

نووسەر: دەيقد ئيشانز

ژنان له بازارگانيدا

ئینگلیزی - کوردی

وهرگیرانی: شهیما عبدالله علی



Business world

جیہانی بازرگانی

Women in business

زنان لہ بازرگانیدا

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: دهیقد ئیقانز
وهرگیرانی: شهیما عبدالله علی
تایپ: وهرگیر
ناستی مامناوهند (4)

شوینی چاپ: چوارچرا
سانی چاپ / 2013 ز
له بهرینوه بهرایه تی گشتی کتیبخانه گشتیه کان ژماره (1942)
سانی 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 سەرەتای سەدەى بیستەمدا، بیروکەى ژنان لە بازرگانیدا نامۆ دەرنەکەوت. ئەمڕۆ زیاتر زیاتر ژنان ئەگەنە لوتکەى ژيانى بازرگانى. ئەم کتیبە چیرۆكى سەرکەوتنى بازرگانى پینچ ژنى زۆر جیاواز ئەگپیتەوه: کوکو چانل، هانا مۆرى، ئانیتا رۆدیک، ئوپرا ونفرەى وه مادوونا.

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 . . .

ھندی کھس باسی کاروباری دارایی کومپانیاکھ یان دواترین ریژھی فروشتنی ئەکھن. بەلام ئەوانی تر باسی زنجیرە چالاکی سەربازی ئەکھن بۆ پرزگارکردنی دارستانەکانی بەرازیل یان ریگاکانی یارمەتیدانی زیندانە سیاسییەکان...

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

ئەم بینایە نوسینگەیی سەرەکی بەدی شوپە، ئەو کومپانیا یە کە لە لایەن یەك ژنەوہ دامەزرا، ئانیتا رودیک، لە 1976دا.

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

لە ماوہی چەند سالیکی کەمدا، کومپانیاکەیی گەشەیی کرد لە یەك دوکانی بچوکەوہ بۆ بازەرگانییەکی نیودەوئەتی 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.

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 پاره‌یه‌کی زۆر هه‌میشه پیاو بوون. ئەوان به‌زۆری باش بوون له مامه‌له‌ی پاره‌دا به‌لام خراپ بوون له مامه‌له‌کردنیان له‌گه‌ڵ 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.

نۆربه‌یان باش بوون له‌ فرۆشتنی به‌ره‌می کلتوریدا به‌لام خراپ بوون له‌ داهینانی 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 لّام له م سالانه ی دوايدا، بازرگانی گوړا. ئیستا دهرهت 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.

دواجا، ژنان توانییان بیروکه ی نوی تاقی بکه نه وه وه ههول بو
شیوازی نوی کارکردن بدن. هه رچه نده زوربه ی ژنان هیشتا
کیشه یان ههیه له شوینی کاره کانیان دا، به لّام زیاترو زیاتریان
ئه گه نه لوتکه له ژیانی بازرگانیا نندا.

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 گپریته وه له ژینگه ی زور جیاوازه وه
که گه شتونه ته لوتکه له ریگای زور جیاوه زه وه. هه موویان
سه رکه وتوو بوون به به کاره یانی توانای تایبه تی خو یان بو
داهینانی 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 بۆ جىل و بەرگ نىيە، مۆدىل شتىكە لە ھەوادا.
مۆدىل لە ئاسماندايە، لە شەقامدايە. مۆدىل بۆ بىرۆكەكانە، بەو
شىئوھىيەى كە ئەژىن، ئەوھى كە پووئەدات.

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 سەرھەتاي سەدەى بىستەمدا، بىرۆكەى ژنان لە بازىرگانىدا شىتتەنە
دەردەكەوت. لەو پۆژانەدا، پىياوان ھەموو پلەكانى دەسەلاتيان
گرتىبوو ۋە ھەموو بىرىارەكانيان ئەدا لە بارەى پارەوھ.

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

ئەوان پىيانوالبووھ كە شوينى ژن لە مائەوھ بىت، چاودىرى
منالەكانى بكات، خواردن بۆ خىزانەكەى ئامادە بكات ۋە مال
بەرىئوھ ببات.

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 پىويستى بە كار كىردن بووايه له وانەيه بىتوانيايه
كارىك بدوزىته وه له ناو دوكانىكدا يان له كارگه يه كدا، به لام
دەرفەتى ئەوەى نەبووه وهك ژنه بازرگانىك كار بكات يان وهك
خاوهن بانكىك يان پارىزه رىك.

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

مۆدىله كانى ژنان له ئەمريكا و ئەوروپا له و كاته دا پشتگىرى ئەم
بىرۆكه يه ي شويىنى ئەوانى كردووه له كۆمه لدا.

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 مۆده عەزى ئەوه نده درىژيان له بەر ده كرد كه نزيك بوو له
زهوى بدات. ئەمه سهختى ئەكرد بو ئەوان ئۆتۆمبىل بهارژوون،
ئەسپ سواری بكن يان تەنانەت بە خىرايى برۆن. له ئەنجامدا،
ئەوان پىويستيان بە پياوان بووه گەشتە كانيان بو پىكبخن.

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
بپاريزى تا ئهوه پيشان بدات كه له دهروهه كارى نهكردوه
له بهر ههتاودا. ئه مه ماناي ئهوه بووه ژنان كاتيكي زوريان له
ژورهوه 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 رازينرابووه. ئه مانه پوخسارى ئه وانى له هه تاو
پاراستوووه وه ته نانه ت سه ختتى كردوووه 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 بازرگانییہ وہ له 1910 دا، ئه و پیلانی دانا بو گوپینی ئه و جل و بهرگانہی که ژنان له بهریان ده کرد. به لام له ماوهی شهست سالی داهاتوودا ئه و زور زیاتر له وهی کرد، وهک ئه وهی که بوو به دهوله مہندترین و سہرکہ وتووترین ژنہ بازرگانی ئه و سہدہیہ.



Coco Chanel

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

كۆكۆ چانل ھېچ ئەزموونى بازارگانى نەبوو كاتىك كە يەكەم
دوكانى كۆلۆي كۆدەوۈە لە پارىس لە سالى 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 تەمەنى تەنھا بىست و ھوت سال بوو وە لە خىزانىكى
ئاسايى بوو. كاتىك كە قوتابخانەي بە جىھىشت، كارى بو
بەرگدروويەك كۆد بو ماوھىەكى كەم.

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 ھەولى دا بىت بە گۆرانىبىژ لە يانەيەكى شەوانە، كە
لەوى نازناوى "كۆكۆ" ي پى بە خىشرا. كۆكۆ ژنىكى لاوى
سەرنجراكىش بوو، ئەو ھەمىشە جوانپوش بوو وە باش بوو لە
دروستكردنى ھاوپىدا.

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

ھەرچەندە ئەو ھېچ پارەي نەبوو، خوى تىكەل كۆد لەگەل
كەسانى مۆدىرن و سەركەوتوو وە ھاوپى كۆرەكانى بەزورى
ئەفسەرى دەولەمەندو لاوى سوپا بوون.

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

یه کیك له مانه پیاویکی ئینگلیزی قوزو لاو بوو به سمیلکی رهشی گوره وه، ناوی بوی 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 کوکو داوای لیکرد هندی پارهی به قهرز بداتی تا بتوانی دوکانیک بکاته وه، ئەو سه رسام بوو. ئەو هه رگیز پیشت 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؟ ئەو وتی. ئەو هه زه لی دیاره. چه ندت ئەوی؟

'Coco asked for enough money to open a shop in one of the best streets in Paris.

کوکو داوای پارهی ته وای کرد بو 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، بوی کاپیل وه لامی دایه وه. ئەو ئەو هه ندە ده وله مند

بوو که گرنگی به وه نه ئەدا ئەگەر هه رگیز پارە 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 ھاوپرى ژنە دەولەمەندە لاوەكانى خۆى بوو. ئەوان ھەزىيان لەو كالاوھ سادە بەلام جوانانە بوو كە كۆكۆ بۆى دروست ئەكردن.

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

لە ئاھەنگەكاندا ئەوان بەو ژنانەى تر پيئەكەنين كە ھيشتا ئەو كالاوانەيان لەسەر كوردبوو كە بە ميوەو گول داپوشرا بوو.

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

ھەرزوو ئەوان داواى ئەو جل و بەرگانەيان لە كۆكۆ كورد كە بە ھەمان سادەى ديزاين كرابيئت.

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 پرقى لەو عەزىيە دريژانە بوو كە ژنانى مۆدە لەبەريان دەكرد وە بۆيە ئەو دلخۆش بوو بە دروستكردنى ئەو عەزى و تەنورانەى كە زۆر كورتتر بوون و تەنھا ئەگەشتنە خوارەوھى 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 رېگەي ئەدان ئاسانتر 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 ھەزىيان لە بىرۆكە نوپپەكانى كۆكۆ بوو، وە كاروبارى دوكانەكەي 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 سالى 1913دا، كۆكۆ داواي پارەي زياترى لە بۆي كاپيل كرد، لەبەرئەوھي ئەو ئەيوست دوكانى دووھم بكاتەو، ئەم جارە لە شارۆچكەي كەنارى فەرەنسى لە دۆڤيل.

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

لە ھاویندا، شەقامەكانى دۆڤيل پرئەبوو لە كەسانى مۆدیرن لە ھەموو لاھكى 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 تیگه لّ نه بوون له گه لّ خانمه ئینگلیزه کان و کچی بازرگانه ئەلمانیه کان، وه هه موویان بو نویتترین شیوازی جل و بهرگ ئەگه پان.

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

دوای سهرکه وتنه که ی له پاریس، کوکو دنیای بوو توانیویه تی شتیکی تایبته پیشکەشی هه موویان بکات. ئەو 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 دو قیلّ چه زیان له کلاوه ساده کانی ئەو بوو، چاکه ته فراوانه کان، وه ته نوره کان و عه زییه کان که ته نها ئەگه شتنه خواره وه ی ئەژنو.

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

کوکو پاره یه کی زوری قازانج کرد له یه که م سالی دا له دو قیلّ وه له دو وه م هاوینیدا ئەو پیشبینی ئەکرد باشتربکات.

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

به لام پاشان، بو هه موو که س له ئەوروپا، هه موو شتیکی 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 1914دا له سارهيه يفتو، بوزنيه، خويندكارىكى
لاو ناوى گاقريلو پرينسىپ بوو تهقهى له ئارچدوك فرانز
فیردنه‌ند کردو کوشتی، که کهسیکی گرنگ بوو له خیزانی
شاهانهی ئوستورالیا.

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

دوو مانگ دواتر، نزیکهی هه‌موو نه‌ته‌وه‌کانی ئه‌وروپا خراپترین
جهنگی میژوو جهنگان.

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

له مانگی ئابی ئه‌و ساله‌دا، سوپای ئه‌لمانی به‌ ناو بیلیجیما
رۆشت به‌ره‌و باکوری فه‌ره‌نسا.

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.

سوپای فه‌ره‌نسی ئاماده‌ نه‌بوو بو ئه‌مه، وه‌ سه‌ربازه‌کان که‌وتنه
جوله به‌ خیرایی بو به‌رگریی کردن له ولاته‌که‌یان. سوپای
به‌ریتانی به‌ خیرایی هات بو یارمه‌تیدان، به‌لام بارودوخه‌که زور
مه‌ترسیدار دیاربوو.

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 رايانکرد لە باكورى فەرەنسا بۆ ھۆتيلە گران بەھاكانى دوقيل بۆ ھەلاتن لە 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 لە حالىكى باشدا بوون. نىگەران مەبە، ئەوان بە يەكترييان دەوت. جەنگەكە كۆتايى 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 لە سوپاي فەرەنسىدا.

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

ھەرزوو ھۆتيلە گرانبەھاكان گۆران بۆ نەخۆشخانە، كە پربوون لەو سەربازانەى كە پىنكرا بوون لە 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 شانیا نه یارمه تی سوپای فەرهنسی بدن وه زوربه یان وهک په رستار 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 بو یان دهرکهوت که مهحاله به عهزییه دریزهکانیا نه وه کار بکهن. ئهوان بو شتی جیاوان ئه گه پان له بهری بکهن.

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

لهکوی بتوانین جل و بهرگی مؤدیرن بدوزینه وه، بهلام له هه مان کاتدا ریگه مان بدات کار بکهین؟ ئهوان پرسیاریان له یهکتری 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 دوزیه وه له دوکانه نوییه که ی کوکو چانلدا. کلاوه سادهکانی، چاکه ته فراوانهکانی وه ته نوره ریکهکانی ته نها ئه وانه بوون که ئه م 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 بەرگەكان مۆدىرن بوون، بەلام لە ھەمان كاتدا رینگەى ژنانيان ئەدا بە خىراىى بچولئىن بە دەورى خۆياندا. كۆكۆ ھەر كە جل و بەرگەكانى دروست ئەكرد بە خىراىى ئەيفرۆشتن.

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

سالئىك دواتر، لە ھاوئىنى سالئى 1915دا، كۆكۆ زۆر بە سەختى كارى كردبوو بۆ ماوئىھەكى زۆر بە شئوئىھەك كە ئامادە بوو بۆ پشووئىھەك.

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

بۆئىھە بۆئى كاپئىل پشووئىھەكى وەرگرت لە كارەكەى لەگەل سوپاى بەرئىتانى، وە پئىكەوئە پۆشتن بۆ بئىرەتس لە باشورى فەرەنسا.

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

بارودۆخەكە لەم شارۆچكەئىھەى كەنار دەريا زۆر جئاواز بوو بە بەراورد لەگەل بارودۆخى دۆقئىلدا.

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 دوقییل، ھەمووان ھەموو کاتی خۆیان بە نیگەرانی بەسەر
ئەبردلە بارەى جەنگە کەو، لە بیەرتەس، خەلك تەنھا

ئەیانویست کاتیکی خوش بەسەربەن وە جەنگ لە بیربەن.

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 ئەفسەرى لاوى سوپا كە چەند پوژنیکیان
دوور لە جەنگ بەسەرئەبرد لەگەل ژنەکانیان و ھاوپی
كچه كانیاندا.

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 سەرقال 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 نامازەى ئەو ھوو كە سەختە بۆ ژنان لە بیەرتەس
ئەو جۆرە جل و بەرگە مۆدیرنانه بدۆزنەو ھە كە ئەیانویست.

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

بۆی کاپیل پهنجهکانی خسته سهر سمینه 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 هه روه ها نرخیکه زۆر
باش نه دهن بۆ نه م جل و بهرگانه، نه گهر بتوانین به شیوازیکه
دروست بیانفرۆشین.

"What do you mean?" asked Boy.

مه به ستت چیه؟ بۆی پرسیاره کرد.

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

باشه، کۆکۆ وتی، نه م جل و بهرگانه پیویسته دیمه نیکه
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 ره تس 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 هه 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.

بۆی دۇنيا نەبوو لە بېرۆكەكە. بەلام لەكۆي قوماش پەيدا ئەكەي بۆ نەم جل و بەرگانە؟ ئەو پرسىياري كرد. هېچ ديزاينەريكي تر ناتواني قوماش پەيدا بکات لەم کاتەدا. ئيمە لە ناوەرەستى جەنگداين، ئەزانی.

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

نېگەرەن مەبە لە بارەي ئەو دەو، كۆكۆ وتى، من قوماش ئەدۆزمەو. تەنها پيويستم بە پارەيە.

"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.

پارە؟ بۆي كاپيئل وتى. ئۆه، كيشە نييه. من پارەي زۆرم هەيە. بۆي كاپيئل دۇنيا ديار بوو، بەلام كە پارەي زياترى بە قەرز ئەدا بە كۆكۆ، ئەو لە راستيدا هەرگيز چاوەرپي ئەدەكرد بيبيينيتهو جارنكي 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.

بەلام بېرۆكەكەي كۆكۆ تەواو دروست بوو. ئەو بۆي دەرکەوت هينشتا ئەيتواني قوماش بکري لە دەوروبەري سنوري نيسپانيا، كە ئەدەجەنگان لە جەنگەدا.

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 عهزییه کانی فروشت به نرخیکی زور گران، به لام ژنان
دلخوش بوون که پاره یان پیده دا. زور به ناوبانگ بوون به
شیوه یه که ته نانه ت خه لک له مه دریده وه نه هاتن 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 گه شتی ده کرد له نیوان هه رسی
بازرگانیه که یدا له پاریس، دو قیل وه بیه ره تس، له کاتی کدا که
جهنگی یه که می جیهانی به رده وام بوو له باکورو پوژمه لاتی
فه ره 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 زوو پارهیة کی ئو وئنده زوری قازانچ كړد به
شیوهیهك كه توانی هموو ئو پارهیة کی له بوی كاپیلی قهرز
كردبوو بوی بگهړینیتهوه.

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

كوكو بهختهوهر بوو له بهرئووهی جهنگه كه دهر فته تیکي 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 ههروهها ئووهی پیشان دا كه ئهیتوانی دهر فته
بازرگانیهكان بناسیتهوه وه به شیوهیهك كه توانی ستایلله كهی
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.

كاتیک كه جهنگه كه كوئای هیات، له تشرینی دووهمی
1918 دا، كوكو ناماده بوو بو دستپی كړدن سهر كه وتووترین
بهشی 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 كۆمه لايهتى
ئه وروپييه كانى گۆرى. مليونه ها پياوى لاو كوژران، وه ژنان
ئىستا شوينىكى زور گرنگترىان هه بوو له كۆمه 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 پيدرا دهنگ بدن
بو حكومه ته كه يان بو 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 داكيان. ئه يانتوانى له زور جوورى
جياوازي ژياندا بژين وهك له و ژيانه ي له پيش جهنگدا
هه يانبوه.

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 لاه دهوله مه نده کان ته نها
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 وشاوه نوییه کانیا نئه هارووت بو که ناری دریا،
که لهوی 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.

