seaside town was very different to the mood in Deauville.

بارودۆخهكه لهم شارۆچكهیهى كه نار دەریا زۆر جیاواز بوو به
بهراورد له گەل بارودۆخى دۆقێلدا.

In Deauville, everyone spent all their time worrying about the war; in Biarritz, people just wanted to have a good time and to forget about it.

لە دوقیل، ھەمووان ھەموو کاتی خۆیان بە نیکەرائی بەسەر
ئەبردەلە بارەى جەنگە کەو، لە بیەرتەس، خەلک تەنھا
ئەیانویست کاتیکی خوش بەسەربەن وە جەنگ لە بیرکەن.

The town was full of young army officers who were spending a few days away from the fighting with their wives and girlfriends.

شارۆچکە پەربوو لە ئەفسەری لاوی سوپا کە چەند پوژنیکیان
دوور لە جەنگ بەسەرئەبرد لەگەڵ ژنەکانیان و ھاوپی
کچەکانیاندا.

There was dancing in the big hotels every night. The shops and restaurants were always busy.

سەما ھەبوو لە ھۆتیلە گەورەکان ھەموو شەوی. دوکانەکان و
رێستۆرانتەکان ھەمیشە سەرقاڵ بوون.

But the war meant that it was hard for women in Biarritz to find the sort of fashionable clothes that they wanted.

بەلام جەنگە نامارەى ئەو بوو کە سەختە بۆ ژنان لە بیەرتەس
ئەو جۆرە جل و بەرگە مۆدێرنانە بدۆزنەو کە ئەیانویست.

Coco immediately saw a business opportunity. She realized that women in Biarritz wanted a different style of clothes from women in Deauville.

كۆكۆ دەستبەجى دەرڧەتئىكى بازىرگانى بىنى. ئەو ھەستى بە ئەو ىرد كە ژنان لە بىەرەتس ستائىلىكى جىاوازى جل و بەرگان ئەو ىست لە ژنانى دۆڧىلەو.

These women wanted to go out and have fun. They wanted to look good and they didn't really care how much they paid for their clothes.

ئەم ژنانە ئەيانو ىست بىرۆنە دەرەو ەو خۆشى بىنن. ئەوان ئەيانو ىست جوان دەرەون وە لە راستىدا گىرنگىيان بە ئەو نەدەدا چەند پارەيان دەدا بۆ جل و بەرگەكانيان.

'Don't you see?' she said to Boy. 'This could be a new direction for the business. In Biarritz I can sell clothes that are modern and simple, but that also allow women to feel beautiful and to enjoy themselves.

تئىبىنى ئەو ە ناكەى؟ ئەو بە بۆى وت. ئەكرى ئەمە ئاراستەىەكى نوئ بئت بۆ بازىرگانىىەكە. لە بىەرەتس ئەتوانم ئەو جل و بەرگانە بڧرۆشم كە مۆدئرن و سادەن، بەلام لە ەمان كاتدا رىگە بە ژنان ئەدات ەست بكن جوانن وە خۆشى لە خۆيان بىنن.

'Boy Capel put his fingers to his big black moustache and thought for a moment.

بۆی کاپیل پهنجهکانی خسته سهر سمیله گه وره ره شه که ی و
بۆ ساتیک بیری کرده وه.

'And,' added Coco, 'I think women will also pay a very good price for these clothes, if we can sell them in the right way.

وه کۆکۆ دریزهی پیندا، پیموایه ژنان ههروه ها نرخیکێ ژۆر
باش نه دهن بۆ نه م جل و بهرگانه، نه گهر بتوانین به شیوازیکی
دروست بیانفرۆشین.

"What do you mean?" asked Boy.

مه به ستت چیه؟ بۆی پرسیری کرد.

'Well,' said Coco, 'these clothes need to have a new look.

باشه، کۆکۆ وتی، نه م جل و بهرگانه پێویسته دیمه نیکێ
نویان هه بیت.

The Chanel clothes in Biarritz will not just be clothes for rich women who work. These clothes will make women feel good when they wear them.

جل و بهرگی چانل له بیه رهتس ته نها جل و بهرگی نه و ژنه
دهوله ندانه نابیت که کار نه کهن. نه م جل و بهرگانه وا له ژنان
نه کهن مه ست به باشی بکهن کاتیک که له بهریان نه کهن.

'Boy wasn't sure about the idea. 'But where will you get the cloth for these clothes?' he asked. 'No other designer can get cloth at the moment. We are in the middle of a war, you know.

بوی دلنیا نه بوو له بیروکه که. به لام له کوی قوماش په یدا نه که ی بوی نه م جل و بهرگانه؟ نه و پرسپاری کرد. هیچ دیزاینه ریکی تر ناتوانی قوماش په یدا بکات له م کاته دا. نیمه له ناوهراسستی جهنگداین، نه زانی.

"Don't worry about that," said Coco, 'I'll find the cloth. I just need the money.

نیگه ران مبه به له باره ی نه ووه و، کوکو وتی، من قوماش نه دوزمه وه. ته نها پیویستم به پاره یه.

"Money?" said Boy Capel. 'Oh, no problem. I've got plenty of money. 'Boy Capel sounded confident, but as he lent more money to Coco, he never really expected to see it again.

پاره؟ بوی کاپیل وتی. نو، کیسه نییه. من پاره ی زورم هیه. بوی کاپیل دلنیا دیار بوو، به لام که پاره ی زیاتری به قهرز نه دا به کوکو، نه و له راستیدا هرگیز چاوه رپی نه ده کرد بیبینیته وه جاریکی تر.

But Coco's idea was quite right. She found that she could still buy cloth across the border in Spain, which wasn't fighting in the war.

به لام بیروکه که ی کوکو ته وادروست بوو. نه و بوی ده رکه وت هیشتا نه یتوانی قوماش بکړی له ده وروبه ری سنوری نیسپانیا، که نه ده جنگان له جهنگه که دا.

Then she rented an expensive house in the middle of the town and hired sixty women to make her new dresses.

پاشان خانوویه کی گرانبه های به کری گرت له ناوهندی شاردا
وه شهست ژنی به کری گرت بو دروستکردنی عهزییه
نوییه کان.

She sold the dresses for very high prices, but women were happy to pay for them. They were so popular that people even came from Madrid to buy them.

ئهو عهزییهکانی فروشت به نرخیکی زور گران، به لام ژنان
دلخوش بوون که پارهیان پیدهدا. زور به ناوبانگ بوون به
شیویهک که تهنانهت خهک له مهدریدهوه نههاتن بو کرینی.

For the next three years, Coco travelled between her three businesses in Paris, Deauville and Biarritz, while the First World War continued in the north and east of France.

بو سی سالی داهاتوو، کوکو گهشتی دهکرد له نیوان ههرسی
بازرگانییه کهیدا له پاریس، دوویل وه بیههتس، له کاتییدا که
جهنگی یهکه می جیهانی بهردهوام بوو له باکورو پوژههلاتی
فههه نسادا.

By 1916, over three hundred people were working for her. She soon made so much money that she could pay back Boy Capel all that she had borrowed.

له سالی 1916 دا زیاتر له سی سهد كهس كاریان بوئو
ئو كړد. ئو هر زو پارویه کی ئو وندو زوری قازانچ كړد به
شیوویهك كه توانی هموو ئو پارویه ی له بوی كاپیلی قهرز
كړدبوو بوی بگهړینیتهوه.

Coco had been lucky because the war had given her a chance to make her new designs popular.

كوكو به خته وەر بوو له بهرئووه ی جهنگه كه دهر فته یی دا به ئو
تا دیزاینه نوییه كانی به ناوبانگ بكات.

But she had also shown that she could recognize business opportunities and that she could change her style to suit her customers.

به لام ئو هه روه ها ئووه ی پیشان دا كه ئه ی توانی دهر فته
بازرگانییه كان بناسیته وه به شیوویهك كه توانی ستایله كه ی
بگوری تا بگونجی بو كریاره كانی.

When the war finished, in November 1918, Coco was ready to start the next and most successful part of her business life.

كاتیك كه جهنگه كه كوئی هات، له تشرینی دووه می
1918 دا، كوكو ناماده بوو بو دستپی كړدنې سهركه وتووترین
به شی داهاتووی ژیانی بازرگانی

The First World War completely changed European society. Millions of young men had been killed, and women now had a much more important position in society.

جهنگى يه كه مى جيهانى به تهواوى بارى كومه لايهتى
ئه وروپييه كانى گوڤرى. مليونه ها پياوى لاو كوثران، وه ژنان
ئىستا شوينىكى زور گرنگريان هه بوو له كومه لدا.

Women had shown that they could work in offices and factories while men were fighting in the war.

ژنان پيشانيان دا كه ئه توانن كار بكهن له نوسينگه و
كارگه كاندا له كاتيكدا كه پياوان ئه جهنگان له شهردا.

In many countries, women were now allowed to vote for their government for the first time.

له زوربهى ولاته كان، ژنان ئه و كاته ريگه يان پندرا دهنگ بدەن
بوو حكومه ته كه يان بوو يه كه م جار.

By the start of the 1920s, women had realized that they could be different from their mothers. They could lead a very different kind of life from the one they had known before the war.

به دهستپيكردى سالانى 1920، ژنان دركيان به ئه وه كرد
ئه توانن جياواز بن له دايكيان. ئه يانتوانى له زور جوړى
جياوازي ژياندا برژين وهك له و ژيانه ي له پيش جهنگدا
هه يانبوو.

After the bad times of the war, rich young people just wanted to spend money and to have fun.

دوای کاته خراپه کانی جهنگ، خه لکه لاوه دهوله مه نده کان ته نهیا
ئه یانویست پاره سهر ف بکه ن و خوشی ببینن.

They drove their shiny new cars to the beach, where they played games and swam in the sea.

ئوتومبیله دره و شاوله نوییه کانیا ن ئه هارووت بو که ناری دریا،
که له وی یارییان ئه کردو مه له یان ئه کرد له دریا دا.

Both men and women went to parties, where they smoked cigarettes and drank alcohol. They danced to the music of Louis Armstrong and Jelly Roll Morton.

هه ردووک له ژنان و پیاوان ئه پرۆشتن بو ئاههنگه کان، که له وی
جگه ره یان ئه کی شاوله کولیان ئه خوارد ده وه. سه مایان ئه کرد
له گهل میوزیکی ئارمسترونک و جیلی رول مورتوندا.

They went to the cinema to watch the films of Charlie Chaplin and Greta Garbo. And they also wore the clothes of Coco Chanel.

ئه پرۆشتن بو سینهما بو سه یرکردنی فلیمه کانی چارلی چاپلن و
گریتا گاربو. وه ههروه ها جل و بهرگی کوکو چانلیان
له بهرده کرد.

Women didn't want to return to the long, tight dresses and silly hats of the years before the war. They wanted clothes that allowed them to move around freely.

ژنان نه یانده ویست بگه پینه وه بو عه زییه دریژو ته سکه کان وه کلاوه گه مژه کان ی سالانی پیش جهنگ. ئه وان ئه و جل و بهرگانه یان ده ویست که ریگهی ئه دان بسورپینه وه به دهوری خویاند به ئازادی.

Chanel's style was just right for the time. But now her clothes were not just for the women of Paris, Deauville and Biarritz.

شیوازی چانل ته و او دروست بوو بو ئه و کاته. به لام له و کاته دا جل و بهرگه کان ی ئه و ته نها بو ژنان ی پاریس و دوئیل و بیه ره تس نه بوو.

The end of the war meant that she could sell her clothes around the world.

کوئای جهنگه که مانای ئه وه بوو که ئه و ئه یتوانی جل و بهرگه کان ی له هه مو جیهاندا بفروشی.

For women in the big cities of Europe, she made smart suits of jackets and skirts, and for women on holiday she designed special beach clothes.

بو ژنان ی شاره گه وره کان ی ئه وروپا، قاتی چاکه ت و ته نوره ی مودی رنی دروست ئه کرد، وه بو ژنان له پشوودا جل و بهرگی تایبه تی که ناری ده ریای دیزاین ئه کرد.

In the US her dresses were so successful that a magazine even compared them to the Ford motor car. Coco's business grew and grew.

له ئەمەریکا عەزییەکانی ئەوەندە سەرکەوتوو بوون بە شیوەیەك
كە تەنانەت گۆڤار بە ئۆتۆمبیلی فۆردی بەراورد ئەکردن.
بازرگانی كۆكۆ زیاتر زیاتر گەشەى كرد.

But Coco didn't just think about clothes. She realized that women couldn't always wear diamonds and other expensive jewellery when they went out.

بەلام كۆكۆ تەنها بیرى له جل و بەرگ نەدەكردەوه. ئەو ئەیزانی
كە ژنان هەمیشە نەیاننەوانیوه ئەلماس و خشلە گرانبەهاكانی
تر لەبەربەكەن كاتیك كە ئەپۆشتنە دەرەوه.

So she started making jewellery that looked real, but was made from cheap materials.

بۆیه دەستی كرد بە دروستکردنی ئەو خشلانەى كە لە راستی
دەچوون، بەلام لە كانزای هەرزان دروستكرا بوون.

She also introduced the idea of short hair for women, and for the first time she made it popular for women to go out in the sun so their skin went brown.

ئەو هەروەها بیرۆكەى قژی كورتى ناساند بۆ ژنان، وە بۆ یەكەم
جار ئەوهى كرد بە باو بۆ ژنان كە بپۆنە دەرەوه لە كاتی
هەتاودا بەو شیوەیە پێستیان ئەسمەر ئەبێ.

But Coco's best decision was to go into the cosmetics business. She knew that the cosmetics business and the fashion industry were similar in many ways, and she was sure that her ideas could help her to be successful in this area.

به لām باشتريڻ بږياري کۆکۆ پږۆشتنه ناو بازرگاني که رهسته ي جوانکاري بوو. ئەو ئەيزاني که بازرگاني که رهسته ي جوانکاري و پيشه سازي فاشيۆن ليکچوون له زۆر پووهوه، وه ئەو دلييا بوو که بپروکه کاني ئەتوانن يارمهتي ئەو بدهن تا سه رکه وتوو بپت لهم بواره دا.

She also believed that cosmetics were very important. She once said, 'If a woman doesn't wear perfume, she has no future.

ئەو ههروهها لهو باوه په دا بوو که که رهسته ي جوانکاري زۆر گرنگ بپت. ئەو جاريکيان وتي، ئەگه ر ژنيک بۆن له خوي نه دا، داها تووي نيه.

'So in the early 1920s, she went to see a man called Pierre Wertheimer to discuss her plan.

بۆيه له سه رهتاي سالاني 1920 دا، ئەو پږۆشت بو بينيني پياويک ناوي پيهه رتهيمير بوو بو تاووتوي کردني پيلانه که ي.

Wertheimer owned the biggest perfume factory in France and he was very happy to work with such a famous designer.

ویرتهیمیر خاوهنی گه ورهترین کارگهی بۆن بوو له فهدنساره
ئهو زۆر دلخۆش بوو به کار کردن له گهل دیزاینه ریکی بهر
شیوهیه بهناوبانگدا.

At that time women wore perfumes which always smelled of flowers, but Coco wanted her perfume to have a completely different smell.

لهو کاته دا ژنان بۆنکیان له خویان ئەدا که هه میشه بۆنی گولی
لێهاتوو، بهلام کۆکۆ ئەویست بۆنه کهی ئەو بۆنکی تهرار
جیاوازی هه بی.

Together Wertheimer and Chanel invented a new kind of perfume, and they decided to sell it in a simple, square bottle.

پنکه وه ویرتهیمیر و چانل جۆریکی نویی بۆنیان داهینا، وه
بریاریان دا له بۆتلیکی سادهی چوارگۆشه دا بیفرۆشن.

They agreed to give it Coco's name, and she added her lucky number. The result was Chanel No. 5, the most successful perfume of the past hundred years.

ئهو ان قایل بوون ناوی کۆکۆی لی بنین، وه ئەو ژمارهی بهختی
خۆی بۆ زیادکرد. ئەنجامه که چانل ژماره 5 بوو،
سهرکه وتووهرین بۆنی سه د سالی پابردوو بوو.

As Coco grew richer and more successful, she mixed with the most famous people of the time.

كۆكۈ تا دەولەمەندىتىر سەركەوتتو تر ئەبوو، زىياتر تىكەل
ئەبوو لەگەل بەناوبانگىترىن خەلكى ئەو سەردەمەدا.

She loved to be with artists and she made clothes for shows at theatres in Paris, where she worked with Jean Cocteau, Pablo Picasso and Sergei Diaghilev.

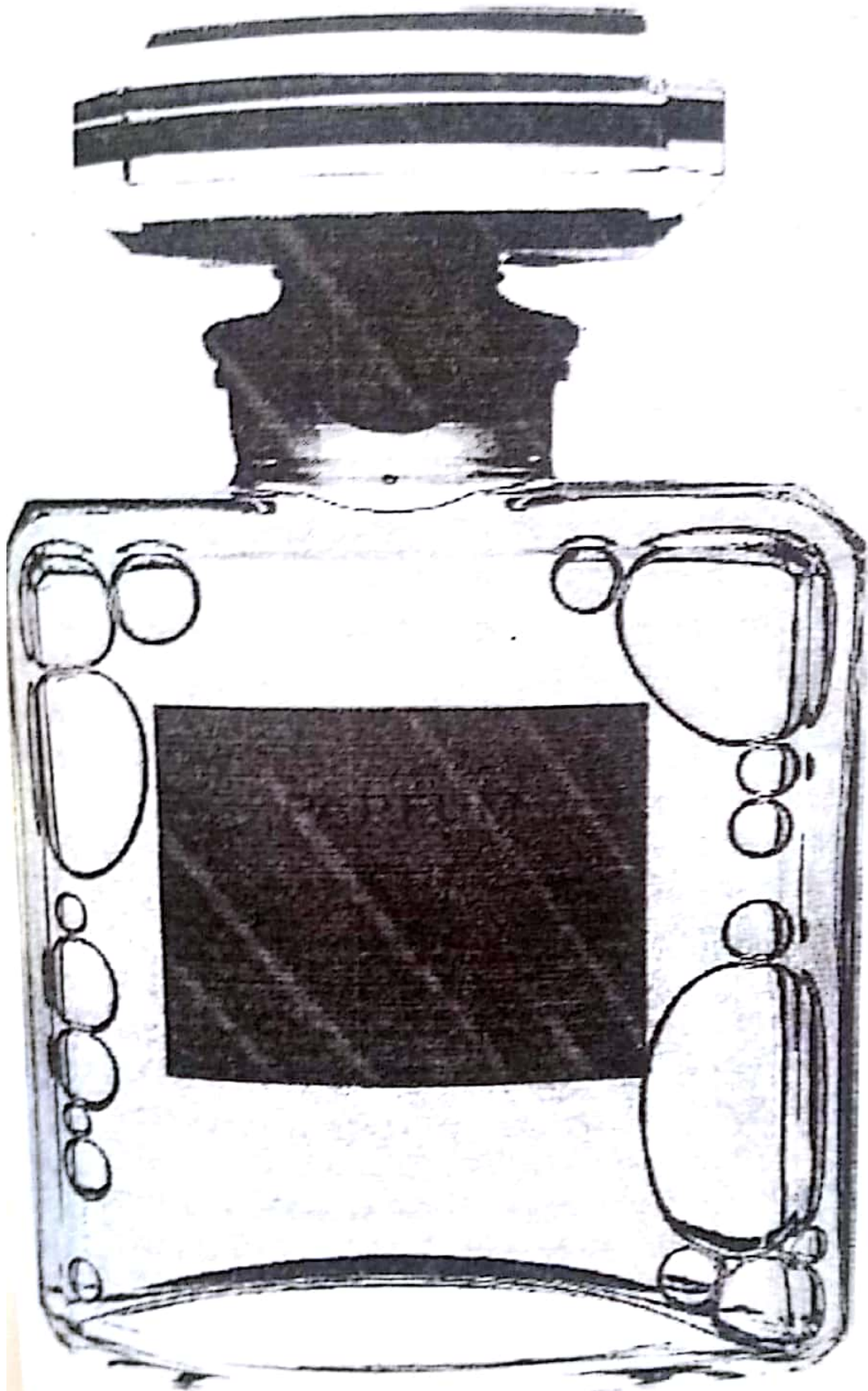
ئەو ھەزى ئەكرد لەگەل شىۋەكارەكاندا بىت وە جل و بەرگى بۇ
نمايشەكان لە شانۇكانى پارىس دروست ئەكرد، كە لەگەل جىن
كۆكتى و پابلو پىكاسۇ و سىرجى داگىليڤ دا كارى ئەكرد.

These people all admired Coco's work and understood what she was trying to do.

ھەموو ئەم كەسانە كارەكەى كۆكۈيان بەدل بوو وە تىنەگەشتى
ئەو ھەول ئەدا چى بىكات.

'Coco worked in fashion according to rules that seem to have value only for painters, musicians and writers,' said Jean Cocteau.

كۆكۈ لە فاشىۋندا كارى كىردوۋە بە گۈيرەى ئەو دەستورانەى
كە وادىارە تەنھا بۇ نىگاركىش و ميوزىسيان و نوسەرەكان
نرخى ھەبىت، جىن كۆكتى وتى.



N.5 Chanel perfume

But Coco didn't just mix with artists. She often went to parties where she met important people like the future King of England — the Prince of Wales — and Britain's future war leader, Winston Churchill.

بەلام كۆكۆ تەنھا لەگەڵ شىۋەكارەكاندا تىكەل نەدەبوو. ئەو زۆر جار ئەپرۆشت بۆ ئاھەنگەكان كە لەوى چاوى بە كەسانى گىرنگ ئەكەوت وەك پاشاى داھاتووى ئىنگلىتەرا — شازادەى وەيلز — سەركردەى جەنگى داھاتووى بەرىتانيا، ونستىن چىرچىل.

And after her boyfriend of the war years, BoyCapel, was killed in a car crash, she was often seen on the arm of rich Russian and English lords.

وہ دواى ئەوہى ھاوړى كۆپەكەى سالانى جەنگ، بوى كاپىل، كوژرا لە ږوداوى ئۆتۆمبىل دا، ئەو بە زۆرى لە باوەشى پوسى دەولەمەند و لۆردە ئىنگلىزەكاندا ئەبىنرا.

For Coco and her friends, the 1920s were the happiest ten years of the twentieth century.

بۆ كۆكۆ ھاوړىكانى سالانى 1920 خۆشتىن دە سالى سەدەى بىست بوو.

But the good times suddenly ended in October 1929, when the stock exchange in Wall Street, New York, crashed.

بەلام كاتە خوشەكان لە ناكاو كۆتايى ھات لە تشرىنى يەكەمى 1929دا، كاتىك كە بازارى كپىن و فروشتن لە ۆل ستريت لە نيۆرك پوخا.

Share prices fell and fell and fell. The world economy was badly damaged. Thousands of businesses closed and millions of people lost their jobs.

نرخى پشكەكان زياترو زياتر ھاتە خوارى. بارى ئابورى جىھان بە خراپى زىانى پىگەشت. ھەزارەھا بازىرگانی داخران وە بە مىليۇنان خەك كارەكانيان لە دەست دا.

For most people, the Wall Street crash was a disaster, but not for Coco Chanel.

بۆ زۆربەى خەك، پوخانى ۆل ستريت كارەسات بوو، بەلام نەك بۆ كۆكۆ چانل.

While ordinary people suffered, the richest people in the world still had money and they still wanted expensive, fashionable clothes.

لە كاتىكدا كە خەلكى ئاسايى ئازارىيان ئەچەشت، دەولەمەندترین كەسەكانى جىھان ھىشتا پارەيان ھەبوو وە ھىشتا جل و بەرگى گرانبەھا و مۆدىرنیان ئەويست.

Instead of making cheaper, simpler clothes, she started to design even more expensive clothes and to use real diamonds in her jewellery.

له باتى دروستکردنى جل و بهرگى ههزانترو سادهتر، ئهو دهستى كرد به ديزانکردنى جل و بهرگى تهنايهت گرانتر وه بهكارهينانى ئهلماسى راستى له خشلهكانيدا.

Coco had remembered the lesson of Biarritz: in times of trouble, the secret of success is to help people to forget their problems.

كوكو بيري وانهكهى بيههتسى كهوتهوه، له كاتى تهنگانهدا، نهينى سهركهوتن ئهوهيه يارمهتى خهك بدهى كيشهكانيان لهبير بكن.

In these bad times for the world economy, other successful people remembered the same secret. One of these people was the great Hollywood film producer, Sam Goldwyn.

لهم كاته ناخوشانهدا بو ئابورى جيهان، كهسه سهركهوتوهكانى تر بيري هه مان نهينييان كهوتهوه. يهكك لهم كهسانه بهرهمهينهري گهوهى فيلمى هوئيود بوو، سام گولدين.

As ordinary people in America got poorer and poorer, he realized that they wanted to see films about a different kind of world.

له كاتيكدا كه خهلكى ئهمريكا زياترو زياتر ههزار نهبوون، ئهو نهيزانى كه نهوان ئهيانويست فليم ببينن له بارهى جوړىكى جياوازي جيهانهوه.

They wanted films that showed the wonderful lives of rich, beautiful people. They wanted to go to the cinema and get away from their problems.

ئەوان ئەو فلىمانەيان دەويست كە ژيانى نايابى دەولەمەندى و خەلكى جوانى پيشان دەدا. ئەوان ئەيانويست بېرۇن بۇ سىنەما و دوور بكەونەو لە كيشەكانيان.

