



”

مسئله اصلی اینجاست که این کتاب برای چه مخاطبانی تهیه شده است؟ به نظر می‌رسد همان‌طور که برگزارکنندگان اردو، تنها این‌کد را به نویسندگان اردو داده‌اند که «احساس غرور خواهید کرد»، تنها هدف نویسندگان و ناشر هم این بوده که به مخاطبان معدن‌نندیده صنعت‌شناس، احساس غرور را تزریق کنند

ابتدای تشکیل گروه مجازی اردو، برای نویسندگان هم خیلی سؤال برانگیز بوده و تقریباً همه‌شان، چند خطی در باره حدس‌های عجیب خودشان و واقعیت ماجرا نوشته‌اند. چادرملو، مخفف محلی «چاه دره ملون» است؛ اسم منطقه‌ای که معدن در آن واقع شده و به خاطر وجود چاهی که گر به‌های وحشی (همان ملون‌ها) از آن آب می‌خورده‌اند، نامگذاری شده است. حالا واقعیت این است که گرچه در مواجهه اول با اردوی معدن، این سؤال خیلی بزرگ به نظر می‌رسد اما در واقع، توضیح و جست‌وجوی معنی آن وقت چندانی نمی‌گیرد و در تعمیق نگاه مخاطب به معدن هم تأثیر چندانی ندارد. قصه پشت سر هم قرار دادن پنج روایت از یک اردو، بدون اینکه حتی تدریجی مکمل یا خلاقانه از این روایت‌ها انجام شده باشد، در حد تأثیری است که تفاوت تلفظ نام معدن برای مادر؛ خیلی اندک و در حد تازه کردن دیدار با قلم چند نویسنده. ای کاش اکنون که «روایت پیشرفت» مورد نیاز جدی جامعه است و ناشران هم به درستی متوجه لزوم استفاده از ظرفیت‌های گوناگون برای رواج آن شده‌اند، سنجیده‌تر و با نگاه واقعی به مخاطب و نیازهای آن و واقعیت‌های بازار کتاب عمل کنند چرا که بیش از آنکه مسأله روایت پیشرفت، انتخاب بین قلم نویسندگان باشد، انتخاب و پرداخت مناسب سوژه، جدی گرفتن سؤالات مخاطب و تعمیق نگاه اوست.

برگزاری جشن تولد و وسط یک بازدید علمی است. نتیجه‌اش اینکه اگر مخاطبی این کتاب را به قصد روایت پیشرفت بردارد، تا همان روایت دوم، هر آنچه را گفتی است و بضاعت نویسندگان بوده می‌فهمد؛ چرا که نویسندگان جز شرح ماوقع بازدید، چالش دیگری در نسبت با سوژه نداشته‌اند و تحقیق و مصاحبه تکمیلی دیگری با مدیران و کارکنان معدن هم انجام نشده است.

چادرملو یا چادرملو یا چادرملو؟

یکی از موضوعاتی که لابد برای شما هم سؤال شده این است که اسم این معدن چگونه تلفظ می‌شود و چه معنایی دارد؛ چادرملو یا چادرملو یا چادرملو؟ اتفاقاً این مسأله، از همان

