



اسام با آدم‌های زمان خودش و زمان قبل خودش، تفاوت‌هایی داشت که هر کدام آنها در جای خود مهم است اما یک تفاوت بزرگ و اساسی امام با دیگران، «جامعیت امام» بود. امام مظهر توأمان «ایدئولوژی و متدولوژی»، «فکرک و روش» و «نظریه و تئوری بود، «می‌دانست» و «می‌توانست» چگونه این آرمان‌ها و خواسته‌ها را به فعلیت و تحقق برساند بنابراین امام یک شخص ماننداشخاص دیگر نیست؛ امام یک مکتب زنده است و با مکتب زنده امام نباید برخورد تاریخی کرد، چراکه می‌توان چالش‌ها و مسائل امروز و فردای خود را به امام ارجاع داد و با بازخوانی این مکتب از آن پاسخ گرفت.

امروز در هبر محفل فکری و فرهنگی که حزب‌اللهی‌ها در آنها جمع می‌شوند، حاضر شوید با این سوال روبه‌روید که بعد از همه این تحلیل‌ها، چه باید کرد؟ سوال چه باید کرد مثل خوره در فکر و ذهن‌ها جولان می‌دهد اما کم‌تر پاسخی درخور می‌یابد. پاسخ کلان آن که به تفصیل درباره آن صحبت خواهم کرد، این است که باید به محتوای مکتب امام رجوع کرد. اگرچه پاسخ‌های عمیق به سوال «چه باید کرد؟» در نوع خاص اندیشه و تفکر امام ریشه دارد اما در یک سطح پایین‌تر برای ترسیم خطوط عملیاتی بحث را بر متدولوژی امام متمرکز می‌کنیم. ۲ مقطع و عرصه مهم وجود دارد که می‌توان از دل آن، سنت روشی امام را کشف کرد و فهمید. یک مقطع مبارزه تا پیروزی انقلاب اسلامی و یک مقطع نیز جنگ تحمیلی است.

امام با کسانی که در قبل از انقلاب با رژیم گذشته مبارزه می‌کردند، تفاوت داشت که یکی از تفاوت‌های ایشان در ایدئولوژی‌ای به نام اسلام ناب محمدی(ص) بود و این امر صرف امام از آن خیلی از گروه‌ها و احزاب جدا می‌کرد. ایدئولوژی امام با گرایش‌های حزب توده، مارکسیسم، ملی گراها، لیبرال‌ها و گروه‌های دیگر اختلاف داشت که این موجب تفاوت ایشان با سایرین بود اما تفاوت دیگر امام با این گروه‌ها در روش مبارزه با شاه و حرکت مبارزاتی هم اختلاف داشت. امام با بسیاری از علما و مراجع، هم اختلاف فکری داشت و هم اختلاف حرکتی. متدولوژی امام در مقابله با شاه بر عکس بسیاری از این گروه‌های نامبرده که بر «گروه‌های برگزیده» استوار بود، یعنی کسانی که عضو حزب و تشکیلات می‌شدند یا اهل مبارزه مسلحانه بودند، استفاده از روش‌های «مردمی» و مبارزه «مردمی» بود. زیربنای تکیه امام به مردم در مبارزه و در دفاع مقدس، اعتماد و اعتقادی بود که اسام به توده عمومی مردم ایران داشت. شهید مطهری در بیان ملاقات خود با امام پیش از انقلاب بیان می‌کند در امام چند «ایمان» دیدم؛ ایمان به هدف، ایمان به راه و ایمان به مردم. گفت‌وگوی چالشی امام با آیت‌الله حکیم در نجف بر سر اعتمادی بود که امام به مردم داشت اما آیت‌الله حکیم از نظر و اعتقادی دیگر نسبت به مردم برخوردار بود.