Goldwyn decided that people in his films should wear the best and the most expensive clothes in the world, and so he went to the top fashion designer in the world: Coco Chanel.

گۆلدوين بېريارى دا كەسەكانى ناو فلىمەكانى ئەو پيويستە باشترين و گرانترين جل و بەرگ بپوشن لە جيهاندا، وە بويە ئەو پوشت بۇ لاي بەناوبانگترين فاشيون ديزاينەر لە جيهاندا: كوكو چانل.

Coco understood his idea immediately and she was interested. 'How much will you pay me?' she asked.

كوكو دەستبەجى لە بېرۇكەكەى ئەو تيگەشت وە پيى خوش بوو. چەند پارەم ئەدەيتى؟ پرسىياري كرد.

'One million dollars,' said Goldwyn.

يەك مليون دۆلار، گۆلدوين وتى.

With an offer of so much money, how could Coco refuse?

ئۆفەرى پارەيەكى بەو شيوويە زۆر، كوكو چۆن ئەيتوانى رەتى بكاتەو؟

She went to Hollywood, she met the film stars, and then she started work on their clothes.

ئەو رۇشت بۇ ھۇليود، ئەو ئەستىزەكانى فليمهكەى بىنى، وە پاشان دەستى بە كار كردن كرد لەسەر جل و بەرگەكان.

Everyone waited to see the results. The first film was called *Tomorrow Or Never* and its star was Gloria Swanson.

ھەمووان چاوەرەيان ئەکرد بۇ بىنى ئەنجامەكان. يەكەم فيلم ناوى سەبىنى يان ھەرگىز بوو وە ئەستىزەكەى گلوريا سوانسن بوو.

In the film her clothes were beautiful, but they were quite simple. When the film was shown in the US, people were surprised; they had expected something more for \$1 million.

لە فيلمەكەدا جل و بەرگەكانى ئەو جوان بوون، بەلام تەواو سادە بوون. كاتىك كە فيلمەكە پيشاندرا لە ئەمەريكا، خەك سەرسام بوون، ئەوان چاوەروانى زياتريان ئەکرد بۇ يەك مليون دۆلار.

When an American newspaper wrote about the film it said, 'Chanel wants a lady to look like a lady; Hollywood wants a lady to look like two ladies.

كاىك كە رۇژنامەيەكى ئەمريكى نوسى لە بارەى فيلمەكەو وە وتى، چانل ئەيەوى خانمىك لە خانمىك بچىت، ھۇليود ئەيەوى خانمىك لە دوو خانم بچىت.

'Chanel kept the money, but Sam Goldwyn decided not to use her clothes again.

چانل پارەكەى وەرگرت، بەلام سام گۆلدوین بپریاریدا جل و بەرگی ئەو بەکارنەهیینی جاریکی تر.

Back in Paris, Coco had more problems. The French economy was in a very bad state. People without work wanted jobs, and the people with jobs wanted more money.

گەرایەووە بۆ پاریس، کۆکۆ توشی کیشەى زیاتر بوو. ئابوری فەرەنسا لەباریکی زۆر خراپدا بوو. خەلک بە بى کارکردن پیشەیان دەویست، ئەو خەلکانەى پیشەیان هەبوو پارەى زیاتریان دەویست.

Bosses like Coco had everything, while it was hard for many French people to feed their families. In the middle of the 1930s, Coco's business employed around 4,000 people.

سەرۆکەکانى وەك کۆکۆ هەموو شتیکیان هەبوو، لە کاتیگدا سەخت بوو بۆ زۆربەى خەلکی فەرەنسا خواردن بدەن بە خێزانەکانیان. لە ناوەرەستى سالانى 1930 دا، بازرگانیهکەى کۆکۆ نزیکەى 4000 کەسى دامەزراند.

She thought she was good to the people who worked for her, but some of them had a different opinion.

ئەو پێیوابوو کە باش بوو بۆ ئەو کەسانەى کە کاریان بۆ ئەکرد، بەلام هەندیک لە ئەوان بیرو پای جیاوازیان هەبوو.

In 1936, fifty of her workers stopped work and sat down in one of her factories in Paris.

له سالی 1936 دا، په نجا له کریکاره کانی وازیان له کار هیڼاو دانیشن له یه کیڅ له کارگه کانی ته ودا له پاریس.

Coco put on her best suit and rushed to speak to them, but they had locked the door of her factory and she couldn't get in.

کوکوو باشتړین قاتی له بهر کړدو پریکړد تا قسه یان له گه لدا بکات، به لām ته واز ددرگای کارگه کیه یان قوفل کړد وه ته و نه یټوانی بجیته ژور وه.

Coco was very angry. How could they do this to her? She and her workers argued and argued, but they couldn't agree on a solution to their differences.

کوکوو زور توپه وو. چوڼ توانیان ته مه له گه ل ته و بکهن؟ ته و وه کریکاره کانی زیاترو زیاتر مشتمپریان کړد، به لām ته واز نه یانټوانی قایل بن به چاره سه ریڅ بو جیا وازییه کانیان.

Coco's reply showed that she was a very tough businesswoman: she sacked three hundred of them. But still they refused to change their minds.

وه لāmی کوکوو نیشانی دا که ته و ژنه بازرگانیکي زور توندپه وه: ته و سی سهد که سی لی ددرکړدن. به لām هیشتا ته واز په تیان کړده وه بریاره کانیان بگوږن.

Coco now had an even more serious problem. She had designed some new clothes for a fashion show and she was worried that they wouldn't be ready. What could she do?

کوکو له و کاته دا کیشه یه کی زور گرنگتری هه بوو. نه و دیراینی هه ندی جل و بهرگی نویی نه کرد بو فاشیون شوپیه ک وه نه و

نیگه ران بوو له وهی که ئاماده نه بن. نه و نه یه توانی چی بکات؟
She decided to give her workers what they wanted, but she never forgot what they had done to her.

نه و بریاری دا نه وهی کریکاره کان نه یانویست پییان به خشی،

به لام نه و هه رگیز له بیرى نه ده چوو نه وان چییان به سهر نه و هیناوه.

At around this time, Coco started to go out with a rich German man called Hans Gunther von Dincklage.

له م کاته دا کوکو دهستی به روشتنه دهره وه کرد له گهل پیایویکی

نه لمانی دهوله مه ندا ناوی هانز گونته ر قون دینکلج بوو.

She always called him 'von D'. Nobody knew exactly what von D was doing in Paris, but many people thought that he was a spy for Germany's Nazi government.

نه و هه میشه به قون دی بانگی نه کرد. کهس به دروستی

نه یه زانی قون دی له پاریس چی ده کرد، به لام زوربهی خه لک

پییانوا بوو که سیخوپی حکومتی نازی نه لمانی بیت.

This didn't worry Coco, and the two of them started to live together in the expensive Paris Ritz Hotel.

ئەمە كۆكۆى نىگەرەن نەدەكرد، وە ھەردووکیان دەستیان کرد

بە ژيان پىكەوە لە ھۆتیلی گرانبەھای پارىس ریتز.

But while Coco and von D enjoyed their life, Europe moved closer to war.

بەلام لە کاتیکدا کۆکۆو قون دی خوشییان لە ژيان ئەبینی،

ئەوروپا نزیک بوووەوە لە جەنگ.

In 1938, Hitler's German army marched into Czechoslovakia. The next year, the Germans marched into Poland and the Second World War began.

لە سالی 1938دا، سوپای ئەلمانی ھیتلەر پوشت بەرەو

چیکوسلواکیا. سالی داھاتوو، ئەلمانییەکان پوشتن بەرەو

پۆلۆنیا وە جەنگی جیھانی دووھم دەستی پیکرد.

Although Coco's business had done well in the First World War, she decided that she didn't want to work through another war.

ھەرچەندە بازرگانییەکی کۆکۆ بە باشی پوشت لە جەنگی

جیھانی یەکەم دا، ئەو بریاری دا کە نە یەوێ کار بکات لە ناو

جەنگیکی تردا.

perhaps she was still angry with her workers after the problems of 1936. Or perhaps she had just had enough of business.

لهوانهیه نهو هیشتا توپه بووییت له کریکارهکانی دواي کیشهکهی سالی 1936. یان لهوانهیه نهو تیر بووییت له بازارگانی.

But for whatever reason, in 1939 Coco closed her fashion business and all her workers lost their jobs.

به لام بو هر هوکاریک بییت، له سالی 1939 دا کوکو بازارگانی فاشیونی داخست وه هه موو کریکارهکانی کارهکهیان له دهست دا.

Many people were angry with her and asked her to change her mind, but she simply told them, 'This is no time for fashion.'

زۆربهی خهك توپه بوون له نهو وه داوايان لیكرد پریارهکهی بگوړییت، به لام نهو به سادهیی پیی وتن، نهه کاتی فاشیون نییه.

'Through the winter of 1939 and into 1940, the French people waited and worried.'

له ماوهی زستانی 1939 دا بو 1940، خهكی فهره نسا له چاوه پوانیدا بوون و نیگه ران بوون.

In 1940, the German army arrived and took control of Paris. Many French people started secret groups and continued to fight the Germans, but not Coco.

له 1940 دا، سوپای ئەلمانی گەیشته و دەستی بەسەر پارێس دا گرت. زۆربەی خەڵك دەستیيان كرد بە گروپی نهێنی و بهردهوام بوون له جەنگ دژی ئەلمانییهكان.

She was happy in her rooms at the Ritz Hotel with her German boyfriend, and she just wanted to enjoy her life.

ئەو دلخۆش بوو له ژوورهكانی خۆیدا له هۆتێلی ریتز له گەڵ هاورێ كۆرە ئەلمانییهكەیدا، وه ئەو تەنها ئەیویست خۆشی. له ژیان ببینی.

The war hadn't closed the theatres and shops of Paris, so she could still go out and do what she wanted.

جەنگهكه شانۆو دوكانهكانی پارێسی دانهخستبوو، بۆیه ئەو هیشتا ئەیتوانی بپرواته دهرهوهو ئەوه بکات كه ئەیویست.

But as her fashion business was now closed, she needed to find other ways of making money.

بهلام كه بازرگانی فاشیۆنهكهى لهو كاتهدا داخرابوو، ئەو پێویست بوو پێگای تر بدۆزێتهوه بۆ پهیدا کردنی پاره.

She knew that her perfume Chanel No. 5 was still very popular with the French and German women who were living in Paris.

ئەو ئەيزانی كە بۆنەكەى چانل ژمارە 5 هیشتا زۆر بەناوبانگ بولای ئەو ژنە فەرەنسى و ئەلمانىانەى كە لە پاريس ئەژيان.

She also knew that her partner in the perfume business, Pierre Wertheimer, had left France to get away from the war and was now living in the US.

ئەو هەروەها ئەوەى ئەزانى كە هاوبەشەكەى لە بازەرگانى بۆندا، پيەر ویرتھیمیر، فەرەنساى بەجیھیشتوو تا دور بەكەوێتەو لە جەنگ وە لە ئەمەريكا ئەژیا لەو كاتەدا.

Coco thought she saw an opportunity to take control of the whole perfume business.

كۆكۆ پيیوابوو دەرڤەتییكى بینى بۆ دەست بەسەرداگرتنى تەواوى بازەرگانى بۆنەكە.

But although Wertheimer was on the other side of the Atlantic, he was not going to allow this to happen.

بەلام هەرچەندە ویرتھیمیر لە بەشیكى ترى ئەتلانتيك بوو، ئەو پيگەى نەدا ئەمە پرووبدات.

Chanel No. 5 made him so much money that he didn't want to lose control of it. Coco, Wertheimer and their lawyers started to argue about it.

چانل ژمارە 5 پارەیهكى زۆرى بۆ ئەو پەیداكرد بە شیوەیهك كە ئەو نەیدەویست لە دەستى بدات. كۆكۆ و ویرتھیمیر و پاريزەرەكانیان دەستیان بە مشتومر كرد لەو بارەیهو.

But while Coco and Wertheimer fought for control of Chanel No. 5, the Germans were slowly losing control of the war.

بەلام لە كاتێكدا كۆكۆ و وێرتھایمەر ئەجەنگان بۆ دەست بەسەردا گرتنی چانل ژمارە 5، ئەلمانییەكان هیواش هیواش كۆنترۆلی جەنگەكەیان لە دەست دەدا.

In June 1944, the British and the Americans landed on the beaches of the west of France and started to move towards Paris.

لە حوزەیرانی 1944دا، بەریتانییەكان و ئەمریکییەكان نیشتنەوه لەسەر كەنارەكانی پۆژئاوای فەرەنسا وە دەستیان بە جۆلە كرد بەرەو پاریس.

Two months later, they were just outside the city. The Germans realized that they were beaten and started to leave.

دوو مانگ دواتر، ئەوان نزیک دەرەوهی شار بوون. ئەلمانییەكان بۆیان دەرکەوت کە ئەوان دۆراون و دەستیان بە پوشتن کرد.

The people of Paris opened the doors of their houses, had parties and danced in the streets. But Coco wasn't so happy.

خەلکی پاریس دەرگای مالهەکانیان کردەوه، ئاهەنگیان ئەگێراو سەمایان ئەکرد لە شەقامەکاندا. بەلام كۆكۆ زۆر دلخۆش نەبوو.

She knew that many French people were angry with people who had helped the Germans in the war and they wanted to punish them.

ئەو ئەيزانی زۆربەى خەلکى فەرەنسا تورە بوون لەو کەسانەى کە یارمەتى ئەلمانىيەکانیان داوە لە جەنگە کەدا وە ئەیانویست سزایان بدەن.

Would they want to punish Coco? She wasn't going to wait to find out. When the war ended, she left France and went to live abroad.

ئایا ئەوان ئەیانویست سزای کۆکۆ بدەن؟ ئەو چاوەڕپى نەکرد تا بۆى دەرکەوێ. کاتی کە جەنگە کە کۆتایى هات، ئەو فەرەنساى بەجێهێشت و پوشت تا لە دەرەو بەژى.

For most of the next eight years, Coco lived quietly in Switzerland. She soon found out that she was so rich that she didn't need to work.

بۆ هەشت ساڵى داهاوو، کۆکۆ بە تەواوى لە سوئیسرا ژیا. ئەو هەر زوو بۆى دەرکەوت ئەوەندە دەوڵەمەند بوو کە پێویستى بە کار کردن نییه.

She continued to argue with Pierre Wertheimer about the control of Chanel No. 5 from her new Swiss home.

ئەو بەردەوام بوو لە مشتومڕ لەگەڵ پیر وێرتیهیمیر لە بارەى دەست بەسەردا گرتنى چانل ژمارە 5 لە ماله نوێیه سوئیسىيە کە یەو.

But when he returned to France after the war, they found a way to solve their problems.

بەلام دواى ئەو ەى پىيەر وئرتەيمىر گەرايەو ە بۇ فەرەنسا دواى جەنگەكە، ئەوان پىگايەكيان دوزىيەو ە بۇ چارەسەرکردنى كىشەكانيان.

Wertheimer kept control of the perfume business, but he agreed to pay Coco 2% of the money from sales of the perfume around the world.

وئرتەيمىر بەردەوام بوو لە كۆنترۆلكردنى بازىرگانی بۆنەكە، بەلام قایل بوو لە سەدا دووى پارەى فرۆشتنى بۆنەكە لە جىهاندا بەدات بە كۆكۆ.

This meant that Coco was now earning around \$1 million a year and she didn't even have to get out of bed in the morning!

ئەمە ماناى ئەو ە بوو كە كۆكۆ لەو كاتەدا نزىكەى يەك ملیۆن دۆلارى قازانچ ئەكرد لە سالىكدا ە تەنانەت پىويستى نەئەكرد ئەو لە ناو جىگای نوستن بىتە دەرەو ە بىانيان!

As the years passed, some people still remembered the beautiful Chanel clothes from the years before the war; but they soon forgot the rich old lady who had designed them.

لەگەل تىپەربوونى سالد، ەندى كەس ەنشتا جل و بەرگە جوانەكانى چانلى سالانى پىش جەنگيان لەبىر بوو، بەلام ەرزوو خانە دەولەمەندە پىرەكەيان لەبىر كەرد كە دىزايىنى كەردبوو.

Although Coco now had everything that she wanted, she didn't really like her new life. She had loved her work and now she missed the world of fashion.

هەرچەندە كۆكۆ لىو كاتەدا ھەموو ئەو ھى ئەيويست ھەيىبو،

ئەو لىو راستىدا ژيانە نوپىيەكەى خۇى بەدل نەبوو. ئەو ھەزى لىو

كارەكەى بوو وە لىو كاتەدا ئەو بىرى جىھانى فاشيۇنى ئەكرد.

She still read fashion magazines and looked carefully at all the new designs. But Coco found that more and more often she didn't like what she saw.

ئەو ھىشتا گۆقارى فاشيۇنى ئەخويندەو وە بە وريايى سەيرى

ھەموو دىزايىنە نوپىيەكانى ئەكرد. بەلام كۆكۆ بوى دەرکەوت

زىاترو زىاتر ھەزى بە ئەو نپىيە كە ئەيىپىنى.

The new star designer in the fashion world was a French man called Christian Dior.

ئەستىرەى نوپى دىزايىنەر لىو جىھانى فاشيۇندا پياويكى

فەرەنسى بوو بە ناوى كرىستىن ديور.

In 1947, he produced his 'New Look'. His shirts and jackets were tight and made it difficult for women to breathe.

لىو سالى 1947دا ئەو نوپىترىن شىۋازى خۇى بەرھەمەينا.

كراس و چاكەتەكانى ئەو تەسك بوون وە سەختى ئەكرد بو

ژنان ھەناسە بەدن

His skirts and dresses were narrow at the waist and wide at the bottom and they reached down to women's shoes.

تهنوره و عهزیه کانی تهسک بوون له کهمهردا وه فراوان بوون له خواره وه وه نهگهشته خوار قونه رهی ژنانه وه.

Women loved Dior's clothes. They were very different to the boring clothes and uniforms that they had had to wear during the war years.

ژنان هه زیان له جل و بهرگه کانی دیور بوو. نهوانه زور جیاواز بوون لهو جل و بهرگه بیزارکه رو په سمییانه ی که پیویست بوو له بهریبکه ن له ماوه ی سالانی جهنگدا.

They were also very different to the Chanel look of the years before the war.

وه ههروه ها زور جیاواز بوون له تیپروانی نی چانل له سالانی پیش جهنگدا.

Every year, Christian Dior's 'New Look' made Coco more and more angry. In 1953, she decided that she couldn't sit and watch and do nothing.

هه موو سالیك، شیوازی نویی کریستن دیور کوکو ی زیاترو زیاتر توپه نه کرد. له سالی 1953 دا، نهو بریاری دا که نه توانی دانیشیت و سهیر بکات و هیچ نه کات.

She had to return to the fashion business. She returned to Paris and started to design new clothes for a fashion show the next year.

ئەو پىنويست بوو بىگەرپىتەو ە بۇ بازىرگانى فاشيۇن. ئەو گەرايەردە بۇ پارىس و دەستىكرد بە دىزايىنكردنى جل و بەرگى نوى بۇ فاشيۇن شۆيەك لە سالى داھاتوودا.

Many people thought she was crazy. 'What does a seventy-year-old woman know about modern fashion?' they asked. 'Doesn't she know that times have changed?

زۆربەى خەلك پىيانوابوو ئەو شىتە. پىرەژنىكى ھەفتا سالە چى ئەزانى لە بارەى فاشيۇنى مۇدىرنەو؟ ئەوان پرسىارىيان ئەكرد. ئايا ئەو نازانى كات گۇراو؟

'But Coco didn't listen and on 5 February 1954, she introduced her new designs at a fashion show in Paris.

بەلام كۆكۆ گوينى نەگرت وە لە 5ى شوباتى 1954دا، ئەو دىزايىنە نويىەكەى خوى ناساند لە فاشيۇن شۆيەك لە پارىس.

The show was a disaster. The newspapers said that they were clothes for old ladies and country people.

پيشاندانەكە كارەسات بوو. پۇژنامەكان وتيان ئەوانە جل و بەرگ بوون بۇ خانمە پىرەكان و خەلكى لادى.

Coco was upset and angry that her designs had been criticized so strongly.

كۆكۆ وەرپس و تورپ بوو لهوهی كه دیزاینهكانی به توندی
رهخنه ی لی گیراوه.

'These people just don't understand,' she said. 'It's true that I'm old, but I'm still one of the greatest designers in the world.'

ئهم خهلكانه هيچ تیناگهن، ئهو وتی. ئهوه راسته من پیرم، بهلام
من هیشتا یهكێك له گهورهترین دیزاینه رهكانم له جیهاندا.

I changed women's fashion once and I know I can change it again. I'll show them!' So Coco didn't return to Switzerland and she didn't stop working.

ستايلی ژنانم گۆپی جاريك وه ئهزانم كه ئهتوانم بیگۆرم
جاريکی تر. پيشانیان ئهدهم! بۆیه كۆكۆ نهگهرايهوه بو
سويسرا وه وازی له کارکردن نههینا.

The next year, she produced some different designs for another fashion show and this time many people liked them.

سالی داهاتوو، ئهو ههندی دیزاینی جیاوازی بهرهمهینا بو
فاشیۆن شوپیهکی تر وه ئهم جاره زۆربهی خهلك بهدلیان بوو.

The year after that, there was another new show and more and more people started to admire her clothes.

سالی دواي ئهوه، پيشانگایهکی نوێ ههبوو وه زیاترو زیاتر
خهلك جل و بهرگهكانی ئهویان بهدل بوو.

By the end of the 1950s, she was again one of the most important fashion designers in the world.

له كۆتايى سالانى 1950، ئۇ ديسان يەككە له گرنگترين

فاشيون ديزاينەرەكانى جيهان بوو.

During the 1960s, rich and beautiful women from all over the world visited Coco's offices to ask for advice and to buy new suits and skirts and dresses.

له ماوهى سالانى 1960دا، ژنه دهولەمەندو جوانەكان له

هەموو جيهانەوه سەردانى نوسینگەكانى كۆكۆيان ئەکرد تا

داواى پېنمىيى بکەن وه تا قات و تەنورەو عەزى نوێ بکړن.

Coco was rich and successful, but nobody really knew if she was happy. For the final seventeen years of her life, she lived alone in the Ritz Hotel in Paris.

كۆكۆ دهولەمەندو سەركەوتوو بوو، بەلام كەس له راستیدا

نەیدەزانى كە ئایا ئۇ دلخۆش بوو. له كۆتايى حەفتا سالى

ژيانیدا، ئۇ بە تەنیا ئەژیا له هۆتیلی ریتز له پاريس.

Every morning she walked across the road to work in the offices above one of her shops.

هەموو بەيانییەك ئۇ بە پیاسە بە پێگاكدە ئەپۆشت بۆ كار

کردن له ناو نوسینگەكاندا له سەرو یەككە له دوكانەكانییهوه.

She was often still cutting cloth and making dresses late at night. Why did she work so hard?

ئەو ھېشتا زۆربەى كات قوماشى ئەپرى و عەزى دروست ئەكرد
تا درەنگى شەو. بۆچى ئەو ئەوئەندە بە سەختى كارى ئەكرد.

She once said, 'Work has always been a kind of drug for me. 'If work was her drug, it was a drug that helped her to live for a long time.

ئەو جاريكيان وتى، كار ھەميشە جۆرە دەرمانىك بوو بۆ من.
ئەگەر كار دەرمانى ئەو بووبىت، ئەو ئەو دەرمانە بوو كە
يارمەتى ئەوى داوہ بۆ ماوہىەكى زۆر بڑى.

She was still designing new clothes for the world's top women. When she died in 1971, She was eighty-seven years old.

ئەو ھېشتا جل و بەرگى نوئى ديزاين ئەكرد بۆ بەناوبانگترين
ژنەكانى جىهان. كاتىك كە مرد لە سالى 1971 دا، تەمەنى
ھەشتا و حەوت سال بوو.

Today, 'Chanel' is still one of the most important names in fashion and cosmetics, but the modern 'House of Chanel' is very different to Coco's old company.

ئەمرو، چانل ھېشتا يەككە لە گرنگترين ناوہكانە لە فاشيون و
كەرەستەى جوانكاریدا، بەلام "كوئشكى چانل"ى مۆديرن زۆر
جياوازە لە كومپانيا كۆنەكەى كۆكۆ.

A new boss, the German designer Karl Lagerfeld, joined the company in 1983 and introduced several new ideas.

سەرۆکیکی نوێ، دیزاینەری ئەلمانی کارل لاجەرڤیڵد،
پەیوەندی بە کۆمپانیاکەوه کرد لە ساڵی 1983 دا وە زۆر
بیروکەیی نوێی ناساند.

He saw that the company could use Chanel's famous name to sell many different products all over the world.

ئەو بینی کە کۆمپانیاکە ناوی بەناوبانگی چانلی بەکارهێناوه
بۆ فرۆشتنی زۆر بەرهەمی جیاوازی لە سەرانسەری جیهاندا.

Soon the company had shops in over forty countries. The Chanel name was on hats, belts, jewellery, clothes and handbags, as well as on many different kinds of cosmetics.

هەر زوو کۆمپانیاکە دوکانی کردەوه لە زیاتر لە چل وڵات.

ناوی چانل لەسەر کلاو، قایش، خشل، جل و بەرگ، وە جانتای

دەستی بوو، لە هەمان کاتدا لەسەر زۆر جووری جیاوازی

کەرەستەیی جوانکاری بوو.

Chanel's products were bought by many more women than ever before.

