

نمایش دهیم. به نظر من یکی از نقاط قوت کتاب برخورداری از خردروایت‌های متعدد در مسیر یک کسب‌وکار دانش‌بنیان است. خردروایت‌هایی مانند مذاکره یک فناور با یک شرکت بزرگ یا وقایعی که در مسیر تبدیل ایده به یک محصول فناورانه رخ می‌دهد.

مهدیار در پاسخ به این صحبت رفیعی گفت: اتفاقاً کار ادبیات مخالفت با واقعیت است. ادبیات باید بتواند برای جا انداختن یک ایده یا مفهوم چیزی را بزرگ یا نقطه اوجی را



شود. مهدیار گفت: این کتاب مرا جذب کرد ولی من، هم سابقه مهندسی داشته‌ام و هم پژوهشگر و فعال حوزه روایت پیشرفت هستم و اگر شاید به سمت داستان نمی‌رفتم نیز آن را می‌خواندم، ولی تصور هم نمی‌کنم بتواند در جذب مخاطبانی مانند دانش‌آموزان سال‌های آخر دبیرستان و دانشجویان کارشناسی و کارشناسی‌ارشد موفق باشد. برای این کار می‌بایست برخی مقاطع زندگی، آرزو و شخصیت اصلی داستان را بسیار پررنگ‌تر می‌کرد.

ما نقطه اوج یا طلایی در کتاب نداریم. مثلاً هیچ چیزی درباره دوران کارشناسی آرزو در این کتاب نمی‌خوانیم. این اتفاقاً مقطعی است که می‌تواند مسأله اصلی بسیاری از مخاطبان کتاب باشد. شاید همین باعث شود کتاب اثرگذاری نقطه‌ای و دقیقی بر خواننده نداشته باشد؛ اثری که خواننده را به حرکتی مشخص در زندگی واقعی‌اش متمایل کند. مهدیار افزود: همسفر شدن با قهرمان داستان است که داستان را برای مخاطب جذاب می‌کند. ما باید در داستان حدیث نفس داشته باشیم؛ چیزی که در این اثر زیاد نمی‌بینیم.

پس از صحبت‌های آقایان دانشگر و مهدیار، نویسنده کتاب گفت: ما از همان اثر اولی که در روایت نانو نوشتیم، دغدغه شناخت دقیق مخاطب را داشتیم. رفیعی افزود: تجربه، ما را به سمت داستان رهنمون کرد و هر قدر به سمت داستان آمدم، بازخورد بهتری از مخاطبان گرفتیم. او گفت که با توجه به فعالیت خودم در حوزه علم و فناوری و آشنایی نزدیک با بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان باید بگویم واقعیت این است که بسیاری از این شرکت‌ها نقاط طلایی یا اوج خیلی شاخصی ندارند و ما هم سعی کرده‌ایم مسیر واقعی آنها را

”

اتفاقاً کار ادبیات مخالفت با واقعیت است. ادبیات باید بتواند برای جا انداختن یک ایده یا مفهوم، چیزی را بزرگ کند یا نقطه اوجی را ترسیم کند تا مطلب را به جان مخاطب بنشاند. یا حتی ممکن است اصلاً چیزی را نداشته باشیم و آن را تخیل کنیم. این تخیل می‌تواند جامعه را به سمت آن نقطه پیش برد

