



آنچنان که در توضیح پشت جلد کتاب «یادستان دوران» خاطرات حجت الاسلام والمسلمین سیدهدای خامنه‌ای آمده است: روایتی در بیان حالات و سرگذشت افراد خواندنی است و بیانش از تعامل با گروه‌ها، احزاب و دسته‌های درون زندان قصر، بین سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۵ اهمیت دارد که نمی‌توان به سادگی از کنارش گذشت؛ آنچنان که نمی‌توان روایت بی‌واسطه‌اش از تحصن روحانیان در دانشگاه تهران و نیز سخنرانی امام در بهشت زهرا را نادیده گرفت و این همه نشان از اهمیت خاطراتی دارد که باید ثبت و تدوین می‌شد و انتشار یافت. در ابتدای کتاب، متن یادداشتی به صورت دستخط آمده است، سیدهدای خامنه‌ای خود به این نکته اشاره می‌کند که از سوی واحد تاریخ شفاهی دفتر ادبیات انقلاب اسلامی از او خواسته می‌شود تا بخشی از خاطراتش را که عمدتاً معطوف به مبارزات سیاسی منتهی به انقلاب اسلامی است و مستقیم یا به طور نسی در آنها حضور و فعالیت داشته، نقل کند تا در اختیار خوانندگان و علاقه‌مندان به انقلاب و تاریخ معاصر قرار گیرد. وی همچنین در این یادداشت تأکید می‌کند: «اگر تاریخ انقلاب را یک پازل فرض کنیم، خاطرات مبارزان و شاهدان وقایع، به شرط آن‌که واقعی باشد و به دور از اغراق یا احیاناً ساختگی بودن بیان شود (متأسفانه بعضی‌ها در بیان خاطرات به جای دیگران در مرکز وقایع قرار گرفته و خود را در آن مونتاژ می‌کنند)، می‌تواند قطعات تکمیل‌کننده آن پازل به شمار آید و کار تحلیل و نتیجه‌گیری تاریخی را ساده‌تر کند.

بدون تردید، جمع‌بندی اجزای این پازل برعهده کسانی است که مسئولیت تدوین تاریخ انقلاب اسلامی را پذیرفته‌اند.

گرچه روشن است هیچ‌گاه تاریخ، بدون دخالت نگاه و جهان‌بینی مورخ، نوشته نشده است و کسانی که مدعی بی‌طرفی مورخان هستند، هرگز در اثبات این ادعا موفق نبوده‌اند!

محمد قبادی که حجت الاسلام والمسلمین سیدهدای خامنه‌ای در پایان یادداشت خود به دقت و صوری وی در تنظیم متن و نگارش این کتاب اشاره می‌کند، در مقدمه‌اش می‌نویسد: «گاهی پیشنهادها آن قدر دلچسب و جذابند که نمی‌شود در آنها تأمل نکرد و تصمیم به اجرای آنها نگرفت. پیشنهاد تدوین خاطرات سیدهدای خامنه‌ای برای من بی‌تردید از همان هاست.»

کتاب یادستان دوران در بهار ۱۴۰۰ توسط انتشارات سوره مهر در ۶۸۰ صفحه و شمارگان ۱۲۵۰ نسخه منتشر شده است.

گفتاری از علی رمضانی، مدیرعامل موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران

حاشیه‌های خواندنی از نمایشگاهی که هر سال در آن شرکت می‌کنیم



تلویزیون
اینترنتی کتاب
از معدود
شبکه‌هایی است
که خود، کنداکتور
محتوایی مستقل
دارد و بخشی
از این کنداکتور
محتوایی، پخش
نشست‌هایی
است که در
دوره فعالیت
نمایشگاه برگزار
شده اما در
هیاهوی برگزاری
نمایشگاه دیده
نمی‌شود

سرگردانی کرده‌ایم؛ چرا که در یک سال نزدیک به ۷۰ هزار عنوان کتاب چاپ اولی در دسترس است و مخاطب نمی‌داند دقیقاً چه چیزی بخواند و از کجا شروع کند. ممکن است فردی با کتابی که از لحاظ حجم و ادبیات و سایر مولفه‌ها برایش مناسب نیست کتاب خواندن را شروع کند و نسبت به ادامه مطالعه کتاب، بی‌رغبت شود. مردم اگر بدانند باید چه کتابی بخوانند، حتماً کتاب می‌خوانند. در خانه کتاب و ادبیات ایران و خاصه در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تلاش بر این است که راهنمایی لازم برای خواندن کتاب مناسب به مردم انجام شود.

■ ساختار نوپدید؛ مثل مشاور کتاب

برای فهم بیشتر نقش مشاور کتاب این مثال را خدمت‌تان عرض می‌کنم؛ مثلاً برای یک پدر یا مادر نیازی ایجاد می‌شود که فرزند وی نسبت به خواهر و برادر خودش پرخاش دارد و برای حل این مشکل به دنبال راه‌حلی از دل کتاب‌های موجود است؛ در اینجا نقش مشاور آغاز می‌شود. مشاور کتاب یک پله بالاتر از راهنمای کتاب است. راهنما در ساختار نمایشگاه تثبیت شده است و آدرس ناشرها و غرفه‌های مختلف را به بازدیدکنندگان می‌دهد؛ اما مشاور کتاب سعی می‌کند سوالی که هر مخاطب دارد با معرفی کتاب مناسب پاسخ دهد. امسال به طور گسترده مجموعه مشاوران در نقاط مختلف نمایشگاه مستقر شدند و طبیعی است یک ساختار نوپدید مثل مشاور کتاب در هیاهوی نمایشگاه خیلی مورد توجه کافی قرار نگیرد که البته باید در اینجا ذکر کنم در همین امسال هم حجم مراجعه به مشاوران کتاب قابل توجه بوده است و اگر اندکی بیشتر می‌شد، شاید همکاران ما در مجموعه مشاوره، برای پاسخگویی به مراجعان را نداشتند. البته لازم است اشاره کنیم این نکته که مردم می‌توانند برای انتخاب کتاب‌ها به مشاوران مراجعه کنند اطلاع‌رسانی عمومی نشده بود.