بەرەمه‌مەکانی چانل لە لایەن ژنانی زیاترەوه ئەکێدرا وەک لە
پێشتر.

But if Coco were still alive today she would probably be pleased with many things about the modern company.

بەلام ئەگەر كۆكۆ ھىشتا زىندوو بووايە ئەمىرۇ ئەو لەوانەيە
دلخۇش بووايە بە ھەموو ئەو شتەنە لە بارەى كۇمپانىيەى
مۇدىرنەو.

She could walk into the best shop in any big city in the world and buy her Chanel No. 5 perfume and it would still be in the same square bottle.

ئەيتوانى بىروات بۇ باشتىن دوكان لە ھەر شارىكى گەورە لە
جىھان دا وە بۇنى چانل ژمارە 5 بىرى وە ھىشتا لە ھەمان
بۇتلى چوارگۆشەدا بووايە.

She could walk into a Chanel shop and still find smart suits and beautiful dresses in the simple Chanel tradition.

ئەيتوانى بىروات بۇ دوكانىكى چانل وە ھىشتا قاتى مۇدىرن و

ەزى جوان بدۆزىتەو بە شىۋازى سادەى چانل.

In her work as a designer, Coco Chanel loved simple styles because she believed that a woman was always more important than the dress that she wore.

لە كارەكەيدا وەك دىزەينەرىك، كۆكۆ چانل ەزى لە شىۋازى

سادە بوو لەبەرئەوئەى ئەو پىنيوالبو كە ژنىك ھەمىشە گىرنگىر

بوو لەو جل و بەرگەى كە لەبەرى ئەكات.

'Dress badly,' she once said, 'and people will notice the dress. Dress well and people will notice the woman.'

ئەو جاريكيان وتى: بە ناپىكى خوت بپوشە، خەلك تىيىنى جل و بەرگەكەت ئەكەن. بە باشى خوت بپوشە وە خەلك تىيىنى ژنەكە ئەكەن.

'In her life, people noticed Coco Chanel not just because of wonderful clothes, but also because she was the first and most successful international businesswoman of the twentieth century.'

لە ژيانى ئەودا، خەلك تىيىنى كۆكۆ چانليان كردووە نەك تەنھا بۆ جل و بەرگى سەرنجراكيش، بەلكو ھەر ھەروھا لە بەرئەوھى ئەو يەكەم وە سەركەوتووترين ژنە بازرگانى نيودەولەتى بوو لە سەدھى بىستەم دا.

Chapter 2 Hanae Mori

بەندى 2 ھانا مۆرى

I entered a world, the world of fashion, where women had little place!

Hanae Mori

رۆشتمە ناو جىھانىك، جىھانى فاشيۆن، ئەو شويىنەى كە ژنان
شويىنكى بچوكيان تىيدا ھەيە!

ھانا مۆرى

One afternoon in 1961, a young Japanese woman called Hanae Mori arrived at the offices of the great fashion designer, Coco Chanel, in Paris.

نيوهرۆيهكيان لە ساڵى 1916، ژنيكى يابانى لاو بە ناوى ھانا
مۆرى گەيشتە نوسينگەکانى فاشيۆن ديزاينەرى گەورە، كۆکۆ
چانل، لە پاريس.

Hanae was nervous. She had always admired the pictures of Chanel's clothes that she had seen in fashion magazines at home in Japan.

ھانا نىگەرەن بوو. ئەو ھەميشە ويىنەى جل و بەرگەکانى چانلى
بەدلى بوو كە لە فاشيۆن مەگەزىن دا ئەيىبينىن لە مالىەو لە
يابان.

ئەۋكەسىكە بە تىروانىنى زۆر بەھىزەۋە.

سەیری ژنه‌کانی نه‌کرد له‌نوسینگه‌که‌دا نه‌هاتن و نه‌روشتن.

بلوژی فراوانیان له بهرکردبوو له گهڵ زۆر خشتلی جواندا.

لیٰ نہ کردہ وہ۔

بینینی دیزاینرہ مہزنہ کہ۔

Hanae was surprised when she first saw her. Chanel was much smaller than she had expected.

هانا سه رسام بوو کاتیک که یه کهم جار نه وی بینى. چانل له وه بچو کتر بوو که نه و پیشبینى نه کرد.

And although she was now an old woman in her seventies, Hanae could easily imagine her as a beautiful young woman many years before.

وه هه رچه نده نه و له و کاته دا پیره ژنیک بوو له ته مه نى

حه فتاکاندا، هانا به ئاسانى نه يتوانى نه و بهينيته بهر چاوى

خوى وه ک ژنیکى لوى جوان له سالانىکى زور له مه وپيش دا.

Chanel looked at Hanae carefully and then said, 'You have wonderful black hair. We must dress you in orange like the sun.

چانل به وریایى سهیرى هانای کرد وه پاشان وتى، تو قرژکى

ره شى سه رنجر اکنشت ههیه. نیمه نه بى تو به رهنگى پرته قالى

بیوشین وه ک روژ.

'Hanae thought for a moment. She didn't want to be rude to such an important woman, but she didn't agree with her at all.

هانا بو ساتیک بیرى کرده وه. نه و نه یده ویست بى شهرم بیت

له گه ل ژنیکى ناوا گرنگدا، به لام به هیچ شیوه یه ک قایل نه بوو به

بوچوونى نه و.

'I'm not sure about that,' she said. 'I like quiet colours.'

من دُنیا نیم له و بارهیه وه، ئه و وتی. ئاره زووی پهنگی مات ئه کهم.
'The two women discussed it for a few minutes and then decided that Chanel would make Hanae a black suit with orange at the edges.

دوو ژنه که مشتومریان کرد بو چه ند خوله کیك وه پاشان
بریاریان دا که چانل قاتیکی رهش دروست بکات بو هانا له گهل
پهنگی پرته قالی له پوڅه کانییه وه.



Hanae Mori

When Hanae left Chanel's offices, she knew that she had bought a suit that was just right for her character.

کاتیڤ که هانا نوسینگه کانی چانلی به جیهیشت، ئه و زانی که قاتیکی کریوه که گونجاوه بو که سایه تی ئه و.

But she had also got something much more important from her meeting with Chanel. Hanae had realized that she wanted to be a designer like Coco Chanel.

به لام ئه و ههروه ها شتیکی زور گرنگتری دهسکه وت له چاوپیکه وتنه که وه له گهل چانل دا. هانا ههستی به ئه وه کرد که ئه یویست بییت به دیزاینه ر وه ک کوکو چانل.

Before she met Chanel, she had always thought that designer fashion was a man's world. Now she knew that if Coco Chanel could succeed, then she could too.

پیش ئه وه ی چانل ببینی، ئه و هه میشه وا بیرى ئه کرده وه که دیزاینی فاشیون جیهانی پیاوانه. ئه و له و کاته دا ئه وه ی زانی که ئه گهر کوکو چانل توانی بییتی سه رکه وتوو بییت، که واته ئه ویش ئه توانی.

Hanae went back to Tokyo and two years later started her own design company. Within thirty years, it had grown into a five-billion-dollar business.

هانا گه پرایه وه بو توکیو وه دوو سال دواتر دهستی به
کومپانیای دیزاینی خوئی کرد. له ماوهی سی سالدای، گه شهی
کرد بو بازرگانییه کی پینج بلیون دۆلاری.

.

When Hanae met Coco Chanel in 1961, she already had a lot of experience of the clothes business, although she had never worked in designer fashion before.

کاتیك كه هانا كوكو چانلی بینی له سالی 1961 دا، ئهو
پیشتر ئه زمونیکی زۆری هه بوو له باره ی بازرگانی جل و
به رگه وه، هه رچه نده ئهو هه رگیز له دیزاینی فاشیون دا کاری
نه کردبوو پیشتر.

Her interest in clothes had started when she was a child in a small village in Shimane in the south-west of Japan.

ئاره زووی ئهو له جل و به رگ دا دهستی پیکرد له کاتیكه وه كه
منال بوو له گوندیکی بچوك له شیمان له باشوری پوژئاوای
یابان.

Her family was traditional in many ways, but her rich father liked his children to be dressed in the latest European styles.

خیزانه کە ی لە زۆر پوووهوه عەشایەر بوون، بەلام باوکە دەولەمەندە کە ی حەزی دەکرد مەنڵەکانی بە نوێترین شیوازی ئەوروپی خۆیان بپۆشن.

Little Hanae always felt very different from the other village children who arrived at school in their simple Japanese clothes, while she wore an expensive suit from Paris or London.

هانای بچکۆله هەمیشە زۆر هەستی بە جیاوازی ئەکرد لە مەنڵەکانی تری لادیکە کە ئەگەشتنە قوتابخانە بە جل و بەرگی سادە ی یابانییەوه، لە کاتی کدا کە هانا قاتی گرانبەهای پاریس و لەندەنی لەبەردەکرد.

As she grew up, Hanae often argued with her father about her future. He wanted her to be like him and to become a doctor, but Hanae wanted to study art.

کاتیک کە گەورە بوو، هانا زۆربە ی کات مشتومپی لەگەڵ باوکی ئەکرد لە بارە ی داها توویەوه. باوکی ئەیویست هانا وهك خۆی بێت و ببیت بە پزیشك، بەلام هانا ئەیویست هونەر بخوینی.

'Art?' her father used to say. 'Art is a wonderful hobby, but it's not a real subject to study.'

هونەر؟ باوکی ئەیوت. هونەر خولیایەکی نایابە، بەلام بابەتیکی راست نییە بۆ خویندن

In the end they agreed that Hanae would study literature, and so she left her family and started a course in Japanese literature at university in Tokyo.

له كۆتايدا ئەوان قايىل بوون كە هانا ئەدەب بخوینى، وە بۆيە
هانا خەزانەكەى بەجیھەشت و دەستى بە كۆرسىك كەردە
ئەدەبى يابانى لە زانكۆ لە توكیو.

But before she could finish her studies, the Second World War started. Like many other women students, Hanae had to stop studying and go to work in a factory.

بەلام پيش ئەوەى بتوانى خویندەكەى تەواو بكات، جەنگى
جیهانى دووهم دەستى پێكەرد. وەك زۆربەى ژنە
خویندكارەكانى تر، هانا پيوست بوو واز لە خویندن بەینى و
بپروات بۆ كار كەردن لە كارگەىەك.

Soon she realized that the war was going badly for Japan.

ھەر زوو ئەو بۆى دەرکەوت جەنگەكە خراپ ئەپروات بۆ يابان.
Every night she heard the American planes in the air above Tokyo and she listened for the sound of the explosions as the bombs fell in the city around her.

ھەموو شەوئى ئەو گوئیى لە فرۆكە ئەمریکییەكان بوو لە ھەوادا
بەسەر توكیووە وە گوئیى ئەگرت بۆ دەنگى تەقینە وەكان كاتێك كە
بۆمبەكان بەرئەبوونەو ناو شار لە دەورى ئەو.

When the war ended in 1946, Japan had a lot of problems. Many of its cities had been destroyed, and millions of its people had been killed.

كاتيك كه جهنگه كه كوتايي هات له سالي 1946 دا، يابان زور
كيشه هه بوو. زوربه ي شاره كاني كاوول كرا بوون، وه به
مليونان له خه لكه كه ي كوژرابوون.

But Hanae wanted to return to normal as quickly as possible. So she went back to university and finished her studies in 1947.

به لام هانا ئه يويسه ئه وهنده ي بكرى خيرا بگهريته وه بو باري
ئاسايي. بويه ئه و گه پرايه وه بو زانكوو خويندنه كه ي ته واو كرد
له سالي 1947 دا.

At that time there seemed little chance that she would go into business.

له و كاته دا وا ديار بوو دهره تي كه م هه يته كه بچيته ناو
بازرگانييه وه.

The year before, Hanae had fallen in love with a rich young man called Ken Mori, whose family owned a factory that made cloth.

سالي پيشتر، هانا كه وته داوي خوشه ويستيه وه له گه ل
پياويكي لاوي دهوله مهند دا به ناوي كين موري، كه خيزانه كه ي
كارگه يه كيان هه بوو قوماشي دروست ئه كرد.

They were soon married and it seemed that Hanae would become a housewife.

ئەوان ھەر زوو ھاوسەرگىرييان کردو وا ديار بوو که هانا ببيت به ژنى مالهوه.

Until the end of the Second World War, Japan had been a very traditional society and a woman was simply expected to be a good wife and a wise mother.

ههتا کۆتايى جهنگى جيهانى دووهم، يابان بوو به کۆمهلگايهكى زۆر دىرينى وه ژن تهنها پىشيبىنى ئەکرا ببيت به ھاوسەرنكى باش و دايکىكى ھۆشيار.

At first, Hanae was ready to accept this situation. 'I had no problem with becoming a housewife,' she said.

له سەرەتادا، هانا ئاماده بوو ئەم بارودۆخه پەسەند بکات. ههچ کىشهه نيه له گهڵ بوون به ژنى مالهوه، ئەو وتى.

But it was soon clear that a life at home, looking after her husband and her family, was not for her.

به لām ھەر زوو ئاشکرا بوو که ژيان له مالهوه، چاودىريکردنى مىزدهکەى و خىزانەکەى، بۆ ئەو نه بووه.

After just a few months, Hanae was bored. She started looking around for something to keep her busy.

دواى تهنها چهەند مانگىكى كهەم، هانا بىزار بوو. ئەو دەستى به گهەران کرد بۆ شتىك كه سەرقالى بکات.

In the late 1940s, Japanese society was slowly changing.

له کۆتایی سالانی 1940 دا، کۆمه‌نگای یابانی هیواش هیواش
نه‌گۆرا.

In 1946, Japanese women had been allowed to vote for the first time and a few women had become politicians in Japan's parliament.

له سالی 1946 دا ژنی یابانی ریگهی پندرا ده‌نگ بدات بو
یه‌که‌م جار وه چهند ژنیکی که‌م بوون به‌سیاسه‌تمه‌دار له
په‌رله‌مانی یابان دا.

There were still very few Japanese businesswomen, but if women could become politicians, why couldn't they also become successful in other areas?

هیشتا زۆر که‌م ژنه‌بازرگانی یابانی هه‌بوو، به‌لام نه‌گه‌ر ژن
بتوانن ببن به‌سیاسه‌تمه‌دار، بوچی ناتوانن سه‌رکه‌وتوو بن له
بووه‌کانی تره‌وه؟

Hanae decided to try business. She had always been interested in clothes, she loved art and she was married to a man who owned a cloth factory.

هانا بریاری دا بازرگانی تاقی بکاته‌وه. نه‌و هه‌میشه‌ئاره‌زووی
جل و به‌رگی کردوو، نه‌و چه‌زی له‌هونه‌ر بوو وه‌هاوسه‌رگیری
له‌گه‌ل پیاوینکا کردوو که‌خاوه‌ن کارگهی قوماشه‌.

So the clothes business was the obvious choice for her. Over the next two years, she learnt about designing clothes, cutting cloth, selling clothes and running a business.

بۆیە بازرگانی جل و بهرگ هه‌لبژاردنیکی ئاشکرا بوو بۆ ئه‌وه‌. له‌
ماوه‌ی دوو ساڵی داهاتوودا، ئه‌وه‌ فیۆری دیزاینی جل و بهرگ
بوو، بریننی قوماش، فرۆشتنی جل و بهرگ وه‌ به‌رپۆه‌بردنی
بازرگانی.

By 1951, she felt that she was ready to make and sell her own clothes. She started in a small way, making clothes for a few people, but then she had a piece of luck.

له‌ ساڵی 1951 دا، ئه‌وه‌ هه‌ستی کرد ئاماده‌ بووه‌ بۆ
دروستکردن و فرۆشتنی جل و بهرگی خۆی. ئه‌وه‌ له‌ پرێگایه‌کی
بچوکه‌ وه‌ ده‌ستی پێکرد، دروستکردنی جل و بهرگ بۆ چه‌ند
خه‌ڵکی که‌م، به‌لام پاشان ئه‌وه‌ به‌ختی هه‌بوو.

An important Japanese film producer saw one of her designs and loved it. He called Hanae. 'Could you make some clothes for my next film?' he asked.

فیلم به‌رهمه‌ینه‌ریکی یابانی گرنگ یه‌کیک له‌ دیزاینه‌کانی
ئه‌وه‌ی بیینی و به‌ دلی بوو. ئه‌وه‌ بانگی هانای کرد. ئه‌وه‌ توانی
هه‌ندیک جل و بهرگ دروست بکه‌ی بۆ فیلمه‌که‌ی داهاتووم؟ ئه‌وه‌
پرسیاری کرد.

Hanae said 'yes' without even thinking about it.

هانا وتی بهائی به بی ئهوهی تهنا تهنا ته بیری لی بکاته وه.

Over the next six years, she made clothes for many Japanese films and worked with people like Yasujiro Ozu and Nagisa Oshima.

له ماوهی شهش سالی داهاتوودا، ئه و جل و بهرگی دروست
ئه کرد بۆ زۆر فیلمی یابانی وه کاری له گه ل ئه و که سانه دا ئه کرد
وهک یاسوژیرو ئۆزو وه ناگیسا ئۆشیمایا.

In Japan it was a time when people were building the economy again after the war.

له یابان کاتی ئه وه بوو که خه لک ئابوریان بنیاد ئه نا جاریکی
تر دوا ی جهنگ.

They had high hopes for the future, and when they went to the cinema they wanted to see film stars who looked bright, strong and confident.

ئه وان هیوای زۆریان هه بوو بۆ داهاتوو، وه کاتی که ئه پوشتن
بۆ سینهما ئه یانویست ئه و ئه ستیرانه ی فلیمه که ببینن که
گه شبین و به هیزو دلیا دهرئه که وتن.

Hanae's clothes for Japan's stars caught this mood perfectly. Her experience of working in the film industry was very important for her.

جل و بهرگه کانی هانا بۆ ئه ستیره یابانییه کان ئه م بارودوخه ی
ئه گرته وه به ته وای. ئه زمونی کار کردنی ئه و له پیشه سازی
فیلم دا زۆر گرنگ بوو بۆ ئه و.

'My eyes were opened to the world,' she said. 'I understood that there were many different types of women.'

چاوه کانم کرانه وه به پووی جیهاندا، ئەو وتی. تیگه شتم له وهی زۆر جووری جیاواز ژن هه بووه.

I realized how men looked at women and how they loved them.

بۆم دهرکهوت چون پیاوان سهیری ژنانیان کردووه وه چون خوشیان ویستوون.

'By the time she arrived in Paris for her meeting with Coco Chanel, Hanae already knew a lot about the clothes business and had made a lot of money from it.'

لهو کاته دا ئەو گهشته پاریس بۆ چاوپیکه وتنه که ی له گه ل کۆکۆ چانلدا، هانا پیشتر زۆری ئەزانی له باره ی بازرگانی جل و بهرگه وه وه پاره یه کی زۆری پهیدا کردبوو.

But her move into designer fashion in the early 1960s was something quite new for her.

به لام چوونه ناو دیزاینی فاشیۆنه وه له سه ره تای سالانی 1960 دا شتیکی تهواو نوی بوو بۆ ئەو.

When Hanae returned from Paris, she travelled to New York to study European and American design.

كاتيڭ كه هانا گه پايه وه له پاريس، گه شتي كرد بو نيورك بو خويندني ديزايني ئه وروپي و ئه مريكي.

Then in 1965, she opened a shop in Tokyo to sell her own designer clothes.

پاشان له ساالي 1965 دا، دوكانه يكي كرده وه له توكيو بو فروشتني جل و بهرگه ديزاينه كاني خوي.

As Hanae's business grew over the next few years, she noticed that the fashion industry was changing in important ways.

كاتيڭ كه بازركانييه كه ي هانا گه شه ي كرد له ماوه ي چه ند ساالي كي كه م دا، ئه و تيبيني ئه وه ي كرد پيشه سازي فاشيون ئه گوڤري له چه ند پروويه كي گرنگه وه.

Coco Chanel had always designed clothes specially for each customer; when Hanae Mori bought her suit from Chanel in 1961, she knew that she was buying something that had been made just for her.

كوكو چانل هه ميشه به تايبه تي جل و بهرگي ديزاين ئه كرد بو هه ر كپاريك، كاتيڭ كه هانا موري قاته كه ي كپري له چانل له ساالي 1961 دا، ئه و زاني شتيكي كپيوه كه ته نها بو ئه و دروستكراوه.

But the younger designers of the late 1960s were more interested in making clothes that were ready to wear.

به لām دیزاینه ره لاهه کانی کو تای سی سالانی 1960 زیاتر نارەزووی دروستکردنی ئەو جل و بەرگانه یان ئەکرد که نامانە بن بۆ له بهرکردن.

These could be produced in much larger quantities, which allowed fashion designers to expand their businesses.

ئەمە ئەکرا بهرهم بهینری به پێژە ی زیاتر، که پێگە ی فاشیۆن دیزاینه ره کانی ئەدا بازەرگانییه کانیان فراوان بکەن.

Now they could have many shops in countries all round the world. As a result, designer fashion became much more international.

ئەو کاتە ئەیان توانی زۆر دوکانیان هەبیت له ولاته کانی هەموو جیهان. له ئەنجام دا، دیزاینی فاشیۆن زۆر زیاتر نیوده ولەتی ئەبیت.

Hanae was very comfortable with this change, because from the start of her work in designer fashion, she wanted to make sure that her business was international.

هانا زۆر ئاسوده بوو بهم گۆرانه، له بهر ئەوهی له سه ره تای کاره که یه وه له دیزاینی فاشیۆن دا، ئەو ئەویست دانیای بیت له وهی که بازەرگانییه که ی نیوده ولەتییه.

She had her first fashion show in New York in 1965, and in the 1970s she started to have regular fashion shows in Paris too.

يەكەم فاشيۇن شوۋى ئەو لە نيۇرك بوو لە سالى 1965دا، وە لە سالانى 1970دا ئەو دەستى بە چەند فاشيۇن شوۋىەكى يەك لە دواى يەك كرد لە پارىسەش ھەروەھا.

The most important part of Hanae's business has probably always been in Japan, where she now has over seventy shops.

گرنىگىرىن بەشى بازىرگانىيەكەى ھانا لە وانەيە ھەمىشە لە يابان بووبىت، ئەو شوۋىنەى كە ئەو ئىستى زياتر لە ھەفتا دوكانى تىيدا ھەيە

But she also has three shops in Paris, and customers can buy her clothes in over a hundred places in the US.

بەلام ئەو ھەروەھا سى دوكانى لە پارىس ھەيە، وە كېرەھەكان ئەتوانن جل و بەرگى ئەو بىكېن لە زياتر لە سەد شوۋىن لە ئەمەرىكا.

She has also always tried to mix Eastern and Western ideas in her designs.

ئەو ھەروەھا ھەمىشە ھەولەيداۋە بىرۈكەى پۇرژەلەتى و پۇرژاۋايى تىكەن بىكات لە دىزايىنەكانىدا.

She designed long dresses in a Western style which were covered with Japanese writing.

ئەو عەزى درىژى دىزاین ئەکرد بە شىۋازى پوژئاوايى كە بە نوسىنى يابانى داپوشرابوو.

She liked to use cloth which was decorated with Eastern pictures of flowers and birds.

ئەو حەزى ئەکرد ئەو قوماشانە بەكاربەينى كە بە وينەى پوژھەلاتى گول و بالندە پازينرابوو.

She made suits in a European style, but with collars like the ones worn by China's Mao Zedong.

ئەو قاتى دروست ئەکرد بە ستايلى ئەورويى، بەلام يەخەكانى وەك ئەوانە وابوو كە لە لايەن ماو زىدونكى چينەو لەبەرئەكرا.

In Japan, rich women loved her ideas and found that they could wear her clothes for all occasions: business, sport and parties.

لە يابان، ژنانى دەولەمەند بىرۆكەكانى ئەويان بە دل بوو وە بويان دەرکەوت ئەتوانن جل و بەرگەكانى ئەو لەبەربەكەن بوو ھەموو بۆنەكان: بازرگانى، وەرزش وە ئاھەنگەكان.

One of Hanae's greatest moments was the design of a wedding dress for Masako Owada when she married Prince Naruhito in 1993.

يەككە لە مەزنترين ساتەكانى ھانا دىزايىنى عەزىيەكى ھاوسەرگىرى بوو بوو ماساكو ئووادا كاتىك كە شوى كرد بە شازادە ناروھىتو لە سالى 1993دا.

But her clothes have been popular not just with Japanese women, but with many rich Europeans and Americans as well, including film stars like Grace Kelly and Sharon Stone and presidents' wives like Nancy Reagan and Hillary Clinton.

بەلام جل و بەرگەکانی ئەو تەنھا لای ژنانی یابانی بەناوبانگ نەبوو، بەلکو لای زۆر ئەوروپی و ئەمریکی دەولەمەند لە هەمان کاتدا، لەوانە ئەستیرەیی فیلمەکان وەک گرەیس کیلی و شارن ستۆن وە ژنی سەرۆکەکان وەک نانسی رینگان و هیلاری کلینتن.

Just like Coco Chanel, Hanae also understood that success in fashion could lead to success in other industries.

هەر وەک کۆکۆ چانل، هانا هەرۆهە لەو تێگەشت کە سەرکەوتن لە فاشیۆن دا ئەتوانی بتبات بۆ سەرکەوتن لە پیشەسازییەکانی تردا.

Chanel had shown that when people bought a bottle of perfume, they were buying more than a liquid with a nice smell.

چانل ئەوەی پیشان دا کاتێک خەڵک بۆتلیک بۆن بکڕن، ئەوان زیاتر لە شلەیهکیان کڕیوە بە بۆنیکی خوشەوه.