ههردووک له ژنان و پیاوان ئه پرۆشتن بو ئاههنگه کان، که لهوی
جگه ره یان ئه کی شواو کحولیان ئه خوارده وه. سه مایان ئه کرد
له گه ل میوزیکی ئارمسترۆنگ و جیللی رۆل مورتۆندا.

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 دریتو ته سکه کان وه کلاوه گه مزه کانی سالانی پیش جهنگ. ئەوان ئەو جل و بهزگانه یان ده ویست که پینگه ی ئەدان 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 ئەو کاته. به لام لهو کاته دا جل و بهرگه کانی ئەو ته نها بو ژنانی پاریس و دوئیل و بیه ره تس نه بوو.

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

کو تایی جهنگه که مانای ئەوه بوو که ئەو ئەهیتوانی جل و بهرگه کانی له هه مو جیهاندا بفروشییت.

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 ژنانی شاره گه وره کانی ئەوروپا، قاتی چاکهت و ته نوره ی مۆدیرنی دروست ئەکرد، وه بو ژنان له پشوودا جل و بهرگی تایبه تی که ناری ده ریای دیزاین ئەکرد.

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 شیوویەك
كە تەنانت گۆقار 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 بیری له جل و بەرگ نەدەكردهوه. ئەو ئەیزانی
كە ژنان هەمیشە نەیاننوانیوه ئەلماس و خشلە گرانبەهاكانی
تر لەبەربەكەن كاتیك كە ئەرۆشتنە دەرەوه.

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

بۆیە 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 بیروكەى قژی كورتى ناساند بۆ ژنان، وە بۆ یەكەم
جار ئەوهى كرد بە باو بۆ ژنان كە پڕۆنە دەرەوه لە كاتی
هەتاودا بەو شیوویە پیستیان 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 لأم باشتین بریاری کوکو پوشتنه ناو بازرگانی که رهستهی جوانکاری بوو. ئەو ئەیزانی که بازرگانی که رهستهی جوانکاری و پیشه‌سازی فاشیۆن لیکچوون له زۆر پوووهوه، وه ئەو دنیایا بوو که بیروکه‌کانی ئەتوانن یارمهتی ئەو بدەن تا سه‌رکه‌وتوو بیت له‌م بواره‌دا.

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 باوه‌رده‌دا بوو که که رهستهی جوانکاری زۆر گرنگ بیت. ئەو جاریکیان وتی، ئەگەر ژنیك بۆن له‌ خۆی نه‌دا، داها‌توو‌ی نییه‌.

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

بۆیه له‌ سه‌ره‌تای سالانی 1920 دا، ئەو پوشت بو‌ بینینی پیاویك ناوی پییه‌ر وی‌رتیه‌یمیر بوو بو‌ تاووتوی کردنی پیلانه‌که‌ی.

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 بون بوو له فهدنسا وه
ئهو زور دلخوش بوو به کار کردن له گهل دیزاینه ریکی بوو
شيوهيه به ناوبانگدا.

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

له و کاته دا ژنان بونیکيان له خویان ئه دا که هه میشه بونی گولی
لیهاتوو، به لام کوکو ئه یویست بونه که هی ئهو بونیکی 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.

پیکه وه ویرتهیمیر و چانل جوریکی نویی بونیان داهینا، وه
بریاریان دا له بوتلیکی ساده ی چوارگوشه 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 کوکوی لی بنین، وه ئهو ژماره ی بهختی
خوی بوو زیاد کرد. ئه نجامه که چانل ژماره 5 بوو،
سه رکه وتووترین بونی سه د سالی رابردوو بوو.

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

كۆكۆ تا دەولەمەندترو سەرکەوتوو تر ئەبوو، زیاتر تیکەل ئەبوو لەگەل بەناوبانگترین خەلکی 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.

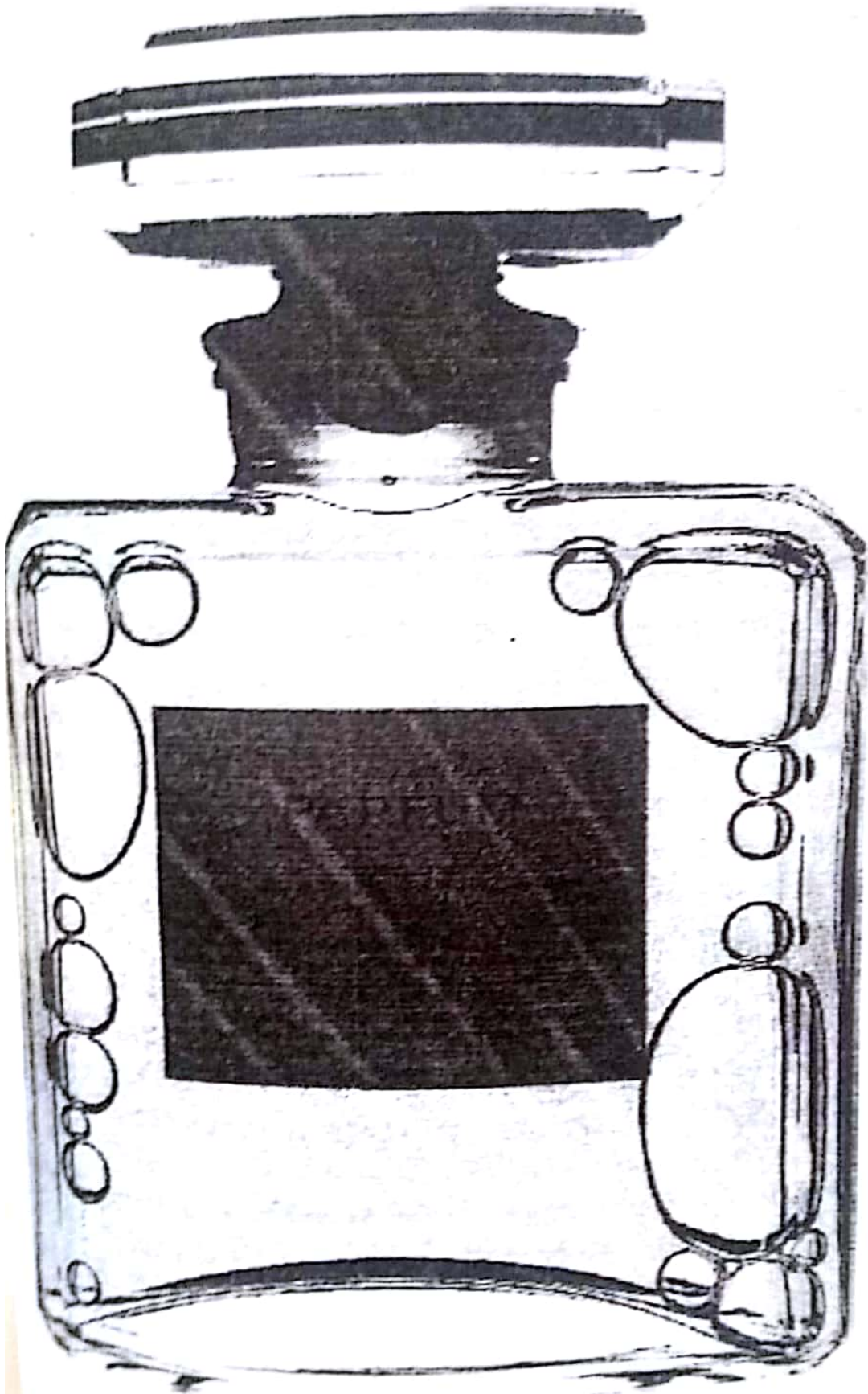
ئەو حەزی ئەکرد لەگەل شیوہکارەکاندا بێت وە جل و بەرگی بۆ نمایشەکان لە شانۆکانی پاریس دروست ئەکرد، کە لەگەل جین کۆکتی و پابلو پیکاسۆ و سیرجی دایگیلیف دا کاری ئەکرد.

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

هەموو ئەم کەسانە کارەکەى كۆكۆیان بەدل بوو وە تینەگەشتن ئەو هەول ئەدا چى بکات.

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

كۆكۆ لە فاشیۆندا کاری کردوو بە گوێرەى ئەو دەستورانهى کە وادیارە تەنها بۆ نیگارکێش و میوزیسیان و نوسەرەکان نرخى هەبێت، جین کۆکتی 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.

به لآم كوؤكو تهنه له گهل شيوه كاره كاندا تيكل نه ده بوو. نهو زور جار نه پوشت بو ناههنگه كان كه له وي چاوي به كه ساني گرينگ نه كهوت وهك پاشاي داهاتووي ئينگلته را - شازادهي وهيلز - سه ركردهي جهنگي داهاتووي به ريتانيا، ونستن چيرچل.

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.

وه دواي نه وهي هاوپي كوپه كه ي سالاني جهنگ، بوي كاپيل، كوژرا له روداوي ئوتومبيل دا، نهو به زوري له باوهشي روسي دهوله مهند و لورده ئينگليزه كاندا نه بينرا.

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

بو كوؤكو و هاوپي كاني سالاني 1920 خوشترين ده سالي سه دهه ي بيست 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 كوۆتايى هات لە تشرىنى يەكەمى
1929 دا، كاتىك كە بازارى كپىن و فروشتن لە وڵ ستريت لە
نيۆرك روخا.

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 هاتە خواری. بارى ئابورى جيهان
بە خراپى زيانى پىگەشت. هەزارەها بازرگانى داخران وە بە
مليۆنان خەلك كارەكانيان لە دەست دا.

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

بۆ زۆربەى خەلك، پوخانى وڵ ستريت كارەسات بوو، بەلام نەك
بۆ كوۆكۆ 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 نازاريان ئەچەشت،
دەولەمەندترين كەسەكانى جيهان هيشتا پارەيان هەبوو وە
هيشتا جل و بەرگى گرانبەها و مۆديرنيان 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 ههرزاترو سادهتر، ئه و دهستى كرد به ديزانکردنى جل و بهرگى تهنا نهت گراتر 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 نهويه 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 نابورى جيهان، كهسه سهركهوتوهكانى تر بيري هه مان نهينيان كهوتهوه. يهكك لهم كهسانه بهرهمهينهرى كهورهى فيلمى هوئيود بو، 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 كاتى كدا كه خهلكى ئه مريكا زياتر زياتر ههزار نه بوون، ئه و نهيزانى كه نه وان ئه يانوويست فليم بيينن له بارهى جوړىكى جياوازي جيهانه وه.

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 بو 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 بو 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 شيوہيە زور، كوكو چون ئەيتوانى رەتى بكاتەوہ؟

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

ئەو رۇشت بۇ ھۇلىيود، ئەو ئەستىزەكانى فلىمەكەى 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 چاوەرئیان ئەکرد بۇ بىنىنى ئەنجامەكان. يەكەم فىلم ناوى سبەىنى يان مەرگىز بوو وە ئەستىزەكەى گلورىا 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 فىلمەكەدا جل و بەرگەكانى ئەو جوان بوون، بەلام تەواو سادە بوون. كاتىك كە فىلمەكە پىشاندرە لە ئەمەرىكا، خەك سەرسام بوون، ئەوان چاوەرئوانى زىاتريان ئەکرد بۇ يەك مىيۇن دۇلار.

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.

كائىك كە رۇژنامەيەكى ئەمريكى نوسى لە بارەى فىلمەكەوہ وتى، چانل ئەيەوى خانمىك لە خانمىك بچىت، ھۇلىيود 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.

گهرايهوه بو پاريس، كۆكۆ توشى كيشهى زياتر بوو. ئابورى فەرەنسا لەباريكي زۆر خراپدا بوو. خەلك بە بي كارکردن پيشهيان دەويست، ئەو خەلكانەى پيشهيان هەبوو پارەى زياتريان دەويست.

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.

سەرۆكەكانى وەك كۆكۆ هەموو شتییكیان هەبوو، لە كاتیكدا سەخت بوو بو زۆربەى خەلكى فەرەنسا خواردن بدەن بە خیزانەكانیان. لە ناوەراستی سالانى 1930 دا، بازرگانیهكەى كۆكۆ نزیكەى 4000 كەسى دامەزراند.

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

ئەو پینىوابوو كە باش بوو بو ئەو كەسانەى كە کاریان بو 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 هیناو
دانیشتن له یه کیك له کارگه کانی ئه 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.

کوکو باشتیرین قاتی له بهر کردو پریکرد تا قسه یان له گه لدا بکات،
به لام ئه وان ددرگای کارگه کانی قوفل کرد وه ئه و نه ییتوانی
بچیته ژوره 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.

کوکو زور توره بوو. چوون توانیان ئه مه له گه ل ئه و بکن؟ ئه و وه
کریکاره کانی زیاترو زیاتر مشتومریان کرد، به لام ئه وان
نه یانتوانی قایل بن به چاره سه ریك 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 لامی کوکو نیشانی دا که ئه و ژنه بازرگانیکي زور توندپه وه:
ئه و سی سهد که سی لی دهرکردن. به لام هیشتا ئه وان په تیان
کرده وه بریاره کانیان بگوین.

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?

ڪوڪو لھو ڪاتھدا ڪيشھهيه ڪي زور گرنگتري ھهه بوو. ٺھو ڊيزايني ھھندي جل و بهرگي نويي ٺھڪرد بو فاشيون شوپھهڪ وه ٺھو

نيگھران بوو لهوهي ڪه ٺاماده نه بن. ٺھو ٺھيتواني چي بڪات؟

She decided to give her workers what they wanted, but she never forgot what they had done to her.

ٺھو برياري دا ٺھوهي ڪريڪارهڪان ٺھيانويست پييان ببهخشي،

بهلام ٺھو ھهريگيز لهييري نه دهچوو ٺھوان چييان بهسهر ٺھو ھيناوه.

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

لھم ڪاتھدا ڪوڪو دهستي به پوشتنه دهرهوه ڪرد لهگهل پياويڪي

ٺھلmani دهوله مھندا ناوي هانز گونتهر قون دينڪلج 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.

ٺھو ھه ميشه به قون دي بانگي ٺھڪرد. ڪهس به دروستي

نهيدھزاني قون دي له پارييس چي دهڪرد، بهلام زوربهه خهڪ

پييانوا بوو ڪه سيخوري حڪومهتي نازي ٺھلmani بيت.

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

ئەمە كۆكۆي نىگەران نەدەكرد، وە ھەردووکیان دەستیان کرد

بە ژيان پىكەوہ لە ھۆتیلی گرانبەھای پاريس ریتز.

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

بەلام لە كاتىكدا كۆكۆو قون دی خوشییان لە ژيان ئەبینى،

ئەوروپا نزیك بووہوہ 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 بەرہو

چىكوسلواکیا. سالی داھاتوو، ئەلمانییەکان پوشتن بەرہو

پولونیا وە جەنگی جیھانی دووہم دەستی پىکرد.

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 بازرگانىیەكەى كۆكۆو بە باشى پوشت لە جەنگی

جیھانی یەكەم دا، ئەو بېریارى دا كە نەییەوى كار بکات لە ناو

جەنگىكى تردا.

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

لهوانه يه نهو هيشتا توپه بووييت له كرئكاره كاني دواي
كيشه كه ي سالي 1936. يان لهوانه يه نهو تير بووييت له
بازرگاني.

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

به لام بو هر هوكارئك بيت، له سالي 1939 دا كوكو بازرگاني
فاشيونى داخست وه هه موو كرئكاره كاني كاره كه يان 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.'

زوربه ي خه لك توپه بوون له نهو وه داوايان ليكرد برباره كه ي
بگورئيت، به لام نهو به ساده يي پيي وتن، نه مه كاتي فاشيون
نييه.

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

له ماوه ي زستاني 1939 دا بو 1940، خه لكي فه ره نسا له
چاوه پروانيدا بوون و نيگه 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 گه‌یشت و دهستی به‌سه‌ر پاريس دا گرت. زۆربه‌ی خه‌لك ده‌ستیان كرد به گروپی نه‌ینی و به‌رده‌وام بوون له جه‌نگ دژی ئەلمانییه‌كان.

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

ئهو دلخۆش بوو له ژووره‌كاني خۆیدا له هۆتیلی ریتز له‌گه‌ل هاورپی كۆپه ئەلمانییه‌كه‌یدا، وه ئهو ته‌نها 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.

جه‌نگه‌كه شانۆو دوكانه‌كاني پاريسي دانه‌خستبوو، بۆیه ئهو هه‌یشتا ئەیتوانی بپرواته ده‌روه‌وه‌و ئه‌وه بکات كه ئەیویست.

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

به‌لام كه بازرگانی فاشیۆنه‌كه‌ی له‌و كاته‌دا داخرا‌بوو، ئهو پیویست بوو ریگای تر بدۆزیته‌وه بۆ په‌یدا كردنی 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 ئەيزانى كە بۆنەكەي چانل ژمارە 5 هیشتا زۆر بەناوبانگ بورد لای ئەو ژنە فەرەنسی و ئەلمانیا نەي 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 هەر وەها ئەوەي ئەزانی كە هاوبەشەكەي لە بازرگانی بۆندا، پيەر ویرتھیمر، فەرەنسی بەجیھیشتوووە تا دوور بکەوێتەو لە جەنگ وە لە ئەمەریکا ئەژیا لەو كاتەدا.

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

كۆكۆ پيیو ابوو دەر فەتیکی بینی بو دەست بەسەرداگرتنی تەواوی بازرگانی بۆنەكە.

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

بەلام هەرچەندە ویرتھیمر لە بەشیکی تری ئەتلانتيك بوو، ئەو ریگەي نەدا ئەمە پروبدات.

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 پارەيەکی زۆری بو ئەو پەیدا کرد بە شیوہیەك كە ئەو نەیدەویست لە دەستی بدات. كۆكۆ و ویرتھیمر و پاریزەرەکانیان دەستیان بە مشتومر کرد لەو بارەيەو.

