

## BOOK REVIEW / NIRXANDINA PIRTÛKAN MEDYAYA KURDÎ Û MEDYAYA ‘NÛ’

Serhad B. Rênas, Weşanên Ronahî, Amed 2013. 234 rûpel, ISBN: 978-605-85529-6-8

Ahmet KAN\*

**Article Type:** Book Review // Nirxandina Pirtûkan

**Received // Hatîn:** 21.09.2021

**Accepted // Pejirandin:** 26.11.2021

**Published // Weşandin:** 30.11.2021

**Pages // Rûpel:** 155-159

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0). <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**Citation/Atif:** Kan, Ahmet(2021). Medyaya Kurdî Û Medyaya ‘Nû’, *Kurdiname*, no. 5, p.155-159

Medyaya Kurdî û Medyaya ‘NÛ’, pirtûkek lêkolînê ye; li ser rabirdû, îro û dahatûya medya kurdî û ya cîhanê ye. Di serî da rojnamegerê yekem ê kurdî û damezrînerê rojnameya Kurdistanê, Mîqdad Mîdhed Bedirxan û birazîyê wî, damezrînerê kovara Hawarê, sazkarê alfabeya latînî, gramera kurdîya kurmançî Celadet Elî Bedirxan bi bîr anîye. Ji rojnameya Kurdistanê û kovara Hawarê çend hevokên destpêkî ku amanca wan (rojname û kovar) dîyar dike, pêşkêş kirine. Nivîskar di pêşgotina xwe da balê kişandîye ser leza guherîn û veguherînê. Bi taybetî balê dikişîne ser leza guherîna medyayê ya serdema me û bi vegêrana jî zanyarê bi navê Lan Morris dide ragihandin ku dê di not salên bê da pêşketinên ku pêk bîn, wê du car jî pêşketinên ku di pazdeh hezar salên dawî da pêk hatine, zêdetir bin. Pêşgotina xwe bi van hevokan bi dawî dike:

“Her çî qas di nava pirtûkê de hinek nêrîn, analiz û agahîyên akademîk hebin jî ev pirtûk ne xebateke akademîk e lê hêvî dikim ku bibe wesîleyeke ku bi zimanê Kurdî, bi zaravayê Kurmançî di warê ragihandin, teknoloji û medyayê de xebatên akademîk bêne amadekirin û li bakûrê Kurdistanê di zanîngeh û akademîyan de perwerdehiya bi zimanê Kurdî ya di van qadan de dest pê bike.”

Pirtûk jî sê beşan pêk hatîye. Beşa yekê bi navê “Nêrînek Kurt li ser Dîroka Ragihandin û Rojnamegerîyê” ye, ya duyem “Kurtedîroka Rojnamegerîya Kurdî” ye û ya sêyem bi navê “Medyaya Nû, Rojnamegerîya Online”ê ye. Meriv kare bibêje ku beşa sêyem jî sedî heftêyê pirtûkê teşkil dike. Em ê jî di danasînê da giranî bidin ser vê beşê.

Di beşa yekê da pênaseya têgehên “medya”, “çapemenî” û “ragihandina girseyê” têne kirin. Hin agahî jî li ser “hîmên rojnamegerîyê”, “hêza medyayê û li cîhanê têkiliya medya û sîyasetê” û “azadîya ragihandinê” tên dayîn.

Di beşa duyem da bi kurtî dîroka rojnamegerîya kurdî ji destpêkê heta salên 2000î, qonax bi qonax tê vegotin. Rewşa medyaya kurdî ya îroyîn û pirsgerêkên wê bi awayek berfireh li ber çavan tê raxistin.