The success of Chanel No. 5 showed that people wanted perfume with a stylish image; they wanted perfume with a special name in a special bottle and they were happy to pay a lot of extra money for this.

سەرکەوتنى چانل 5-پيشانى دا خەلك بۇنيان ويستووه
بە وينەيهكى مۇديرنەوه، ئەوان بۇنيان ويستووه بە نارىكى
تايبەت و لە بۆتلىكى تايبەت دا وه ئەوان دلخوش بوون بەردى
كە پارەيهكى زۆر زياتر بدەن بۆ ئەمە.



Hanae Mori mixes Eastern and Western ideas in her designs

When Hanae Mori produced her own perfume, she knew that customers would connect the stylish image of her clothes with the image of the perfume.

كاتيك كه هانا موري بوني خوي بهرهمهينا، نهو نهيزاني كه
كپيارهكان پهيوهست دهبن به نهخشي موديرني جل و
بهركهكانيهوه لهگهل نهخشي بونهكه.

She also realized that women, especially women in Japan, would trust her.

نهو ههروهها بوي دهركهوت كه ژنان، به تايبهتي ژناني يابان،
متمانهي پي نهكهن

'For the first time it's a Japanese woman talking to Japanese women,' she said.

بو يهكهم جار نهمه ژنيكي يابانيه قسه لهگهل ژناني ياباني دا
نهكات، نهو وتي.

But unlike Coco Chanel, Hanae Mori wanted to do more than just sell designer clothes and perfume.

بهلام جياواز له كوكو چانل، هانا موري نهويوست زياتر بكات
لهوهي كه تهنهها جل و بهرگي ديزاين و بون بفروشي.

She also saw that she could use her name to sell children's clothes, as well as books and magazines.

نهو ههروهها بيني كه نهتواني ناوي خوي بهكاربهيني بو
فروشتني جل و بهرگي منالان، وه ههروهها كتيب و گوڤاريش.

In fact, Hanae discovered that her famous name and her skill in business could help her in many different areas.

له راستیدا، هانا نه وهی بۆ دهرکهوت که ناوه به ناوبانگه که ی وه کارامه ییه که ی له بازارگانیدا نه توانی یارمه تی نه و بدات له زۆر پړوی جیاوازه وه.

When she visited a famous restaurant in Paris, she liked it so much that she decided to start a similar French restaurant in Tokyo.

کاتیک که سهردانی رنستوراننیکي به ناوبانگی کرد له پاریس، نه و زۆر به دلی بوو به شیوه یه که بریاری دا دهست به رنستوراننیکي فهره نسی هاوشیوه ی نه وه بکات له تۆکیو.

Of course, it was a big success. Hanae's business now makes over \$5 billion a year, and in some ways it seems like a typical international company.

به دنیاییه وه نه وه سهرکه و تنیکي گه وره بوو. بازارگانیه که ی هانا نیستا زیاتر له 5 بلیون دۆلار قازانچ نه کات له سالیکیدا، وه له زۆر پړوه وه وه کۆمپانیایه کی نیوده وه له تی نمونه یی دهرده که ویت.

Thousands of people work for Hanae, and her head office is in a beautiful, modern glass building in the fashionable area of Omotesando in Tokyo.

هزاران خه لک کار بۆ هانا نه کهن، وه نویسنه گی سهره کی نه وه بینایه کی جوانی مۆدیرنی شوشه دایه له ناوچه یه کی مۆدیرن له نۆموتنساندۆ له تۆکیو.

But her company is still a family business. Her husband, Ken, was involved in the financial side of her business from the early days.

به لām کۆمپانیاکه ی هیشتا بازرگانییه کی خیزانییه. هاوسه ره که ی، کین، سه رقالی لایه نی دارایی بازرگانییه که ی ئەو بوو هه ره له پۆژه کانی سه ره تاوه.

He died in 1996, but now her sons and their wives hold important positions in the company. Some of her grandchildren have also started to work in parts of her international operation.

کین مرد له سالی 1996 دا، به لām ئیستا کۆره کانی و ژنه کانیان شوینی گرنگیان به ئەستۆ گرتوو له کۆمپانیاکه دا. هه ندیک له نه وه کانی ههروه ها ده ستیان به کار کردوو له چه ند به شیکی چالاکییه نیو ده وله تییه کانی ئەو دا.

Hanae is now over seventy years old, and she still flies regularly between Tokyo, Paris and New York to check all her different business interests.

هانا ئیستا ته مه نی زیاتر له هه فتا ساله، وه ئەو هیشتا ئاسایی گه شتی ئاسمانی ئەکات له نیوان تۆکیوو پاریس و نیورکدا بو پشکنینی قازانجی هه موو بازرگانییه جیا جیا کانی.

But when she decides to leave business life, it seems certain that the Hanae Mori tradition will continue.

به لām کاتی که بریار ئەدات ژیا نی بازرگانی به جیبه یلێت، بیگومان نه ریتی هانا مۆری به رده وام ئەبیّت.

Her ideas will be remembered not just by her family and colleagues, but also by other successful Japanese designers like Issey Miyake, Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto.

بیرۆکه‌کانی له بیره‌وه‌ری دا ئه‌مینیته‌وه نه‌ك ته‌نها له لایه‌ن خیزانه‌که‌ی و هاوڕێکانی کۆلیج‌ه‌وه، به‌لکو هه‌روه‌ها له لایه‌ن دیزاینه‌ره یابانییه سه‌رکه‌وتوو‌ه‌کانی تره‌وه وه‌ك ئیسه‌ی مایاک، ڕه‌ی کاواکوبۆ وه یۆه‌ژی یامامۆتۆ.

They learned a lot from her because, with her mix of East and West, Hanae was the first Japanese designer to become an international success.

ئه‌وان زۆر فێربوون له ئه‌و له‌به‌رئ‌ه‌وه‌ی به‌ تێکه‌ڵکردنی پۆژه‌ه‌لات و پۆژئاوا، هانا یه‌که‌م دیزاینه‌ری یابانی بووه‌ ب‌ب‌یت به‌ سه‌رکه‌وتوو‌یه‌کی نیۆده‌وله‌تی.

She will also be remembered by other Japanese businesswomen.

ئه‌و هه‌روه‌ها له بیره‌وه‌ری ژنه‌ بازرگانه یابانییه‌کانی تردا ئه‌مینیته‌وه.

Japan has changed in many ways since Hanae was a bored housewife in the 1940s, but even today there are fewer women in top jobs in Japan than in other big rich countries.

یابان له زۆر پ‌وه‌وه‌ گۆ‌پ‌اوه له‌و کاته‌وه‌ی که هانا ژنیکی بی‌زاری ماله‌وه بوو له‌سه‌الانی 1940 دا، به‌لام ته‌نانه‌ت ئه‌م‌پ‌رۆش ژن که‌م‌تر له‌پ‌ۆستیکی به‌رزدا هه‌یه له‌یابان وه‌ك له‌ولاته‌ گه‌وره ده‌وله‌مه‌نده‌کانی تر.

Hanae Mori's life shows younger businesswomen
that it is always possible to reach the top.

ژیانی هانا مۆری پیشانی ژنه بازرگانه لاوهکان ئهدات که
هه‌میشه ئه‌کری بگه‌نه لوتکه.



Anita Roddick

Chapter 3 Anita Roddick

بەندى 3 ئانىتا رۇدىك

*'Business is not about financial language. It is just about buying and selling and making a magical place where buyer and seller come together'.
Anita Roddick*

بازرگانى زمانى دارايى نىيە. تەنھا كېرىن و فروشتن و
دروستکردنى شونىنكى ئەفسانەيىە كە كېرىارو فروشيار
پىكەرە كۆ ئەكاتەرە.

ئانىتا رۇدىك

Just outside Littlehampton in the south of England, there is a large modern office building that is built in a Chinese style.

كەمىك لە دەرەوہى لىتل ھامپتن لە باشورى ئىنگلتەرە، بىناى
نوسىنگەيەكى گەرەو مۇدىرن ھەيە كە بە ستايلى چىنى
بىناىتنراوہ

It is specially designed so it does very little damage to the environment.

بە تايبەتى دىزاین كراوہ لەبەرئەرەو زۆر كەم زىان بە ژىنگە
ئەگەيەنى.

Its electric power comes from the wind and it produces very little waste.

وزەى كارەبا لە با وەردەگرى وە زۆر كەم پاشماوە دروست ئەكات.

Inside, some people are discussing the company's financial performance or its latest sales figures.

لە ناوەو، هەندى كەس باسى كاروبارى دارايى كۆمپانياكە يان دواترين پىژەى فروشتنى ئەكەن.

But others are discussing campaigns to save the forests of Brazil or ways of helping political prisoners.

بەلام ئەوانى تر باسى زنجيره چالاكى سەربازى ئەكەن بۆ پزگارکردنى دارستانەكانى بەرازىل يان پىگاكانى يارمەتيدانى زىندانە سياسىيەكان.

Many of them have children who spend the day playing with teachers in a special area on another floor while their parents are working.

زۆرەيان مناليان هەيه كە پۆژ بە يارىکردن بەسەر ئەبەن لەگەڵ مامۆستاكاندا لە مەيدانىكى تايبەت دا لە قاتىكى تر لە كاتىكدا دايك و باوكيان كار ئەكەن.

These offices maybe very different from the normal offices of a large international company, but the people here manage a business with over 1,750 shops in around 50 different countries.

ئەم نوسىنگانە لەوانەيە زۆر جياواز بن لە نوسىنگە ئاسايەكانى كۆمپانىيەكى گەورەى نۆدەولەتى، بەلام خەك لىزە بازىرگانىيەك بەرپۆە ئەبەن بە زياتر لە 1750 دوكانەو لە نزىكەى 50 ولاتى جيا جيا.

This building is the head office of The Body Shop, a company which was started by one woman, Anita Roddick, in 1976.

ئەم بىنايە نوسىنگەى سەرەكى بەدى شوپە، ئەو كۆمپانىيەى كە لە لاين يەك ژنەو دامەزرا، ئانىتا رۆدىك، لە 1976دا.

In just a few years, her company has grown from one small shop into a large international business.

لە ماوەى چەند سالىكى كەمدا، كۆمپانىيەكى گەشەى كرد لە يەك دوكانى بچوكەو بۆ بازىرگانىيەكى نۆدەولەتى گەورە.

During this time, she has shown people that business is not just about making money; she believes that business can help to make the world a better place.

لە ماوەى ئەم كاتەدا، ئەو پيشانى خەلكى داوہ كە بازىرگانى تەنها بۆ بەدەستەينانى پارە نيە، ئەو پيوايە كە بازىرگانى ئەتوانى يارمەتيدەر بىت بۆ ئەوہى كە جىهان بىت بە شوينىكى باشتر.

And Anita Roddick has also changed the cosmetics industry in a big way.

وہ ئانیتا رڈدیک ھەر وہا پیشہ سازی جوانکاریشی بہ شیوازیکی گہورہ گۆری.

Before The Body Shop, cosmetics were sold for high prices in expensive bottles and packages, but Anita has always tried to sell cosmetics cheaply and simply.

پیش بہدی شوپ، کەرہستہی جوانکاری بہ نرخى بہرئە فروشران لہ بۆتل و پاکەتی گرانبہادا، بەلام ئانیتا ھەمیشە ھەولیداوہ کەرہستہی جوانکاری ھەرزان و سادە بفروشیئت.

Before The Body Shop, cosmetics companies rarely used natural ingredients in their products, but Anita has changed that as well.

پیش بہدی شوپ، کۆمپانیاکانی کەرہستہی جوانکاری بہ دەگمەن پیکھاتەى سروشتیان بەکارئەھینا لہ بەرھەمەکانیان دا، بەلام ئانیتا ئەوہشی گۆری ھەر وہا.

Before The Body Shop, cosmetics companies always had expensive offices in big, rich cities like Paris or New York, but Anita manages her international business from a small English town.

پیش بہدی شوپ، کۆمپانیاکانی کەرہستہی جوانکاری ھەمیشە نوسینگەى گرانبہایان ھەبوو لہ شارە گەورەو دەولەمەندەکان وەک پاريس و نیوړك، بەلام ئانیتا بازگانییە نیودەولەتییەکی لہ شارۆچکەییەکی ئینگلیزی بچوکەوہ بەرپۆہ ئەبات.

Littlehampton is beside the sea on the south coast of England and it used to be a popular place for English people to spend their holidays.

لیتل هامپتن له ته نیشته دهریا په که وهیږه له باشوری که ناری
ئینگلته را وه ئه وی شوینیکی به ناوبانگ بوو بوو خه لکی ئینگلیز
بوو به سهربردنی پشووه کانیان.

Anita grew up there in the 1940s and 1950s, and her first experience of business was helping her mother in the busy kitchen of her cafe.

آنیتا له وی گه وره بووه له سالانی 1940 و 1950 دا، وه
یه که م ئه زمونی بازرگانی ئه و یارمه تی دایکی ئه وی دا له
چیشته خانه سهرقاله که ی کافتریا که یدا.

But Anita never thought about a life as a businesswoman.

به لام آنیتا هه رگیز بیری له ژیان نه کرد بووه وه وهک ژنه
بازرگانیک.

When she left school, she studied to be a teacher and then decided to travel.

کاتیک که قوتا بخانه ی به جیهیشت، ئه و ئه یخویند تا بییت به
ماموستا وه پاشان بریاری دا گه شت بکات.

She visited many countries, including Tahiti, Australia and South Africa.

ئه و سهردانی زور ولاتی کرد، له وانه تاهیتی، ئوستورالیا وه
ئه فریقای باشور.

Soon after she returned to Littlehampton from her travels, she met a man called Gordon Roddick.

هەر دوای ئەو هی گەرایەوێ بۆ لیتلھامپتن لە گەشتەکانی،
پیاویکی بینی بە ناوی گۆردن رۆدیک.

They fell in love, got married and had two daughters. But life wasn't easy for them.

ئەوان کەوتنە داوی خۆشەویستیەوێ. هاوسەرگیریان کرد و
دوو کچیان بوو. بەلام ژیان ئاسان نەبوو بۆ ئەوان.

Gordon didn't have a regular job. When he met Anita, he was a writer, but he had never made very much money from his work.

گۆردن پیشەییەکی ئاسایی نەبوو. کاتێک کە ئانیتای بینی ئەو نوسەر
بوو، بەلام ئەو ھەرگیز پارەییەکی زۆری پەیدا نەدەکرد لە کارەکی.

Now they had to earn money for their young family.

ئەو کاتە پێویست بوو پارە بۆ خێزانە بچوکەکیان پەیدا بکەن.
Anita had learnt a lot about the service industry from her experience in her mother's cafe and, of course, she also knew Littlehampton well, so she and Gordon decided to go into the hotel business.

ئانیتا زۆر فێربوو بوو لە بارەیی پیشەسازی خزمەت کردنەوێ لە
ئەزموونی خۆیەوێ لە کافتیریاکی دایکیدا وێ بە دنیایەوێ ئەو
بە باشی شارەزای لیتلھامپتن بوو، بۆیە ئەو وێ گۆردن بریاریان
دا دەست بە بازرگانی ھۆتیل بکەن.

They borrowed some money and bought a small hotel with just eight bed rooms.

ئەوان ھەندى پارەيان قەرز كرد وە ھۆتېلىكى بچوكيان كېرى بە تەنھا ھەشت ژوورى ئوستىنە وە.

The hotel was soon doing well and so next, the Roddicks decided to buy a restaurant.

كاروبارى ھۆتېلەكە ھەر زوو باش ئەپۇشت بۆيە دواتر، پۇدىكەكان بېرياريان دا پىستۇرانتىك بېرىن.

But Anita and Gordon hadn't realized that a restaurant was such hard work. After three years, they decided that they had had enough.

بەلام ئانىتاو گوردن نەيانزانى پىستۇرانت ئەو ھەندە كارىكى سەختە. دواى سى سال، بېرياريان دا كە ئىتر وازبھىنن.

Late one night, Gordon said to Anita, 'I don't want to do this anymore. This is killing us.

شەويكىان درەنگ، گوردن بە ئانىتاى وت، نامەوى چىتر ئەمە بىكەم. ئەمە ئىمە ئەكۆرئى.

'He told her that he had an unusual plan. All his life, he had had a dream: he had always wanted to ride a horse from Buenos Aires to New York.

ئەو پىئى وت كە پىلاننىكى ئاناساىى داناوہ. بە درىژاىى ژيانى خەونىكى ھەبووہ: ئەو ھەمىشە وىستويەتى بە سواری ئەسپ لە بۆينس ئارىسەوہ بېروات بۆ نيورك.

Now he wanted to make that dream come true, while he was still young and healthy.

ئىستا ئەو ئەيويست ئەو خەونە بهيئىتە دى، لە كاتىكدا كە
هيشتا گەنج و تەندروستە.

But it meant that he would have to leave Anita and the children for two years.

بەلام ئەمە ماناي ئەو بوو كە ئەو پيويستە ئانىتاو منالەكان
بەجيبهئىت بو دوو سال.

Anita was surprised by the idea, but she was happy to accept the situation. How, though, was she going to earn money for the next two years?

ئانىتا سەرسام بوو بە خولياكە، بەلام ئەو دلخوش بوو بە
پەسەند كردنى بارودۆخەكە. ئەو چۆن، بە چ شيۆەيەك پاره
پەيدا بكات بو دوو سالى داھاتوو؟

She decided to go into business. While Gordon prepared for his trip, Anita thought about the kind of business she would like to start.

ئەو بريارى دا دەست بە بازىرگاني بكات. لە كاتىكدا كە گوردن
خوى ئامادە ئەكرد بو گەشتەكەي، ئانىتا بيري لە جوړه
بازىرگانييەك ئەكردەو كە حەز بكات دەست پي بكات.

She wanted a business that would give her some time to see her children, so she knew that she wanted to work regular hours.

ئەو بازارگانىيەكى ئەويست كە ھەندى كات بىدات بە ئەو بۇ چاودىرى كردنى مئالەكانى، بۆيە ئەو زانى كە ئەويوست بە كاتى ديارىكراو كار بكات.

'Why not open a shop?' she thought. That would allow her to work from nine in the morning to five in the afternoon.

بۆچى دوكانىك نەكەمەو؟ ئەو بىرى كردهو. ئەو رىگە بە ئەو ئەدات لە نۆى بەيانىيەو كار بكات تا پىنجى دوانىوہرؤ.

But what could she sell? She had to find something that people needed but that they couldn't buy from any other shop.

بەلام ئەكرى چى بفروشىت؟ ئەو پىويست بوو شتىك بدوزىتەرە كە خەلك پىويستيان پى بىت بەلام شتىك بىت كە نەتوانن لە ھىچ دوكانىكى تر بىكرن.

She also wanted to do something that she believed in.

ئەو ھەرودھا ئەويوست شتىك بكات كە باوہرى پى بىت..

She didn't want to make money just to get rich; she wanted to be sure that she was selling a good product and offering a good service.

ئەو نەیدەویست پارە پەیدا بکات تەنھا بۆ ئەوەی دەولەمەند بێت، ئەو ئەیویست دُنیا بێت لەوەی کە بەرھەمیکی باش بفروشی وە خزمەتیکی باش پیشکەش بکات.

After some time, she started to think about cosmetics. 'Why is there so little choice for women who want to buy cosmetics?' Anita asked herself.

داواي ماوهیهك، ئەو دەستی بە بیرکردنەوە کرد لە بارەي کەرەستەي جوانکارییەو. بۆچی زۆر کەم دەرفەت هەیه بۆ ئەو ژنانەي کە ئەیانەوي کەرەستەي جوانکاری بکرن؟ ئانیتا پرسباري لە خۆي کرد.

'The cosmetics companies decide what goes into their bottles, they decide how big the bottles should be and, worst of all, they decide to ask a very high price for them.

کۆمپانیاکانی کەرەستەي جوانکاری بریار ئەدەن چی بچیتە ناو بۆتلەکانیانەو، ئەوان بریار ئەدەن پێویستە بۆتلەکان چەند گەورە بێت وە، لە هەمووی خراپتر، بریار ئەدەن داواي نرخێکی زۆر بەرزی لی بکەن.

'And when Anita found out more, she was really shocked by the price of some cosmetics.

وہ کاتیئک ٹانیتا لہو بارہیہوہ زیاتری زانی، ئەو بہرستی شوک
بوو بہ نرخى هەندى کەرەستەى جوانکاری.

She realized that some companies were buying their materials for \$1 and then selling them for over\$100.

ئەو بۆى دەرکەوت کە هەندى کۆمپانیا مادەکانیان بە یەک دۆلار
ئەکرن وە پاشان بە زیاتر لە سەد دۆلار ئەیفروشن.

Customers were often spending a lot of money on a pretty bottle and a famous name.

کریارەکان زۆربەى کات پارەىەکی زۆریان سەرف ئەکرد بۆ
بۆتلیکی جوان و ناویکی بەناوبانگ.

'These profits are too high,' she thought. 'I know I can sell cosmetics more cheaply.

ئەم قازانجانه زۆر زۆرن، ئەو بیرى کردەوہ. ئەزانم کە ئەتوانم
کەرەستەى جوانکاری زۆر هەرزانتەر بفروشم.

'While she was travelling around the world, Anita had seen how women in many countries made cosmetics from natural products.

کاتیئک کە ئەو گەشتى ئەکرد بە جیہان دا، ٹانیتا بینى کە چۆن
ژنان لە زۆربەى ولاتان کەرەستەى جوانکاریان دروست ئەکرد
لە بەرہەمی سروشتى.

Could she do the same thing for women in Britain?

ئایا ئۇ ئۇ تۈەننى ھەمان شت بکات بۇ ژئاننى بەریتانیا؟

She wrote to several big cosmetics companies and asked if they could help her, but they all thought that she was crazy.

ئۇ بۇ ھەندى كۆمپانىيى گەرھى كەرەستەى جوانكارى نوسى
ۋە داۋاى لىكردن ئەگەر بتۈانن يارمەتى بدەن، بەلام ھەموويان
پىيان وابوۋ ئۇ شىت بوۋە.

After several weeks, she found a chemist who could make these things for her. Anita knew she was in business.

داۋاى چەند ھەفتەيەك، ئۇ كىمياگەرلىكى دۆزىيەۋە كە ئۇ تۈەننى ئەم
شتانە بۇ ئۇ بکات. ئانیتا زانى كە ئۇ لە بازىرگانىدايە.

Next she borrowed £4,000 from a bank and rented a shop in Brighton, a big town near Littlehampton.

دواتر ئۇ 4000 پاۋەنى قەرز كرد لە بانك ۋە دوكانىكى بە
كرى گرت لە برايتن، شارلىكى گەرھىە لە نرىك لىتلھامپتن.

The shop was in a good area, but she discovered that its walls were always wet, so she covered them with dark green paint to hide the marks.

دوكانەكە لە ناۋچەيەكى باشدا بوۋ، بەلام ئۇ بۇى دەرکەوت
دىۋارەكانى ھەمىشە تەر بوۋن، بۇيە ئۇ داىپۇشى بە بۇياخىكى
سەۋزى تۇخ بۇ شاردنەۋەى نىشانەكان.

Her shops are still painted this color today. As she was painting, she also thought of a name for her business — The Body Shop.

دوكانه‌كانى به‌و پرهنگه بوياخ كراوه تا ئه‌مپروش. كاتيك كه بوياخى ئه‌كرد، ئه‌وه‌روه‌ها بيري له ناويك ئه‌كردوه بو بازركانبييه‌كه‌ى - به‌دى شوپ.

Anita thought it was a great name for her shop, but some of the other businesses in the area weren't so enthusiastic.

ئانيتا پيئوابووو ئه‌وه ناويكى گه‌وره بيت بو دوكانه‌كه‌ى، به‌لام هه‌ندى له بازركانبييه‌كانى تر له ناوچه‌كه‌دا پيئان خوش نه‌بوو.

A week before her new shop's opening day, she received a letter from a lawyer.

هه‌فته‌يه‌ك پيش روژى كردنه‌وه‌ى دوكانه نوپيه‌كه‌ى، ئه‌و نامه‌يه‌كى وه‌رگرت له پاريزه‌ريكه‌وه.

The letter said that she had to change its name. In the same street as her new shop, there were two companies that organized funerals.

نامه‌كه ئه‌يوت كه ئه‌و پيئويست بوو ناوه‌كه‌ى بگورى. له‌سه‌ر هه‌مان ئه‌و شه‌قامه‌ى كه دوكانه نوپيه‌كه‌ى ئه‌وى لى بوو، دوو كومپانيا هه‌بوون كه پرسه‌يان ريكدە‌خست.

Both these companies believed that a shop called 'The Body Shop' so near to them would be bad for their business.

ھەردووك لەم كۆمپانىيانە لەو باوەڕەدا بوون كە دوكانىك ناوى "بەدى شوپ" بىت زۆر نزيك لە ئەوان خراپ ئەبىت بۆ بازىرگانىيەكەيان.

At first Anita was frightened by the lawyer's letter, but then she decided to use it to help her.

سەرەتا ئانىتا ترسا لە نامەى پارىزەرەكە، بەلام پاشان بىرارىدا ئەو بەكاربەينى بۆ يارمەتيدانى خۆى.

She called the local newspaper and told them about the two funeral businesses and their attitude towards a poor young woman who was trying to open her first shop.