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

بەلام لە كاتىكدا كۆكۆ و وېرتھەيمېر ئەجەنگان بۆ دەست بەسەردا گرتنى چانل ژمارە 5، ئەلمانىيەكان هېواش هېواش كۆنترۆلى جەنگەكەيان 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 حوزەيرانى 1944دا، بەریتانیيەكان و ئەمريکیيەكان نىشتنەو لەسەر كەنارەكانى پوژئاواى فەرەنسا و دەستیان بە جوله كرد بەرەو پاريس.

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

دوو مانگ دواتر، ئەوان نزيك دەرەوہى شار بوون. ئەلمانىيەكان بۆيان دەرکەوت كە ئەوان دۆراون و دەستیان بە پوشتن كرد.

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

خەلكى پاريس دەرگای مالهكانيان كردهو، ئاهەنگيان ئەگيپراو سەمايان ئەكرد لە شەقامەكاندا. بەلام كۆكۆ زور دلخوش 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 ئەيزانى زۆربەى خەلكى فەرەنسا تورە بوون لەو كەسانەى كە يارمەتى ئەلمانىيەكانيان داوہ لە جەنگەكەدا وە ئەيانويست سزايان 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.

ئايا ئەوان ئەيانويست سزاي كۆكۆ بدەن؟ ئەو چاوەرپىي نەكرد تا بۆى دەربكەوى. كاتىك كە جەنگەكە كۆتايى هات، ئەو فەرەنساى بەجىهيشت و پۆشت تا لە دەروە بژى.

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 سالى داھاتوو، كۆكۆ بە تەواوى لە سويسرا ژيا. ئەو ھەر زوو بۆى دەركەوت ئەوھندە دەولەمەند بوو كە پيويستى بە كار كردن نىيە.

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

ئەو بەردەوام بوو لە مشتومر لەگەل پيەر وئيرتھيمير لە بارەى دەست بەسەردا گرتنى چانل ژمارە 5 لە مالا نوئيە سويسيەكەيەو.

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

به لّام دوای ئه وهی پییه ر وئرتهمیر گه رایه وه بو فه رهنسا دوای جهنگه که، ئه وان رینگایه کیان دوزییه وه بو چاره سه رکردنی کیشه کانیا ن.

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.

وئرتهمیر به رده وام بوو له کۆنترۆلکردنی بازرگانی بۆنه که، به لّام قایل بوو له سه دا دووی پاره ی فرۆشتنی بۆنه که له جیهاندا بدات به کۆکۆ.

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!

ئهمه مانای ئه وه بوو که کۆکۆ له و کاته دا نزیکه ی یه ک ملیۆن دۆلاری قازانج ئه کرد له سالێکدا وه ته نانته پئویستی نه ئه کرد ئه و له ناو جینگای نوستن بینه دهره وه به یانیا ن!

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.

له گه ل تئپه ربوونی سالدا، هه ندی که س هینشتا جل و به رگه جوانه کانی چانلی سالانی پیش جهنگیان له بیر بوو، به لّام هه ر زوو خانعه دهوله مه نده پیره که یان له بیر کرد که دیزاینی کردبوو.

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 ھەيپور،

ئەو لىو پراستىدا ژيانە نوپپەكە ھى خۆى بەدل نەبوو. ئەو ھەزى لىو

كارەكە ھى بوو وە لىو كاتەدا ئەو بىرى جىھانى فاشىونى 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 فاشىونى ئەخوئندەو وە بە وریایى سەیرى

ھەموو دىزاینە نوپپەكانى ئەكرد. بەلام كۆكۆ بوى دەرکەوت

زیاترو زیاتر ھەزى بە ئەو نپپە كە ئەپپىنى.

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

ئەستپرە ھى نوپى دىزاینەر لىو جىھانى فاشىوندا پیاوئىكى

فەرەنسى بوو بە ناوى كرىستىن دپور.

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 نوپپترىن شپوازى خۆى بەرھەمپنا.

كراس و چاكەتەكانى ئەو تەسك بوون وە سەختى ئەكرد بو

ژنان ھەناسە بدەن

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 ههزیان له جل و بهرگه کانی دیور بوو. نهوانه زور جیاواز بوون لهو جل و بهرگه بیزارکه رو ره 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 تیروانینی 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 پریاری دا که نه توانی دانیشییت 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 بىگەرپتەوئە بۇ بازارگانى فاشيون. ئەو گەرپايەردە بۇ پاريس و دەستىکرد بە ديزاينکردنى جل و بەرگى نويى بۇ فاشيون شوپەك 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 حەفتا سالا چى ئەزانى لە بارەى فاشيونى مۇدىرنەوئە؟ ئەوان پرسىارىان ئەکرد. ئايا ئەو نازانى كات گۇراوئە؟

'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 وئە لە 5 شوباتى 1954دا، ئەو دىزايە نوپىيەكەى خوى ناساند لە فاشيون شوپەك لە پاريس.

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

پيشاندانەكە كارەسات بوو. پۆژنامەكان وتیان 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 وەپرس و تورە بوو لەوەی كە دیزاینەكانی بە توندی
رەخنەى لى 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.'

ئەم خەلكانە هیچ تیناگەن، ئەو وتی. ئەو پراستە من پیرم، بەلام
من هیشتا یهكك له گەورەترین دیزاینەرەكانم 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.

ستایلی ژنانم گۆپی جاریك وه ئەزانم كه ئەتوانم بیگۆرم
جاریكى تر. پیشانیان ئەدەم! بۆیه كۆكۆ نەگەرایهوه بو
سوئیسرا وه وازی له كارکردن نەهینا.

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

سالی داهاوو، ئەو هەندی دیزاینی جیاوازی بەرەمهینا بو
فاشیۆن شوپیهكى تر وه ئەم جاره زۆربهی خەلك بەدلیان بوو.

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

سالی دواى ئەوه، پیشانگایهكى نوێ هەبوو وه زیاترو زیاتر
خەلك جل و بەرگهكانی ئەویان بەدل بوو.

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

لە كۆتايى سالانى 1950، ئەو ديسان يەككە لە 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.

لە ماوهى سالانى 1960دا، ژنه دەولەمەندو جوانەكان لە

هەموو جيهانەوه سەردانى نوسینگەكانى كۆكۆيان ئەکرد تا

داواى پيئمايى بكەن وە تا قات و تەنورەو عەزى نووى بکرن.

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 دەولەمەندو سەركەوتوو بوو، بەلام كەس لە راستيدا

نەيدەزانى كە ئايا ئەو دلخۆش بوو. لە كۆتايى حەفتا سالى

ژيانيدا، ئەو بە تەنيا ئەژيا لە هۆتيلى ريتز لە پاريس.

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

هەموو بەيانىيەك ئەو بە پياسە بە پيگاكدە ئەپروشت بۆ كار

کردن لە ناو نوسینگەكاندا لە سەرو يەككە لە دوكانەكانىيەوه.

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. بۇچى ئەو ئەوھندە 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 جارىكيان وتى، كار ھەمىشە جۆرە دەرمانىك بوو بۇمن. ئەگەر كار دەرمانى ئەو بووبىت، ئەو ئەو دەرمانە بوو كە يارمەتى ئەوى داوھ بۇ ماوھىەكى زۆر بىرى.

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 نوپى دىزاین ئەكرد بۇ بەناوبانگترین ژنەكانى جىھان. كاتىك كە مرد لە سالى 1971دا، تەمەنى ھەشتا و ھەوت 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 يەككىك لە گرنگترین ناوھكانە لە فاشيون و كەرەستەى جوانكارىدا، بەلام "كۆشكى چانل"ى مۇدیرن زۆر جىاوازه لە كۆمپانىا 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 لاجەرڤیەلڤ،
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
بوو فرۆشتنی زۆر بەرھەمی جیاوازی لە سەرانسەری جیھاندا.

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.

ھەر زوو کۆمپانیاکە دوکانی کردەوه لە زیاتر لە چل و لات.
ناوی چانل لەسەر کلاو، قایش، خشل، جل و بەرگ، وە جانتای
دەستی بوو، لە ھەمان کاتدا لەسەر زۆر جووری جیاوازی
کەرەستەیی جوانکاری بوو.

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

بەرھەمەکانی چانل لە لایەن ژنانی زیاترەوه ئەکردرا وەك لە
پیشتر.

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

بەلام نەگەر كۆكۆ مېشتا زىندوو بووايه نەمېرۇ نەو لەوانەيه
دلخۇش بووايه بە ھەموو نەو شتانه لە بارەى كۇمپانىيائى
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 بېروات بۇ باشتىن دوكان لە ھەر شارنىكى گەورە لە
جىھان دا وە بۇنى چانل ژمارە 5 بېرى وە مېشتا لە ھەمان
بۇتلى چوارگۆشەدا بووايه.

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

ئەيتوانى بېروات بۇ دوكانىكى چانل وە مېشتا 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 دىزائىنەرىك، كۆكۆ چانل ھەزى لە شىۋازى
سادە بوو لەبەرئەوئەى نەو پىنيوابوو كە ژنىك ھەمىشە گىرنگىر
بوو لەو جل و بەرگەى كە لەبەرى نەكات.

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

ئەو جاريكياڭ وتى: بە نارېكى خۆت بپۆشە، خەلك تېيىنى جىل
و بەرگەكەت ئەكەن. بە باشى خۆت بپۆشە وە خەلك تېيىنى
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 تېيىنى كۆكۆ چانليان كىردو وە نەك تەنھا
بۆ جىل و بەرگى سەرنجىراكىش، بەلكو ھەر وەھا لە بەرئە وەى ئەو
يەكەم وە سەركە و توتوتىن ژنە بازىرگانى نپودە و لەتى بو و لە
سەدەى بېستەم 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 فاشيون، ئەو شوينەى كە ژنان شوينىكى 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.

نيوهرۆيەكيان لە ساى 1916، ژنىكى يابانى لاو بە ناوى ھانا مۆرى گەيشتە نوسىنگەكانى فاشيون ديزاينەرى گەرە، كۆكۆ 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 بەرگەكانى چانلى بەدل بوو كە لە فاشيون مەگەزىن دا ئەيبىنين لە مائەوہ لە يابان.

She had also read a lot about Chanel and knew that she was a person with very strong opinions.

ئەو ھەر ھەر ھەر زۆرى ئەخویندە ھەر ھەر بارەى چانل و ئەیزانى كە ئەو كەسىكە بە تىروانىنى زۆر بەھیزە ھەر.

Now Hanae was going to ask Chanel to design a suit for her. As she sat and waited for her meeting, Hanae watched the women in the office come and go.

ئەو كاتە ھانا بە نیاز بوو داوا ھەر چانل بکات قاتىكى بو دىزاین بکات. كاتىك كە دانىشتبوو چاوەرپى بىننى چانلى ئەكرد. ھانا سەیری ژنەكانى ئەكرد ھەر نوسىنگە كە دا ئەھاتن و ئەرۆشتن.

Some wore stylish Chanel suits, others wore skirts and loose blouses with lots of beautiful jewellery.

ھندىك قاتى مۆدىرنى چانلىيان ھەر بەر كەردبوو، ئەوانى تر تەنورەو بلوزى فراوانىيان ھەر بەر كەردبوو ھەر گەل زۆر خىشلى جواندا.

'What kind of clothes will Chanel suggest for me?' Hanae wondered.

چ جۆرە جل و بەرگىك بو من پىشنىار ئەكات چانل؟ ھانا پىرى لى ئەكردە ھەر.

At last, Chanel's door opened and Hanae went in to meet the great designer.

دوآجار، دەرگىاى چانل كرايە ھەر ھەر ھانا پۆشتە ژوورە ھەر بو بىننى دىزاینەرە مەزنىكە.

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

هانا سەرسام بوو كاتيك كه يەكەم جار ئەوى بينى. چانل ئەو
بچوكتر بوو كه ئەو پيشبيني ئەكرد.

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

وہ ہەرچەندە ئەو لەو کاتەدا پیرە ژنیک بوو لە تەمەنى
حەفتاکاندا، هانا بە ئاسانى ئەیتوانى ئەو بەینیتە بەر چاوى

خوى وەك ژنىكى لاوى جوان لە سالانىكى زۆر لەمەوپيش دا.

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

چانل بە وریایى سەیری هانای کرد وە پاشان وتى، تۆ قژىكى
رەشى سەرنجراکىشت هەیه. ئیمە ئەبى تۆ بە رەنگى پرتەقالى
بپوشين وەك رۆژ.

'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 بۆ ساتىك بیری کردەوہ. ئەو نەیدەویست بى شەرم بىت
لەگەل ژنىكى ناوا گرنگدا، بەلام بە هیچ شىوہیەك قایل نەبوو بە
بۆچوونى ئەو.

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

من دُنیا نيم لهو بارهيه وه، ئه و وتى. ئاره زوى پهنگى مات ئه كه م.
'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 كه مشتومريان كرد بو چه ند خوله كيك وه پاشان
بپرياريان دا كه چانل قاتيكي رهش دروست بكات بو هانا له گه
پهنگى پرته قالى له پوخه كانبيه وه.



Hanae Mori

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

كاتيڭ كه هانا نوسينگه كاني چانلى به جيھيشت، ئه و زانى كه قاتيكي كپيوه كه گونجاوه بو كه سايه تي 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 شتيكي زور گرنگتري دهسكه وت له چاوپيكيه وتنه كه وه له گه ل چانل دا. هانا ههستي به ئه وه كرد كه ئه ويوست بييت به ديزاينهر وه ك كوكو 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.

پيش ئه وه ي چانل ببينييت، ئه و هه ميشه وا بيري ئه كرده وه كه ديزايني فاشيون جيھاني پياوانه. ئه و له و كاته دا ئه وه ي زانى كه ئه گه ر كوكو چانل توانيبييتي سه ركه وتوو بييت، كه واته ئه ويش ئه تواني.

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 خوی کرد. له ماوهی سی سالدا، گه شهی
کرد بو بازرگانیه کی پینچ بلیون دولاری.

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، نهو
پیشتر نه زمونیکی زوری هه بوو له باره ی بازرگانی جل و
به رگه وه، هه رچه نده نهو هه رگیز له دیزاینی فاشیون دا کاری
نه کرد بوو 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 زوی نهو 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 کەهی لە زۆر پوووهوه عەشایەر بوون، بەلام باوکە دەولەمەندەکەهی حەزی دەکرد منالەکانی بە نوێترین شیوازی ئەوروپی خۆیان بیۆشن.

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 منالەکانی تری لادیکە کە ئەگەشتنە قوتابخانە بە جل و بەرگی سادەیی یابانییەوه، لە کاتیگدا کە هانا قاتی گرانبه‌های 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.

کاتیگ کە گەورە بوو، هانا زۆر بەی کات مشتومپی لەگەڵ باوکی ئەکرد لە بارەیی داها توویەوه. باوکی ئەیویست هانا وهك خوی بیټ و بیټ بە پزیشک، 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 خولیایه‌کی نایابه، بەلام بابەتیکی

راست نییه بوو 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، وه بۆیه هانا خیزانه كەى به جیهیشت و دەستى به كۆرسىك كرده ئەدەبى يابانى له زانكۆ له تۆكیۆ.

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.

به لām پيش ئەوهى بتوانى خویندنه كەى تهواو بكات، جهنگى جیهانى دووهم دەستى پیکرد. وهك زۆربەى ژنه خویندكارهكانى تر، هانا پيوست بوو واز له خویندن بهینى و بپرات بۆ كار كردن له كارگهیهك.

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

هەر زوو ئەو بۆى دەرکەوت جهنگهكه خراپ ئەپرات 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.

هەموو شەوی ئەو گوێی له فرۆكه ئەمریکییەکان بوو له هەرادا بەسەر تۆکیۆوه وه گوێی ئەگرت بۆ دەنگی تهقینه وهکان کاتیک كە بۆمبهکان بەرئەبوونهوه ناو شار له دەوری 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.

کاتیڤ که جهنگه که کوټایی هات له سالی 1946 دا، یابان زور کیشهی هه بوو. زوربهی شارهکانی کاوول کرا بوون، وه به ملیوټان له خه لکه کهی کوټرا بوون.

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 یویست ئه وهندهی بکری خیرا بگه ریته وه بو باری ئاسایی. بویه ئه و گه رایه وه بو زانکوو خویندنه کهی ته واو کرد له سالی 1947 دا.

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

له و کاته دا وا دیار بوو دهرفتهی کهم هه بیټ که بچیته ناو بازرگانیه 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.

سالی پیشتتر، هانا که و ته داوی خوشه ویستییه وه له گه ل پیاوئیکی لاوی دهوله مهند دا به ناوی کین موری، که خیزانه کهی کارگه یه کیان هه بوو قوماشی دروست ئه کرد.

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

ئەوان ھەر زوو ھاوسەرگىرىيان 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.

ھەتا کۆتايى جھنگى جیھانى دووھم، یابان بوو به کۆمەلگایهکی زۆر دیرینی وه ژن تەنھا پینشبینی ئەکرا ببيت به ھاوسەرنکی باش و دایکینکی ھۆشیار.

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

لە سەرھتادا، هانا نامادە بوو ئەم بارودۆخە پەسەند بکات. ھیچ

کینشەم نییە لەگەڵ بوون بە ژنى مالهوه، ئەو وتی.

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

بەلام ھەر زوو ناشکرا بوو که ژيان له مالهوه، چاودیریکردنی

میردەهەکی و خیزانەهەکی، بو ئەو نەبووه.

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

دوای تەنھا چەند مانگینکی کەم، هانا بیتازار بوو. ئەو دەستی بە

گەران کرد بو شتێک که سەرقالی بکات.

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

له كۆتايى سالانى 1940 دا، كۆمهنگاي يابانى هيواش هيواش
نه گؤرا.