\* Xwendekarê doktorayê li Zanîngeha Dicleyê, ahmedkani21@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4968-3581>

Di destpêka beşa sêyem da awirek dide ser guherînên piştî salên 1980yan, piştî van guherînan di salên 1990î da belavbûna kompîturê û derketina înternetê girîng dinirxîne. Di vê beşê da ya herî girîng li ber çav raxistina îstatîstîkên derbarê bikaranîna înternetê da ye:

Hejmara bikarhêneran, di sala 1996an da, derdora 70 milyonî da bû. Di 2002yan da jî 569 milyon bikarhênerên înternetê hebûn. Ev jî dikir ji %10ê serjimarîya cîhanê. Li gorî texmîn û lêkolînên di sala 2012an da li cîhanê bi giştî 2,4 milyar bikarhênerên înternetê hene. Ev jî ji %34ê serjimarîya cîhanê ye. Her wiha leza zêdebûna bikarhênerên înternetê her sal jî salê berê zêdetir dibe.

Tabloya li jêrê agahiyên heta sala 2012an girtîye. Wek li jorê jî hat gotin di 9 salên vê dawîyê da gelek guherînên bi lez çê bûn, lê ji ber ku pirtûk di serê sala 2013an da derçûye wan guherînan negirtîye.

Hesim	Sejantî (2012)	Di 2000'î de hejmara bikarhêneran	Hejmara bikarhênerên 2012'î	Rêjê (% serjimarî)	% bikarhêneran
Efrîqa	1,3 milyar	4,5 milyon	114,931,700	10.9%	5.6%
Asya	4 milyar	114,3 milyon	829,094,396	21.5%	42.0%
Ewropaya	820 milyon	105 milyon	479,069,448	58.4%	24.2%
Rojlûlata navîn	212 milyon	3,2 milyon	67,240,946	29.8%	3.2%
Amerîkaya bakur	350 milyon	108 milyon	269,224,500	77.4%	13.5%
Amerîkaya başûr	600 milyon	18 milyon	208,689,836	34.5%	10.4%
Austuralya	35 milyon	7 milyon	27,263,990	61.3%	1.1%
<b>BI GIŞTÎ CÎHAN</b>	<b>7 milyar</b>	<b>361 milyon</b>	<b>2,4 milyar</b>	<b>35 %</b>	<b>100.0</b>

Piştî van agahîyan mijarê tîne ser “Rojnamegerîya Online”ê û li ser krîterên wê wiha dinivîse:

“Di binavkirina malpereke nûçeyê wek ‘rojnameya online’ an jî ‘malpera nûçeyan’ dikare ev krîterên giştî li ber çavan bêne girtin;

-Hejmara nûçeyên tîne weşandin (wekî mînak malperê ku 2-3 nûçe diweşîne nabe wek ‘rojname’ were hesabandin)

-Hebûna beşa gotaran

-Divê her roj herî kêrî gotarek bê weşandin.

-Ji xeynê nûçeyên ku ji ajans û malperên cuda tîne girtin divê malper bi xwe jî nûçeyan amade bike.

-Divê sîstema manşetî ya malperê hebe.

-Divê hejmara serlêderên weşanê ya rojane li ser astekî be.

-Divê temenê weşanê ne kin be. Divê malper biîstîqrarî weşana xwe bidomîne û hwd.”

Bi ser navê “TRENDÊN PÊŞEROJÊ”, li ser pêşeroja medyayê çend texmîn û anekdotan wiha rêz dike:

“Di medyayê da dawîya serdema weşangerîya çapkirî nêzik dibe. Di rojnamegerîya nû da girîngîya naveroka ji xeynê nivîsê yê wek video, deng, grafik zêdetir e. Wisa dixuye ku medyaya nû dê li ser amûrên wek mobîl û tabletan bimeşe.

-Wê di warê naverokê da naveroka bikarhêneran û naveroka ku rojnamevanên profesyonel hildiberînin bikevin nava hevdu.

-Yek ji agahiyên herî balkêş a li ser pêşeroja rojnamevanîyê, sala 2012ê ji kovara Forbesê hat. Forbes dîyar kir ku ew bi rêya şirketa bi navê "Narrative Science"yê dest bi bikaranîna teknolojiyêke ku dikare xwe bi xwe gotaran binivîsîne, kirine. Ev nivîsbarî wexta çend îstatîstîk lê tê barkirin înternetê wek çavkanî bikartîne û dikare gotarên hevgerî û zelal biafirîne. Vedîtina han nîşan dide ku di pêşerojê da platformên bi 'zekaya çêkirî' dikarin di warê rojnamevanîyê da guhertinên pir mezin çê bikin û bi rêya wan rojnamevanên robot beşek ji naveroka medyayê bê hilberîn.