ئەو بانگى پوژنامەى ناوخۆى كرد وە پىى وتن لە بارەى ھەر دوو بازىرگانى پرسەكەو وە ھەلۆيستيان بەرامبەر ژنىكى ھەژارى لاو كە ھەولیداو ەكەم دوكانى بكاتەو.

The newspaper printed her story and Anita never heard from the lawyer or from the funeral companies again.

پوژنامە چىروكەكەى ئەويان چاپ كرد وە ئانىتا ھەرگىز نەبىيستەو لە پارىزەرەكەو ەيان لە كۆمپانىياى پرسەكانەو جارىكى تر.

She was also pleased because she got a lot of free advertising for her new shop.

ئەو ھەرۈھە دىلخۇش بوو لەبەرئەوھى پىكلامىكى زۆرى بە دەستھىنا بە خۇرايى بۇ دوكانە نوپىيەكەى.

Anita was nervous on the morning that the shop opened. She had fifteen products to sell and she had spent several days putting them into bottles.

ئانىتا نىگەرەن بوو ئەو بەيانىيەى دوكانەكە كرايەوھ. ئەو پانزە بەرھەمى ھەبوو بۇ فروشتىن وھ ئەو چەند پوژىكى بەسەربىرەبوو بەوھى كە ئەيكرەنە بۆتلەكانەوھ.

She knew that the shop needed to take £300 a week.

ئەو ئەيزانى كە دوكانەكە پىۋىستە 300 پاوھن پەيدا بكات لە ھەفتەيەكدا.

It seemed like a lot of money. But Anita didn't need to worry. On the first morning, her shop was full of people.

وادىار بوو پارەيەكى زۆر بىت. بەلام ئانىتا پىۋىست نەبوو نىگەرەن بىت. لە يەكەم بەيانىدا دوكانەكەى پىر بوو لە خەلك

They had never seen anything like Anita's products before; there were soaps that smelled of apples, rose water perfumes, body butter, and skin creams made from natural oil.

ئەوان ھەرگىز ھېچ شتېكىيان نەبىنىبوو وەك بەرھەمەكانى ئانىتا پىشتر، سابون ھەبوون كە بۆنى گۆلىيان لى دەھات، بۆنى ئاوى گۆلە باخ، كەرەى لەش، وە كرېمى پىست كە لە پۆنى سىروشتى دروستكرابوون.

By the end of the day, Anita had taken £130. She was very happy. But Anita didn't relax. She tried everything to make customers visit her shop.

لە كۆتايى پۆژدا، ئانىتا 130 پاوھنى پەيدا كرد. ئەو زۆر دلخۆش بوو. بەلام ئانىتا پشوى نەدا. ئەو ھەموو شتېكى تاقىكردەو تا وا لە كرىارەكان بكات سەردانى دوكانەكەى بكەن.

One day, she even poured perfume along the street that led to her shop door. She hoped that new customers would follow their noses!

پۆژىكىيان، ئەو تەنەت بۆنى كرد بە شەقامەكەدا تا دەرگای دوكانەكەى خۆى. ئەو ھىوادار بوو كە كرىارە نوپىيەكان دواى لوتيان بكەون.

The summer of 1976 was hot in the south of England, and lots of people went to Brighton to lie on the beach and swim in the sea.

ھاوینی 1976 گەرم بوو باشوری ئینگلتەرا، وە زۆربەى خەلک
پۆشتن بۆ برايتن تا پراکشین لە کەنارى دەریا و مەلە بکەن لە
دەریادا.

Many of them heard about The Body Shop and went in to buy cream for their burnt skin and tired feet.

زۆربەیان بیستبوویان لە بارەى بەدى شوپەو وە پۆشتە
ژوورەو بۆ کرینی کریم بۆ پیستە سوتاوەکانیان و پی
ماندووەکانیان.

After just a few months, Anita was doing so well that she wanted to open another shop.

تەنها دوای چەند مانگیکی کەم، ئانیتا کارەکانی ئەوەندە باش
ئەپۆشت کە ئەیویست دوکانیکی تر بکاتەو.

She went to the bank and asked if she could borrow another £4,000. But the bank manager thought that Anita was moving too quickly.

ئەو پۆشت بۆ بانک و داواى کرد کە ئەگەر بتوانی 4000
پاوەنى تر قەرز بکات. بەلام بەرپۆەبەرى بانکە کە پییوابوو کە
ئانیتا زۆر بە خیرایی پۆشتوو.

'Wait another year,' he told her, 'and we'll discuss it again then.'

سالیکی تر چاوه پیکه، ئه و پیی وت. وه دووباره باسی ئه کهینه وه ئه و کاته.

'But Anita didn't want to wait and so she spoke to a local businessman called Ian McGlinn about her idea.

به لام ئانیتا نهیده ویست چاوه پری بکات وه بویه قسه ی له گهل بازرگانیکی ناوخو کرد به ناوی ئایان ئیمسیگلین له باره ی بیروکه که یه وه.

McGlinn agreed to give Anita £4,000, but he wanted to own half of the business.

ئیمسیگلین قایل بوو 4000 پاوه ن بدات به ئانیتا، به لام ئه یویست ببیئت به خاوه نی نیوه ی بازرگانییه که.

That seemed fair to Anita and so she wrote to Gordon in South America and told him about her plan.

ئه وه دادوهرانه دیار بوو بو ئانیتا وه بویه بو گوردنی نوسی له باشوری ئهمریکا وه پیی وت له باره ی پیلانه که یه وه.

Gordon immediately wrote back, and said 'Don't do it!' But his letter arrived too late.

گوردن دهستبه جی بو ی نوییه وه، وه وتی "ئه وه مه که!" به لام نامه که ی زور درهنگ گه شت.

Anita had already got the money from Ian McGlinn and he was now the owner of half of The Body Shop.

ئانیتا پېشتەر پارەكەى وەرگرتبوو له ئایان ئیلمسیگلین وه لهو کاته دا ئهو خاوهنى نیوهى بهدى شوپ بوو.

For him, it was one of the best financial decisions of all time: twenty years later, his half of the company had a value of over £100 million!

بو ئهو، ئهو وه یهكك له باشتترین بریارهكانى كاروبارى دارایی بوو به دريژایی ژيانى: بیست سال دواتر، نرخى نیوهكەى ئهو له كۆمپانیاكه دا زیاتر له سهد ملیون پاوهن بوو.

But while Anita's business was doing well, on the other side of the world Gordon was facing some serious problems.

به لام له کاتیکدا كه بازرگانیهكەى ئانیتا باش ئه پوشت، له بهشهكەى تری جیهان گوردن پووبه پوی چه ند كیشیهكی گرنگ بووه وه.

Less than a year after the start of his journey, his horse died in the mountains of Bolivia and he had to return home.

كه متر له سالیك دواى دهستپيكردى گه شتهكەى، ئه سپهكەى مرد له چياكانى بولیڤیا وه پيوست بوو بگه ریته وه بو ماله وه.

Back in Britain, he took over the financial side of The Body Shop's operations.

گهرايه وه بۆ بهریتانیا، بهشی کاروباری دارایی چالاکیه کانی بهدی شوپی گرتیه دهست

He started to look for ways in which the company could continue to grow.

ئهو دهستی به گهران کرد بۆ ئهو ریگایانهی که کومپانیاهه بتوانی بهردهوام بیته له گهشه کردن.

One of Anita and Gordon's friends admired their business and asked if she could open a Body Shop too.

یهکیک له هاوپیکانی ئانیتا و گوردن بازرگانیه کهی ئهوانی به دل بوو وه داوای کرد ئه گهر ئه ویش بتوانی بهدی شوپیک بکاته وه.

She could get enough money to start a shop; she wanted products to sell and she wanted to use The Body Shop name.

ئهو توانی پارهی پیویست پهیدا بکات بۆ دهستکردن به دوکانیک، ئهو ئه یویست بهرهمه کان بفروشیته وه ئهو ئه یویست ناوی بهدی شوپ به کار بهینی.

It seemed like an excellent idea to Anita and Gordon. It allowed them to increase the size of their business, but it meant that they didn't have to borrow any more money.

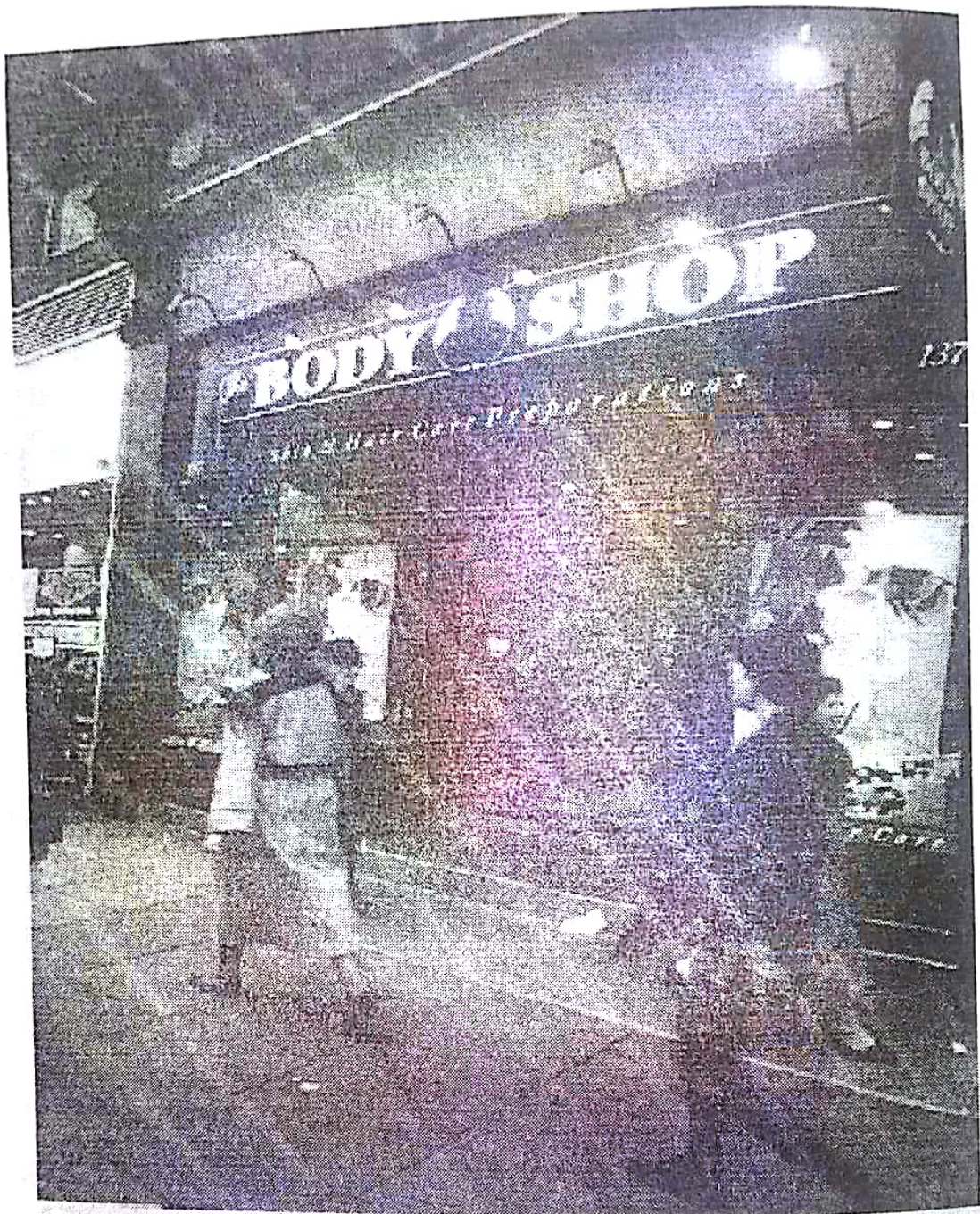
ئەو ۋەك بىرۆكەيەكى ناياب وابوو بۇ ئانىتا گوردن. ئەو رىگەى ئەدان پىوانەى بازىرگانىيەكەيان زىاد بىكەن، بەلام ئەو ماناى ئەو بوو كە ئەوان چىتر پىويستيان بە قەرز كىردنى پارە نەيىت.

Then this new Body Shop became successful, they looked for other people who also wanted to open Body Shops.

پاشان ئەم بەدى شۆپە نوپە سەركەوتوو بوو، ئەوان بۇ ئەو كەسانەى تر ئەگەرەن كە ئەيانويست بەدى شۆپ بىكەنەو.

They found plenty of people who thought that this was a great opportunity, and soon Body Shops were opening in towns and cities across the UK.

ئەوان زۆر كەسيان دۆزىيەو كە پىيان وابوو ئەمە دەرەتەىكى گەرە بوو، ۋە ھەر زوو بەدى شۆپ لە شارو شاروچكەكانى بەرىتانىا ئەكرانەو.



Soon Body Shops were opening in towns and cities across the UK

In 1978 the first Body Shop opened outside the UK, in Brussels, and the next year the business spread to Sweden and Greece.

له سالی 1978 دا یه کهم بهدی شوپ له دهره وهی بهریتانیا کرایه وه، له بروسلز، وه سالی داهاتوو بازرگانییه که بلاوهی کرد بو سوید و یونان.

By 1981, a new Body Shop was opening somewhere in the world every two weeks.

له سالی 1981 دا له ماوهی هه موو دوو ههفته یه کدا بهدی شوپیکي نوی له شوینیک له جیهاندا ئه کرایه وه.

As the business grew, The Body Shop started making more and more different products.

به گه شه کردنی بازرگانییه که، بهدی شوپ دهستی به دروستکردنی بهرهمی جیاوازترو جیاوازتر ئه کرد.

People often came to Anita with strange ideas for natural cosmetics that she could use in her business.

خه لک به زوری ئه هاتن بو لای ئانیتا به بیروکهی نامووه بو که رهستهی جوانکاری سروشستی به لکو ئه و بتوانی له بازرگانییه که یدا به کاری بهینی.

One day, an old lady from Vienna arrived at The Body Shop's offices with a bag of white powder.

پوژیکیان خانمیکي به ته مهن له قییه ناوه گه شته نوسینگه کانی بهدی شوپ به زهر فیک پاوده ری سپییه وه.

She explained that it was a special skin treatment which her grandfather had prepared for Archduke Ferdinand of Austria many years ago.

ئەو پوونى كردهوۋە كە ئەو چارەسەرىكى تايىبەتى پىست بوو
كە باپىرى ئامادەى كردهوۋە بو ئارچدوك فىردىناندى ئۆستريە
سالانىكى زور لەمەوپىش.

Anita liked the story and agreed to test the lady's white powder. To her surprise, it really worked, and it later became one of the Body Shop's most successful products.

ئانىتا چىرۆكەكەى بە دل بوو ۋە قايل بوو كە پاودەرە
سىپىيەكەى خانمەكە تاقى بكاتەوۋە. ئەو سەرسام بوو، بەراستى
كارىگەرى ھەبوو، ۋە دواتر بوو بە يەككە لە سەركەوتووترىن
بەرھەمى بەدى شۆپ.

The little old lady returned to Austria to lead a comfortable life, because Anita had promised to give her 10% of all the money that her product made.

خانمە پىرە بچوكەكە گەرايەوۋە بو ئۆستريە بو بەسەر بردنى
ژيانىكى ئاسودە، لەبەرئەوۋەى ئانىتا بەلپنى دا لە سەدا دەى
ھەموو ئەو پارەيەى بداتى كە بەرھەمەكەى پەيداي ئەكات.

In 1984, Anita and Gordon decided that The Body Shop needed even more money so it could continue to grow.

له سالی 1984 دا، ئانیتا و گوردن بریاریان دا که بهدی شوپ هیشتا پاره‌ی زیاتری پیویست بیت بهو شیوه‌یه ئه‌توانی به‌دهوام بیت له گه‌شه کردن.

They decided to sell shares in the company at the London Stock Exchange.

ئه‌وان بریاریان دا پشکه‌کانی کۆمپانیا بفروشن له بۆرسه‌ی له‌ندهن.

Half of these shares were already owned by Ian McGlinn because he owned half the company as a result of his arrangement with Anita in 1976.

نیوه‌ی ئه‌م پشکه‌نه پێشتر له لایه‌ن ئایان ئیمسیگلینه‌وه خاوه‌نداری کرابوون له‌به‌رئه‌وه‌ی ئه‌و خاوه‌نی نیوه‌ی کۆمپانیا که بوو له ئه‌نجامی ریکه‌وتنه‌که‌یه‌وه له‌گه‌ل ئانیتا له سالی 1976.

Anita and Gordon kept some shares in The Body Shop for themselves and they sold the rest to the public.

ئانیتا و گوردن هه‌ندی پشکیان پاراست له به‌دی شوپ بۆ خۆیان وه ئه‌وه‌ی که مابوو فروشتیان به خه‌لک.

When the Body Shop shares first went on sale, Anita and Gordon were at the London Stock Exchange to watch.

كاتيڭ كه پشكهكانى بهدى شوپ بۇ يهكه م جار هه راج كرا،
ئانيتا و گوردن له بۇرسه ي لهندهن بوون تا سهير بكن. (بۇرسه:

شوينى كرين و فروشتنى پشك)

At the start of the day, the share price was £0.95. But as the hours passed, the price went higher as more and more people tried to buy a piece of The Body Shop.

له سه ره تاي پۇژكه دا، نرخى پشك 0.95 پاوهن بوو. به لام به
تيپهر بوونى چهند كاترزميرىك، نرخ بهرز بووه وه كاتيڭ كه
زياترو زياتر خه لك هه وليان ئه دا پارچه يه كه له بهدى شوپ
بكن.

When the Stock Exchange finished business that afternoon, the price had risen to £1.65.

كاتيڭ كه بۇرسه كۇتايى به بازركانى هيئا ئه و دوا نيوهرپويه،
نرخه كه بهرز بووه وه بۇ 1.65 پاوهن.

Anita took out a piece of paper and added some figures together. The value of her own Body Shop shares was £1.5 million.

ئانيتا پارچه كاغه زىكى دهرهيئا و ليكدانه ويه كى كرد. نرخى
پشكهكانى بهدى شوپ تايبهت به خوى 1.5 مليون پاوهن بوو.

After just eight years in business, at the age of forty-two, Anita Roddick was a millionaire!

دوای تهنه ههشت سال له بازرگانی، له تهنه نی چل و درو سالیډا، نانیتا رۆدیک بوو به ملیونه.

The early 1980s was a good time to sell natural products.

سهرهتای سالانی 1980 کاتیکی باش بوو بۆ فروشتنی بهرهمی سروشتی.

Several international news stories at that time made people think about the harmful effects of modern industry.

ههندیك چیرۆکی ههوالی نیودهولهتی له و کاته دا وایان له خهلك کرد بیر له کاریگهری زیانبهخشی پیشه سارییه مۆدیرنه کان بکه نه وه.

Scientists found that the world was getting hotter because of the smoke and gas from factories and cars.

زاناکان دۆزیانه وه که جیهان گهرمتر نه بیئت له بهر دوکهل و گازی کارگهکان و ئوتۆمبیلهکان.

They also discovered that in the forests of countries like Brazil, rare plants and animals were quickly disappearing.

ههروهها نه وه یان دۆزییه وه که له دارستانهکانی ولاتانی وهک بهرازیل، پوههک و ئاره له ناوازهکان به خیرایی ون نه بن.

Then, in December 1984, poisonous gas escaped from a factory in Bhopal, India, and killed 2,000 people.

پاشان له كانونی يه كه می 1984 دا، گازی ژه هراوی له كارگه يه كه وه دهرچوو له بوپال له هندستان وه 2000 خه لكی كوشت.

Sixteen months later, there was an explosion at a power station at Chernobyl, Ukraine.

شانزه مانگ دواتر، ته قینه وه يه كه پرویدا له به نرينخانه يه كه له چيرنوبيل له ئوكرانيا.

A cloud of poison killed many people and caused damage to plants and animals right across Europe.

هه وريكي ژه هراوی خه لكیكي زوري كوشت وه زيانی به پوهه ك و ئاژهل گه ياند له ئه وروپا.

These problems made many people wonder if we should all change our life styles.

ئهم كيشانه وای له خه لكیكي زور كرد بير بكه نه وه ئه گهر پيوست بكات ئيمه هه موومان شيوازی ژيانمان بگوړين.

They thought that we should stop using so many dangerous products and start to live in a more natural way.

ئه وان پييان وابوو كه پيوسته واز له به كارهيانی به ره می ئه وهنده مه ترسيدار به ينين وه به شيوازیكي سروشتی تر بژين.

Anita Roddick understood these ideas. She had always tried to make The Body Shop a clean business that didn't damage the environment.

ئانىتا رۇدىك لەم بىرۇكانە تىگەشت. ئەو ھەمىشە ھەوليدابور بەدى شوپ بازىرگانىيەكى خاوين بىت بە شىۋەيەك كە زىيان بە ژىنگە نەگەيەنىت.

Her cosmetics were made from natural products and she had never allowed people to test her products on animals; instead, they had always been tested on people.

كەرەستەكانى ئەو لە بەرھەمى سىرۇشتى دروستكراپون وە نە ھەرگىز رىنگەي نەداۋە خەك بەرھەمەكانى ئەو لەسەر ئاژەل تاقى بىكەنەۋە، لە باتى ئەۋە ھەمىشە لەسەر خەك تاقىيان كىرۋتەۋە

She also always asked her customers to use their bottles again, to reduce waste.

ئەو ھەرۋەھا ھەمىشە داۋاي لە كىرپارەكانى كىرۋوۋە بۆتلەكانيان بەكاربەيئەنەۋە دووبارە، بۇ كەمكىرەنەۋە پاشماۋە.

She believed that business was not just about making a profit, and that companies should act in a responsible way towards society and towards the earth.

ئەو لەۋ باۋەرەدا بوو كە بازىرگانى تەنھا بۇ قازانچ كىرەن، ۋە پىۋىستە كۇمپانىياكان خويان بە بەرپرسىيار بزانن بەرامبەر كۆمەلگاۋ بەرامبەر زەۋى.

Because of this, people were happy to shop at The Body Shop if they were worried about the environment.

لهبەر ئەمە، خەلك دڵخۆش بوون له بهدى شوپ شت بکړن ئەگەر نینگهران بوو بن له بارهه ژینگهوه.

But Anita wanted to do more than just run a responsible business. She thought that business could give her the opportunity to make the world a better place.

بهلام ئانیتا ئەیویست زیاتر بکات لهوهه که تهنه بازرگانیههه بهرپرسیار بهرپوه ببات. ئەو پێیوابوو بازرگانی ئەتوانی ئەو دهرفتههه بداتی که جیهان بکات به شوینیکه باشت.

So in 1985, she started working with a group called Greenpeace to stop companies putting waste and poisons into the sea.

بۆیه له ساله 1985 دا ئەو دهستی به کار کردن کرد لهگهڵ گروپیکدا به ناوی گرینپیس بۆ وهستاندن ئەو کۆمپانیایانهه پاشماوهو ژهر ئەخههه دههیاوه.

As part of the campaign to keep the seas clean, The Body Shop paid for advertising and gave its customers information about the problem.

وهك بهشیک له زنجیره چالاکی سهربازی بۆ پاراستنی دهریاکان به خاوینی، بهدی شوپ پارهه ئەدا بۆ راگهیاندن وه زانیاری ئەدا به کپیارهکانی له بارهه کیشههه.

Over the next few years, The Body Shop worked with other groups on campaigns to save rare animals and to help people who had been wrongly put in prison.

له ماوهی چهند سالی داها تودا، بهدی شوپ کاری له گهل
گروپه کانی تر دا نه کرد له زنجیره چالاکی سهر بازی دا بو
پاراستنی ئازله ناوازه کان وه بو یارمه تیدانی نهو که سانهی که
به هله که وتوونه ته ناو ژه هره وه.

In 1989, Anita ran a campaign to stop the burning of trees in the forests of Brazil.

له سالی 1989 دا، ئانیتا زنجیره چالاکییه کی سهر بازی به پړوه
نه برد بو وه ستاندنی سوتاندنی دره خته کان له دارستانه کانی

The campaigns were a chance for The Body Shop's employees to learn about these problems, and they were all expected to help Anita to make them successful.

زنجیره چالاکییه که دهر فته تیگ بوو بو کریکاره کانی بهدی شوپ
تا بزانه له باره ی نه م کیشانه وه، وه هه موویان چاوه پریان له
نه کرا یارمه تی ئانیتا بدن تا سهر که وتوو بن.

Other business people were surprised by Anita's campaigns. The 1980s was a time when many business people were only interested in profit.

بازرگانه کانی تر سهر سام بوون به چالاکییه کانی ئانیتا. سالانی 1980
نهو کاته بوو که زور خه لکی بازرگان ته نها خولیا ی قازانج بوون.

'Why does she spend so much time trying to save the world?' They asked.

بۇچى ئەو ئەوئەندە كات بە ھەولدان بەسەر ئەبات بۇ پزگاركردى
جيهان؟ ئەوان ئەيانپرسى.

'She should be in her office, running her business like a normal businesswoman.

ئەو پيويستە لە نوسينگەكەى بيت، بازگانپيهكەى بەريوہبات وەك
ژنە بازگانپيكى ئاسايى.

'They were even more surprised when she began to fly to some of the poorer places in the world, helping people to start businesses.

ئەوان زياتر سەرسام بوون كاتپك كە ئەو دەستى بە فرين كرد بۇ
چەند شوپنيكى ھەزار لە جيهان دا، يارمەتى خەلكى ئەدا دەست بە
بازگانى بكەن.

To some companies, poor countries are just places to buy cheap materials and hire cheap workers.