فرمان امام به تشکیل بسیج در آذر ۵۸ برخاسته از اعتماد امام به مردم بود که در آن فرمان می‌فرمایند مملکتی که ۲۰ میلیون جوان دارد باید ۲۰ میلیون بسیجی داشته باشد (ارتش ۲۰ میلیونی). این معنا در پیام امام به بسیج دانشجوی و طلبه در سال ۶۷ نیز وجود دارد که می‌فرمایند تنها بسیج است که می‌تواند پاسدار اصول تغییرناپذیر نه شرقی و نه غربی باشد. امام در همین پیام می‌فرمایند می‌دانم غفلت از بسیج، مسؤولان را مستوجب آتش جهنم می‌کند

حلال، منظورمان از اینکه می‌گوییم روش مبارزاتی امام، مردمی بود و جنگ را هم مردمی اداره کرد، چیست؟ مردمی کار کردن در رف چالش‌ها و، مردمی حرکت کردن در پیشبرد اهداف یعنی چه؟ و متدولوژی مردمی امام در جبهه فرهنگی چگونه صورت می‌گیرد؟ مردمی کردن مبارزه و جنگ به این معنا بود که امام «بعاد، اندازه و قواره» میدان مبارزه با شاه و جهاد در دفاعمقدس را جوری تعریف کرد که هر کسی با هر جنسیت (زن و مرد) و سن و سالی (جوان و پیر)، ساکن در هر نقطه جغرافیایی (شهر و روستا)، با هر میزان از تخصص و تحصیلات و در نهایت با هر «ظرفیتی و با هر توانی» خود را جزو مبارزه و نقش‌آفرین در صحنه جهاد بداند. (اسام‌ره) مانند برخی مبارزه را تنها به زیر شکنجه ساواک بودن محدود نمی‌کرد، مبارزه را تنها نقط‌های آتشین علیه شاه تعریف نمی‌کرد بلکه مقیاس ایشان در مبارزه «کاری بود که اکثریت مردم می‌توانستند انجام دهند» و بنای مبارزه بر این قاعده استوار بود به طور مثال بر مبنای این متدولوژی هر کس اعلامیه امام را بخواند یا نوار امام را گوش دهد، آن را دست به دست کند و محتوای این متن و گفتار را به دیگری انتقال دهد، رساله امام را در خانه داشته باشد، این هم جزو مبارزان و انقلابیون به حساب می‌آید بنابراین صحنه مبارزه با رژیم پهلوی یک صحنه مردمی شد.

در واقع امام(ره) به مردم ایران موقعیت راهبردی داد و نه تاکتیکی؛ فرد تاکتیکی کسی است که تحت تاثیر شرایط است و شرایط بر او حاکم است. نتیجه اینکه اگر موقعیت و شرایط مناسب نبود، اقدام نمی‌کند بنابراین فرد تاکتیکی یعنی یک فرد منفعل امام در طول مدت رهبری ایران اسلامی به مردم موقعیت راهبردی داد.انسان راهبردی، منتظر بهبود وضعیت و مناسب شدن شرایط نمی‌شود، انسان راهبردی کسی است که در هر موقعیتی اقدام می‌کند و اهل تصمیم است. در سخت‌ترین شرایط و در بدترین موقعیت‌ها اهل اقدام است. امام مردم را راهبردی کرد، یعنی به همه افراد از بی‌سواد و کهنسال گرفته تا زنان، جوانان، و مردم روستاهای دورافتاده و… فهماند محدودیت‌ها هیچ کدام باعث نمی‌شود فردی خود را بیرون از صحنه مبارزه در جنگ و انقلاب بداند. هر کس به اندازه توان و موقعیت خود می‌تواند یک نقش راهبردی ایفا کند. بنابراین جبهه انقلاب در عصر امام، هر کس جبهه وسیع مردمی بود. در دوره جنگ ۸ ساله هم همین مسئله وجود داشت، جنگ که فقط خط مقدم نبود، مجاهد فقط آن نبود که در عملیات شرکت کند و روی مین برود و… آن پیرزنی هم که در خانه خودش مواد غذایی برای جبهه‌ها تدارک می‌دید، او هم خودش را بخشی از جریان جبهه و جنگ می‌دید. بخشی از مجاهدین جبهه انقلاب می‌دانست. جبهه جنگ اینگونه تعریف شده بود. جنگ، مردمی تعریف شده بود. شرایط فرد را در موقعیت انفعال قرار نمی‌داد. همه موقعیت فعالی داشتند. همه احساس فعال و احساس حرکت در جبهه انقلاب می‌کردند. این متدولوژی امام بود یعنی قاعده استراتژیک کار باید در نقطه‌ای قرار بگیرد که «همه با اکثریت مردم بتوانند آن را انجام دهند».