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 سالى 1946 دا ژنى يابانى ريگه ي پندزا دهنگ بدات بو
يه كه م جار وه چهند ژنيكى كه م بوون به سياسه تمهدار له
په رله مانى يابان دا.

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

هيشتا زور كه م ژنه بازرگاني يابانى هه بوو، به لام نه گهر ژن
بتوانن بين به سياسه تمهدار، بوچى ناتوانن سه ركه وتوو بن له
بووه كاني تره وه؟

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 بپريارى دا بازرگاني تاقي بكاته وه. نه وه هميشه ناره زوى
جل و به رگى كردو وه، نه وه هه زى له هونه ر بوو وه هاوسه رگيرى
له گهل پياوينا كدا كردو وه كه خاوه ن كارگه ي 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 ئه. له ماوهی دوو سالی داهاتوودا، ئه و فییری دیزاینی جل و بهرگ بوو، برینی قوماش، فرۆشتنی جل و بهرگ وه بهرپوهبردنی 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 سالی 1951 دا، ئه وههستی کرد ئاماده بووه بۆ دروستکردن و فرۆشتنی جل و بهرگی خوی. ئه وه له ریگایهکی بچوکه وه دهستی پیکرد، دروستکردنی جل و بهرگ بۆ چهند خه لکیکی کهم، بهلام پاشان ئه وه بهختی هه بوو.

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 بهرهمهینه ریکی یابانی گرنگ یه کیك له دیزاینهکانی ئهوی بیینی و به دلی بوو. ئه و بانگی هانای کرد. ئه توانی هه ندیک جل و بهرگ دروست بکهی بۆ فیلمه کهی داهاتووم؟ ئه و پرسیاری کرد.

Hanae said 'yes' without even thinking about it.

هانا وتى بەلى بە بى ئەوھى تەنانەت بىرى لى بکاتەوھ.

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

لە ماوھى شەش سالى داھاتوودا، ئەو جل و بەرگى دروست ئەکرد بۇ زۆر فىلمى يابانى وھ كارى لەگەل ئەو كەسانەدا ئەکرد وھك ياسوژيرو ئۆزو وھ ناگىسا ئوشىما.

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

لە يابان كاتى ئەوھ بوو كە خەلك ئابورىيان بنياد ئەنا جاريكى تر دوای جەنگ.

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.

ئەوان ھىوای زۆريان ھەبوو بۇ داھاتوو، وھ كاتىك كە ئەپۆشتن بۇ سىنەما ئەيانويست ئەو ئەستىرانەھى فلىمەكە بىينن كە گەشبين و بەھىزو دلىيا دەرئەكەوتن.

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 بەرگەكانى هانا بۇ ئەستىرە يابانييەكان ئەم بارودۆخەى ئەگرتەوھ بە تەواوى. ئەزمونى كار كردنى ئەو لە پيشەسازی فىلم دا زۆر گرنگ بوو ئەو.

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

چاوه كانم 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 گه شته پاریس بو چاوپیکه وتنه که ی له گه ل کۆکۆ چاندا، 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 ته واو نوی بوو بو ئەو.

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

كاتيڭ كه هانا گه پرايه وه له پارييس، گه شتى كرد بو نيورك بو خويندنى ديزاينى ئه وروپى و ئه مريكى.

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

پاشان له سالى 1965 دا، دوكانىكى كرده وه له توكيو بو فروشتنى جل و بهرگه ديزاينه كانى خوى.

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

كاتيڭ كه بازرگانىيه كه هانا گه شهى كرد له ماوهى چهند سالىكى كه م دا، ئه و تيبينى ئه وهى كرد پيشه سازى فاشيون ئه گوپرى له چهند پروويهكى 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 تى جل و بهرگى ديزاين ئه كرد بو هه ر كپيارىڭ، كاتيڭ كه هانا مورى قاته كهى كپرى له چانل له سالى 1961 دا، ئه و زانى شتىكى 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 لام دیزاینه ره لاهه کانی کو تایی سالانی 1960 زیاتر
ناره زووی دروستکردنی نهو جل و بهرگانه یان نه کرد که نامانه
بن بو له بهرکردن.

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

نمه نه کرا به ره هم بهینری به پرنه ی زیاتر، که پرنه ی فاشیون
دیزاینه ره کانی نه دا بازرگانیه کانیان فراوان بکن.

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

نهو کاته نه یانتوانی زور دوکانیان هه بیته له ولاته کانی هه سور
جیهان. له نه نجام دا، دیزاینی فاشیون زور زیاتر نیوده ولته تی
نه بیته.

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.

هاناه زور ناسوده بوو بهم گوپرانه، له بهر نه وهی له سه ره تایی
کاره که یه وه له دیزاینی فاشیون دا، نهو نه یویست دانییا بیته
له وهی که بازرگانیه که ی نیوده ولته تییه.

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.

یەكەم فاشیۆن شووی ئەو لە نیۆرك بوو لە ساڵی 1965دا، وە لە ساڵانی 1970دا ئەو دەستی بە چەند فاشیۆن شوێهکی یەك لە دوای یەك كرد لە پارێسیش هەروەها.

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

گرنگترین بەشی بازرگانیهكەى هانا لە وانەیه هەمیشە لە یابان بووبیت، ئەو شوێنهى كه ئەو ئیستا زیاتر لە هفتا دوكانى تێیدا هەیه

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

بەلام ئەو هەروەها سێ دوكانى لە پارێس هەیه، وە كپیارەكان ئەتوانن جل و بەرگی ئەو بکپن لە زیاتر لە سەد شوێن لە ئەمەریكا.

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

ئەو هەروەها هەمیشە هەولێداوە بیروكەى پۆژەهەلاتى و پۆژناوایی تێكەل بكات لە دیزاینەكانیدا.

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 بەكاربەيىنى كە بە ويىنەى پوژھەلاتى گول و بالندە رازينرابووہوہ.

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 چينەوہ 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 لەبەرىكەن بوہەموو 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 هانا دىزايىنى عەزىيەكى ھاوسەرگىرى بوو بو ماساكو ئووادا كاتىك كە شوى كرد بە شازادە ناروھىتو لە سالى 1993 دا.

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 بەرگەكانى ئەوتەنھا لاي ژنانى يابانى بەناوبانگ نەبوو، بەلكو لاي زور ئەوروپى و ئەمريكى دەولەمەند لە ھەمان كاتدا، لەوانە ئەستىرەى فيلمەكان وەك گرەيس كىلى و شارن ستون وە ژنى سەرۆكەكان وەك نانسى رىگان و ھيلارى كلينتن.

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

ھەر وەك كوكو چانل، ھانا ھەرۆھا لەو تىگەشت كە سەرکەوتن لە فاشيون دا ئەتوانى بتبات بۆ سەرکەوتن لە پيشەسازىيەكانى تردا.

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

چانل ئەوھى پيشان دا كاتىك خەلك بۆتلىك بۆن بکرن، ئەوان زياتر لە شلەيەکیان کريوھ بە بۆنىكى خوشەوھ.

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 ژمارە 5 پيشانى دا خەلك بۇنيان ويستووه به وينهيهكى مۇديرنهوه، ئەوان بۇنيان ويستووه به نارىكى تايبەت و له بۆتلىكى تايبەت دا وه ئەوان دلخوش بوون بەردى كه پارەيهكى زۆر زياتر بدن بۆ ئەمه.



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 خوئي بهرهمهينا، نهو نهيزاني كه
كپيارهكان پهيوهست دهبن به نهخشي مؤديرني جل و
بهرگهكانيهوه 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 نهيويست زياتر بكات
لهوهي كه تهنهها جل و بهرگي ديزاين و بون بفروشييت.

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

نهو ههروهها بييني كه نهتواني ناوي خوئي 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.

لە راستیدا، هانا ئەوەی بۆ دەرکەوت کە ناو بە ناوبانگەکی وە کارامەییەکی لەبازرگانیدا ئەتوانی یارمەتی ئەو بدات لەزۆر پەروە جیاوازهوه.

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 کە سەردانی پاریس کرد لە پاریس، ئەو زۆر بە دلی بوو بە شێوەیەک کە بپاری دا دەست بە پاریسی کاتیک فەرهەسی هاوشێوەی ئەو بکات لە تۆکیۆ.

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.

بە دنیایەوه ئەو سەرکەوتنێکی گەوره بوو. بازرگانێکی هانا نیستا زیاتر لە 5 بلیۆن دۆلار قازانج ئەکات لە ساڵیکدا، وە لە زۆر پەروەوه وە کۆمپانیایەکی نیوئەوتی نموونەیی دەردەکەوێت.

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.

هەزاران خەلک کار بۆ هانا ئەکەن، وە نووسینگەکی سەرەکی ئەو لە بینایەکی جوانی مۆدێرنی شوشەدایە لە ناوچەیەکی مۆدێرن لە ئۆمۆتیساندۆ لە تۆکیۆ.

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 لأم كۆمپانیاكهی هیشتا بازرگانیهکی خیزانییه. هاوسهرهكهی، كین، سهرقالی لایهنی دارایی بازرگانیهكهی ئهو بوو ههر له رۆژهكانی سهرهتاوه.

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.

كین مرد له سالی 1996 دا، به لأم ئیستا كورهكانی و ژنهكانیان شوینی گرنگیان به ئهستو گرتوو له كۆمپانیاكهدا. ههندیك له نهوهكانی ههروهها دهستیان به كار كردوو له چهند بهشیکی چالاکیه نیو دهولهتییهكانی ئهودا.

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 تهمهنی زیاتر له ههفتا ساله، وه ئهو هیشتا ئاسایی گهشتی ئاسمانی ئەكات له نیوان تۆکیوو پاریس و نیوركددا بو پشکنینی قازانجی ههموو بازرگانیه جیا جیاکانی.

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

به لأم کاتیک که بریار ئەدات ژیانی بازرگانی به جیبهیلێت، بیگومان نهیریتی هانا مۆری بهردهوام نهبیّت.

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.

بیرۆکه کانی له بیره وهری دا ئەمینیته وه نهک تهنها له لایهن خیزانه کهی و هاوپیکانی کۆلیجه وه، به لکو هه زوه ها له لایهن دیزاینه ره یابانییه سه رکه وتوو هکانی تره وه وهک ئیسه ی مایاک، ره ی کاواکوبو وه یوه ژنی یاماموتو.

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.

ئه وان زور فیروون له ئه وه له بهر ئه وه ی به تیکه لکردنی پوژه لات و پوژئاوا، هانا یه که م دیزاینه ری یابانی بووه بییت به سه رکه وتوو یه کی نیوده وه له تی.

She will also be remembered by other Japanese businesswomen.

ئه وه ههروه ها له بیره وه ری ژنه بازرگانه یابانییه کانی تر دا ئەمینیته وه.

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 زور پوو وه گوپاوه له و کاته وه ی که هانا ژنیکی بیزاری ماله وه بوو له سالانی 1940 دا، به لام ته نانه ت ئه مپروش ژن که متر له پوستانی به زدا هیه له یابان وهک له ولاته گه وره ده وه مه نده کانی تر.

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

ژيانى هانا موري پيشاني ژنه بازرگانه لاههكان ئهدات كه
هميشه ئه كرى بگه نه لوتكه.



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 فرۇشتن و
دروستکردنى شوئىنىكى ئەفسانەيىيە كە كېرىارو فرۇشيار
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 ئىنگلتەرا، بىناى
نوسىنگەيەكى گەرەو مۇدىرن ھەيە كە بە ستايلى چىنى
بىياتنراوہ

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

بە تايبەتى دىزاین كراوہ لەبەرئەوہ 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 ريزەى 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 بەرازيل يان ريگاكانى يارمەتيدانى زيندانه سياسيەكان.

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 منالان هەيه كە پۆژ بە يارىکردن بەسەر ئەبەن لەگەل مامۆستاكاندا لە مەيدانىكى تايبەت دا لە قاتىكى تر لە كاتىكدا داىك 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 ئاسايەکانى کۆمپانىيەكى گەورەى نۆدەولەتى، بەلام خەلک لىزە بازىرگانىيەك بەرپۆه ئەبەن بە زياتر لە 1750 دوکانەوه لە نزىکەى 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 کۆمپانىيەى كە لە لاين يەك ژنەوه دامەزرا، ئانىتا رۆدىك، لە 1976دا.

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

لە ماوهى چەند سالىكى كەمدا، کۆمپانىيەكى گەشەى كرد لە يەك دوکانى بچوکەوه 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 ماوهى ئەم كاتەدا، ئەو پيشانى خەلکى داوه كە بازىرگانى تەنها بۆ بەدەستەينانى پارە نيە، ئەو پيوايە كە بازىرگانى نەتوانى يارمەتيدەر بىت بۆ ئەوهى كە جيهان بىت بە شوينىكى باشتر.

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

وہ نائیتا رڈیک ہر وہا پیشہ سازی جوانکاریشی بہ شیوازیکی گہورہ گوپی.

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، کہرہستہی جوانکاری بہ نرخی بہرز ئہ فروشران لہ بوتل و پاکہتی گرانبہادا، بہلام نائیتا ہمیشہ ہولیداوہ کہرہستہی جوانکاری ہرزان و سادہ بفروشیئت.

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

پیش بہدی شوپ، کومپانیاکانی کہرہستہی جوانکاری بہ دہگمہن پیکہاتہی سروشتیان بہکارئہہینا لہ بہرہمہکانیان دا، بہلام نائیتا ئہوہشی گوپی ہر 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، کومپانیاکانی کہرہستہی جوانکاری ہمیشہ نوسینگہی گرانبہایان ہہوو لہ شارہ گہورہو دہولہمہندہکان و ہک پاریس و نیورک، بہلام نائیتا بازگانییہ نیودہولہتیہکے لہ شاروچکہیہکی ئینگلیزی بچوکہوہ بہرپوہ ئہبات.

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 وهیبه له باشوری که ناری
ئینگلته را وه نهوی شوینیکی به ناوبانگ بوو بو خه لکی ئینگلیز
بو به سهر بردنی پشووه کانیا.

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 نه زمونی بازرگانی نهو یارمه تی دایکی نهوی دا له
چیشتخانه 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 وه ک ژنه
بازرگانیک.

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

کاتیک که قوتا بخانه ی به چی هیشته، نهو نه یخویند تا بییت به
ماموستا وه پاشان بریاری دا گه شته بکات.

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

نهو سهردانی زور ولاتی کرد، له وانه تاهیتی، ئوستورالیا وه
نه فریقای باشور.

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

هەر دوای ئەو هی گه‌رایه‌وه بو لیتلهامپتن له گه‌شته‌کانی،
پیاویکی بینی به ناوی گۆردن رۆدیک.

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

ئەوان كهوتنه داوی خوشه‌ویستییه‌وه. هاوسه‌رگیریان کرد وه
دوو کچیان بوو. به‌لام ژیان ئاسان نه‌بوو بو 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 پیشه‌یه‌کی ئاسایی نه‌بوو. کاتیك كه ئانیتای بینی نه‌و نوسه‌ر
بوو، به‌لام نه‌و هه‌رگیز پاره‌یه‌کی زۆری په‌یدا نه‌ده‌کرد له کاره‌که‌ی.

Now they had to earn money for their young family.

ئەو کاته پێویست بوو پاره بو خێزانه بچوکه‌که‌یان په‌یدا بکه‌ن.
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 له باره‌ی پیشه‌سازی خزمه‌ت کردنه‌وه له
ئەزموونی خۆیه‌وه له کافتریاکه‌ی دایکیدا وه به‌ دنیاییه‌وه نه‌و
به‌ باشی شاره‌زای لیتلهامپتن بوو، بۆیه نه‌و وه گۆردن بریاریان
دا ده‌ست به‌ بازرگانی هۆتیل بکه‌ن.

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 نوستنەوہ.

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

كاروبارى ھۆتېلەكە ھەر زوو باش ئەپۇشت بۇيە دواتر، پۇدىكەكان بېرياريان دا رېستورانتيك بېرن.

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 ئانیتا و گوردن نەيانزانى رېستورانتيك ئەوہندە كارىكى سەختە. دواى سى سال، بېرياريان دا كە ئيتىر وازبھينن.

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

شەويكيان درەنگ، گوردن بە ئانیتاى وت، نامەوى چيتىر ئەمە بکەم. ئەمە ئيمە ئەكوزى.

'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 پىنى وت كە پىلاننىكى ئاناساىى داناوہ. بە درىژايى ژيانى خەونىكى ھەبووہ: ئەو ھەمىشە ويستويەتى بە سواری ئەسپ لہ بۇينس ئارىسەوہ بېرات بۇ نيورك.

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

ئىستا ئهو ئهيوست ئهو خهونه بهينته دى، له كاتىدا كه
هيشتا گهنج و تهنروسته.

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

بهلام ئهمه ماناي ئهوه بوو كه ئهو پيوسته ئانيتا و منالهكان
به جيبهيليت 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?

ئانيتا سه رسام بوو به خولياكه، بهلام ئهو دلخوش بوو به
پهسهند كردنى بارودوخهكه. ئهو چون، به چ شيويهك پاره
پهيدا بكات بو دوو سالى داهاتوو؟

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

ئهو بريارى دا دهست به بازرگاني بكات. له كاتىدا كه گوردن
خوى ئاماده ئهكرد بو گهشتهكه، ئانيتا بيري له جوړه
بازرگانيهك ئهكردهوه كه هز بكات دهست 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 بەدات بە ئەو بۇ چاودىرى كردنى منالەكانى، بۇيە ئەو زانى كە ئەويست 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.

بۇچى دوكانىك نەكەمەو؟ ئەو بىرى كردهو. ئەو پىگە بە ئەو ئەدات لە نۆى بەيانىيەو كار بكات تا پىنجى دوانىوہرۇ.

