

نفر اول مسابقه داستان نویسی خودنوین — سال ۹۸

میرزا مقنن گورکین

علی درزی

www.ketab.ir



عنوان: میرزا مفتی گورکن

نویسنده: علی درزی

سرپرستار: محمدرضا شرفی خبوشان

ویراستار: حسام‌الدین حقیقیان | نمونه خوان: سحر رحیمی

مدیر هنری: حسین کریم‌زاده

شابک: ۱ - ۶ - ۹۶۴۳۲ - ۶۲۲ - ۹۷۸

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۱

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

تمام حقوق محفوظ و متعلق به نشر صاد است.

نشانی: تهران - خیابان کریم‌خان زند

بین خیابان ایرانشهر و ماهشهر - پلاک ۱۴۶ - طبقه دوم

تلفن: ۸۶۰۵۲۹۹۶ - ۰۲۱

سرشناسه: درزی، علی، ۱۳۶۷-

عنوان و نام پدیدآورنده: میرزا مفتی گورکن / نویسنده: علی درزی؛

سرپرستار: محمدرضا شرفی خبوشان؛ ویراستار: حسام‌الدین حقیقیان.

مشخصات نشر: تهران: صاد، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری: ۷۹ ص: ۱۶/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۴ - ۸ - ۹۶۴۳۲ - ۶۲۲ - ۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: چاپ قبلی: کتاب حاضر توسط ناشران متفاوت در چند سال اخیر منتشر شده است.

موضوع: داستان‌های فارسی -- قرن ۱۴: Persian fiction -- 20th century

شناسه افزوده: شرفی خبوشان، محمدرضا، ۱۳۵۷ - ویراستار

شناسه افزوده: حقیقیان، حسام‌الدین، ۱۳۶۰ - ویراستار

رده‌بندی دیویی: PIR۸۳۴۴

رده‌بندی کنگره: ۸۵۴/۶۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۱۹۷۱۳

تولیدکنندگان محتوا از دیرباز برای اثرگذاری بر مخاطبان خود به ابزار و فناوری نیازمند بوده‌اند؛ چه در زمان‌های دور که «دود»، «کبوتر» و «چاپار» می‌توانست پیامی را منتقل کند و چه در سده‌های اخیر که «چاپ»، «رادیو» و «اینترنت» این امکان را برای بشر ساده‌تر کرده است.

فناوری هر چقدر پیشرفت کند و هر چقدر امثال «مک‌لوهان» معتقد باشند که «رسانه همان پیام است»، اما می‌دانیم آن چیزی که همیشه حرف نهایی را در اثرگذاری بر مخاطبان می‌زند و اصالت دارد، «محتوا» است.

در دنیایی که زندگی می‌کنیم، سهم محتوای مصرف‌شده در فضای مجازی، روزبه‌روز افزایش می‌یابد و مدیریت مصرف محتوا در این شرایط، نیازمند سیاست‌گذاری جدی است. مردم در سراسر جهان زیر بارش اطلاعاتی پرشتاب، به‌سوی مصرف بیشتر محتوای سطحی، کوتاه و روزمره می‌روند و این در میان مدت و بلندمدت، یعنی

«سطحی شدن تفکر انسان‌ها»؛ خطری که اندیشمندان دنیا با توصیه به بالا بردن سطح «سواد رسانه‌ای» و مدیریت مصرف محتوا، با آن مقابله می‌کنند.

مصرف محتوای رسانه‌های عمیقی مانند «کتاب» و «سینما»، در کشور ما وضعیت مناسبی ندارد؛ باید فکری کرد درخور نام و سابقه تمدن اسلامی-ایرانی‌مان. نیاز به «نهضت تولید محتوا» داریم که در آن، میزان چشمگیری محتوای «عمیق» نیز تولید شود. پرسش این است که مگر می‌توان نهضتی را بدون حضور «مردم» پایه گذاشت؟

در دوره جدید «نشر جام‌جم» برنامه‌ای جامع و دقیق تهیه شده است تا بتوانیم زمینه‌های لازم برای این نهضت مردمی تولید محتوای عمیق را فراهم کنیم. «خودنویس» شروع یک حرکت است؛ حرکتی به سمت بهتر اندیشیدن و بهتر زندگی کردن.

در دور اول مسابقه داستان‌نویسی خودنویس، در کمتر از شش ماه، ۴۵۹ داستان بلند مردمی نوشته شد که تا به حال هیچ داستانی از آنان منتشر نشده بود. مردم ۲۹ استان از ۳۱ استان کشور عزیزمان در این مسابقه شرکت کردند و از سوی داوران ۲۵۰ نفر شایسته حمایت در سه رده طلایی، نقره‌ای و برنزی معرفی شدند. در ماه‌های گذشته کارگاه‌های داستان‌نویسی برای ۲۰ نفر طلایی این مسابقه برگزار شد. تلاش کردیم تا آثار را با کمک مربیان مطرح کشور تقویت کنیم.

داستان بلند «میرزا مقنی گورکن»، اثر «علی درزی» که اکنون در اختیار شماسست، توانست نظر تمامی داوران مسابقه خودنویس را جلب کند و رتبه اول را به دست آورد. این اثر در کارگاه‌های داستان‌نویسی خودییس، زیر نظر استاد گران‌قدر «محمد مهدی رسولی» پرورش یافت و اکنون مفتخریم که نویسنده جوان و با استعدادی را به عرصه نویسندگی کشور معرفی می‌کنیم.

معتقدیم که عبارت «ما می‌توانیم»، یک شعار نیست؛ بلکه با حضور مردم در این عرصه، موانع موجود در صنعت نشر و نشر الکترونیک، بسیار

آسان‌تر از میان خواهد رفت. این برنامه‌ای بی‌نقص نیست؛ به همین دلیل، به سمت تمامی اندیشمندان و صاحب‌فکران این حوزه دست‌یاری دراز می‌کنیم.

www.ketab.ir