حالا از این متدولوژی امام وارد تعریف جبهه فرهنگی انقلاب شویم. در حال حاضر عمدتا منظور ما از جبهه فرهنگی انقلاب چیست با ذهنیت غالب کدام است؟ جبهه فرهنگی خاص گرایانه یا به تعبیری دیگر نخبه‌گرایانه تعریف می‌شود یا حداقل قاعده راهبردی آن بر مردم استوار نیست. در حوزه فرهنگ ۳ حلقه اصلی کار وجود دارد. «حلقه تولید»، «حلقه توزیع و پخش و عرصه» و «حلقه مصرف».

در تعریف جبهه فرهنگی انقلاب بیشتر بر کسانی تاکید می‌شود که اهل تولید و آفرینش فرهنگ

### متدولوژی بنیانگذار جمهوری اسلامی در تعریف جبهه فرهنگی انقلاب

# عالم امام

- برویز امینی

انتشاراتی کتاب و… که مقدمات مادی تولید اثر را فراهم می‌کند. به طور عمومی برای آفریننده یا تولیدکننده یک اثر فرهنگی، هیچ چیز مهم‌تر و اساسی‌تر از این نیست که اثرش دیده یا خوانده یا شنیده شود و زمانی که اثر تولیدی در حوزه فرهنگ در حد قابل قبولی مصرف می‌شود، انگیزه و اشتیاق که «سرمایه اصلی» برای تولید هر اثر فرهنگی است، در آفریننده اثر به وجود می‌آید و وی را برای تولید اثر دیگر آماده می‌کند، به طور طبیعی بر اثر مصرف قابل قبول، سرمایه‌گذار نیز مجاب می‌شود از دیگر آثار وی پشتیبانی مادی لازم را انجام دهد، به این شکل جریان حزب‌اللهی با مصرف فرهنگی، جریان تولید را استمرار می‌بخشد.

نمونه این امر فیلم اخراجی‌های یک و ۲ است که اخراجی‌های یک به دلیل داشتن مخاطب خوب و فروش بالا زمینه را برای اخراجی‌های ۲ و اخراجی‌های ۲ نیز به دلیل استقبال ۸۵/۸ تا ۹ میلیاردری زمینه را برای ساخت اخراجی‌های ۳ به وجود آورد. اگر اخراجی‌های یک این سطح از مخاطب و فروش را پیدا نمی‌کرد، به طور طبیعی نه فیلمساز، نه تهیه‌کننده و حتی سایر عوامل مانند بازیگران نیز انگیزه استمرار این کار را پیدا نمی‌کردند. نمونه دیگر «خاک‌های نرم کوشک» نوشته آقای سعید عاکف است که با عبور از مرز ۱۳۰ چاپ، منجر به این شده که نویسنده بر اثر این سطح از مخاطب، خود یک انتشاراتی به نام ملک اعظم ایجاد کند و چندین کتاب دیگر را نیز بنویسد یا ناشر آن باشد و کتاب کابایت زمستان او مبنای تولید یک فیلم بارزش به نام نفوذی شود.

**۲-جهت دادن به تولیدات فرهنگی**

از کارکردهای دیگر مصرف جهت دادن به تولید از نظر محتوا و مضمون است. همچنان که مصرف می‌تواند فضای فکری، فرهنگی و هنری را ناشسته از کارهای سفیف و معارضی کند، می‌تواند جهت‌گیری تولید در مضمون را به سمت کارهای عمیق و انقلابی سوق دهد، چراکه بخش زیادی از کسانی که در عرصه تولید و آفرینش فرهنگی‌اند،نه کاملا در جبهه معارض تعریف می‌شوند و نه کاملا حزب‌اللهی‌اند، بلکه درصد اصلی را عناصر میانه تشکیل می‌دهند که ذائقه و سلیقه مخاطب به هم شکل و هم در مضمون در جهت دادن به تولید اثر آنها نقش کلیدی دارد، بنابراین مصرف مقبول کالای فرهنگی با مضامین انقلابی و اسلامی، سبب می‌شود این جهت‌گیری وزن بالاتری در آثار هنری و فرهنگی پیدا کند.