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 بفرۇشنىت؟ 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 ئەويست 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 نەيدەويست پارە پەيدا بکات تەنھا بۆ ئەوھى دەولەمەند
بېيىت، ئەو ئەيويست دۇنيا بېيىت لەوھى كە بەرھەمىكى باش
بفرۆشيت وە خزمەتئىكى باش پيشكەش 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.

داواى ماوھىەك، ئەو دەستى بە بىرکردنەوہ كرد لە بارەى
كەرەستەى جوانكارىيەوہ. بۆچى زۆر كەم دەرڤەت ھەيە بۆ ئەو
ژانەى كە ئەيانەوى كەرەستەى جوانكارى بکرن؟ ئانىتا
پرسىارى لە خۆى كرد.

'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.

كۆمپانىيانى كە رەستەى جوانكارى برىار ئەدەن چى بچيتە ناو
بۆتلەكانىانەوہ، ئەوان برىار ئەدەن پيوستە بۆتلەكان چەند
گەرە بېيىت وە، لە ھەمووى خراپتر، برىار ئەدەن داواى نرخىكى
زۆر بەرزى لى بکەن.

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

وہ کاتیك ئانیتا لہو بارہیہوہ زیاتری زانی، ئەو بہرہستی شوک بوو بہ نرخى هہندی کەرہستہی جوانکاری.

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

ئەو بووی دەرکەوت کە هہندی کۆمپانیا مادەکانیان بہ یەک دۆلار ئەکرن وە پاشان بہ زیاتر لہ سەد دۆلار ئەیفروۆشن.

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

کریارەکان زۆربەى کات پارہیەکی زۆریان سەرف ئەکرد بوو بۆتلیکی جوان و ناویکی بہناوبانگ.

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

ئەم قازانجانە زۆر زۆرن، ئەو بیرى کردەوہ. ئەزانم کە ئەتوانم کەرہستہی جوانکاری زۆر ہەرزانتەر بفروۆشم.

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

کاتیك کە ئەو گەشتی ئەکرد بہ جیہان دا، ئانیتا بینی کە چۆن ژنان لہ زۆربەى ولاتان کەرہستہی جوانکاریان دروست ئەکرد لہ بہرہمی سروشتی.

Could she do the same thing for women in Britain?

ئایا ئو تۋانی هەمان شت بکات بۆ ژنانی بەریتانیا؟

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

ئو بۆ هەندی کۆمپانیای گەرەهی کەرەستەیی جوانکاری نوسی وە داوای لیکردن ئەگەر بتوانن یارمەتی بدەن، بەلام هەموویان پێیان وابوو ئو شیت بوو.

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

داوای چەند هەفتەیهک، ئو کیمیایگەرێکی دۆزییەوە کە ئەیتوانی ئەم شتانه بۆ ئو بکات. ئانیتا زانی کە ئو لە بازرگانیدایە.

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

دواتر ئو 4000 پاوەنی قەرز کرد لە بانک وە دوکانێکی بە کری گرت لە برایتن، شارێکی گەرەهیە لە نزیک لیتلھامپتن.

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.

دوکانەکە لە ناوچەییەکی باشدا بوو، بەلام ئو بۆی دەرکەوت دیوارەکانی هەمیشە تەپ بوون، بۆیە ئو داپۆشی بە بۆیاخێکی سەوزی تۆخ بۆ شاردنەوێ نیشانەکان.

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

دوكانه كاني بهو پهنه گه بوياخ كراوه تا نه مپروش. كاتيڪ كه بوياخى نه كرد، نه وهه روهه بيري له ناويڪ نه كرده وه بو بازرگانىيه كهى - 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 پييو ابووه نه وه ناويكى گه وره بيت بو دوكانه كهى، به لام ههندي له بازرگانىيه كاني تر له ناوچه كه دا پييان خوش نه بووه.

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

ههفته يهك پيش روژى كردنه وهى دوكانه نوييه كهى، نه وه نامه يهكى وهرگرت له پاريزه ريكه وه.

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.

نامه كه نه يوت كه نه وه پيوست بوو ناوه كهى بگوپرى. له سهه هه مان نه وه شه قامه ي كه دوكانه نوييه كهى نه وى لى بووه، دوو كومپانيا هه بوون كه پرسه يان ريكد ه خست.

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

هەردووک لەم کۆمپانیایانە لەو باوەڕەدا بوون کە دوکانیک ناوی "بەدی شوپ" بێت زۆر نزیک لە ئەوان خراپ ئەبێت بۆ بازرگانییەکیان.

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

سەرەتا ئانیتا ترسا لە نامەی پارێزەرەکە، بەلام پاشان پڕیاریدا ئەوە بەکاربھێنێ بۆ یارمەتیدانی خۆی.

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 بانگی پۆژنامەی ناوخۆی کرد و پێی وتن لە بارەی هەر دوو بازرگانێ پرسەکەو و هەلۆیستیان بەرامبەر ژنیکی هەژاری لاو کە هەوڵیداوێ یەکەم دوکانی بکاتەو.

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

پۆژنامە چیرۆکەکە لەوێ چاپ کرد و ئانیتا هەرگیز نەبیبستەو لە پارێزەرەکەو یان لە کۆمپانیای پرسەکانەو جارێکی تر.

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

ئەو ھەر وھا دلخۆش بوو لە بەرئەو ھەو ھەو پیکلامیکى زۆرى بە دەستھینا بە خۆرایى بوو دوکانە نوئیە کەى.

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.

ئانیتا نیگەرەن بوو ئەو بە یانییەى دوکانە کە کرایە وە. ئەو پانزە بەرھەمى ھەبوو بوو فرۆشتن وە ئەو چەند پوژیکى بە سەربەردبوو بە ھەو ھەو کە ئەیکردنە بوۆلەکانە وە.

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

ئەو ئەیزانى کە دوکانە کە پیویستە 300 پاوەن پەیدا بکات لە ھەفتە یە کدا.

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

وادیار بوو پارە یە کى زۆر بیٹ. بە لام ئانیتا پیویست نەبوو نیگەرەن بیٹ. لە یە کەم بە یانیدا دوکانە کەى پەبوو لە خەلک

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 ھەرگیز ھیچ شتیکیان نەبینیبوو وەك بەرھەمەکانی ئانیتا
پیشتر، سابون ھەبوون كە بۆنی گۆلیان لی دەھات، بۆنی ئاوی
گۆلە باخ، كەرەھى لەش، وە كریمی پیست كە لە پۆنی سروشتی
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 كۆتایی پۆژدا، ئانیتا 130 پاوەنی پەیدا كرد. ئەو زۆر
دڵخۆش بوو. بەلام ئانیتا پشوی نەدا. ئەو ھەموو شتیکی
تاقیکردەوہ تا وا لە کپیارەکان بکات سەردانی دوکانەکە
بکەن.

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

پۆژیکیان، ئەو تەننەت بۆنی كرد بە شەقامەکەدا تا دەرگای
دوکانەکەى خۆی. ئەو ھیوادار بوو كە کپیارە نوێیەکان دواى
لوتیان بکەون.

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 خەلك پۆشتن بۆ برايتن تا پراكشيين له كه نارى دەرياو مهله بكن له دەريادا.

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

زۆربەيان بىستبوويان له بارهى بهدى شوپهوه وە پۆشتنه ژوورهوه بۆ كرينى كريم بۆ پيسته سوتاوه كانيان و پى ماندووه كانيان.

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

تەنها دواى چەند مانگىكى كەم، ئانیتا كارەكانى ئەوەندە باش ئەپۆشت كە ئەيويست دوكانىكى تر بكاتەوه.

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 بانك و داواى كرد كە ئەگەر بتوانى 4000 پاوهنى تر قەرز بكات. بەلام بەرپۆه بهرى بانكه كه پيىوابوو كه ئانیتا زۆر بە خيراىى پۆشتووه.

'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 ری بکات وه بویه قسه ی له گهل
بازرگانیکی ناوخو کرد به ناوی ئایان ئیمسیگلین له باره ی
بیرو که 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 بییت 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 ئەمریکا 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 نوسییه وه، وه وتی "ئه وه مه که!" به لام
نامه که ی زور درهنگ گهشت.

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 ئیمسیگلین 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، ئه وه یهكك له باشتترین بریارهكانى كاروبارى دارایی بوو به دريژایی ژيانى: بیست سال دواتر، نرخى نیوهكەى ئهو له كوهمپانیاكه دا زیاتر له سه د ملیون پاوه ن 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 به شهكەى تری جیهان گوردن پووبه پوی چه ند كیشه یهكى 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 چیاكانى 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.

گه پرايه وه بو بهريتانيا، به شى كاروبارى دارايى چالاكييه كانى
به دى شوپى گرتة دهست

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

ئهو دهستى به گهران كرد بو ئهو ريگانينه كه كومپانياكه
بتوانى به رده وام بيت له گه شه كردن.

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

يه كيك له هاوريكانى ئانيتا و گوردن بازرگانينه كه ي ئه وانى به
دل بوو وه داواى كرد ئه گهر ئه ويش بتوانى به دى شوپيك
بكاته 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 توانى پاره ي پيوست پيدا بكات بو دهست كردن به
دوكانيك، ئهو ئه يوست به ره مه كان بفروشييت وه ئهو
ئه يوست ناوى به دى شوپ به كار بهيئى.

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.

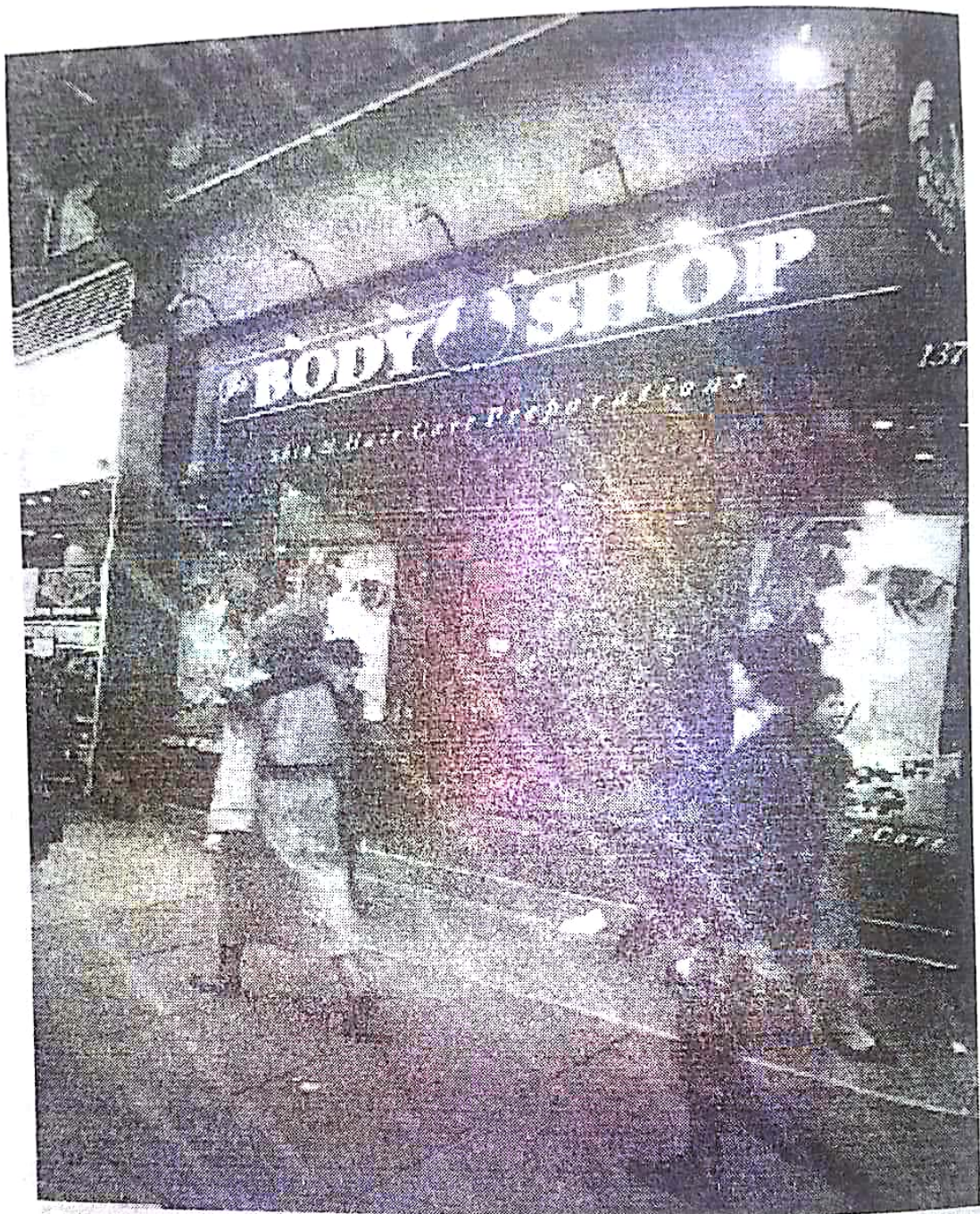
ئەو ۋەك بىرۆكەيەكى ناياب واپوو بۇ ئانىتا گوردن. ئەو رىگەى ئەدان پىوانەى بازىرگانىيەكەيان زىاد بىكەن، بەلام ئەو ماناى ئەو بوو كە ئەوان چىتر پىويستيان بە قەرز كىردنى پارە نەبىت.

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

پاشان ئەم بەدى شوپە نوپە سەركەوتوو بوو، ئەوان بۇ ئەو كەسانەى تر ئەگەرەن كە ئەيانوويست بەدى شوپ 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 زور كەسيان دۆزىيەو كە پىيان واپوو ئەمە دەرفەتىكى گەرە بوو، ۋە ھەر زوو بەدى شوپ لە شارو شاروچكەكانى بەرىتانيا 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 يه كه م بهدي شوپ له دهره وهی به پريتانيا كرايه وه، له بروسلز، وه سالی داهاتوو بازرگانیه كه بلاوهی كرد 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 كدا بهدي شوپییکی نوی له شوینیک له جیهاندا ئه كرايه وه.

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

به گه شه كردنی بازرگانیه كه، بهدي شوپ دهستی به دروست كردنی به ره می جیاوازترو جیاوازتر ئه كرد.

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

خهك به زوری ئه هاتن بۆ لای ئانیتا به بیروكهی نامۆوه بۆ كه رهستی جواكاری سروشستی به لكو ئه و بتوانی له بازرگانیه كه یدا به كار بهینی.

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

پوژیکیان خانمییکی به ته مهن له قییه ناوه گه شته نوسینگه گانی بهدي شوپ به زهرفیک 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 پرونى كردهوۋە كە ئەو چارەسەرىكى تايىبەتى پىست بوو
كە باپىرى ئامادەى كردهوۋە بو ئارچدوك فىردىناندى ئۆستريە
سالانىكى زور لەمەو پىش.

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.

ئانیتا چىرۆكەكەى بە دل بوو ۋە قايل بوو كە پاودەرە
سىپپىكەى خانمەكە تاقى بكاتەو. ئەو سەرسام بوو، بەراستى
كارىگەرى ھەبوو، ۋە دواتر بوو بە يەككە لە سەركەوتووترىن
بەرھەمى بەدى شوپ.

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 ئانیتا بەلىنى دا لە سەدا دەى
ھەموو ئەو پارەيەى بداتى كە بەرھەمەكەى پەيدای 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 بهردهوام بیت له گهشه کردن.

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

ئهوان بریاریان دا پشکهکانی کومپانیا 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 پشکانه پیشتتر له لایهن ئیان ئیمسیگلینهوه خاوهنداری کرابوون له بهرئهوهی ئهو خاوهنی نیوهی کومپانیاکه بوو له ئهنجامی ریکهوتنهکهیهوه له گهل 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 بو خویان وه ئهوهی که مابوو فروشتیان به خهک.

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 بو يه كه م جار هه پراج كرا،
ئانيتا و گوردن له بورسه ي لهندهن بوون تا سهير بكن. (بورسه:
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 روزه كه دا، نرخى پشك 0.95 پاوهن بوو. به لام به
تايپر بوونى چهند كاترزميريك، 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 بورسه كو تايى به بازرگانى هيئا ئه و دوا نيوه پرويه،
نرخه كه بهرز بووه وه بو 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 زيكي دهره يئا و ليكدانه وه يه كي كرد. نرخى
پشكهكانى بهدى شوپ تايبهت به خو ي 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 سالیدا، نانیتا رۆدیک بوو به ملیونهر.

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

سه رهتای سالانی 1980 کاتیکی باش بوو بو فروشتنی بهرهمی سروشتی.

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

هنديک چيروکی هه والی نیوده ولته تی له و کاته دا وایان له خه لک کرد بیر له کاریگری زیان به خشی پیشه سازییه مؤدیترنه کان بکهنه وه.

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

زاناکان دۆزیان ه وه که جیهان گهر متر نه بیئت له بهر دوکهل و گازی کارگه کان و ئوتۆمبیله کان.

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

ههروه ها نه وه یان دۆزییه وه که له دارستانه کان و لاتانی وه که به رازیل، پوهه ک و ئازله ناوازه کان 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 یه که می 1984 دا، گازی ژه هراوی له کارگه یه که وه دهرچوو له بوپال له هندستان وه 2000 خه لکی کوشت.

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

شانزه مانگ دواتر، ته قینه وه یه که روویدا له به نزیخانه یه که له چیرنوبیل له ئوکرانیا.

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

هه وریکی ژه هراوی خه لکیکی زوری کوشت وه زیانی به پوهه که و ئاژهل گه یاند له ئه وروپا.

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

ئهم کیشانه وای له خه لکیکی زور کرد بیر بکه نه وه ئه گهر پیویست بکات ئیمه هه موومان شیوازی ژیانمان بگورین.

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

ئه وان پییان وابوو که پیویسته واز له به کارهینانی به ره می ئه وهنده مه ترسیدار بهینین وه به شیوازیکی سروشتی تر بژین.