Li gor lêkolînê sedemên ji holêrabûna rojnameyên klasik ev in: 1-Belavbûn û bihêzbûna înternetê, 2-Pêşketina amûrên mobîl û e-xwendinê yê xwedî înternetê, 3-Zêdebûna malîyetên çapkirinê, 4-Hêsanî, lezgînî û dewlemendîya weşangerîya înternetê, 5-Guherîna trendên reklamê û guherîna şeweya reklamgerîyê."



Çend xalên giştî bo pêşeroja medyaya kurdî wiha tên pêşkêşkirin:

“1-Hemû rojname û kovarên kurdî yê çapkirî divê derbasî weşana online bibin û li gel wê hemû malperên kurdî pêwîst e asta qalîteya malperên xwe bigehînin asta pîvanên navneteweyî.

2-Divê hemû malper û weşanên kurdî medyaya civakî baş bi kar binin û xwe di qadên wisa da çalaktir bikin.

3-Divê hemû televîzyonên kurdî malperên xwe çalaktir bikin û hemû naveroka xwe veguhezînin ser webê û ser sepanên amûrên mobîl.

4-Divê zanîngehek online ya kurdî bê avakirin û ji bo perwerdeya bi kurdî û ji bo zarokên kurd bi taybetî jî sazî û dezgehên kurdan înternetê baştir bi kar binin.

5-Divê kurd televîzyonek xwerû bi îngilîzî vekin û bi vî awayî dîplomasîya kurdî bi hêztir bikin.

6-Divê hemû weşanxaneyên kurdî dest bi weşandina e-pirtûkan bikin û planên xwe yê pêşerojê li ser weşangerîya e-pirtûkê ava bikin.

7-Divê malperên kurdî û hemû saziyên kurdan platformên wekî Android, Windows, Store û iTunes(Ipad) baş bi kar bînin û ji van platforman him malperên kurdî him jî bikarhênerên kurd ên înternetê sepan û naveroka bi kurdî hilberînin.

8-Divê kurd zêdetir girîngiyê bidin estetîkê. Divê neyê jibîrkirin ku ji bo zêdetirkirina bandora weşanekî bi qasî xurtbûna naverokê, başbûna estetîkê ji aliyê logo, dizayn, mîzanzajê, bigirin heta jenerîg û dekora televîzyoneki jî girîng in. Bi taybetî jî ev estetîk bo ciwanên ku xwedî gelek alternatîfên cîhanî ne, pir girîng e.

9-Divê sazîyeke hevbeş a medyaya kurdî bê avakirin û bi rêya vê sazîyê hemû termen weşangerîya kurdî bê yekkirin û ji bo medyaya kurdî standart bînin destnîşankirin.

10-Divê bi taybetî ciwanên li ser înternetê di her warî da zêdetir projeyan hilberînin.

11-Pêwîst e weşanên medyaya kurdî zêdetir giranîyê bidin hilberîna naveroka bi zimanê kurdî, ji bo kişandina bala kurdan a li ser zimanê kurdî naverokên balkêş û dewlemend biafirînin.

12-Ajansêk navendî ya di asta her 4 parçeyê Kurdistanê û diasporaya kurdî ji bo reklamgerîyê hewceye bê avakirin. Ev ajans dikare hewizek navendî ava bike.

13-Divê alfabeya kurdî bê yekxistin û alfabeya latînî bibe alfabeya hemû zaravayên kurdî.

14-Divê kurd amadekarîya avakirina navendên lêkolîn-pêşxistin û vedîtinê yê di warên zanist, teknolojî, tip, nanoteknolojî, kompîturgerî, bernamesazî û hwd. da bikin.

Bi vî awî gelek pêşniyaz hatine kirin. Di dawîya pirtûkê da ferhengokek têgehên kompîturê jî cih girtîye.

MEDYAYA KURDÎ Û  
**MEDYAYA**  
**'NÛ'**



SERHAD B. RÊNAS