**۲- سامان دادن توزیع و پخش محصولات فرهنگی**
وقتی برای دردل عناصر فرهنگی، هنری و فکری جریان انقلاب بشینیی به صورت اجماعی از مساله توزیع و پخش آثار خود گله و انتقاد شدید دارند و معتقدند ضربه اساسی را جبهه فرهنگی انقلاب از این ناحیه می‌خورد. معتقدند عرصه توزیع و پخش از فیلم تا کتاب در اختیار جریانی است که چندان تمایلی به توزیع و عرضه کارهای انقلابی و اسلامی ندارد.

یک مکانیسم تجربه شده و امتحان پس داده برای شکستن این فضا و تغییر شرایط موجود در عرضه و توزیع، مساله مصرف است. مصرف موثر کالاهای فرهنگی به دلیل منافع مادی که برای توزیع کنندگان به وجود می‌آورد، گارد آنها را در برابر تولیدات انقلابی و حزب‌اللهی باز می‌کند.

به طور مثال کتاب «نا» که از مرز ۱۳۰ چاپ عبور کرده به مدد مصرف موثری که شد، شرایطی را به وجود آورد که کتابفروشی‌هایی که اساسا مایل نیستند آثاری از این دست را عرضه کنند و در آغاز نیز با این اثر همین کار را کردند، مجبور شدند چه به لحاظ منفعت مادی از فروش این اثر و چه به لحاظ «مد» شدن این کتاب بر اثر مصرف پرشمار، به عرضه آن بپردازند چراکه نبود این کتاب بین مجموعه آثار عرضه‌شده آنها، نقص کلکسیون محسوب می‌شد و اعتبار کتابفروشی آنها را زیر سوال می‌برد.

مثال دوم فیلم حضرت سلیمان نبی(ع) است که در ۱۸ سینملا(۴ تا تک سانس) را در اختیار داشت و طبق معمول سایر فیلم‌ها با گذشت زمان اکران، باید از تعداد سالن‌های نمایش‌دهنده فیلم کسر می‌شد اما می‌بینیم به دلیل فروش و مصرف خوب و پرشمار این فیلم بعد از ۵۶ روز تعداد این سینماها به ۲ برابر یعنی ۳۳ سینما رسید.

**۴-کادرسازی و کادرپایی**

یکی دیگر از تاثیرات مصرف پرشمار محصولات فرهنگی انقلابی، کادرسازی است. جریان جوان و مستعدی که می‌خواهد وارد این عرصه شود، یکی از دغدغه‌هایش در انتخاب مضامین و سوزو‌ها و جهت‌گیری در کار توجه به مخاطب است؛ یعنی دلش می‌خواهد کارش دیده شود یا خوانده یا شنیده شود و اگر ببیند فضای دینی و انقلابی فضایی پرمخاطب است به این سسو کشش پیدا می‌کند. این قضیه بویژه در نیروهایی که با اعتقاد مذهبی و دینی وارد عرصه فرهنگ و هنر می‌شوند،

بیشتر صادق است و زمینه‌های لغزش آنها را به حداقل می‌رساند. چقدر حزب‌اللهی‌هایی داریم که با انگیزه‌های انقلابی وارد کار فیلمسازی شدند، بعد دیدند این سوزو‌های که دارند کار می‌کنند خیلی در جامعه دیده نمی‌شود، مخاطبی ندارد، به همین دلیل برای جذب مخاطب تغییر جهت دادند. اگر بتوانیم حلقه مصرف را درست کنیم آن وقت فیلمساز حزب‌اللهی را می‌توانیم سرخط نگه داریم و آن را تقویت هم کنیم. آن را مدیریت کنیم تا در جبهه انقلاب باقی بماند و به خاطر مخاطب، فضای فکری و دیدگاهش را تغییر ندهد.