بۇ ھەندى لە كۇمپانياكان، ولاتە ھەزارەكان تەنھا شوپنيكن بۇ
كرپنى مادە ھەرزانەكان وە بۇ بە كرى گرتنى كريكارى ھەرزان.

This can often have damaging results for the local society. But Anita believed that her business could help.

ئەمە زۆربەى كات ئەنجامى زيانبەخشى ئەبيت بۇ كۇمەلگاي
ناوخۇ. بەلام ئانيتا پيوايوو بازگانپيهكەى ئەو ئەتوانى
يارمەتيدەر بيت.

So she went to the forests of Brazil and worked with the Kayapo people.

بۆيە ئەو پوشت بۆ دارستانه كاني به رازيل وه له گهـل خهـلكي كاياپوـدا كاري كرد.

The Kayapo had lived according to their old traditions for thousands of years.

خهـلكي كاياپوـ به گويـرهـي نهـريته كوـنهـكانيان ژيا بوون بۆ ههـزاران سال.

But now, changes in the modern world meant that it was difficult for their way of life to continue.

بهـلام ئەو كاته، گۆـرانهـكان له جيهـاني مۆـديـرن دا ماناي ئەوه

بوو كه سهخت بـيـت بۆ بهـردهـوام بووني شيـوازي ژياني ئەوان.

Anita helped them to start a business that produced oil for cosmetics.

ئانـيتا يارمهـتي ئەواني دا دهـست به بازرگاني بـكهـن كه پوـنيان

بهـرهم ئەهـيـنا بۆ كهـرهـستهـي جوانكاري.

They could make this from plants that they found in the forest and then sell it to The Body Shop for a good price.

ئەوان توانيان ئەمه دروست بـكهـن لهـو پـوهـكانهـي كه له

دارستان ئەيانـدۆـزيـيهـوه وه پاشان ئەيانـفـروـشت به بهـدي شوپ

به نرخـيـكي باش.

The Kayapo were happy because they now had money to pay for better health and education; it was also good for The Body Shop, because Anita had another natural product to sell.

خەلکی کایاپو دڤخوڤش بوون له بهرئەوهی ئیتر پارەیان هەبوو تا بیدەن بۆ تەندروستییهکی باشتەر و فیروون، ئەوه هەروها باش بوو بۆ بەدی شوپ، له بهرئەوهی ئانیتا بهرهمی تری سروشتی هەبوو بۆ فروشتن

After her success with the Kayapo, Anita used the same kind of idea to help poor people in many other parts of the world.

دوای سەرکەوتنهکهی له گەل خەلکی کایاپو، ئانیتا هەمان جوړ بیروکهی به کارهینا بۆ یارمهتیدانی خەلکی هەژار له زوړ بهشی تری جیهان.

Although Anita spent a lot of time and energy on her campaigns and her work for the poor, her business certainly didn't suffer.

هەرچه‌نده ئانیتا کاتی زوړو وزه‌ی زوړی له سەر زنجیره چالاکیه‌کان و کاره‌که‌ی بۆ هەژار سەرف کرد، بازرگانییه‌که‌ی به دنیاییه‌وه زەرهری نه‌کرد.

Every year, more Body Shops opened, more customers bought her products and the company's profits grew bigger.

هەموو سالێک به‌دی شوپی زیاتر ئەکرانه‌وه، کڕیاری زیاتر به‌رهمه‌کانی ئەویان ئەکړی وه قازانجه‌کانی کۆمپانیا گه‌وره‌تر نه‌بوو.

But some people said that Anita's campaigns weren't really about saving the world.

بەلام ھەندى كەس ئەيان وت كە زنجىرە چالاككىيەكانى ئانىتا لە راستىدا بۇ پرزگار كردنى جىهان نەبوو.

They were just a way to get cheap advertising and to make the company look good in the eyes of its customers.

تەنھا رېڭايەك بوون بۇ بەدەستەيئانى رېكلامى ھەرزان وە تا وا لە كۆمپانىياكە بكات باش دەرکەوى لە چاوى كړپارەكانيدا.

In 1994, some newspapers and television programs went further.

لە سالى 1994 دا ھەندىك لە پوژنامە و بەرنامەكانى تەلەفزيون دوورتر پوشتن.

They criticized The Body Shop and said that it hadn't done enough to protect the environment.

ئەوان پەخنەيان لە بەدى شوپ گرت وە وتیان ئەوان كارى تەواو پيوستيان نەکردوو بۇ پاراستنى ژینگە.

Customers were worried and the company's share price suddenly fell. Anita and Gordon were very angry.

كړپارەكان نىگەران بوون وە نرخى پشكهكانى كۆمپانىيا لە ناكاو دابەزى. ئانىتاو گوردن زور تورە بوون.

They felt that they had always been honest and that the criticism was not fair.

ئەوان ھەستیان ئەکرد كە ئەوان ھەمیشە راستگو بوون وە
پەخنەكە دادوەرانە نەبوو.

Gordon had a meeting with journalists and told them, 'The company doesn't pretend to be perfect or to have all the answers, but it can still help in the fight to protect the environment.'

گۆردن چاوپێكەوتنیكى ھەبوو لەگەڵ پوژنامە نوسەكاندا وە
پێى وتن، كۆمپانیاكە وا خۆى نا نوینی كە كامل بیٔ وە ھەموو
وەلامەكانى لا بیٔ، بەلام ھیشتا ئەتوانی یارمەتیدەر بیٔ لە
شەركەدا بۆ پاراستنى ژینگە.

The Body Shop's customers were happy to believe him. Soon they were back in the shops, and the company's share price was going up again.

كریارەكانى بەدى شوپ دلخۆش بوون باوەرى پێى بكەن. ھەر
زوو گەرانەو بۆ دوكانەكان، وە نرخى پشكى كۆمپانیاكە بەرز
بوو وە دیسان.

In recent years, Anita has become less involved in the business side of The Body Shop's activities.

لەم سالانەى دوایدا، ئانیتا كەمتر سەرقال ئەبوو لە بەشى
بازرگانى چالاكییەكانى بەدى شوپدا.

In 1998, she decided that she wanted someone else to take control of the day-to-day management of the company and a man called Patrick Gournay was brought from France to become The Body Shop's boss.

له سالی 1998 دا، ئەو پریرییدا که کهسیکی تری ئەوی بو کۆنترۆلکردنی پوژ به پوژی به پڕیوه بردنی کۆمپانیا که وه پیاویک به ناوی پاتریک گۆرنه ی له فەرهنسا وه هینرا بوو تا ببیت به سهروکی بهدی شوپ.

Anita stayed with the company, but recently she has told the world that she is thinking of leaving business life.

ئانیتا له گهڵ کۆمپانیا که دا مایه وه، به لām له م دوواییانه دا ئەو به جیهانی وت که ئەو بیر له به جیهیشتنی ژیا نی بازرگانی ئەکاته وه.

She said that she didn't want to spend her whole life talking about skin creams and soaps, because she had more important things to do: she wanted to get involved in more political campaigns.

ئەو وتی که نایه وی تهواوی ژیا نی به قسه کردن به سه ر ببات له باره ی کریمی پیست و سابونه وه، له بهرئه وه ی که ئەو شتی گرنگتر هیه بیکات: ئەو ئە یویست زیاتر به چالاکی سیاسی وه سه رقال ببیت.

Anita once said that there were no heroes in the modern business world, but she has certainly become a hero for many people.

ئانیتا جاريکیان وتی که هیچ پالەوانیک نەبوو لە جیهانی
بازرگانی مۆدیرن دا، بەلام ئەو بە دۇنیایێهوه بووه بە پالەوانی
زۆر خەلک.

She has shown that it is possible for a woman to build a large international company in just a few years.

ئەو پیشانی داوه که شیاهه بۆ ژنیک که کۆمپانیایێهکی گەورە
نیۆدەولەتی بنیاد بنیت لە ماوهی تەنها چەند سالیکی که مەدا.

She has proved that it is possible to manage a business and care for the environment at the same time.

ئەو سەلماندی که ئەکرێ بازرگانی بەرپۆه ببەیت و گرنگیش بە
ژینگە بەدی لە هەمان کاتدا.

And she has brought new ideas, new products and new life to the world's shopping centers.

و ئەو بیروکەهێ نوێی هینا، بەرهههێ نوێ و ژیاانی نوێ بۆ
سەنتەری بازاری جیهان.

Chapter 4 Oprah Winfrey

بەندى 4 ئۇپرا ونفرەدى

I will never, never, as long as I'm black, I will never give up my power to another person.

Oprah Winfrey

من ھەرگىز، ھەرگىز، لەبەرئەۋدى كە رەش پىستىم، ھەرگىز ۋاز لە دەسلەلاتى خۇم ناھىنم بۇ كەسىكى تر.

ئۇپرا ونفرەدى

One morning in 1990, seventeen million Americans were, as usual, watching The Oprah Winfrey Show on TV.

بەيانىيەك لە سالى 1990دا، ھەقەدە مليۇن ئەمريكى، ھەر ۋەك

باۋە، سەيرى ئۇپرا ونفرەدى شۇيان ئەكرد لەسەر تەلەفزيۇن.

Oprah was talking to four ordinary people who had all had problems at work.

ئۇپرا قسەى لەگەل چوار كەسى ئاسايىدا ئەكرد كە ھەموويان كىشەيان ھەبوو لە كارددا.

They each told a story of greedy companies, selfish bosses and lazy colleagues, while Oprah asked them questions, smiled and listened carefully.

ھەر يەكەيان چىرۆكىكى كۆمپانىا چاۋچنۆكەكانيان گىپرايەۋە،

سەرۆكە خۇپەرستەكان كرىكارە تەمەلەكان، كاتىك كە ئۇپرا

پرسىياري لى ئەكردن، پىئەكەنين و گوڭيان گرتبوو بە وريايى.

Many of the stories were familiar to the people across the US who were watching Oprah's show.

زۆربەى چىرۆكەكان زانراو بوو لاي ئەو كەسانەى ئەمريكا كە سەيرى ئۇپرا شۇيان ئەكرد.

Oprah's viewers were mostly ordinary Americans, and many of them had experienced similar problems in their offices, shops and factories.

بىنەرەكانى ئۇپرا بە زۆرىى ئەمريكى ئاسايى بوون، وه زۆربەيان بە هاوشىۆهى ئەو كىشانەدا تىپەپىبوون لە نوسىنگەكانيان و دوكان و كارگەكان.

To these people, Oprah was one of them. She had come from a poor family and she had had a tough childhood. She had had to fight for everything in her life.

لەم كەسانەدا، ئۇپرا يەككىيان بوو. ئەو لە خىزانىكى هەزار بوو وه منالبيەكى سەختى هەبوو. ئەو پىويست بوو بجەنگى بۆ هەموو شتىك لە ژيانيدا.

Oprah seemed to be someone who had suffered the same problems as they had and who saw things in the same way.

ئۇپرا وا ديار بوو كەسىك بىت كە بە دەست هەمان ئەو كىشانەوه نالاندويهتى وه شتەكانى بە هەمان شىۆه ئەبىنى.

So everyone was looking forward to some fun when Oprah introduced her next guest. He was a writer on business called Harvey McKay.

بۆيە ھەمموان چاۋەپىي ھەندى پابواردن بوون كاتىك كە ئۇپرا
ميوانى دواترى ناساند. ئەو نوسەر بوو لەسەر بازىرگانى بە
ناۋى ھارقى ئىمىسيكەي.

You could see immediately that McKay would be on the side of the bosses.

ئەتتوانى دەستبەجى بىيىنى كە ئىمىسيكەي لايەنگرى
سەرۋكەكان ئەيىت.

He would try to explain why they often behaved badly towards ordinary workers.

ئەو ھەول ئەدات پوونى بىكەتەۋە بۆچى ئەوان زۆربەي كات بە
خراپى رەفتار ئەكەن بەرامبەر كرىكارە ئاسايىەكان.

He would try to explain why the bosses earned such a lot of money, while ordinary people earned so little.

ئەو ھەول ئەدات پوونى بىكەتەۋە بۆچى سەرۋكەكان پارەيەكى
ئاۋا زۆر بەدەست ئەيىنن، لە كاتىكدا خەلكى ئاسايى زۆر كەم
بەدەست ئەيىنن.

And then Oprah would have her chance to ask him a few difficult questions.

وہ پاشان ئۇپرا دەرفەتى ئەيىت چەند پرسىياريكى قورس لە
ئەو بىكات.

She would tell him how ordinary people felt about big business.

ئەو پىنى ئەلى خەلكى ئاسايى ھەستىيان چۆنە لە بارەى بازىرگانى گەورەو.

But Harvey McKay surprised everyone. He didn't just talk and give answers; he started asking Oprah questions about her life.

بەلام ھارفى ئىمسىكەى ھەموانى سەرسام كرد. ئەو تەنھا قسەى نەكردو وەلام بداتەو، ئەو دەستى بە پرسىار كردن كرد لە ئوپرا لە بارەى ژيانىيەو.



Oprah Winfrey

'It seems to me,' he said to her after a few minutes, 'that you're a tough but fair boss.'

من پيموايه، ئەو بە ئۆپراي وت دواي چەند خولەكئىكى كەم، كە
تۆ سەرۆكئىكى توندەرەو بەلام دادپەرەرى.

'Oprah looked pleased and called to the people who helped her at the back of the stage, 'I'm very fair, aren't I, girls?'

ئۆپرا دلخۆش دياربوو وە بانگى ئەو كەسانەى كرد كە لە پشت

كامپراوہ يارمەتى ئەدەن، من زۆر دادپەرەرم، وانىيە كچينە؟

'For many of Oprah's viewers, this was an interesting moment. They had watched her shows every day for many years and they thought they knew most things about her.'

بۆ زۆربەى بينەرەكانى ئۆپرا، ئەمە ساتئىكى زۆر خۆش بوو.

ئەوان ھەموو پۆژئىك سەيرى بەرنامەكانى ئۆپرايان كردبوو بۆ

سالانئىكى زۆر وە پييانوابوو زۆر شت ئەزانن لە بارەى ئەوہو.

They had heard about her problems as a child whose parents had separated. They had listened to her tell them about her relationships.

بيستبوويان لە بارەى كئشەكانى ئەوہو لە كاتى مئاليدا داىك

و باوكى جيا بوونەتەوہ. ئەوان گوئيان لە ئەو گرتبوو كە لە

بارەى پەيوەنديەكانىيەوہ پيى وتبوون.

They even knew what she ate and that she had often tried to lose weight. But Oprah was also a boss, and that idea was new and interesting to many of them.

ئەوان تەننەت ئەيانزانى ئەو چى ئەخوات وە ئەوئى كە ئەو
ھەمىشە ھەولەداو كىشى دابەزىنى. بەلام ئۇپرا سەرۆكىش
بوو، وە ئەو بىرۆكەيە نوئى و ناياب بوو بۇ زۆربەيان.

When they thought about it, it was clear that Oprah was much more than just a friendly woman on a popular talk show.

كاتىك كە بىريان لى كىردەو، ئەو ئەشكرابوو كە ئۇپرا زىاتر
بوو لەوئى كە تەنھا ژنىكى پووخوش بىت لە بەرنامەيەكى
گفتوگوى بەناوبانگدا.

Oprah didn't just appear on The Oprah Winfrey Show — She owned The Oprah Winfrey Show.

ئۇپرا تەنھا دەرئەدەكەوت لە ئۇپرا ونفرەى شۇدا — ئەو خاوەنى
ئۇپرا ونفرەى شۇ بوو.

That meant that she earned a lot of money from the advertisements in the breaks in the program.

ئەمە ماناى ئەو بوو ئەو پارەيەكى زۆرى دەسكەوتوو لە
پىكلامەكانى وچانى بەرنامەكە.

She also owned the studios where they made her show. It was one of the best TV production centers in the US, and it had cost around \$20 million.

ئەو ھەرۈھە خاۋەنى ئەو ستۇدىيۇيانە بوو كە بەرنامەكەى
ئەويان تىدا دروست ئەكرد. ئەو يەككە لە باشتىن سەنتەرى
پىشەسازى تەلەفىزىۋنى بوو لە ئەمەرىكا، ۋە نىكەى 20 مىليۇن
دۆلارى تىچۈۋە.

In fact, her company, Harpo Productions, gave Oprah control over her life and over the lives of many other people.

لە راستىدا، كۇمپانىياكەى، ھارپۇ پىرۇدەكشنز، ئەۋەى بەخشى
بە ئۇپرا كۇنتىرۇلى ژيانى خۇى و ژيانى زۇر كەسى تىركات.

In the entertainment business, Oprah's love of control was famous; although she was very busy, she signed every cheque for her company, so she always knew exactly how every cent was spent.

لە بازىرگانى دىخۇشكردنى گشتىدا، ھەزى ئۇپرا بۇ كۇنتىرۇل
كردن بەناۋبانگ بوو، ھەرچەندە ئەو زۇر سەرقال بوو، ھەموو
دەفتەرى چەكەكانى واژۇ كرد بۇ كۇمپانىياكەى، بۇيە ئەو
ھەمىشە ئەيزانى چۇن ھەر سەنتىك سەرف ئەكرى.

It was perhaps strange that Oprah had become so interested in controlling her life; she had started in talk shows because she was so out of control.

لەوانەيە ئەو نامۆ بوو بىت كە ئۇپرا زۆر ئارەزووى
كۆنترۆلکردنى ژيانى خۆى كردوو، ئەو لە بەرنامەى
گفتوگۆو دەستى پىكرد لەبەرئەوئەى ئەو زۆر بى
كۆنترۆل بوو.

Her first jobs were as a newsreader for small radio and TV stations in the south of the US in the early 1970s.

يەكەم پيشەى ئەو خويندەئەوئەى ھەوالەكان بوو بۇ ئىستگەى
رادىو تەلەفزیونە بچوگەكان لە باشورى ئەمەريكا لە سەرەتای
سالانى 1970 دا.

In those days, it was quite unusual for Americans to see a black woman reading the TV news, and in 1976 she was offered a job with a much bigger TV station in the city of Baltimore.

لەو پۆزانەدا، تەواو ئاناسایى بوو بۇ ئەمریکىيەكان ژنىكى
رەش پىست بىيىن ھەوالەكانى تەلەفزیون بخوینیتەو، وە لە
سالى 1976 دا ئەو کارىكى پىشكەش کرا لە ئىستگەىەكى
گەورەترى تەلەفزیون لە شارى بالتیمۆر.

Everyone thought she looked great on TV, but she didn't have the right character to be a good journalist.

هه مووان پييانوابوو ئه و باش دياره له سهر تهله فزيوون، به لام ئه و كه سايه تيبه كي دروستي نيه بو ئه وه ي ببيت به رورثنامه نوس.

She always became too involved in the stories. When stories were sad, she sometimes started to cry. When the stories were happy, she was clearly happy too.

ئه و هه ميشه زور سهر قال ئه بوو به چيروكه وه. كاتي ك كه چيروكه كان غه مگين بووايه، ئه و هه ندي جار دهستي به گريان ئه كرد. كاتي ك كه چيروكه كان خوش بووايه ئه و يش به ئاشكرا دلخوش ئه بوو.

'This is crazy,' her bosses said. 'We have to find this woman another job.'

ئهمه شي تيبه، سهر وكه كانى ئه و ئه يان وت. پيوسته پيشه يه كي تر بو ئه م ژنه بدوزينه وه.

'At the time, the TV station wanted to introduce a morning talk show; this would give the people of Baltimore a chance to appear on TV and discuss their opinions.'

له و كاته دا ئيستگه ي تهله فزيوون ئه يانويست به رنامه ي گفتوگوي به يانيان بناسين، ئه مه دهر فه تيكي ئه دا به خه لكي بالتيمور تا له سهر تهله فزيوون دهر بكه ون وه باسي راو بوچووني خويان بكه ن.

The show was called "People Are Talking".

بەرنامەكە بە ناوی خەلك قسە ئەكەن "هوه بوو".

As Oprah clearly understood people so well, perhaps she would be the right person to present this program.

كاتىك كە ئۇپرا بە پروونى تىگەشت لە خەلك بە باشى، لەوانەيە ئەو كەسيكى دروست بىت بۇ پيشكەشكردى بەرنامەكە.

It could be a much better use of her skills than reading the news.

ئەكرى ئەوه بەكارهينانىكى زور باشتري تواناكاني ئەو بىت وەك لە خويندەنەوى هەوالەكان.

Many TV interviewers prepare questions before an interview and then don't really listen to the answers of their guests during the show.

زۆربەي بىزەرەكانى تەلەفزيون پرسيارەكان ئامادە ئەكەن پيش چاوپيكةوتن وە پاشان لە راستيدا گوى لە وەلامى ميوانەكانيان ناگرن لە ماوى بەرنامەكەدا.

But Oprah was very different. She was always interested in what people said. She had real conversations with the people that she interviewed.

بەلام ئۇپرا زور جياواز بوو. ئەو هەميشە ئارەزووى ئەوهى ئەكرد كە خەلك ئەيان وت. ئەو گفتوگوى راستى ئەكرد لەگەل ئەو كەسانەدا كە چاوپيكةوتنى لەگەل ئەكردن.

Soon, her bosses in Baltimore realized that Oprah was a star. Oprah's show was so successful that, after a few years, TV bosses in other parts of the country started to notice her.

هەر زوو سەرۆکه‌کانی ئەو لە بالتیمۆر هەستیان بە ئەو کرد کە ئۆپرا ئەستێرەیه. بەرنامەکی ئۆپرا زۆر سەرکەوتوو بوو بە شیۆهیه‌ک کە دواى چەند سالیکی کەم، سەرۆکه‌کانی تەله‌فزیۆن لە بەشەکی تری ولات دەستیان بە تیبینی کردنی ئەو کرد.

In 1983, a big TV station in Chicago asked her to present their morning talk show, A.M. Chicago.

لە سالی 1983 دا، ئیستگەیه‌کی گەورەى تەله‌فزیۆن لە شیکاگۆ داواى لە ئەو کرد بەرنامەى گفتوگۆی بەیانیان پیشکەش بکات، ئەى ئیم شیکاگۆ.

They offered her a four-year contract and said that they would pay her \$200,000 a year.

ئەو پێکەوتننامەیه‌کی چوار سالی پیشکەش کرد وە وتى کە 200000 دۆلارى پى ئەدەن بۆ هەر سالی.

It was a lot of money, but Oprah was worried about moving to Chicago. She didn't need to be, because when she arrived there she immediately felt at home.

ئەو پارەیه‌کی زۆر بوو، بەلام ئۆپرا نیکه‌ران بوو لە باره‌ى پۆشتنه‌وه بۆ شیکاگۆ. ئەو پێویست نه‌بوو نیکه‌ران بێت، لەبەرئەوه‌ى کاتی‌ک کە گەشتە ئەوى ئەو دەستبەجى هەستی کرد لەماله‌وه‌یه.

'Just walking down the street, I knew I belonged there,' she said. And the people of Chicago also felt that she belonged to them.

هەر که به شه قامه که دا پوشتمه خواره وه، زانیم که من خه لکی
ئهویم، ئه و وتی. وه خه لکی شیکاگو هه روه ها هه ستیان کرد
که ئه و له خویانه.

Her talk show started in January 1984, and it was an immediate hit.

به رنامه ی گفتوگویی ئه و له کانونی دوه می 1984 دا
ده ستیپیکرد، وه ئه وه سه رکه و تنیکی راسته وخو بوو.

People loved her direct, personal style of interviewing and, within a few months, her program was the most popular morning show in the city.

خه لک شیوازی که سیی دروستی ئه و یان به دل بوو له
چاوپیکه وتندا وه له ماوه ی چهند مانگیکی که م دا به رنامه که ی
ئه و به ناوبانگترین شو بوو له شاره که دا.

Her boss at the TV station was very happy. 'Oprah hit Chicago like a bucket of coldwater,' he said.

سه روکه که ی ئه و له ئیستگه ی ته له فزیون زور دلخوش بوو.
ئوپرا شیکاگویی شوک کرد وه ک ئه وه ی سه تلێک ئاوی ساردیان
پیدا بکه ی، ئه و وتی.

'She just took over the town. 'Oprah was a star in one of the biggest cities in the US, but she now wanted to become a national star.

ئەو بە تەواۋى دەستى گرت بەسەر شاردا. ئۇپرا ئەستىرە بوو
لە يەككە لە شارە گەورەكانى ئەمريكا، بەلام ئەو ئەو كاتە
ئەيويست بېيت بە ئەستىرەيەكى نەتەوئەيى.

Her opportunity came when she got a call from Steven Spielberg.

دەرفەتى ئەو ھات كاتىك كە تەلەفونىكى بۇ كرا لە ستىفن
سپىلېرگەو.

Spielberg was one of the most important people in the Hollywood film industry; he had made several successful films, including E. T.

سپىلېرگ يەككە لە گرنگترىن كەسەكان بوو لە پىشەسازى
فىلمى ھۆلىود دا، ئەو چەند فىلمىكى سەرگەوتوۋى بەرھەم
ھىناۋە، لەوانە ئى. تى.

He now wanted to make a film of a book by the black American writer, Alice Walker, called The Color Purple.

ئەو ئەيويست فىلمىك بەرھەم بھىنى لەسەر كىتەپك كە لە لايەن
نوسەرىكى ئەمريكى رەش پىستەوۋە نوسراۋە، ئەلىس ۋكە، بە
ئاۋى رەنگى بنەوشەيى.

'Would you like to play a part in the film?' he asked her. Oprah couldn't refuse.