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 تىنگەشت. ئەو ھەمىشە ھەوليدابو
بەدى شوپ بازىرگانىيەكى خاوين بىت بە شىوئەيەك كە زىان 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 سىروشتى دروستكراپوون وە نەو
ھەرگىز رىنگەي نەداوە خەلك بەرھەمەكانى ئەو لەسەر ئازەل تاقى
بەنەو، لە باتى ئەو ھەمىشە لەسەر خەلك تاقىيان كىرۇتەو

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

ئەو ھەرۋەھا ھەمىشە داواي لە كىرپارەكانى كىرۇوۋە بۇتلەكانيان
بەكاربەيئەنەو دووبارە، بۇ كەمكىرەنەوئەي پاشماو.

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 لەو باوئەردا بوو كە بازىرگانى تەنھا بۇ قازانچ كىرەن نىيە،
وہ پىئويستە كۇمپانىياكان خويان بە بەرپىرسىيار بزانن بەرامبەر
كۇمەلگاۋ بەرامبەر زەوى.

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 بەدی شوپ شت بکرن ئەگەر نینگهران بوو بن له باره‌ی 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 له‌وه‌ی که تهنه‌ها بازرگانیه‌کی به‌رپرسیار به‌رپوه ببات. ئەو پێیوابوو بازرگانی ئەتوانی ئەو دهرفته‌ی بداتی که جیهان بکات به شوینیکی باشت.

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

بۆیه له ساڵی 1985 دا ئەو دهستی به کار کردن کرد له‌گه‌ڵ گروپی‌کدا به ناوی گرینپیس بۆ وه‌ستاندن ئەو کۆمپانیایانه‌ی پاشماوه‌و ژهر ئەخه‌نه ده‌ریاوه.

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 به‌خاوینی، به‌دی شوپ پاره‌ی ئەدا بۆ پراگه‌یاندن وه‌ زانیاری ئەدا به‌ کپیاره‌کانی له باره‌ی کیشه‌که‌وه.

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 داهاتوودا، بهدی شوپ کاری له گهل
گروپه کانی تر دا نه کرد له زنجیره چالاکی سهر بازیدا بو
پاراستنی نازه له ناوازه کان وه بو یارمه تیدانی نه و که سانه ی 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، نایتا زنجیره چالاکیه 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 چالاکیه که دهر فته تیک 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 نایتا 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 چالاکیه کانی نایتا. سالانی 1980
نه و کاته بوو که زور خه لکی بازرگان ته نها خولیای 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 پزگاركردىنى جيهان؟ ئەوان ئەيانپرسى.

'She should be in her office, running her business like a normal businesswoman.'

ئەو پيويستە لە نوسينگەكەى بيت، بازركانىيەكەى بەرپوہببات وەك ژنە بازركانىكى 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 كاتيك كە ئەو دەستى بە فرين كرد بۇ چەند شوينىكى ھەژار لە جيهان دا، يارمەتى خەلكى ئەدا دەست بە بازركانى بكن.

To some companies, poor countries are just places to buy cheap materials and hire cheap workers.

بۇ ھەندى لە كۇمپانياكان، ولاتە ھەژارەكان تەنھا شوينىكن بۇ كرىنى مادە ھەرزانەكان وە بۇ بە كرى گرتنى كرىكارى 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 ئانیتا پيوابوو بازركانىيەكەى 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 گه ل خه لكي كاياپو دا كاري كرد.

The Kayapo had lived according to their old traditions for thousands of years.

خه لكي كاياپو به گويره ي نه ريته كو نه كانيان ژيا بوون بۆ هه زاران سال.

But now, changes in the modern world meant that it was difficult for their way of life to continue.

به لام ئەو كاته، گوپرانه كان له جيهاني مؤديرن دا ماناي ئەوه

بوو كه سهخت بيت بۆ به رده وام بووني شيوازي ژياني ئەوان.

Anita helped them to start a business that produced oil for cosmetics.

ثانيتا يارمه تي ئەواني دا ده ست به بازرگاني بكنه كه پونيان

به ره م ئەهينا بۆ كه ره سته ي 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 بكنه له و پروه كانه ي كه له

دارستان ئەيان دوزيبه وه وه پاشان ئەيان فروشت به به دي شوپ

به نرخيكي 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 کایاپۆ دلخۆش بوون لەبەرئەوێ ئیتر پارەیان هەبوو تا بیدەن بۆ تەندروستییهکی باشتەر و فیڕبوون، ئەو هەرەها باش بوو بۆ بەدی شوپ، لەبەرئەوێ ئانیتا بەرھەمی تری سڕوشتی هەبوو بۆ فرۆشتن

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 سەرکەوتنەکە لەگەڵ خەلکی کایاپۆدا، ئانیتا هەمان جوۆر بیروۆکە بەکارھێنا بۆ یارمەتیدانی خەلکی هەژار لە زۆر بەشی تری جیھان.

Although Anita spent a lot of time and energy on her campaigns and her work for the poor, her business certainly didn't suffer.

ھەرچەندە ئانیتا کاتی زۆرو وزە زۆری لەسەر زنجیرە چالاکییەکان و کارەکە بۆ هەژار سەرف کرد، بازرگانییەکە بە دنیایییەو زەرەری نەکرد.

Every year, more Body Shops opened, more customers bought her products and the company's profits grew bigger.

ھەموو سالیێک بەدی شوپی زیاتر ئەکرانەو، کپیاری زیاتر بەرھەمەکانی ئەویان ئەکپی وە قازانجەکانی کۆمپانیایا گەورەتر ئەبوو.

But some people said that Anita's campaigns weren't really about saving the world.

بەلام ھەندى كەس ئەيان وت كە زنجيرە چالاكئىيەكانى ئانىتا لە
پراستيدا بۇ پرزگار كردنى جىهان نەبووھ.

They were just a way to get cheap advertising and to make the company look good in the eyes of its customers.

تەنھا پرىگايەك بوون بۇ بەدەستەينانى پىكلامى ھەرزان وە تا وا
لە كۆمپانىياكە بكات باش دەرکەوى لە چاوى كپيارەكانيدا.

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 رەخنەيان لە بەدى شوپ گرت وە وتيان ئەوان كارى
تەواو پىويستيان نەكردووھ بۇ پاراستنى ژىنگە.

Customers were worried and the company's share price suddenly fell. Anita and Gordon were very angry.

كپيارەكان نىگەران بوون وە نرخى پىشكەكانى كۆمپانىيا لە
ناكاو دابەزى. ئانىتا و گوردن زور توپرە 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 دادوھرانە نەبووھ.

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.'

گوردن چاوپيئەكتەوتنيكى ھەبوو لەگەل پوژنامە نوسەكاندا وە
پيى وتن، كۆمپانیاكە وا خوى نا نويني كە كامل بيت وە ھەموو
وەلامەكانى لا بيت، بەلام ھيشتا ئەتوانى يارمەتيدەر بيت لە
شەپەكەدا بو پاراستنى ژينگە.

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.

كپيارەكانى بەدى شوپ دلخوش بوون باوھپى پى بكەن. ھەر
زوو گەرانەوھ بو دوكانەكان، وە نرخى پشكى كۆمپانیاكە بەرز
بووھوھ ديسان.

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 چالاكییهكانى 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 که سیکی تری ئەوی بو کۆنترۆلکردنی رۆژ بە رۆژی بەرپۆه بردنی کۆمپانیاکه وه پیاویک به ناوی پاتریک گۆرنه‌ی له فەرهنساوه هینرا بوو تا بییت به سه‌رۆکی به‌دی شوپ.

Anita stayed with the company, but recently she has told the world that she is thinking of leaving business life.

ئانیتا له‌گه‌ل کۆمپانیاکه‌دا مایه‌وه، به‌لام له‌م دوواییانه‌دا ئەو به جیهانی وت که ئەو بیر له به‌جیه‌یشتنی ژیا‌نی بازرگانی ئەکاته‌وه.

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 نایه‌وی ته‌واوی ژیا‌نی به‌ قسه‌ کردن به‌سه‌ر بیات له باره‌ی کریمی پیست و سابونه‌وه، له‌به‌رئه‌وه‌ی که ئەو شتی گرنگتر هیه‌هیه‌ بیکات: ئەو ئەیویست زیاتر به‌ چالاکی سیاسی‌ه‌وه سه‌رقال بییت.

Anita once said that there were no heroes in the modern business world, but she has certainly become a hero for many people.

ئانیتا جاریکیان وتی که هیچ پالنه وانیک نه بوو له جیهانی
بازرگانی مؤدیرن دا، به لام ئه و به دلنیاییه وه بووه به پالنه وانی
زور خه لك.

She has shown that it is possible for a woman to build a large international company in just a few years.

ئو پیشانی داوه که شیاهه بو ژنیك که کومپانیایه کی گه وره ی
نیوده ولته تی بنیاد بنیت له ماوه ی ته نها چند سالیکی که مدا.

She has proved that it is possible to manage a business and care for the environment at the same time.

ئو سه لماندی که ئه کری بازارگانی به ریوه ببهیت و گرنگیش به
ژینگه بده ی له هه مان کاتدا.

And she has brought new ideas, new products and new life to the world's shopping centers.

وه ئه و بیروکه ی نوی هیئا، به ره می نوی و ژیانی نوی بو
سه نته ری 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، لەبەرئەودى كە رەش پىستىم، ھەرگىز واز لە دەسەلاتى خۆم 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 1990 دا، ھەقەدە مليون ئەمريكى، ھەر وەك

باو، سەيرى ئۇپرا ونفرەدى شۇيان ئەكرد لەسەر تەلەفزيون.

Oprah was talking to four ordinary people who had all had problems at work.

ئۇپرا قسەى لەگەل چوار كەسى ئاساييدا ئەكرد كە ھەموويان

كىشەيان ھەبوو لە كاردا.

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 كۆمپانيا چا وچنۆكە كانيان گىرايەو،

سەرۆكە خۆپەرستەكان كرىكارە تەمەلەكان، كاتىك كە ئۇپرا

پرسىياري لى ئەكردن، پىئەكەنين و گوڤيان 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 ئۆپرا شوپان ئەكرد.

Oprah's viewers were mostly ordinary Americans, and many of them had experienced similar problems in their offices, shops and factories.

بىنەرەكانى ئۆپرا بە زۆرىي ئەمريكى ئاسايى بوون، وه زۆربەيان بە هاوشىيوهى ئەو كيشانەدا 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، ئۆپرا يەككىيان بوو. ئەو لە خىزانىكى هەزار بوو وه منالبيهكى سەختى هەبوو. ئەو پىويست بوو بجهنگى 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.

ئۆپرا وا ديار بوو كەسىك بىت كە بە دەست هەمان ئەو كيشانەوه نالاندويهتى وه شتەكانى بە هەمان شيوه ئەبىنى.

So everyone was looking forward to some fun when Oprah introduced her next guest. He was a writer on business called Harvey McKay.

بۇيە ھەمووان چاۋەپىيى ھەندى پابواردن بوون كاتىك كە ئۇپرا
مىوانى دواترى ناساند. ئەو نوسەر بوو لەسەر بازىرگانى بە
ناۋى ھارقى ئىمىسىكەي.

You could see immediately that McKay would be on the side of the bosses.

ئەتتوانى دەستبەجى بىيىنى كە ئىمىسىكەي لايەنگرى
سەرۆكەكان ئەبىت.

He would try to explain why they often behaved badly towards ordinary workers.

ئەو ھەول ئەدات پوونى بىكەتەۋە بۇچى 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 بۇچى سەرۆكەكان پارەيەكى
ئاۋا زۆر بەدەست ئەھىنن، لە كاتىكدا خەلكى ئاسايى زۆر كەم
بەدەست ئەھىنن.

And then Oprah would have her chance to ask him a few difficult questions.

ۋە پاشان ئۇپرا دەرفەتى ئەبىت چەند پرسىيارىكى قورس لە
ئەو بىكات.

She would tell him how ordinary people felt about big business.

ئەو پىنى ئەلى خەلكى ئاسايى ھەستىيان چۆنە لە بارەى بازارگانى گەورەوہ.

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 بداتەوہ، ئەو دەستى بە پرسىار كردن كرد لە ئوپرا لە بارەى ژيانىيەوہ.



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 خولەكيكي كەم، كە
تۆ سەرۆكيكي توندەرەو بەلام دادپەرەري.

'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 بانگي ئەو كەسانەي كرد كە لە پشت

كامپراوہ يارمەتي ئەدەن، من زۆر دادپەرەرم، وانبيە 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 زۆربەي بينەرەكاني ئۆپرا، ئەمە ساتيكي زۆر خۆش بوو.

ئەوان ھەموو پۆژيک سەيري بەرنامەكاني ئۆپرايان کردبوو بۆ

سالانيكي زۆر وە پييانوابوو زۆر شت ئەزانن لە بارەي ئەووە.

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 بارەي كيشەكاني ئەووە لە كاتي مناليدا داك

و باوكي جيا بوونەتەو. ئەوان گوويان لە ئەو گرتبوو كە لە

بارەي پەيوەنديەكانيەو پيئي 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 ئوپرا 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 ئوپرا زىاتر
بوو لەوئى كە تەنھا ژنىكى پووخۇش بىت لە بەرنامەيەكى
گفتوگوى بەناوبانگدا.

Oprah didn't just appear on The Oprah Winfrey Show — She owned The Oprah Winfrey Show.

ئوپرا تەنھا دەرنەدەكەوت لە ئوپرا ونفرەى شۇدا — ئەو خاوەنى
ئوپرا 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 ھەر وہا خاوەنی ئەو ستۆدیویانە بوو كە بەرنامەكەى ئەویان تیدا دروست ئەكرد. ئەو یەكیك لە باشترین سەنتەرى پێشەسازى تەلەفزیۆنى بوو لە ئەمەریكا، وە نزیکەى 20 ملیۆن دۆلارى تیچوو.

In fact, her company, Harpo Productions, gave Oprah control over her life and over the lives of many other people.

لە راستیدا، كۆمپانیاكەى، ھارپۆ پرۆدەكشنز، ئەوەى بەخشى بە ئۆپرا كۆنترۆلى ژيانى خۆى و ژيانى زۆر كەسى تر بكات.

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 دلخۆشكردنى گشتیدا، ھەزى ئۆپرا بو كۆنترۆل كردن بەناوبانگ بوو، ھەرچەندە ئەو زۆر سەرقال بوو، ھەموو دەفتەرى چەكەكانى واژۆ كرد بو كۆمپانیاكەى، بۆیە ئەو ھەمیشە ئەیزانى چۆن 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 بچوكەكان 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 ناناسایى بوو بۇ ئەمريکیيەكان ژنيكى
رەش پىست بىينن ھەوالەكانى تەلەفزیون بخوينتەو، وە لە
سالى 1976 دا ئەو كارىكى پيشكەش كرا لە ئىستگەيەكى
گەورەترى تەلەفزیون لە شارى بالتيمور.

Everyone thought she looked great on TV, but she didn't have the right character to be a good journalist.

هه مووان پييانو ابوو ئه و باش دياره له سهر ته له فزيون، به لام ئه و كه سايه تيبه كي دروستي نيبه 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 سه رقال ئه بوو به چيروكه وه. كاتيڪ كه چيروكه كان غه مگين بووايه، ئه و هه ندي جار دهستي به گريان ئه كرد. كاتيڪ 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، سه روكه 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 ته له فزيون ئه يانويست به رنامه ي گفتوگوي به يانيان بناسينن، ئهمه ده رفه تيكي ئه دا به خه لكي بالتيمور تا له سهر ته له فزيون ده ربكه ون وه باسي راو بوچووني خويان بكن.

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 ئوپرا بە روونى تىگەشت لە خەلك بە باشى، لەوانەيە ئەو كەسيكى دروست بىت بو 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 خویندنهوى ههوالهكان.

Many TV interviewers prepare questions before an interview and then don't really listen to the answers of their guests during the show.

زۆر بەي بيزەرەكاني تەلەفزيون پرسيارەكان ئامادە ئەكەن پيش چاوپيکەوتن وە پاشان لە راستيدا گوئى لە وەلامى ميوانەكانيان ناگرن لە ماوهى 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 ئوپرا زور جياواز بوو. ئەو هەميشە ئارەزووى ئەوهى ئەکرد كە خەلك ئەيان وت. ئەو گفتوگوئى راستى ئەکرد لەگەل ئەو كەسانەدا كە چاوپيکەوتنى لەگەل ئەکردن.

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. بەرنامەکەى ئۆپرا زۆر سەرکەوتوو بوو بە شێوهیهک کە داوای چەند سالیکی کەم، سەرۆکهکانی تەلەفزیۆن لە بەشەکەى تری ولات دەستیان بە تیبینی کردنى 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، ئیستگهیهکی گەرەى تەلەفزیۆن لە شیکاگو داوای لە ئەو کرد بەرنامەى گفتوگۆى بەیانیان پیشکەش بکات، ئەى ئیم شیکاگو.

They offered her a four-year contract and said that they would pay her \$200,000 a year.

ئەو پیکەوتننامەیهکی چوار سالی پیشکەش کرد وە وتى کە 200000 دۆلاری پى ئەدەن بو هەر سالیك.

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 پارهیهکی زۆر بوو، بەلام ئۆپرا نیگەران بوو لە بارهى پۆشتنهوه بو شیکاگو. ئەو پىویست نهبوو نیگەران بیټ، لەبەرئەوهى کاتیك کە گەشته 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 پرۆشتمه خواره وه، زانیم که من خه لکی ئه ویم، ئه و وتی. وه خه لکی شیکاگو شه روه ها هه ستیان کرد که ئه و له خویانه.

Her talk show started in January 1984, and it was an immediate hit.