**۵-انفعال راهبردی در جبهه معارض**
جز برخی اختلاف‌نظرهای اساسی فکری و مبنایی یک فرهنگ و هنر انقلاب و جریان معارض، یک دغدغی اساسی بین آنها وجود دارد که همین «مخاطب» است.غیرانقلابی‌ها می‌گفتند ما نمی‌توانیم سینمای دینی، هنر دینی و… داشته باشیم.نمی‌توانیم سینمای دفاعمقدس داشته‌باشیم به دلیل آنکه مخاطب ندارد چون بخشی از تئوری تئوری‌ها در سینما «مخاطب» بود. سینما را با مخاطب آموزش می‌دهند. سینما را با مخاطب تعریف می‌کردند. سینما را با مخاطب تعریف می‌کردند. یک دفعه دیدند یک فیلمی با موضوع دفاعمقدس با عنوان اخراجی‌ها۲ درآمد و ۹-۸ میلیارد فروش داشت.

**■جمع‌بندی**

پس برای فعال کردن جبهه فرهنگی انقلاب باید دنبال راهکاری باشیم که ۲ مولفه داشته باشد؛ اولاً همه یا اکثریت جریان انقلاب بتوانند آن را انجام بدهند و ثانیاً تاثیرگذار باشد. مصرف در حوزه فرهنگ با توضیحاتی که داده شد، واجد هر ۲ مولفه است بنابراین مردمی کردن عرصه فرهنگ، یعنی قرار دادن قاعده استراتژیک بر روی مصرف.

مردمی کردن جبهه فرهنگی یعنی هر آدم حزب‌اللهی، نمازخوان، نمازجمعه برو همان طور که وظیفه خود می‌داند که در راهبیمایی‌ها و دیگر صحنه‌های انقلابی حاضر شود، وظیفه خود بداند محصولات انقلابی و حزب‌اللهی را تهیه کند و هزینه‌اش را هم بدهد ولو اینکه احتیاجی هم نداشته باشد، رغبتی هم نداشته باشد، تا جبهه فرهنگی انقلاب تقویت شود. هر حزب‌اللهی وظیفه خود بداند که هر ماه یا هر سال مقداری از پولش را بگذارد در راه تقویت جبهه فرهنگی انقلاب مصرف کند.

به عنوان یک نکته دیگر در جمع‌بندی به این مساله اشاره می‌کنم که برخی‌ها ممکن است این سوال را داشته باشند که پس مسؤولیت نهادهای رسمی و مسؤل در این زمینه چه می‌شود؟ پاسخ این است که تجربه تاریخی نشان داده تکیه به مجموعه‌های حکومتی، شبه‌حکومتی، سیاسی و… در عرصه فرهنگ، تجربه موفقی نیست و در عرصه جبهه فرهنگی انقلاب نیز باید همان متدولوژی امام را پیاده کنیم که همان روش مردمی است.