ئارەزوو ئەكەي پۇل بىنى لە فىلمەكەدا؟ ئەو پرسىياري لە ئۇپرا كىرد. ئۇپرا نەيتوانى رەتى بىكاتەو.

The Color Purple was one of her favorite books, and she also knew that a part in a Hollywood film would make her famous around the world.

رەنگى بنەوشەيى يەككە لە خۇشتىن كىتەبەكان بوو لاي ئۇپرا،
وہ ئەو ھەرودھا ئەيزانى كە پۇل بىنىن لە فىلمى ھۆليود دا ئەو
بەناوبانگ ئەكات لە جىھان دا.

But she was so busy with A.M. Chicago that she had no time to do any other work.

ئەو زۆر سەرقال بوو لەگەل ئەي. ئىم. شىكاگو بە شىوئەك كە
ئەو كاتى نەبوو ھىچ كاريكى تىرىكات.

Oprah wanted to be in the film so much that she was ready to leave her job with the TV station.

ئۇپرا زۆر ئەيويست لە ناو فىلمەكەدا بىت بە شىوئەك كە
ئامادەبوو واز لەپىشەكەي بەينى لەگەل ئىستگەي تەلەفزیون دا.

But her business manager, Jeffrey Jacobs, had other ideas. 'We can work this out,' he told her.

بەلام بەرئوئەبەري بازىرگانىيەكەي ، جىفري جاكوبس،
بىرۆكەيەكى تىرى ھەبوو. ئەتوانىن ئەمە چارەسەر بىكەين، ئەو بە
ئۇپراي وت.

'The TV station will have to give you a break from the show.

ئىستىگەي تەلەفزيون وچانىك ئەدا بە تۆلە كاتى شوۋكەدا.

'Oprah's bosses weren't very happy about the situation, but they didn't want to lose her and they could also see that the film could bring a lot of public attention to her show.

سەرۋەكەكانى ئۇپرا زۆر دلخۇش نەبوون لە بارەي بارودۇخەكەو، بەلام نەياندەويست ئەويان لە دەستچى وە ھەروەھا ئەوان ئەيانتوانى ئەو ھەپتىن كە فىلمەكە ئەتوانى زۆر سەرنجى گشتى بۇ شوۋكەي ئەو ھەپتى.

They agreed to give her a break of several weeks so she could work on The Color Purple.

ئەوان قايىل بوون وچانىكى چەند ھەفتەيى بە ئەو بىخەشەن بەو شىۋەيە ئەو تەوانى كار بىكات لەسەر رەنگى بىنەوشەيى.

Oprah was very grateful to the TV station, but the experience also helped her to see that there were a few problems with her present contract.

ئۇپرا زۆر سوپاسگوزارى ئىستىگەي تەلەفزيونەكە بوو، بەلام ئەو ئەزمونە يارمەتى ئەوى دا ئەو ھەپتىن كە چەند كىنەشەك ھەيە لە بەئىننامەكەيدا.

If she really wanted to become a star, she needed more control over her life. But how could she get this?

ئەگەر ئەو بەپراستی ئەيويست بىيىت بە ئەستىرە، ئەو پىويست بوو زياتر كۆتەرۆلى ژيانى بىكات. بەلام چۆن توانى ئەمە بە دەست بەينى؟

Jeffrey Jacobs realized that if Oprah wanted to control her life, she first needed to get control of her program.

جىفرى جاكوبس ئەو زانى كە ئەگەر ئوپرا ئەيەوى كۆتەرۆلى ژيانى بىكات، ئەو سەرەتا پىويستە كۆتەرۆلى بەرنامەكەى بىكات.

At that time it was only broadcast in the Chicago area, but he thought that it should be possible to broadcast it right across the country.

لەو كاتەدا بەرنامەكەى تەنھا لە ھەریمی شىكاگو پەخش ئەكرا، بەلام ئەو پىيوابوو كە ئەكرى لە ھەموو ولاتدا پەخش بكرى.

He knew that when The Color Purple arrived in the cinemas, Oprah was going to become an international star. Lots of people outside Chicago would want to see her show.

ئەو ئەيزانى كاتىك كە پەنگى بنەوشەى گەشتە سىنەماكان، ئوپرا ئەبىت بە ئەستىرەىكى نۆدەولەتى. زۆر كەس لە دەرەوى شىكاگو ئەيانەوى شوکەى ئەو بىين.

Oprah decided to negotiate with the TV station.

ئۇپرا بېرىرى دا رېبىكەوى لىگەل ئىستىگەى تەلەفزیون دا.

First, she made them change the name of the program to The Oprah Winfrey Show.

سەرەتا، ئەو وای لى کردن ناوی بەرنامەکە بگوین بو ئۇپرا ونفرى شو.

Then she asked for a share of the money from sales of her show to other TV stations. It was a great business decision.

پاشان ئەو داواى پشكىكى کرد لى پارەى فروشتنى بەرنامەکەى ئەو بە ئىستىگەى تەلەفزیونەکانى تر. ئەو بەرپارىكى بازىرگانى گەرە بوو.

When The Color Purple came out, the film was a big success and everybody admired Oprah's performance.

كاتىك كە رەنگى بنەوشەى دەرهینرا، فىلمەكە سەرکەوتنىكى گەرە بوو وە ھەمووان نمايشەكەى ئۇپرايان بەدل بوو.

As a result, they all wanted to watch her TV show too.

لە ئەنجام دا، ھەمووان ئەيانووست سەیرى تى قى شوکەى ئەو بکەن.

One hundred and thirty eight TV stations across the US bought The Oprah Winfrey Show, and suddenly her earnings jumped from \$200,000 a year to \$30 million a year!

سەدو سى و ھەشت ئىستگەي تەلەفزيون لە ئەمەريکا ئۇپرا
ونفرى شۇيان كړى، وە لە ناکاو قازانجەکانى ئەو بازى دا لە
200000 دۆلارەوہ لە سالیځدا بۆ 30 ملیون دۆلار لە
Oprah's decision had made her rich, and it had
also taught her an important lesson: control was
the key to success.

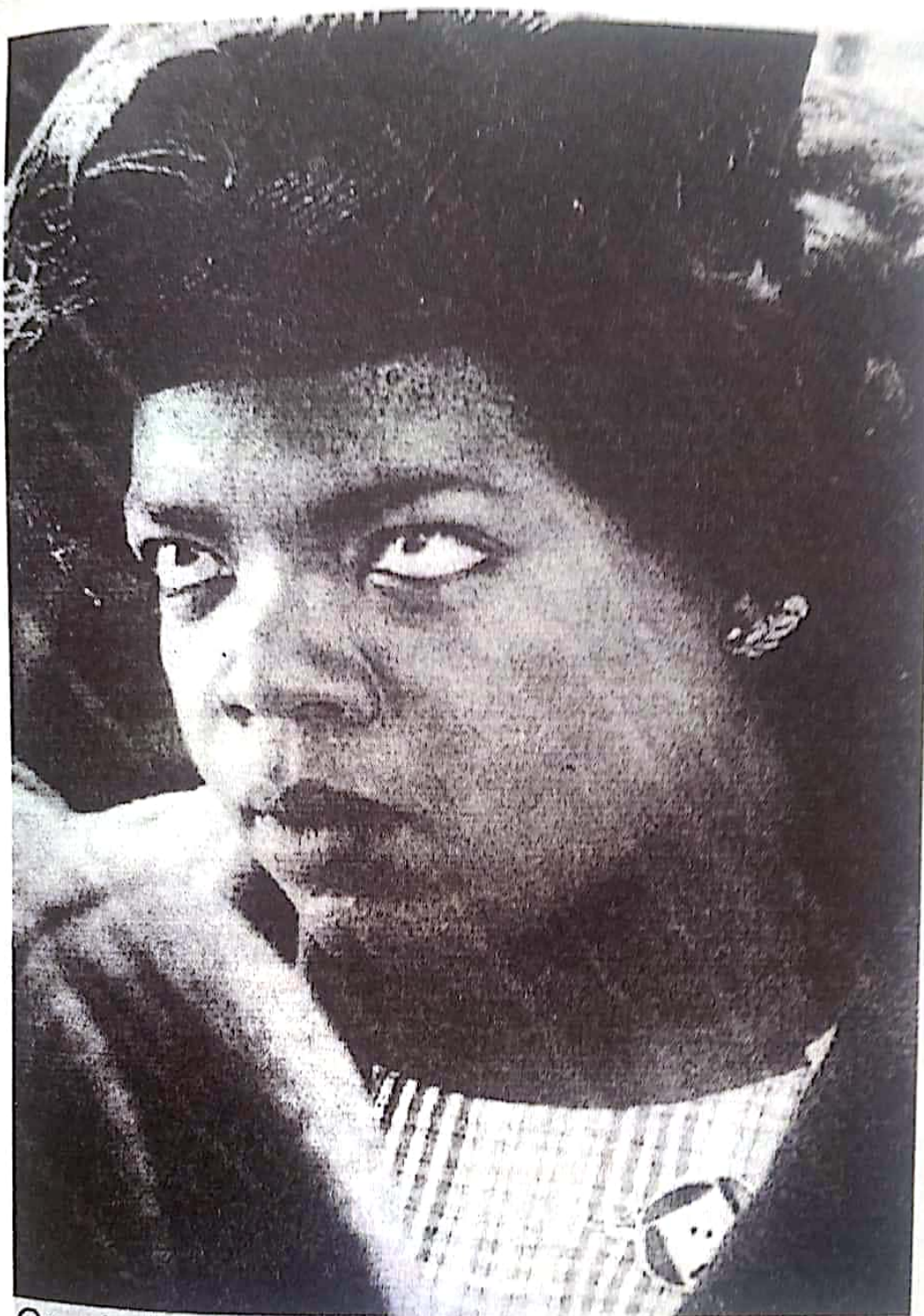
بېرارهکەي ئۇپرا ئەوي دەولەمەند کرد، وە ئەو ھەر وەھا وانەيەکی
گرنگی فیڤى ئەو کرد: کۆنترۆل کليلى سەرکەوتن بوو.

So in 1986 she started her own company, called Harpo Productions. ('Harpo' is 'Oprah' spelled backwards.)

بۆيە لە سالی 1986 دا ئەو کۆمپانیای خۆی دامەزراند، بە
ناوی ھارپۆ پرۆدەکشنز. ("ھارپۆ" "ئۇپرا" یە بە پێچەوانەوہ
پیتەکانى نوسراوہ.)

At first, it was just to create publicity for her show and to answer letters from viewers, but Oprah had big plans for her new company.

لە سەرھتادا ئەو تەنھا بۆ دروستکردنی ناویانگ بوو بۆ
بەرنامەکەي وە بۆ وەلام دانەوہي نامەي بينەرەکان، بەلام ئۇپرا
پیلانی گەورەي ھەبوو بۆ کۆمپانیای نوێکەي.



Oprah in The Color Purple

In 1988, she started to negotiate with the bosses of the Chicago TV station again.

له سالی 1988 دا، ئهو دەستی به پیکهوتن کرد له گهڵ سهروکهکانی ئیستگهی تهلهفزیونی شیکاگودا.

This time she wanted Harpo Productions to buy The Oprah Winfrey Show from them. The TV station bosses weren't happy.

ئهم جاره ئهو ئه یویست هاریو پرۆدهکشنز ئوپرا ونفرهی شو له ئهوان بکری. سهروکهکانی ئیستگهی تهلهفزیون دلخۆش نهوون.

They knew that Harpo would still allow them to broadcast the show, but the deal meant that they were losing control of their most important program.

ئهوان ئه یانزانی که هاریو هیشتا ریگهیان ئهدات بهرنامهکه پهخش بکهن به لام مامهلهکه مانای ئهوه بوو ئهوان کوئترولی گرنگترین بهرنامهیان له دهست نهچی.

As negotiations continued it became clear that, if necessary, Oprah was prepared to walk away from her show and go to work in Hollywood.

کاتی که پیکهوتنهکان بهردهوام بوو ئهوه ئاشکرا بوو که ئهگەر پیویست بکات ئوپرا ئامادهیه دوور بکهوێتهوه له بهرنامهکهی وه بپرات له هۆلیود کار بکات.

The TV station bosses realized they had no choice; they had to give Oprah what she wanted.

سەرۆکهانی ئیستگهی تهلهفزیۆن ههستیای بهوه کرد که چاریان نییه، ئهوان پیویست بوو ئهوه به ئوپرا بهخشن که ئهپیویست.

As she now owned her own show, Oprah needed a place where she could record it.

کاتی که ئهوه خواهنی شوکهی خوی بوو، ئوپرا پیویستی به شوینی که بتوانی تییدا تۆماری بکات.

So she bought an old TV and film production centre in west Chicago for \$10 million.

بۆیه ئهوه تهلهفزیۆنیکی کۆنی کپی له گهل سهنتهری بهرهمهینانی فیلم له پۆژههلاتی شیکاگو به 10 ملیۆن دۆلار.

She then spent another \$10 million on new equipment to make sure that Harpo Studios was the best production centre in the city.

پاشان ئهوه 10 ملیۆن دۆلاری تری سهرف کرد بۆ کهل و پهلی نوی تا دلیا بیست که ستودیوی هاریو باشترین سهنتهری بهرهمهینانه له شارهکهدا.

Oprah could now make her shows at times which suited her and she could also make more money from them. But her studio allowed her to do much more than that.

ئۇپرا ئىستائەتتۇر بىرنامەكەي بىخاتە كاتىكەو كە گونجاو بىت بۇ ئەو وە ھەروەھا ئەو تۈانى پارەي زىاتر قازانچ بكات.

بەلام ستۇدىوكەي ئەو پىنگەي دا ئەو لە ئەو زىاتر بكات.

In 1988, Harpo Productions started making other programs for TV, like The Women Of Brewster Place, and soon other companies were using Harpo Studios to make advertisements, films and TV shows.

لە سالى 1988 دا ھارپو پىرۆدەكشنز دەستى بە دروستکردنى

بەنامەي تر کرد بۇ تەلەفزیون، وەك ژنانى بروسىتەر پلەیس،

و ھەر زو کۆمپانىياکانى تر ستۇدىوی ھارپویان بەکارئەھىنا

بۇ دروستکردنى پىنگلام و فىلم تى قى شۇ.

In the 1990s, Oprah's business continued to expand in many different areas of the entertainment industry.

لە سالانى 1990 دا، بازىرگانىيەكەي ئۇپرا بەردەوام فراوان

ئەبو لە زۆر پووى جىاوازەو لە پىشەسازى كەيف و خوشیدا.

Ordinary people, especially American women, trust her and understand her ideas and beliefs.

خەلکى ئاسايى بە تايبەتى ژنانى ئەمىرىكا متمانە بە ئەو ئەكەن

و لە بىرۆكەو پراو بۇچوونى ئەو تىنەگەن.

They see her as an honest person from a tough background who has fought for her success.

ئەوان ۋەك كەسكى پاستگۇ ئەو ئەيىن كە لە ژىنگەيەكى سەخت دا ژياۋە و جەنگاۋە بۇ سەركەوتنى خۇي.

This means that many people are happy to buy products that carry Oprah's name.

ئەمە ماناي ئەۋەيە زۆربەي خەلك دۇخۇشن بە كرىنى ئەو بەرھەمانەي ناۋى ئۇپراي ھەلگرتوۋە.

This has given Oprah many great business opportunities.

ئەمە زۆر دەرفەتى گەۋرەي بازىرگانی بە ئۇپرا بەخشیۋە.

In 1998 she created a company called Oxygen Media, which produces TV programs for women and children and makes similar material for the Internet.

لە سالى 1998 دا ئەو كۇمپانىيەكى دامەزاند بە ناۋى

ئوكسىجىن مېدىا، كە بەرنامەي تەلەفزیۋنى بۇ ژنان و منالان

بەرھەم ئەھيىنى ۋە ھەمان بابەت بۇ ئىنتەرنېت بەرھەم ئەھيىنى.

Recently, she also started work on a new women's magazine, and she even has her own film company which has signed a contract with Disney.

لەم دوۋايىانەدا، ئەو ھەروھە دەستى بە كاركردن كرد لەسەر

گۇفارىكى نوۋى ژنان، ۋە ئەو تەنانەت كۇمپانىيەي فىلمى خۇي

ھەيە كە بەلئىننامەيەكى لەگەل دىسنى دا واژو كردوۋە.

When Oprah had her fortieth birthday in January 1994, she was already the most powerful woman in the world's entertainment industry and also the most highly paid.

كاتيڭ كه ئۆپرا چله مين يادى له دايك بوونى كرد له كانوونى دووه مى 1994 دا، ئهو پيشتر به دهسه لاتترين زن بوو له پيشه سازى كهيف و خوشى جيهان دا وههروها زورتريين پارهى تيدا قازانچ كردوه.

Over the past few years, business magazines have regularly put her in their lists of top American businesswomen.

له ماوهى چهند سالى رابردودا، گوڤارى بازرگاني ئهويان به چهسپاوى خسته ناو ليستى سهركهوتوتريين زنه بازرگاني ئهريكى.

At the same time, The Oprah Winfrey Show has continued to be as successful as ever —not just in the US, but also in many other countries around the world.

له هه مان كاتدا، ئۆپرا ونفرهى شو هه ر وهك پيشتر بهردهوام بوو له سهركهوتن — نهك تهنها له ئهمهريكا، بهلكو ههروها له زور ولاتى تر له جيهاندا.

Because Oprah is now in control of her life, she has also found time to act in several more Hollywood films.

لەبەرئەوێ ئۆپرا ئیتر کۆنتڕۆلی ژيانى کردبوو، ئەو هەروەها

کاتی دوزییهوێ بۆ پۆل بینین لە چەند فیلمینکی تری هۆلیوود دا.

And as her business has grown, Oprah has become richer and richer. It now seems likely that she will become America's first black billionaire.

وێ بە گەشەکردنی بازرگانیهکەى ئۆپرا دەولەمەندتر

دەولەمەندتر ئەبوو. ئیستا وا دەرئەکەوێ کە لەوانهیه ئەو ببێت

بە یەکەم بەدش پینستی بلیۆنەرى ئەمریکا.

Chapter 5 Madonna

بەندى 5 مادونا

'Life is short. My idea is that if I want to do something, I do it!'

Madonna

ژيان كورتە. بىرو بۆچوونى من وايە كە ئەگەر بىمەوى شتېك
بىكەم، ئەيكەم!

مادونا

Most pop stars know that they don't have a job for life.

زۆربەى ئەستېرە بەناوبانگەكان ئەزانن كە كارىكيان نىيە بۆ
ژيان.

One or two successful records may give them enough money to have a good time for a few months.

يەك يان دوو تۆمارى سەرکەوتوو ئەكرى پارەى تەواويان بداتى
بۆ بەسەربردنى كاتىكى خوش بۆ چەند مانگىكى كەم.

But the days of fast cars and long hot days by the swimming pool don't last long. Most have returned to ordinary life by the time they are thirty.

بەلام پۇژى ئۆتۆمبىلە خىراكان وە پۇژە گەرمە دوورو درىژەكان
لاى ھەوزى مەلە كىردنەكەو زۆر درىژە ناكىشى. زۆربەيان
گەپاونەتەو بۆ ژيانى ئاسايى كاتىك كە تىنو بوون.

But Madonna isn't like that. She has been the world's top female pop star since the middle of the 1980s.

به لām مادونا وا نییه. ئەو به ناوبانگترین ئەستێرە میینهیه له جیهاندا له ناوەندی سالانی 1980 وە.

During that time she has had many hit records, she has acted in several films, and she has made millions and millions of dollars.

له ماوەی ئەو کاتەدا ئەو زۆر تۆماری سەرکەوتووی هەبوو، ئەو له چەند فیلمیکدا پۆلی بینیوه، وە به ملیۆنان ملیۆن دۆلار قازانجی کردوو.

She has won prizes for her work, but she has also been strongly criticized by politicians and religious leaders.

ئەو چەندین خەلاتی بردۆتەووە بۆ کارەکی، به لām ئەو هەروەها به توندی پەخنی لی گێراوە له لایەن سیاسەتمەدارەکان و پابەرە ئاینییەکانەو.

She has married, separated and married again. She has had two children and she has also shocked a lot of people with her wild behaviour.

ئەو هاوسەرگیری کردوو، جیا بوۆتەووە وە دووبارە هاوسەرگیری کردۆتەووە. ئەو دوو منالی هەبوو وە ئەو هەروەها خەلکی زۆری شوک کردوو بە پەفتارە شیتانەکانی.

Some people say that she has been successful for such a longtime just because she is a wonderful singer and songwriter, but most agree that it isn't as simple as that.

هەندى خەلك ئەلەين ئەو بو كاتىكى ئاوها دوورو درىژ
سەر كەوتوو بوو تەنھا لەبەرئەوئەوئەو ئەو گۆرانىيىژىكى
سەرنجراكىش و ھۆنراو نووسە، بەلام زۆربەيان قايلىن لەسەر
ئەوئەو كە بەو سادەيىيە نىيە.

Madonna has always made sure that she is in control of her life.

مادونا ھەمىشە خۆى لەو دۇنيا ئەكردەو كە ژيانى خۆى
كۆنترۆل كەردوو.

She has made careful plans and has cleverly used the publicity that surrounds her.

ئەو بە وريايى پىلانى دائەنا و بە ژىرانە سەرنجى دەوروبەرى
خۆى بەكارئەھينا.



Madonna

She has also used her success to build a large international company that makes big profits.

But Madonna started right at the bottom. When nineteen-year-old Madonna Ciccone arrived in New York City in 1978, she knew that she wanted to be rich and she knew that she wanted to be a star.

But she came from an ordinary family in a town called Pontiac in Michigan, and she had just \$35 in her purse.

When she wasn't earning money, she learnt to sing and play musical instruments. She also taught herself to write music.

كاتيك كه پاره‌ی دهست نه‌ده‌كه‌وت، ئەو فيربوو گۆرانی بلی و ئامیری میوزیکی بژەنی. ئەو هەروەها خۆی فیڕ کرد ئاواز دابنی.

Soon she was writing and recording her own songs. In 1982, someone at a record company listened to her song 'Everybody' and decided to offer her a recording contract.

ئەو هەر زوو گۆرانی خۆی نووسی و تۆماری کرد. لە ساڵی 1982 دا، کەسیک لە کۆمپانیای تۆمار گوێی لە گۆرانی ئەو بوو "هەموو کەس" وە بپاری دا بە‌ئینامە‌یەکی تۆمار بە ئەوبە‌خشی.

It seemed that her dream had come true. But Madonna quickly realized that she still had a long way to go.

وا دیار بوو خەونە‌کە‌ی ئەو بوو بە راست. بە‌لام مادونا بە خیرایی هەستی بە‌وه کرد کە هیشتا ریڭایەکی دوورو درێژی ماوه بیپری.

'Everybody' was a dance song and it was popular in the nightclubs of New York, but most people in the US and the rest of the world didn't notice it.

"هەموو کەس" گۆرانی سە‌ما بوو وە بە‌ناوبانگ بوو لە یانە شە‌وانە‌کانی نی‌ۆرک دا، بە‌لام زۆربە‌ی خە‌لک لە ئە‌مە‌ریکا و بە‌شە‌کە‌ی تری جیهان تی‌بینیان نه‌ده‌کرد.

This wasn't good enough for Madonna. She wanted to find a way of getting everybody to buy 'Everybody'!

ئەمە تەواو باش نەبوو بۇ مادونا. ئەو ئەيويست پىنگايەك
بدۆزىتەوہ کہ و ا له هەموو کەس بکات "هەموو کەس" بکپن!

In the days of Elvis Presley, The Beatles and The Rolling Stones, the music industry had been mainly about making music and selling records.

پۇژانى ئەلقىز پرىسلى و بىتلز و پۇللىن ستۇنز، پىشەسازى
مىوزىك بە شىوہیەكى سەرەكى بۇ دانانى ئاواز و فروشتنى
تۆمار بوو.

Pop stars were rarely seen on TV, so most people listened to the radio to hear the latest songs from the pop world. But in the early 1980s, that started to change.

ئەستىرە بەناوبانگەکان بە دەگمەن ئەبىنران لەسەر تەلەفزیون،
بۆیە زۆربەى خەلک گوئیان لە رادیو ئەگرت تا نویتىرین گۆرانى
ببىستن لە جیهانى مۆدیرنەوہ. بەلام لە سەرتای سالانى
1980 دا، ئەوہ دەستى بە گۆران کرد.

In 1981, an American TV company called MTV (Music Television) started to broadcast pop videos to teenagers and young people across the US.

له سالی 1981 دا، کومپانیایه کی تهله فزیونی ئه مریکی به ناوی ئیم تی قی (تهله فزیونی میوزیک) دهستی به په خشکردنی فیدیوی پوپ کرد بو هه رزه کارو لاهه کانی ئه مریکا.

Their first song was 'Video Killed The Radio Star' by the British group, The Buggies.

یه کهم گورانیان " فیدیو ئه ستهیره ی رادیوی کوشت " بوو له لایه ن گروپی به ریتانییه وه وترا، به گیز.

It was a perfect way to start, because the song's words told the story of the future of the industry.

ئه وه ریگیایه کی ته و او بوو بو ده سته یکردن، له به ره ئه وه ی که وشه کانی گورانییه که چیروکی داهاتووی پیشه سازی دهووت.

Over the next few months, across the US, more and more teenagers switched off their radios and turned on MTV.

له ماوه ی چهند مانگی داهاتوودا، له ئه مریکا، زیاترو زیاتر هه رزه کاران رادیوکانیان ئه کوژانده وه وه ئیم تی قییان داده گیرساند.