به نامه ی گفتوگۆی ئه و له کانۆنی دوه می 1984 دا ده ستیپیکرد، وه ئه وه سه رکه و تنیکی راسته و خو 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 و تندا وه له ماوه ی چهند مانگیکی که م دا به نامه 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 نیستگه ی ته له فزیۆن زۆر دلخۆش بوو. ئۆپرا شیکاگو ی شوک کرد وه ک ئه وه ی سه تلێک ئاوی ساردیان پیندا 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
ئەيوست بېت بە ئەستىرە يەكى نەتەوھىي.

Her opportunity came when she got a call from Steven Spielberg.

دەرفەتى ئەو ھات كاتىك كە تەلەفونىكى بۇ كرا لە ستىقن
سپىلېرگەوھ.

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
فېلمى ھۆلىود دا، ئەو چەند فېلمىكى سەر كەوتوۋى بەرھەم
ھىناوھ، 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 ئەيوست فېلمىك بەرھەم بھىنى لەسەر كتېبىك كە لە لايەن
نوسەرىكى ئەمريكى رەش پىستەوھ نوسراوھ، ئەلىس ۋكە، بە
ناۋى رەنگى بنەوشەيى.

'Would you like to play a part in the film?' he asked her. Oprah couldn't refuse.

ئارەزوو ئەكەى پۆل بىنى لە فىلمەكەدا! ئەو پرسىيارى لە ئوپرا كىرد. ئوپرا نەيتوانى رەتى بىكاتەوه.

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 يەككىك لە خۆشترىن كىتەبەكان بوو لاي ئوپرا، وه ئەو هەر وهها ئەيزانى كە پۆل بىنىن لە فىلمى ھۆليود دا ئەو بەناوبانگ ئەكات لە جىهان 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 ئەى. ئىم. شىكاگو بە شىوئەيك كە ئەو كاتى نەبوو ھىچ كارىكى تىرىكات.

Oprah wanted to be in the film so much that she was ready to leave her job with the TV station.

ئوپرا زۆر ئەيوست لە ناو فىلمەكەدا بىت بە شىوئەيك كە ئامادەبوو واز لە پىشەكەى بەينى لەگەل ئىستگەى تەلەفزیون دا.

But her business manager, Jeffrey Jacobs, had other ideas. 'We can work this out,' he told her.

بەلام بەرئوئەبەرى بازىرگانىيەكەى ، جىفرى جاكوبس، بىرۆكەيەكى تىرى ھەبوو. ئەتوانىن ئەمە چارەسەر بىكەين، ئەو بە ئوپراى وت.

'The TV station will have to give you a break from the show.

ئىستىگەى تەلەفزىون وچانىك ئەدا بە تۆلە كاتى شوکەدا.

'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.

سەرۆكەكانى ئوپرا زۆر دلخۆش نەبوون لە بارەى بارودۆخەكەو، بەلام نەياندەويست ئەويان لە دەستچى وە ھەرودھا ئەوان ئەيانتوانى ئەو ھەببىن كە فىلمەكە ئەتوانى زۆر سەرنجى گشتى بۆ شوکەى ئەو بەينى.

They agreed to give her a break of several weeks so she could work on The Color Purple.

ئەوان قایل بوون وچانىكى چەند ھەفتەى بە ئەو ببەخشن بەو شىوھىە ئەو توانى كار بكات لەسەر ڕەنگى بنەوشەى.

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.

ئوپرا زۆر سوپاسگوزارى ئىستىگەى تەلەفزىونەكە بوو، بەلام ئەو ئەزمونە يارمەتى ئەوى دا ئەو ھەببىن كە چەند كىشەىەك ھەىە 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 بەرپراستی ئەيويست بېيىت بە ئەستېرە، ئەو پيويست بوو زياتر كۆنترۆلى ژيانى بكات. 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.

جيفرى جاكوبس ئەوھى زانى كە ئەگەر ئوپرا ئەيھوى كۆنترۆلى ژيانى بكات، ئەو سەرھتا پيويستە كۆنترۆلى بەرنامەكەى بكات.

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 شيكاگو پەخش ئەكرا، بەلام ئەو پيويابوو كە ئەكرى لە ھەموو ولا تدا 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 كاتيک كە پەنگى بنەوشەيى گەشتە سينەماكان، ئوپرا ئەبېت بە ئەستېرەيەكى نيودەولەتى. زۆر كەس لە

دەرەھى شيكاگو ئەيانەوى شوکەى ئەو ببينن.

Oprah decided to negotiate with the TV station.

ئۆپرا بېرىرى دا رېبكهوى له گەل ئىستگەى تەله فزىون دا.

First, she made them change the name of the program to The Oprah Winfrey Show.

سەرەتا، ئەو واى لى كىردن ناوى بەرنامەكە بگۆپن بو ئۆپرا
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 كرد له پارەى فروشتنى
بەرنامەكەى ئەو بە ئىستگەى تەله فزىونەكانى تر. ئەو
بېرىرىكى بازگانى گەورە 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
گەورە بوو وه هەمووان نمايشەكەى ئۆپرايان بەدل بوو.

As a result, they all wanted to watch her TV show too.

له ئەنجام دا، هەمووان ئەيانووست سەىرى 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 كېرى، وە لە ناكاو قازانجەكانى ئەو بازى دا لە
200000 دۆلارەوہ لە سالىكدا بۆ 30 مليون دۆلار لە
Oprah's decision had made her rich, and it had
also taught her an important lesson: control was
the key to success.

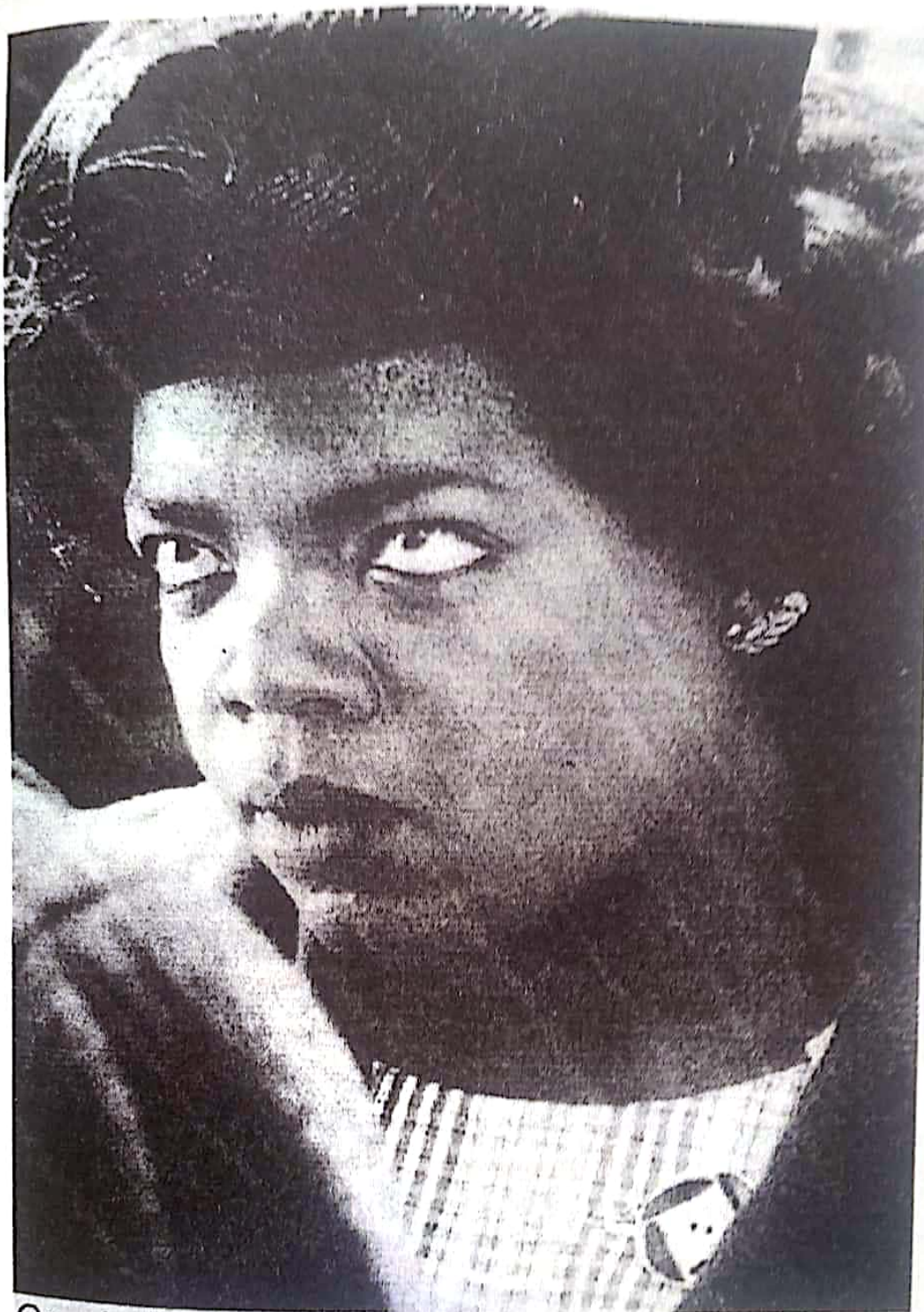
بېرارەكەي ئۇپرا ئەوى دەولەمەند کرد، وە ئەوہ ھەر وەھا وانەيەكى
گرنگى فيرى ئەو کرد: كۆنترول كىلى سەرکەوتن بوو.

So in 1986 she started her own company, called Harpo Productions. ('Harpo' is 'Oprah' spelled backwards.)

بۆيە لە سالى 1986 دا ئەو كۆمپانىيەي خۆي دامەزراند، بە
ناوى ھارپو پرودەكشنز. ("ھارپو" "ئۇپرا" يە بە پىچە وانەوہ
پیتەكانى 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 ئەوہ تەنھا بۆ دروستکردنى ناوبانگ بوو بۆ
بەرنامەكەي وە بۆ وەلام دانەوہي نامەي بينەرەكان، بەلام ئۇپرا
پیلانى گەرەي ھەبوو بۆ كۆمپانىيا نوپكەي.



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 دهستی به ریکهوتن کرد له گهله سهرۆکهکانی 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. سهرۆکهکانی ئیستگهی تهلهفزیون دلخوش نه بوون.

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 کۆنترۆلی 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 ریکهوتنهکان بهردهوام بوو ئهوه ئاشکرا بوو که ئهگهر پیویست بکات ئوپرا ئامادهیه دوور بکهوێتهوه له بهرنامهکهی وه بپوات له هۆلیوود کار بکات.

The TV station bosses realized they had no choice; they had to give Oprah what she wanted.

سەرۆکهکانی ئیستگهی تهلەفزیۆن ههستیان بهوه کرد که چاریان نییه، ئەوان پێویست بوو ئەوه به ئۆپرا ببهخشن که ئەیویست.

As she now owned her own show, Oprah needed a place where she could record it.

کاتیەک که ئەو خاوهنی شوکهی خوێ بوو، ئۆپرا پێویستی به شوینیەک بوو که بتوانی تێیدا تۆماری بکات.

So she bought an old TV and film production centre in west Chicago for \$10 million.

بۆیه ئەو تهلەفزیۆنیکی کوونی کری لهگهڵ سهنتهری بهرهمهینانی فیلم له پوژههلاتی 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 ئەو 10 ملیۆن دۆلاری تری سهرف کرد بو کهل و پهلی نوێ تا دنیایا بیته 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 ئىستاتىستىكىسىمۇ بىر نامەكەي بىخاتە كاتىكەو كە گونجاو بىت بۇ ئو وە ھەر وەھا ئو تىوانى پارەي زىاتر قازانچ بىكات.

بەلام ستۇدىيوكەي ئو پىنگەي دا ئو لە ئو زىاتر بىكات.

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 پىرۇدەكشنز دەستى بە دروستکردنى بەرنامەي تر کرد بۇ تەلەفزیون، وەك ژنانى بروستەر پلەیس، وە ھەر زو و كۆمپانىياكانى تر ستۇدىيوى ھارپویان بەكارئەھىنا بۇ دروستکردنى پىنکلام و فىلم تى قى شو.

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 خوشىدا.

Ordinary people, especially American women, trust her and understand her ideas and beliefs.

خەلكى ناسايى بە تايبەتى ژنانى ئەمىرىكا متمانە بە ئو ئەكەن وە لە بىرۇكەو پراو بۇچوونى ئو تىنەگەن.

They see her as an honest person from a tough background who has fought for her success.

ئەوان وەك كەسىكى راستگو ئەو ئەبىنن كە لە ژىنگەيەكى سەخت دا ژياوہ و جەنگاوہ بۇ سەرکەوتنى خۇى.

This means that many people are happy to buy products that carry Oprah's name.

ئەمە ماناى ئەوہيە زۇربەى خەلك دۇخۇشن بە كرىنى ئەو بەرہەمانەى ناوى ئۇپراى ھەلگرتوہ.

This has given Oprah many great business opportunities.

ئەمە زۇر دەرفەتى گەورەى بازىرگانى بە ئۇپرا بەخشيوہ.

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 ناوى

ئوكسىجين ميديا، كە بەرنامەى تەلەفزيۇنى بۇ ژنان و منالان

بەرہەم ئەھيىنى وە ھەمان بابەت بۇ ئىنتەرنىت بەرہەم 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 دوواييانەدا، ئەو ھەرۋەھا دەستى بە كاركردن كرد لەسەر

گۇفارىكى نويى ژنان، وە ئەو تەنانەت كۇمپانىيەى فىلمى خۇى

ھەيە كە بەلئىننامەيەكى لەگەل ديسنى دا واژو كردوہ.

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 ئوپرا چله مين يادي له دايك بووني كرد له كانووني دووه مي 1994 دا، ئهو پيشتتر به دهسه لاتترين زن بوو له پيشه سازي كهيف و خوشي جيهان دا وهه روهها زورتريين پارهي تيذا قازانچ كردوه.

Over the past few years, business magazines have regularly put her in their lists of top American businesswomen.

له ماوهي چهند سالي رابردوودا، گوڤاري بازرگاني ئهويان به چهسپاوي خسته ناو ليستي سهرکهوتوتوتريين زنه بازرگاني ئهريكي.

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 ههمان كاتدا، ئوپرا ونفرهي شوهر وهك پيشتتر بهردهوام بوو له سهرکهوتتن - نهك تهنها له ئههريكا، بهلكو ههروهها له زور ولاتي تر له جيهاندا.

Because Oprah is now in control of her life, she has also found time to act in several more Hollywood films.

لەبەرئەو دەى ئۆپرا ئىتر كۆنترۆلى ژيانى كردبوو، ئەو ھەرودەھا كاتى دوزىيەو بۆ پۆل بىنين لە چەند فىلمىكى تى ھۆلىود 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.

و بە گەشەکردنى بازىگانىيەكەى ئۆپرا دەولەمەندترو دەولەمەندتر ئەبوو. ئىستا وا دەرنەكەوى كە لەوانەيە ئەو بىت بە يەكەم بەش پىستى بلىۆنەرى ئەمىرىكا.

Chapter 5 Madonna

بەندى 5 مادونا

'Life is short. My idea is that if I want to do something, I do it!

Madonna

ژيان كورته. بىرو بۇچوونى من وايه كه ئەگەر بىمەوى شتتېك

بىكەم، ئەيكەم!

مادونا

Most pop stars know that they don't have a job for life.

زۆربەى ئەستېره بەناوبانگەكان ئەزانن كه كارىكيان نىيە بۇ

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

بۇ بەسەبردنى كاتىكى خوش بۇ 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 وه پۇژە گەرمە دوورو درىژەكان

لاى حەوزى مەلە كردنەكەوه زۆر درىژە ناكىشى. زۆربەيان

گەپراونەتەوه بۇ ژيانى ئاسايى كاتىك كه 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 لآم مادونا وا نبييه. ئه و به ناوبانگترين ئه ستيړه ي ميينه يه له جيهاندا له ناوه ندي سالاني 1980 وه.

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 ماوه ي ئه و کاته دا ئه و زور تو ماري سه رکه و تووي هه بووه، ئه و له چهند فيلم يکدا پو لي بينيوه، وه به مليونان مليون دو لار قازانجی کردووه.

She has won prizes for her work, but she has also been strongly criticized by politicians and religious leaders.

ئه و چهندين خه لاتي بردو ته وه بو کاره که ي، به لآم ئه و هه روها به توندي په خنه ي لي گيراوه له لايهن سياسي ته مده داره کان و رابه ره ئاينبييه کانه وه.

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.

ئه و هاوسه رگيري کردووه، جيا بو ته وه وه دووباره هاوسه رگيري کردو ته وه. ئه و دوو منالي هه بووه وه ئه و هه روها خه لکيکي زوري شوک کردووه به په فتاره شيتانه کاني.

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 لە بەرئەوهى ئەو گۆرانىيىژىكى
سەرنجراكىش و هونراوه نووسە، بەلام زۆر بەيان قايلن لە سەر
ئەوهى كە بەو سادەيىيە نىيە.

Madonna has always made sure that she is in control of her life.

مادونا هەميشە خۆى لەوه دۇنيا ئەكردەوه كە ژيانى خۆى
كۆنترۆل كەردوو.

She has made careful plans and has cleverly used the publicity that surrounds her.

ئەو بە وريايى پىلانى دائەنا وه بە ژىرانە سەرنجى دەوروبەرى
خۆى بەكار ئەهينا.



Madonna

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 بژهنی. ئەو هه‌روه‌ها خۆی فی‌ر 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 هه‌ر زوو گۆرانی خۆی نووسی و تۆماری کرد. له‌ سالی 1982 دا، كه‌سیك له‌ كۆمپانیای تۆمار گوئی له‌ گۆرانی ئەو بوو "هه‌موو كه‌س" وه‌ بپاری دا به‌ئیننامه‌یه‌کی تۆمار به‌ ئەوبه‌خشی.