اگر فرهنگ را مردمی کردیم، آن وقت موفق می‌شویم یک جریان عظیم فرهنگی ایجاد کنیم. ژنرال‌های فرهنگی و همت‌های جبهه فرهنگی انقلاب خودشان را نشان می‌دهند. روزی که جنگ شروع شد و امام فرمان جهاد را دادند، همتی در کار نبود، باکری‌ای در کار نبود، زین‌الدینی در کار نبود. وقتی عرصه مردمی تعریف شد و هر کس می‌توانست نقش ایفا کند به اندازه توانش، اینها شکل گرفتند. آن وقت جنگ پیش رفت. نکته دیگر در جمع‌بندی این است که امکان و ظرفیت مردمی کردن جبهه فرهنگی هم برای ما بسیار فراهم است. اصلا امتیاز ما در حوزه فرهنگ با جریان معاند انقلاب بیشتر در مقوله مصرف است و نه در عرصه تولید؛ دست بالا در مصرف با ماست. بسیج یک شبکه عظیم، گسترده و همه‌جایی است. در هر شهر و روستایی وجود دارد؛ بسیج یعنی شبکه اجتماعی ما. روحانیت و شبکه عظیم ائمه جمعه هم دست جبهه فرهنگی انقلاب است. اگر در هر نماز جمعه‌ای اسام جمعه تبلیغ یک فیلم سینمایی حزب‌اللهی را بکنند، یک کتاب حزب‌اللهی را تبلیغ کنند، این باعث مصرف بالا می‌شود و عرصه عظیم مصرف ایجاد می‌شود. نکته آخر اینکه این همه در کشور درباره جنگ نرم صحبت می‌شود و همه از هم سوال می‌کنند که در برابر این جنگ نرم چه باید کرد؟ پیش‌فرض سوال کننده‌ها نیز جوری است که منتظرند تا پاسخ‌های خاص و پیچیده و چندوجهی و پر از اصطلاحات قلمبه سلمبه بشنوند درحالی‌که امام پاسخ آنها را داده است. تجربه ۳۷ ساله انقلاب پاسخ آن را داده است. همین تجربه فتنه ۸۸ پاسخ آن را داده است. دیدیم که مبارزه را و انقلاب را روش مردمی امام پیروز کرد، دفاعمقدس را مردمی کردن دفاع با تشکیل بسیج مستضعفین پیروز کرد. آتش فتنه ۸۸ را ۹۰ و ۹۱ و ۲۲ بهمن یعنی حضور مردم خاموش کرد؛ بنابراین به میزانی که این جنگ را مردمی کردیم و توانستیم فضایی فراهم کنیم که هر کسی با هر توان و ظرفیتی با احساس فعال و موثر بودن در این جنگ مشارک کند، بدون شک پیروز جنگ نرم نیز انقلاب اسلامی است.

### خاطرات حجت‌الاسلام خسروشاهی از دوران طلبگی رهبر انقلاب

آنچه در پی می‌آید، برشی از گفت‌وگویی بلند با فرهیخته ارجمند حجت‌الاسلام والمسلمین سیدهادی خسروشاهی در باب خاطرات ایشان از دوران طولانی دوستی و همراهی با حضرت آیت‌الله خامنه‌ای است. وضع معیشتی ایشان در حوزه علمیه قم، مانند اکثریت طلاب حوزه، امر از معاشی سخت و طاقت‌فرسا بود، یعنی در حد نان و ماست و خیار، نان و پنیر و انگور و از این قبیل… با یک عدد تخم‌مرغ و سیب‌زمینی پخته…و البته هزینه همین‌ها هم تأمین نمی‌شد… و اغلب هم ایشان – و هم ما – بدهکار بقالی و حتی نانوایی بودیم.
جالب است شما ضمیمه وصیتنامه ایشان – مکتوب در فروردین ۱۳۴۲ – را ببینید که در آن میزان و نوع بدهی‌های ایشان به خط خودشان نوشته شده است: «شیخ حسن بقال کوچک مدرسه حجتیه، آقای هاشمی‌فستجانی، کتابفروشی مروارید، کتابفروشی مصطفوی و ۱۰ تومان علی حجتی کرمانی و…»

..این آقا شیخ حسن بقال کوچک مدرسه حجتیه هم اهل آذرشهر بود و به قم آمده بود که گویا درس بخواند و چون نتوانست بود، برای خدمت به طلاب «دخمه‌ای» را در کرد. حجتیه تبدیل به مغازه بقالی کرده بود که لوازم و مایحتاج اولیه طلاب در آن عرضه می‌شد و ظرها و موقع غروب هم خیلی شلوغ می‌شد و من همیشه سعی می‌کردم که قبل از شلوغی، ملست و خیار و انگور یا قند و چایی را تهیه کنم بویژه که چون اغلب نسیه می‌خریدم، نمی‌خواستم طلاب دیگر از آن آگاه شوند. آیت‌الله خامنه‌ای هم بدهکار این بقالی و چند کتابفروشی در قم بود که اتفاقا بنده هم به آن