■ سهم مشاوره بیشتر خواهد شد

طبیعتاً ما در حال ارزیابی درباره وضعیت حضور مشاوران کتاب در نمایشگاه هستیم و این بررسی‌ها در حال انجام است تا در نهایت به این جمع‌بندی برسیم که تا چه میزان می‌توان این ابتکار را عمومی کرد. البته سوالی مطرح است که آیا در عادت رفتاری ما رفتن به سمت مشاوران کتاب نهادینه شده است یا اینکه در رفتار ما مقاومتی نسبت به این موضوع وجود دارد؟ بعضاً در رفتار عمومی مردم این تصور وجود دارد که خود فرد بهتر می‌داند سمت چه کتابی برود و نیازی به مشاور ندارد و این تصور عادت عمومی ماست و در خرید دیگر کالاها نیز وجود دارد. با این حال ان شاء...

در سال آینده و در دوره سی و پنجم نمایشگاه کتاب تهران سهم مشاوره بیشتر خواهد شد و به تدریج می‌تواند سهم خود را در انتخاب درست مردم ایفا کند.

ارتباط مردم با دست‌اندرکاران حوزه کتاب مهم‌ترین وجهی است که باید در برگزاری نمایشگاه کتاب تهران تقویت شود. احتمالاً مخاطبان نمایشگاه امسال، غرفه کوشک کتاب را که در کنار محراب در شبستان اصلی بود مشاهده کرده‌اند. غرفه‌ای که در راستای اهداف فرهنگی نمایشگاه بود؛ به علاوه غرفه‌های نقد کتاب هم از طبقه دوم به شبستان اصلی منتقل شد. این اقدامات اولین باری است که به واسطه آنها می‌توان وجه فرهنگی نمایشگاه کتاب تهران را تقویت کرد.

■ ۱۰ هزار برنامه در یک نمایشگاه

ما در بازنمایی حوزه فعالیت‌های فرهنگی نمایشگاه ضعف داریم که طی دو سال اخیر این مسأله آسیب‌شناسی شد و تلاش کردیم آن را برطرف کنیم. طی یازده روز نمایشگاه حجم برنامه‌هایی که در دل نمایشگاه و غرفه‌های ناشران برگزار می‌شود، بسیار زیاد است و عدد آن چیزی حدود ۱۰ هزار برنامه می‌شود. بخش کتاب آرای روزانه حدود پنج یا شش برنامه برگزار می‌کرد و همزمان با این غرفه، سه یا چهار سالن دیگر در همان شبستان برنامه برگزار می‌کردند. بیرون از شبستان هم در سالن کتاب‌های دانشگاهی، کودک و نوجوان، بین‌الملل و آموزشی هم نشست‌های مختلفی برگزار می‌شد.

■ بازنمایی در فعالیت‌های فرهنگی نمایشگاه

یکی از مسائلی که باعث می‌شود نمایشگاه کتاب تهران جایگزین نداشته باشد همین چهره به چهره شدن به شکل مستقیم با مخاطب است. انتقال لحن و زوایای مختلف سخن اهدافی است که با نمایشگاه مجازی محقق نمی‌شود. بنابراین مسأله بازنمایی در فعالیت‌های فرهنگی نمایشگاه بسیار جدی است. طی دو سال اخیر در برگزاری نمایشگاه تلاش کردیم تا فعالیت رسانه‌ای نمایشگاه گسترده‌تر از قبل شود که این مسأله در تعامل بیشتر با صداوسیما نمود داشت.

■ تلویزیون کتاب، زاینده نمایشگاه کتاب

تلویزیون اینترنتی کتاب، زاینده نمایشگاه کتاب تهران است و از معدود شبکه‌هایی است که خود، کنداکتور محتوایی مستقل دارد و بخشی از این کنداکتور محتوایی، پخش نشست‌هایی است که در دوره فعالیت نمایشگاه برگزار شده اما در هیاهوی برگزاری نمایشگاه دیده نمی‌شود. در واقع زمان ۱۰ تا ۱۱ روزه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، خود یک کارخانه محتوایی است که محصولات آن باید در طول سال مورد استفاده قرار گرفته و بازتولید شود.

تصور ما این است که روند ارتباط بهتر نمایشگاه با رسانه‌ها و مردم در سال‌های آینده بهتر خواهد شد و می‌توان گفت، فعالیت فرهنگی نمایشگاه با اتفاقاتی مثل گوشه نقد، کوشک کتاب و امثال این اقدامات و بازنمایی‌ها تثبیت شد.

■ تلاش برای معرفی درست کتاب‌ها

یکی از ایده‌هایی که به تقویت بعد فرهنگی نمایشگاه کمک می‌کند، حضور مشاوران کتاب در این محفل فرهنگی است. بعد از انتشار کتاب، موثرترین اتفاق در انتخاب مردم، معرفی کتاب است. خانه کتاب و ادبیات ایران هم تلاش دارد معرفی درستی از کتاب‌ها داشته باشد. مهم‌ترین مسأله در حوزه کتاب در کشور عدم معارفه مناسب کتاب است تا جایی که اگر به کسی گفته شود که کتاب بخوان در واقع او را وارد وادی