Soon MTV had spread to a hundred countries around the world. The pop music industry became more international than ever before.

هەر زوو ئیڤ تی ڤی ته‌شه‌نه‌ی کرد بو سهد ولات له جیهاندا.
پیشه‌سازی میوزیکی پۆپ زیاتر نیوده‌وله‌تی بوو وه‌ک له‌وه‌ی
که هه‌بوو پیشتر.

Record companies realized that a good song needed a good video to become a hit.

کۆمپانیاکانی تۆماره‌ستیان به‌وه کرد که گۆرانی باش
پیویستی به ڤیدیۆیه‌کی باشه تا سه‌رکه‌وتوو بیت.

Because of this, they started to look for singers with their own style who could perform well on video.

له‌به‌ر ئه‌مه، ده‌ستییان به‌گه‌ران کرد بو ئه‌و گۆرانییژانه‌ی
ستایلی خۆیان هه‌بیت که بتوانن باش نمایش بکه‌ن له ڤیدیۆدا.

Madonna knew that she could be this kind of star. She didn't just have great songs and a great voice.

مادۆنا زانی که ئه‌توانی بییت به‌م جوړه ئه‌ستیره‌یه. ئه‌و ته‌نها
گۆرانی خوشی نه‌بوو به‌لکو ده‌نگی‌کی خوشیشی هه‌بوو.

She also had her own way of dancing and her own way of dressing.

ئه‌و هه‌روه‌ها ریڤگای تایبه‌تی خۆی هه‌بوو بو سه‌ما کردن وه
هه‌روه‌ها ریڤگای خۆی هه‌بوو بو خۆ پۆشین.

She had had some success in New York, but how could she now become a star on the world stage?

ئەو ھەندى سەرکەوتنى ھەبوو لە نيۆرك، بەلام چۆن بتوانى
بىت بە ئەستىرەيەكى جىھانى؟

She decided that she needed a manager to help her.

ئەو برىارى دا كە پىويستى بە بەرپۆەبەريكە تا يارمەتى بدات.
Because she was Madonna, an ordinary manager wasn't good enough; she needed the best manager in the business.

لەبەرئەوھى ئەو مادونا بوو، بەرپۆەبەريكى ئاسايى تەواو باش
نەبوو، ئەو پىويستى بە باشترين بەرپۆەبەر بوو لە بازىرگانى دا.
At that time, many people thought that the best manager in the pop music industry was Freddy Demann.

لە كاتەدا زۆربەى خەلك پىيانوابوو باشترين بەرپۆەبەر لە
پىشەسازى ميوزىكى پۆپدا فريدى ديمان بىت.

He had worked with Michael Jackson for several years and had helped him to produce some of the most successful records of all time.

ئەو بۆ چەند سالىك لەگەل مايكل جاكسن كارى كردبوو وە
يارمەتى ئەوى دابوو بۆ بەرھەمھيئەتى ھەندى لە
سەرکەوتوترين تۆمار بۆ ھەموو سەردەميك.

Demann understood how to make videos, and he knew how to work with MTV. So Madonna just had to persuade him to work with her.

دېمان تيگه شتېوو چۆن قيديۆ دروست بکات، وه ئهيزانى چۆن کار بکات له گهل ئيم تى قى دا. بۆيه مادونا تهنه پيويست بوو وه قايل بکات کارى له گهل بکات.

But how? In Madonna's position, most young singers sent a manager a letter and a recording of their songs. But Madonna wanted to be different.

به لام چۆن؟ به بۆچوونى مادونا، زۆربهى گۆرانىيېژ لاهه كان نامه يه كيان بۆ بهرپوه بهر كه ئه نارد له گهل تۆمارى گۆرانىيه كانيان دا. به لام مادونا ئه يويست جياواز بىت.

She found out Freddy Demann's address, walked straight into his office and performed her songs in front of him.

ئو ناو نيشانى فريدى دېمانى دۆزىيه وه، راسته وخو پوشت بۆ نو سينگه كهى وه نمايشى گۆرانىيه كانى كرد له بهردهم خويدا.

Freddy was rather surprised, but he also liked what he heard and what he saw.

فريدى زۆر سه رسام بوو، به لام ههروهه ئه وهى به دل بوو كه بىستى و كه بينى.

'She had that special magic that very few stars have,' he said.

ئو ئه فسونه تايبه تهى هه بوو وه كه زۆر كهه ئه ستيره كان هه يان بوو، فريدى وتى.

Freddy Demann was the right man for her. Her next song, 'Holiday', was also a dance song, but it wasn't just a hit in New York.

فريدى ديمان پياويكى گونجاو بوو بۇ ئەو. گۆرانی داھاتووی ئەو "پشوو" گۆرانی سەما بوو ھەروەھا، بەلام ئەو تەنھا لە نیۆرک بەناوبانگ نەبوو.

It was a hit on MTV; it was a hit across America; it was a hit right around the world.

ئەو ناوبانگ بوو لەسەر تەلەفزیونی ئیم تی قى، ئەو سەرکەوتن بوو لە ئەمەریکا، ئەو سەرکەوتن بوو لە ھەموو جیھاندا.

Freddy also found an opportunity for her to act in a Hollywood film.

فريدى ھەروەھا دەرفەتیکى بۇ ئەو دۆزییەو تەلەفیلمی ھۆلیوود دا پۆل ببینی.

By the end of 1984, she wasn't just a radio star; she wasn't just a video star; she was a film star as well!

لە کۆتایی سالی 1984 دا، ئەو تەنھا ئەستیرەى رادیۆ نەبوو، ئەو تەنھا ئەستیرەى قیدیۆ نەبوو، ئەو ئەستیرەى فیلم بوو لە ھەمان کاتدا.

In the middle years of the 1980s, money and success seemed to be the most important things in the world.

لە ناوەندی سالانی 1980 دا، پارەو سەرکەوتن وەك گەرنەگەرتین
شت دەرتەكەوت لە جیھان دا.

The American economy was doing very well and President Ronald Reagan had reduced taxes, so people in business had a lot of money to spend.

باری ئابوری ئەمەریكا زۆر بە باشی ئەپۆشت وە سەرۆك پۆنالد
رېجەن باجی كەم كردهوه، بۆیه خەلكانی بازەرگان پارەیهکی
زۆریان هەبوو بۆ سەرف كردن.

In New York, young businesswomen wore big diamonds and beautiful dresses from the world's top designers, and they loved to drive to parties in expensive foreign cars.

لەنیۆرك، ژنە بازەرگانە لاوەكان ئەلماسی گەورەو جل و بەرگی جوانی
بەناوبانگەرتین دیزاینەرەكانی جیھانیان لەبەردا بوو، وە خەزیان دەكرد
بەژوون بۆ ئاھەنگەكان بەئۆتۆمبیلی بیانی گرانبەھا.

Intelligent people from outside the business world were often asked, 'If you're so clever, why aren't you rich?' There was no answer to that.

خەلكی زێرەك لە دەرهوهی جیھانی بازەرگانی زۆربەیی كات
پرسیاریان دەكرد، ئەگەر تۆ ئەوەندە زێرەکی، بۆچی دەولەمەند
نیت؟ هیچ وەلامێك نەبوو بۆ ئەوه.

During those years, Madonna's face was always in the newspapers, her videos were always on MTV and her songs were everywhere.

لە ماوەی ئەو سالانەدا، پوختساری مادونا هەمیشە لەسەر
پوژنامەکان بوو، قیدیۆکانی هەمیشە لەسەر ئیڤ تی ڤی بوو وە
گۆرانییەکانی لە هەموو شوێنێک بوو.

She had one hit record after another. One of her songs from 1985 seemed to explain the feeling of the time.

ئەو یەک لە دوای یەک تۆماری بەناوبانگی هەبوو. یەکیک لە
گۆرانییەکانی ساڵی 1985 وا دیار بوو هەستی کات پوون
بکاتەو.

'We are living in a material world,' she sang. 'And I am a material girl.'

ئێمە لە جیهانیکی ماددی دا ئەژین، ئەو گۆرانییە دەوت. وە
من کچیکی ماددیم.

'Madonna had always wanted to be a public figure, but her boyfriend in the middle years of the 1980s had very different ideas.'

مادونا هەمیشە ئەویست بە گشتی بەناوبانگ بێت، بەلام
هاوێی کۆرەکە لە ناوەندی ساڵانی 1980 دا بیروکەیهکی زۆر
جیاوازی هەبوو.

Sean Penn was a film star who had grown up in a famous family and, perhaps because of that, he hated newspaper photographers.

سین پین ئەستیرە ی فیلم بوو کە لە خێزانیکی بەناوبانگ دا
گەرە بوو بوو وە، لەوانە یە لەبەرئەو وە بیست، ئەو پرسی لە
فۆتۆگرافەرەکانی پۆژنامە بوو.

This was a problem, because photographers followed Madonna everywhere. At first, Sean tried to push them away.

ئەمە کێشە بوو، لەبەرئەو وە فۆتۆگرافەرەکان دوای مادونا
ئەکەوتن بۆ هەموو شوێنی. سەرەتا، سین هەولیدا دورییان
بخاتەو.

But when they didn't stay away, he hit them. And when they still didn't stay away, he tried to frighten them with his guns.

بەلام کاتی کە ئەوان دوور نەکەوتنەو، ئەو لییدان. وە کاتی کە
کە هیشتا هەر دوور نەکەوتنەو، ئەو هەولیدا بیا ترسینی بە
چەکەکانی.

When Sean and Madonna got married in 1985, the newspapers sent helicopters so they could photograph the wedding.

کاتی کە سین و مادونا هاوسەرگیریان کرد لە ساڵی
1985 دا، پۆژنامە نووسەکان هەلیکۆپتەرەکان ئارد تا بتوانن
وینە ی ئاھەنگە کە بکرن.

ئەمە زۆر كېشە بوو بۇ سىن، ئەو ئاھەنگەكەى بەجىھىشت و
تەقەى لىكردن بە چەكەكەى لە زەوىيەو.

لە کوتاییدا، کیشەکانی سین لە گەڵ پوژنامە نووسەکاندا بوو
هۆی زۆر کیشە وە نێردرا بۆ زیندان.

مادونا له ٺهو جيا بووه وه دواي تهنها چهند ساليڪي ڪم له
هاوسه رگيري.

ئەو ۋانەيەكى سەخت بوو لەو كێشانەى كە لە زۆر
سەرنجراكێشانى گشتییەو ە دى

به لام ماڊونا يه ڪيڪ له بهناوبانگترين ڙنه ڪاني جيهان بوو وه ٿو
حه زي له سهرنجي گشتي بوو.

So when the drinks company Pepsi-Cola asked her to do an advertising campaign for them, she was happy to help.

بۇيە كاتىك كۆمپانىيە خواردنهوه پىپسى كولا داوايان لىكرد
رېكلامىيان بۇ بكات، ئەو دلخۇش بوو بە يارمەتيدانان.

She negotiated with them for eight months and she was even happier when they agreed to pay her \$5 million for a year's contract.

ئەو رېكەوت لەگەليان بۇ ھەشت مانگ وه ئەو زياتر دلخۇش
بوو كاتىك كه ئەوان قايل بوون 5 مليون دولار بدەن بە ئەو بۇ
بەلئنامەى سالىك.

On 2 March, 1989, Madonna's Pepsi advertisement was broadcast to around 250 million people in forty countries, and it included part of her new song 'Like a Prayer'.

لە 2ى ئازارى 1989دا رېكلامى پىپسى مادونا بۇ نزيكەى
250 مليون كەس پەخش كرا لە 40 ولات، وه بەشيک لە
گورانيه نويكەى ئەوى لەخو گرېتوو " وهك نويژكەرک."

The advertisement was great, but it was never seen again. That was because on 3 March, MTV showed Madonna's own 'Like a Prayer' video.

رېكلامەكه گەورە بوو، بەلام ھەرگيز نەبينرايەوه جاريكى تر.
لەبەرئەوه بوو لە 3ى ئازاردا، ئىم تى قى فيديوى " وهك
نويژكەرک" تايبەت بە مادونا خوى پيشان دا

This showed Madonna in all sorts of strange situations inside a church. Religious people around the world were very angry with Madonna.

ئەمە مادۆنای پيشان ئەدا لە ھەموو جۆرە بارودۆخیکی نامۆدا
لە ناو کەنيسەيە کدا. خەلکە ئاینییەکان لە ھەموو جیھاندا زۆر
تورە بوون لە مادۆنا.

'How dare she use our religion like this?' they asked.

چۆن ئەویرێ ئاینەکە ی ئیمە بەم شیۆە یە بەکاربھێنی؟ ئەوان
پرسیاریان ئەکرد.

After some time, things got so bad that the Pope said that Madonna would not be welcome to perform in Italy.

دوای ماوەیەك، شتەكان زۆر خراپ بوون بە شیۆە یەك كە قەشە ی مەزنی
پۆم وتی مادۆنا پيشوازی لی ناکریت تا نمایش بکات لە ئیتالیا.

The people at Pepsi-Cola were very worried about the situation. Would this damage their sales?

کارمەندەکانی پیپسی کۆلا زۆر نیگەرەن بوون لە بارە ی
بارودۆخە کەوە. ئایا ئەمە زیانی بە فرۆشی ئەوان گە یاند؟

They didn't want to wait to find out. They decided not to use Madonna's advertisement again, although they let her keep their \$5 million.

ئەوان چاوەرپیان نەکرد تا بزائن. ئەوان بریاریان دا پیکلامە کە ی مادۆنا
بەکارنەھێنن جاریکی تر، سەرەرای ئەو ش پیکە یان دا مادۆنا 5 ملیۆن
دۆلارە کە ببات.

But Madonna was the winner in another way as well. After all the talk about 'Like a Prayer' in the newspapers and on TV, everybody wanted to buy the record.

به لām مادونا براوه بوو له پوویه کی ترهوه له هه مان کاتدا. دواى
ئهو هه موو لیدوانه له باره ی "وهک نویژکه ریك" له پوژنامه کان و
له تهله فزیوون، هه مووان ئه یانویست تو ماره که بکړن.

It soon became a best-seller in thirty countries around the world. After 'Like a Prayer', some people began to see Madonna in a new way.

هه ر زوو بوو به باشتړین فروش له سى ولات له جیهاندا. دواى
"وهک نویژکه ریك" هه ندی که س مادونایان به شیوازیکی نوی بینى.

They realized that she wasn't just an ordinary pop star. She had been at the top of her business for a long time; she was clearly a very tough person.

ئهو ان زانیان که ئهو ته نها ئه ستيړه یه کی ئاسایى پوپ نه بوو.
ئهو ماوه یه کی زور بوو له لوتکه ی بازرگانیدا بوو، ئهو به
ئاشکرا که سیکی زور قورس بوو.

In October 1990, the American business magazine Forbes put Madonna's picture on its front cover and asked if she was the cleverest businesswoman in the US.

له تشرینی یه که می 1990 دا، گوڤاری بازرگانی ئه مریکی، فوربس،
وینه ی مادونای له سه ر به رگی پی شه وه دانا وه پرسیارى کرد ئه گه ر
ئهو زیره کترین ژنه بازرگان بیټ له ئه مه ریکا.

It said that she had earned \$39 million over the past year. It also said that she was very unusual because she was a star who ran her own business.

وتی ئەو 39 ملیۆن دۆلاری قازانچ کردوو لە ساڵی پابردوودا.
و ههروهها وتی ئەو زۆر نائاساییه له بهرئهوهی ئەو
ئەستێرهیه که خۆی بازرگانیه کهی خۆی ئەبات بهرپوه.

The next month, Us magazine produced a list of the most powerful people in the entertainment industry.

مانگی داهاوو، یو ئیس مهگهزین لیستیکی به دهسه لاتترین
خه لکی دروست کرد له پيشه سازي کهيف و خوشيدا.

Madonna was at number one, above stars like Michael Jackson, Bruce Springsteen and Prince.

مادونا ژماره يهك بوو به سه ره ئەستێره کانی تره وه وهک مايکل
جاکسن، بروس سپرينگستين وه پرنس.

In 1992, she proved her skills as a businesswoman when she signed a deal with a value of \$60 million with the big entertainment company Time Warner.

له ساڵی 1992 دا ئەو توانای خۆی سه لماند وهک ژنه
بازرگانيك کاتيک که مامه له يه کی واژو کرد به نرخي 60 ملیۆن
دۆلار له گه ل کۆمپانای گه وره ی کهيف و خوشيدا تايم وارنهر.

The deal meant that she was now the boss of her own company, called Maverick.

مامەلەكە مانای ئەوە بوو ئەو ئیستا سەرۆکی كۆمپانیاكە،
خۆی بوو، بە ناوی مافریك.

Maverick could produce records, videos, TV programs and books, and it gave Madonna complete control over her own products.

مافریك ئەیتوانی تۆمارو قیدیۆو بەرنامەى تەلەفزیۆنى و كتیب
بەرەم بەینى، وە كۆنتڕۆلى تەواوى بە مادۆنا بەخشى بەسەر
بەرەمەكانى خۆیدا.

She used this control to surprise everybody again. Maverick's first product was not a record or even a video; it was a book of photographs called Sex.

ئەو ئەم كۆنتڕۆلەى بەكارهینا بۆ سەرسام كردنى خەلك جارىكى
تر. یەكەم بەرەمەى مافریك تۆمارىك یان تەنانەت قیدیۆش
نەبوو، ئەوە كتیبى فۆتوگرافى بوو بە ناوی سێكس.

The book was unusual in many ways. Its cover was made of metal and it contained a CD of a new Madonna song.

كتیبهكه نائاسایى بوو لە زۆر پوووە. بەرگەكهى لە كانزا دروستكرا بوو
وە سى دییهكى لە خو گرتبوو لە گۆرانییه نوییهكانى مادۆنا.

It also contained photographs that showed Madonna without her clothes on.

وە هەروەها وینەى لە خو گرتبوو كە مادۆناى پیشان ئەدا بە بى جل و
بەرگ.

In the weeks before Sex-arrived in bookshops, journalists around the world wrote about the book.

لهو ههفتانه دا پيش ئه وهى كتيبي سيكس بگاته بوكشوپه كان،

پوژنامه كانى جيهان له بارهى كتيبه كه وه نووسيان.

Many people thought she was making a big mistake. But Madonna was completely confident.

زۆربهى خهك پيشان وابوو ئه وه ههلهيهكى گه ورهى كردوه.

بهلام مادونا تهواو دلنيا بوو.

She decided to print a million copies of the book and to sell it for a very high price -nearly \$50.

ئهو بريارىدا يهك مليون كوپی كتيبه كه چاپ بکهن وه به

نرخيكي زور بهرز بيفروشن - نزیکه 50 دولار.

When the book finally went on sale in October 1992, the big question at every fashionable party was, 'Have you seen the Madonna Sex book?'

كاتيك كه كتيبه كه له كوٹاييدا خرايه فروشه وه له تشريني

يه كه مى 1992 دا، پرسىارى گه وره له هه موو ئاههنگه

مؤديرنه كان ئه وه بوو، ئايا كتيبي سيكسى مادونات بينيوه؟

Some people were shocked by Madonna's photographs, others were angry, but many just went out and bought it. It sold 500,000 copies in its first week!

هه ندى كهس شوک بوون به ويينه كانى مادونا، ئه وانى تر توپه بوون،

بهلام زۆربهى ته نها ئه پروشتن و ئه يانكرى. 500000 كوپی لى

فروشا له يه كه م هه فته دا.

But Maverick was not just an opportunity for Madonna to produce and sell her own books, records and videos; it also meant that she could work with other young musicians.

بەلام مافريك تەنھا دەرفەتتەك نەبوو بۆ مادونا تا كتيب و تۆمارو
قيدىوكانى خوى بەرھەم بهيئي، ئەو ھەرۈھا ماناي ئەو بوو
ئەو ئەيتوانى كار لەگەل ميوزيسيانە لاوكانى تردا بكات.

'I want a real record label with real artists,' she said. 'I want artists who have a life of their own and who have a point of view.'

ناوى تۆمارى راستيم ئەوى لەگەل ھونەرمەندى راستيدا، ئەو
وتى. ئەو ھونەرمەندانەم ئەوى كە ژيانى تايبەت بە خويان و
تيروانيى خويان ھەيە.

'Since 1992, Madonna and her team of managers have listened to hundreds of recordings from young singers as they have tried to find the stars of the future.'

لە سالى 1992 وەو، مادوناو تىپى بەريوھەرەكانى گوييان لە
سەدان تۆمارى گورانيبيژە لاوكان گرتبوو و ھەولييان ئەدا
ئەستيرەى داھاتوو بدۆزنەو.

Everyone in the music industry agrees that this is very hard to do.

ھەمووان لە پيشەسازى ميوزيكدە قايىل بوون لەسەر ئەوھى كە
ئەمە كاريكى زۆر سەختە.

Sadly, most young musicians fail. But Madonna quickly showed that she could find the right people and, in 1995, Maverick produced a record by the Canadian singer and songwriter, Alanis Morissette.

به داخه وه زۆربهی میوزیسیانه لاوهکان دهرنه چوون. به لام
مادونا به خیرایی پیشانی دا که ئەتوانی کەسی گونجاو
بدۆزیتەوه وه له ساڵی 1995 دا، مافریک تۆماریکى بهرهمهینا
له لایه ن گۆرانیبیژو هۆنراوه نووسی که نه دی، ئالانیس
مۆریسیت.

She was a good choice; her record sold over 27 million copies around the world!

ئەوه ههلبژاردنیکی باش بوو، تۆماره کهی زیاتر له 27 ملیۆن
کۆپی لی فروشرا له جیهاندا!



Canadian singer and songwriter, Alanis Morissette

Maverick has also made records for hit films like Austin Powers and The Next Best Thing.

ماڦرىك ھەروەھا تۆماری بەرھەمئەھيئا بۇ فيلمبە بەناوبانگەكان
وہك ئۆستىن پاوھرس وە باشتىرىن شتى دواتر.

In 1999, the company had sales of around \$750 million.

لە سالى 1999 دا، كۆمپانىياكە نزيكەى 750 مليون دولار
فرۆشى ھەبوو.

Madonna's busy life means that she can't spend a lot of time in her company's offices like a normal boss.

ژيانى سەرقالى مادونا ماناي ئەوھيە كە ئەو ناتوانى كاتىكى
زۆر لە ئوفيسەكانى كۆمپانىياكەيدا بباتە سەر وەك سەرۆكىكى
ئاسايى.

But wherever she goes, she uses the Internet to communicate with her company's managers who look after the business from day to day.

بەلام بۇ ھەر شوينىك پروات، ئەو ئىنتەرنىت بەكارئەھيىنى بۇ
پەيوەندى كردن لەگەل بەرپۆھبەرەكانى كۆمپانىياكەيدا كە
چاودىرى پۆژ بە پۆژى بازىرگانىيەكە ئەكەن.

Madonna is certainly not everyone's idea of a typical businessperson; she will always be best known for her songs, her films and her shocking way of life.

به دلدنيايييه وه مادونا هه موو كهس پيوانيييه بازرگانيكي
نمونيه يي بيت، ئهو هه ميشه به ناوبانگ ئه بيت بو
گورانئيه كاني، فيلمه كاني وه شيوازي سه سامكه ري ژياني.

But as computers, better communications and the internet change business, ideas and style are becoming much more important than machines and materials.

به لام هه وهك كومپيتر په يوه ندي باشترو بازرگاني گورينه وه ي
ئينه رنئيه بيروكهو ستايل گرنگتر ئه بن له ئاميرو ماده.

If you want to succeed in the twenty-first century, you need to be able to think of new products and new fashions, and you must also know how to use publicity and how to create the right image.

ئه گه ر ئه ته وي سه ركه وتوو بيت له سه ده ي بيست و يهك دا،
پيويسته بتواني بير له به ره مي نوي و فاشيوني نوي
بكه يته وه، وه هه روه ها ئه بي بزاني چون سه رنجي گشتي
به كار ئه هيني وه چون وينه يه كي گونجاو دروست ئه كه ي.

In the factories and offices of the old business world, the bosses were nearly always serious men in dark suits and ties.

له كارگه و نوسینگه كانی جیهانی بازگانی كۆن، سهروكهكان تا رادهیهك ههمیشه پیاوانی جدی بوون به قات و بوینباخی تاریکهوه.

But in today's business world, women are proving that they are better managers and that they know more about the lives of ordinary people.

بهلام له جیهانی ئهمپووی بازگانیدا، ژنان ئهوه ئهسهلمینن كه ئهوان بهپروههیهکی باشتن وه ئهوهی كه ئهوان زیاتر ئهزانن له بارهی ژبانی خهلكی ئاساییهوه.

In the expensive designer shops of Chanel and Hanae Mori, in the hundreds of Body Shops, and in the studios of Harpo and Maverick, the message is clear: modern women mean business!

له دوکانی دیزاینهه گرانبههاکان دا وهك چانل و هانا موری، له سهدان بهدی شوپ دا، وه له ستودیوی هاریوو مافریک دا، پهیامهكه پوونه: ژبانی مۆدیرن مانای بازگانیه!

Author: David Evans

Women in business

English-Kurdish

لەبەلێکەوە گەڕان

کتابخانه‌های: قزاقی، روسی، عربی، فارسی، انگلیسی، و غیره

کتابخانه‌های به‌خوبی



Bakhtlary Book Shop

سلیقہ کی شرح کا نام سے وصولیوں پر اچھڑ چاہئے۔ دہلان

Translated by:
Shayma Abdullah Ali



نرخى سى ھەزار-