کتابفروش‌ها همیشه بدهکار بودم چون همیشه کتاب می‌خریدم و پول نقد هم نداشتم البته در همان جاها هم گاهی ایشان را می‌دیدم.
به هر حال وضع مالی ایشان و اغلب طلاب به هیچ وجه حتی با معیارهای ابتدایی زندگی عادی آن دوران هم سزاگار نبود، ولی خب، همه می‌ساختند! من دقیقاً پادم هست که ایشان یکبار با من مطرح کردند که می‌خواهند مبلغ یکصد تومان (تک تومانی) ولو با قرض تهیه کنند تا هزینه عروسی همشیره ناتنی شان که قرار بود با یک طلبه ازدواج کند، تأمین شوند، البته من به یکی، دو موردی که احتمال تحصیل مبلغ را می‌دادم، مراجعه کردم که متأسفانه حتی به شکل قرض‌الحسنه هم حاصل نشدند! و این نشاندهنده کیفیت و نوع معیشت ما و ایشان و اغلب طلاب بود.
حجره یا اتاق ایشان در مدرسه حجتیه در طبقه دوم بلوکی قرار داشت که حجره بنده هم در همان بلوک – ولی در طبقه اول – بود. روزی آیت‌الله خامنه‌ای به حجره ما آمدند، آقا میرزا محمد نبود. من بلند شدم و جای خود را به ایشان دادم و خود در جای آقا میرزا خود را نشستم. ایشان در پشت میز کوچک مطالعه من نشستند و با تبوهی از اوراق و مقاله‌ها و اسناد برده جزاید داخلی و خارجی – که برای کارهای خود آنها را جمع‌آوری کرده بودم – روبه‌رو شدند و پس از بررسی اجمالی گفتند:چه می‌شد که در این حوزه‌ها برای فراخ‌التحصیلان رشته‌های غیر فقه و اصول هم لقب‌های رسمی – به کار می‌رفت تا همه مجبور نشوند فقط به سراغ فقه و اصول بروند؟ مرادشان این بود که در حوزه‌ها باید به رشته‌های دیگر نیز بها داده شود تا هر کسی مطابق علاقه و ذوق خود پس از تحصیل مقدمات و بخشی از اصول و تفسیر و فلسفه – به مقداری از فقه لازم است، در حد تخصصی – به آن رشته مورد علاقه خود بپردازد و برای عقب نماندن از قافله در یافت لقب آیت‌اللهی، مجبور نشود در رشته‌ای به تحصیل ادامه دهد که مورد علاقه‌اش نیست. پس از این صحبت کوتاه من بلند شدم تا از گوشه اتاق که روی میز، قتیله‌ای نفتی، جای درست کرده بودم، برای ایشان جای میزبام و در برگشت دیدم که ایشان بعضی اوراق را که روی میزم بود، ورق می‌زنند، جای را آوردم و کمی دیگر صحبت کردیم و ایشان رفتند. شاید بیش از ۲۰ سال بعد، در اوایل دوران رهبری، به دیدار ایشان رفتم و حضور هم در حضور داشتند، ایشان پس از احوالپرسی «سن» مرا پرسیدند؟ و من به «مزاج» گفتم: حدود ۴۰ سال! ایشان لبخندی زدند و گفتند: چقدر؟ گفتم: حدود ۱۲۰! ایشان این‌بار خندیدند و گفتند: روزی در مدرسه حجتیه، به حجره شما آمدم، شما بلند شدید که برای من چای بیاورید و من شناسنامه شما را که روی کتاب‌ها بود، ورق زدم. جنابعالی متولد ۱۳۱۷ هستید و من ۱۳۱۸، یعنی یک سال هم از من بزرگ‌تر هستید. ولی من باز ادامه دادم که خب! همین می‌شود حدود ۴۰ سال البته موضوع شناسنامه یادم نبود وقتی ایشان آن را یادآوری کردند، به یاد آمد و این نکته به ظاهر کوچک، نشان از حافظه نیرومندی است که آیت‌الله خامنه‌ای از آن برخوردارند. والله من وراء القصد

ذبقیده ۱۳۹۸هـ. قیّم:ابوشاد

**منبع:** پایگاه اطلاع‌رسانی استاد خسروشاهی