It seemed that her dream had come true. But Madonna quickly realized that she still had a long way to go.

وا دیار بوو خه‌ونه‌كه‌ی ئەو بووه‌ به‌ راست. به‌لام مادونا به‌ خیرایی هه‌ستی به‌وه‌ کرد كه‌ هیشتا ریگایه‌کی دوورو دریژی 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.

"هه‌موو كه‌س" گۆرانی سه‌ما بوو وه‌ به‌ناوبانگ بوو له‌ یانه‌ شه‌وانه‌کانی نیورك دا، به‌لام زۆربه‌ی خه‌لك له‌ ئەمه‌ریكاو به‌شه‌كه‌ی 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 رېنگايەك بدۆزىتەوہ كە وا لە ھەموو كەس بكات "ھەموو كەس" بکړن!

In the days of Elvis Presley, The Beatles and The Rolling Stones, the music industry had been mainly about making music and selling records.

پوژانى ئەلقيز پرنسلى و بيتلز و پولين ستونز، پيشه سازى ميوزيك به شيوه يه كى سهركى 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.

ئەستېره بەناوبانگەكان بە دەگمەن ئەببىران لەسەر تەلەفزیون، بۆیە زۆربەى خەلك گوییان لە رادیو ئەگرت تا نویتىرین گۆرانى ببیستن لە جیهانى مۆدیرنەوہ. بەلام لە سەرتای سالانى 1980 دا، ئەوہ دەستی 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 وی (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 تهستیره ی رادیوی کوشت " بو له لاین گروپی به پیتانییه 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 واو بوو بو دهستی کردن، له بهرئه وه ی که وشه کانی گورانییه که چیوکی داهاتوی 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 ته کوژانده وه وه ئیم تی وی 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 قی تەشەنە ی کرد بو سەد ولات لە جیھاندا.
پیشەسازی میوزیکی پۆپ زیاتر نیۆدەولەتی بوو وەك لەوەی
کە هەبوو پێشتر.

Record companies realized that a good song needed a good video to become a hit.

کۆمپانیاکانی تۆمار هەستیان بەوە کرد کە گۆرانی باش
پێویستی بە فیدیویەکی باشە تا سەرکەوتوو بێت.

Because of this, they started to look for singers with their own style who could perform well on video.

لەبەر ئەمە، دەستیان بە گەران کرد بو ئەو گۆرانییژانە ی
ستایلی خۆیان هەبێت کە بتوانن باش نمایش بکەن لە فیدیۆدا.

Madonna knew that she could be this kind of star. She didn't just have great songs and a great voice.

مادونا زانی کە ئەتوانی بێت بەم جوړە ئەستێرە یە. ئەو تەنها
گۆرانی خوشی نەبوو بە لکو دەنگیکی خوشیشی هەبوو.

She also had her own way of dancing and her own way of dressing.

ئەو هەروەها ریڤگای تایبەتی خۆی هەبوو بو سەما کردن وە
هەروەها ریڤگای خۆی هەبوو 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 بىرئارى دا كە پىويستى بە بەرپۆھبەرىكە 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، بەرپۆھبەرىكى ئاسايى تەواو باش

نەبوو، ئەو پىويستى بە باشتىن بەرپۆھبەر بوو لە بازىرگانى دا.

At that time, many people thought that the best manager in the pop music industry was Freddy Demann.

لە كاتەدا زۆرىبەى خەلك پىيانو ابوو باشتىن بەرپۆھبەر لە

پىشەسازى ميوزىكى پۆپدا فرىدى دىمان 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 بو چەند سالىك لەگەل مايكل جاكسن كارى كردبوو وە

يارمەتى ئەوى دابوو بو بەرھەمەينانى ھەندى لە

سەرکەوتوترىن تۆمار بو ھەموو سەردەمىك.

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.

دیمان تیگه شتیبوو چۆن قیدیۆ دروست بکات، وه ئهیزانی چۆن کار بکات له گهل ئیم تی قی دا. بویه مادونا تهنه پئیویست بوو ئه و قایل بکات کاری 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 بوچوونی مادونا، زۆربهی گۆرانیهی ژه لاهه کان نامهیه کیان بو به ریوه به ره که ئه نارد له گهل تو ماری گۆرانیه کیان دا. به لام مادونا ئه یویست جیاواز بیئت.

She found out Freddy Demann's address, walked straight into his office and performed her songs in front of him.

ئهو ناو نیشانی فریدی دیمانی دۆزییه وه، راسته وخو پوشت بو نویسنه که ی وه نمایشی گۆرانیه کیانی کرد له بهردهم خویدا.

Freddy was rather surprised, but he also liked what he heard and what he saw.

فریدی زۆر سه رسام بوو، به لام ههروهه ئه وهی به دل بوو که بیستی و که بینی.

'She had that special magic that very few stars have,' he said.

ئهو ئه فسونه تایبه تهی هه بوو ئه و که زۆر کهم ئه ستیره کان هه یان بوو، فریدی وتی.

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 بوؤ ئه. گوراني داها تووي
ئو "پشوو" گوراني سهما بوو ههروهها، بهلام ئهوه تهنه له
نيورك به ناوبانگ نه بوو.

It was a hit on MTV; it was a hit across America; it was a hit right around the world.

ئهوه ناوبانگ بوو له سهر تهله فزيوني ئيم تي قى، ئهوه
سهر كه وتن بوو له ئهمريكا، ئهوه سهر كه وتن بوو له ههموو
جيهاندا.

Freddy also found an opportunity for her to act in a Hollywood film.

فريدى ههروهها دهرفه تيكي بوؤ ئه و دوزيه وه تا له فيلمى
هوليود دا رول ببيني.

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!

له كوتايى سالى 1984 دا، ئه و تهنه ئه ستيه رى راديو نه بوو،
ئو تهنه ئه ستيه رى فيديو نه بوو، ئه و ئه ستيه رى فيلم بوو له
همان كاتدا.

In the middle years of the 1980s, money and success seemed to be the most important things in the world.

لە ناوەندی ساڵانی 1980 دا، پارەو سەرکەوتن وەك گەرنەگەرتەین
شەت دەرنەكەوت 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
رەجەن باجی كەم كردهو، بۆیە خەلكانی بازرگان پارەییەکی
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.

لە نیویۆك، ژنە بازرگانە لاوەكان ئەلماسی گەورە و جل و بەرگی جوانی
بەناوبانگەرتەین دیزاینەرەكانی جیھانیان لەبەردا بوو، وە خەزیان دەكرد
بەژوون بۆ ناھەنگەكان 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 دەروەهی جیھانی بازرگانی زۆر بەی كات
پرسیاریان دەكرد، ئەگەر تۆ ئەوەندە زێرەکی، بۆچی دەولەمەند
نیت؟ هیچ وەلامێك نەبوو بۆ ئەو.

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 ھەمیشە لەسەر
پوژنامەکان بوو، قیدیۆکانی ھەمیشە لەسەر ئیڤ تی ڤی بوو وە
گۆرانییەکانی لە ھەموو شوێنیک 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 تووماری بەناوبانگی ھەبوو. یەکیک لە
گۆرانییەکانی ساڵی 1985 وا دیار بوو ھەستی کات پوون
بکاتەوہ

'We are living in a material world,' she sang. 'And I am a material girl.'

ئیمە لە جیھانیکی 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 ھەمیشە ئەویست بە گشتی بەناوبانگ بییت، بەلام
ھاوپی کورەکە لە ناوەندی سالانی 1980 دا بیروکە یەکی زور
جیاوازی ھەبوو.

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 ئەستیرەى فیلم بوو که له خیزانیکی بەناوبانگ دا
گەرە بوو بوو وە، لەوانەیه لەبەرئەو 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 کیشە بوو، لەبەرئەو فۆتۆگرافەرەکان دواى مادونا
ئەکەوتن بۆ هەموو شوینی. 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 کاتیك که ئەوان دوور نەکەوتنەو، ئەو لییدان. وە کاتیك
که هیشتا هەر دوور نەکەوتنەو، ئەو هەولیدا بیانترسینی بە
چەکەکانی.

When Sean and Madonna got married in 1985, the newspapers sent helicopters so they could photograph the wedding.

کاتیك که سین و مادونا هاوسەرگیریان کرد له سالی
1985 دا، پۆژنامەنووسەکان هەلیکۆپتەرەیان نارد تا بتوانن
وینەى ئاھەنگەکە بگرن.

So when the drinks company Pepsi-Cola asked her to do an advertising campaign for them, she was happy to help.

بۆيە كاتىك كۆمپانىيە خواردنه وه پىپسى كولا داوايان لىكرد
رېكلامىيان بۆ بكات، ئەو دلخوش بوو بە يارمەتيدان.

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 لەگەنەيان بۆ هەشت مانگ وه ئەو زياتر دلخوش
بوو كاتىك كه ئەوان قايل بوون 5 مليون دولار بدەن بە ئەو بۆ
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 بۆ نزيكەى
250 مليون كەس پەخش كرا لە 40 ولات، وه بەشيك لە
گورانيه نوپكەى ئەوى لەخو گرتبوو " وهك نوپكەرىك".

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.

رېكلامەكە گەورە بوو، بەلام هەرگيز نەبينرايه وه جارىكى تر.
لەبەرئەوه بوو لە 3ى ئازاردا، ئىم تى قى فيديوى " وهك
نوپكەرىك" 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 مادونای پيشان ئەدا لە ھەموو جۆرە بارودۆخیکی نامودا
لە ناو کەنيسەيە کدا. خەلکە ئاینیەکان لە ھەموو جیھاندا زۆر
تورە بوون لە مادونا.

'How dare she use our religion like this?' they asked.

چۆن ئەویرى ئاینەکەى ئیمە بەم شیوەیە بەکاربھینی؟ 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، شتەکان زۆر خراپ بوون بە شیوەیەك کە قەشەى مەزنى
پۆم وتى مادونا 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 بارەى
بارودۆخەکەو. ئایا ئەمە زیانی بە فرۆشى ئەوان گەیاندا؟

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 چاوەڕێیان نەکرد تا بزائن. ئەوان بریاریان دا پیکلامەکەى مادونا
بەکارنەھینن جارىکی تر، سەرەرای ئەوەش پینگەیان دا مادونا 5 ملیۆن
دۆلارەکە 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 لأم مادونا براوه بوو له پرویه کی تره وه له هه مان کاتدا. دواى
ئو هه موو لیدوانه له باره ی "وهک نویژکه ریك" له پوژنامه کان و
له ته له فزیوون، هه مووان ئه یانویست تو ماره که بکرن.

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 باشترین فروش له سی ولات له جیهاندا. دواى
"وهک نویژکه ریك" هه ندی که س مادونایان به شیوازیکی نوی بینی.

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.

ئه وان زانییان که ئه و ته نها ئه ستیره یه کی ئاسایی پوپ نه بوو.
ئو ماوه یه کی زور بوو له لوتکه ی بازرگانیدا بوو، ئه و 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
ئو زیره کترین ژنه بازرگان بیټ له ئه مریکا.

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.

وتى ئەو 39 مىليون دۆلارى قازانچ كىردووہ لہ سالى پابردوودا.

وہ ھەروہا وتى ئەو زور نائاساييہ لہبەرئەوہى ئەو

ئەستىرەيەكە كە خوى بازىگانىيەكەى خوى ئەبات بەرپوہ.

The next month, Us magazine produced a list of the most powerful people in the entertainment industry.

مانگى داھاتوو، يو ئىس مەگەزىن لىستىكى بە دەسەلاتتىرىن

خەلكى دروست كىرد لہ پىشەسازى كەيف و خوشيدا.

Madonna was at number one, above stars like Michael Jackson, Bruce Springsteen and Prince.

مادونا ژمارە يەك بوو بەسەر ئەستىرەكانى ترەوہ وەك مايكل

جاکسن، بروس سپرىنگستىن وە 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.

لە سالى 1992 دا ئەو تواناي خوى سەلماند وەك ژنە

بازىگانىك كاتىك كە مامەلەيەكى واژو كىرد بە نرخى 60 مىيون

دۆلار لەگەل كۆمپانى گەورەى كەيف و خوشيدا تايم وارنەر.

The deal meant that she was now the boss of her own company, called Maverick.

مامەلەكە مانای ئەوە بوو ئەو ئیستا سەرۆکی كۆمپانیاکە؛
خۆی بوو، بە ناوی ماقریک.

Maverick could produce records, videos, TV programs and books, and it gave Madonna complete control over her own products.

ماقریک ئەیتوانی تۆمارو قیدیۆو بەرنامەى تەلەفزیۆنى و کتیب
بەرەم بەینى، وە كۆنترۆلى تەواوى بە مادۆنا بەخشی بەسەر
بەرەمەکانى 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 كۆنترۆلەى بەكارهینا بۆ سەرسام كردنى خەلك جارىكى
تر. یەكەم بەرەمى ماقریک تۆماریک یان تەنانەت قیدیۆش
نەبوو، ئەوە كتیبى فۆتۆگرافى بوو بە ناوی سیكس.

The book was unusual in many ways. Its cover was made of metal and it contained a CD of a new Madonna song.

كتیبەكە نائاسایى بوو لە زۆر پوووە. بەرگەكەى لە كانزا دروستكرا بوو
وە سى دیبەكى لە خۆ گرتبوو لە گۆرانییە نوێیەكانى مادۆنا.

It also contained photographs that showed Madonna without her clothes on.

وە ھەرۆھا وینەى لە خۆ گرتبوو كە مادۆناى پيشان ئەدا بە بى جى و
بەرگ.

In the weeks before Sex-arrived in bookshops, journalists around the world wrote about the book.

لهو ههفتانه دا پيش نهوهی کتیبی سیکس بگاته بوکشوپهکان،

پوژنامهکانی جیهان له بارهی کتیبهکهوه نووسییان.

Many people thought she was making a big mistake. But Madonna was completely confident.

زوربهی خهک پیمان وابوو نهوههلهیهکی گهورهی کردوو.

بهلام مادونا تهواو دلنیا بوو.

She decided to print a million copies of the book and to sell it for a very high price -nearly \$50.

نهوه بریاریدا یهک ملیون کوپی کتیبهکه چاپ بکن وه به

نرخیکی زور بهرز بیفروشن - نزیکهی 50 دۆلار.

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?'

کاتیک که کتیبهکه له کوتاییدا خرایه فروشهوه له تشرینی

یهکهمی 1992 دا، پرسیاری گهوره له ههموو ئاههنگه

مؤدیرنهکان نهوه بوو، ئایا کتیبی سیکسی مادونات بینیه؟

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!

ههندی کهس شوک بوون به وینهکانی مادونا، نهوانی تر توپه بوون،

بهلام زوربهی تهنها نهروشتن و نهیانگری. 500000 کوپی لی

فروشرا له یهکهم ههفته 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.

به لآم مافريك تهنها دهرفته تيك نه بوو بو مادونا تا كتيب و تومارو
قيديوكانى خوى بهرهم بهينى، نه وه ههروهها ماناى نه وه بوو
نه وه نه يتوانى كار له گهل ميوزيسيانه لاهه كانى 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 تومارى راستيم نه وي له گهل هونه رهندي راستيدا، نه وه
وتى. نه وه هونه رهنده نام نه وي كه ژيانى تايبهت به خويان و
تيروانينى خويان ههيه.

'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.'

له سالى 1992 وه وه، مادونا و تىپى بهرنيوه بهرهمه كانى گوڤيان له
سه دان تومارى گورانينيزه لاهه كان گرتبوو وه هه و ليان نه ده
نه ستيره ي داها توو بدوزنه وه.

Everyone in the music industry agrees that this is very hard to do.

هه مووان له پيشه سازى ميوزيكدا قايل بوون له سه ر نه وه ي كه
نه مه كارىكى زور سه خته.

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 میوزیسیانە لاوهکان دەر نه چوون. به لام
مادونا به خیرایی پیشانی دا که ئەتوانی کەسی گونجاو
بدۆزیتەوه وه له ساڵی 1995 دا، مافریک تۆماریکی 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 فرۆشرا 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 فيلمە 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 دۆلار
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 مادۇنا ماناي ئەوھيە كە ئەو ناتوانى كاتىكى
زۆر لە ئۆفيسەكانى 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 بىروات، 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 دنیاییه وه مادونا هه موو کهس پیوانییه بازرگانیکی
نمونه هی بییت، ئه وه هه میسه به ناوبانگ ئه بییت بو
گورانییه کانی، فیلمه کانی وه شیوازی سه رسامکه ری ژیانی.

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 وه کومپیتهر په یوه ندی باشترو بازرگانی گورینه وه ی
ئینته رنیته بیروکه و ستایل گرنکتر ئه بن له ئامیرو 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 وی سه رکه وتوو بییت له سه ده ی بیست و یه ک دا،
پیویسته بتوانی بیر له به ره می نوی و فاشیونی نوی
بکه یته وه، وه هه روه ها ئه بی بزانی چون سه رنجی گشتی
به کارئه هینی وه چون وینه یه کی گونجاو دروست ئه که ی.

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 بازرگانی كوڤن، سه روكه كان تا رادهیهك هه میشه پیاوانی جددی بوون به قات و بوینباخی تاریکه وه.

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.

به لام له جیهانی ئەمپووی بازرگانیدا، ژنان ئەوه ئەسهلمینن كه ئەوان به پڕیوه به ریکی باشترن وه ئەوهی كه ئەوان زیاتر ئەزانن له بارهی ژیانی خهلكی ئاساییه وه.

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 دیزاینه ره گرانبه هاكان دا وهك چانل و هانا موری، له سه دان بهدی شوپ دا، وه له ستودیوی هاریوو ماقریک دا، په یامه كه پوونه: ژنانی مۆدیرن مانای بازرگانیه!

