

۱۰ میلیون تومان
اول نقد



نقد و ارزیابی کتاب های فجر

طرح ملی کتاب خوانی یا ترویج عرفان های کاذب؟



پایگاه تبیینی
و تحلیلی جریان شناسی
www.Didban.ir



مطالب این بولتن صرفاً جهت اطلاع
رسانی می باشد.

الجنة
الرحيم

A stylized Arabic calligraphic logo for 'Al-Janna Al-Rahim'. The word 'الجنة' (Al-Janna) is written in black with a gold outline, and 'الرحيم' (Al-Rahim) is written in gold. The calligraphy is elegant and modern, with flowing lines and sharp angles. A vertical dashed white line runs through the center of the page, passing through the middle of the logo.

کتاب های فجر و تبلیغ گسترده عرفان های کاذب

نگاهی به طرح ملی کتاب های فجر

و دست روی دست گذاشت. احتمال می دادم که باز هم دست گلی به آب داده باشند و اسکناس های درشتی که در ازای تبلیغات و مشارکت به نهادهای مسوول رسیده، فهم و شم کاوشگرانه مدیران را نشانه رفته باشد.

این بار، از دین گرفته تا نمادهای ملی و حتی مردم همه خرج شده بودند تا این طرح پا بگیرد. احادیث امیرالمومنین (ع) که بر تارک تبلیغات نشسته بود، علقه و احساسات دینی مردم را درگیر می کرد تا به این طرح به ظاهر "ملی" بپیوندند، جزیره ابوموسی نیز که نماد ملی ما محسوب می شود، میزبان اختتامیه برنامه شده بود. مردم هم که تشنه بسی برنامه

در پی تبلیغات گسترده صدا و سیما درباره طرح ملی مسابقه فجر، پایگاه دیدبان پشت پرده محتوای غیر فرهنگی و انحرافی کتاب های فجر را منتشر کرد. دیدبان: تبلیغات مکرر و پر حجم "کتاب های فجر" از صدا و سیما، علامت های سوال را در ذهنم دوچندان کرده بود. نام هیچ نهاد رسمی و شخصیت شناخته شده ای در میان نبود. انتخاب عنوان کتاب ها نیز ابهامات فراوانی داشت و اصلا به حال و هوای طرح نمی خورد. خلاصه نشانه های فراوانی وجود داشت که با هم جور نمی شدند و لازم بود کدگشایی بشوند. از چرایی نام و زمان بندی طرح گرفته تا برگزار کنندگان و محتوای کتاب ها، نمی شد نشست

■ راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده



مسوول پسند بود:

"راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده".

مسوولان فرهنگی هستند به این فراخوان کتابخوانی، لیبیک گفته بودند. در طول کار شبانه روزی ام، پیوسته دعا می کردم که خدا کند اشتباه کرده باشم و مدیریت فرهنگی و رسانه ای کشور خطبی به این بزرگی نکرده باشد اما ...

کتاب های فجر؛ آغاز داستان

ابتدا دغدغه جاری مسوولان فرهنگی بستر لازم را برای ارائه طرح فراهم کرد: تشویق مردم به خرید و مطالعه کتاب، به گونه ای که خرید کتاب در سبب کالای مصرفی خانواده ها، سهم قابل قبولی پیدا کند. در ادامه، اداره کل مجامع، تشکل ها و فعالیت های فرهنگی معاونت فرهنگی وزارت ارشاد مجوز طرح فجر را به شماره ۸۹۸۲۳/۱۳۶ صادر کرد. دست اندرکاران این برنامه، نام "طرح ملی" بر آن گذاشتند و "عظیم ترین پروژه ترویجی و تشویقی خرید و مطالعه کتاب در ایران" را کلید زدند. پیامی هم که برای کتاب ها انتخاب شد تا در رسانه ها تبلیغ شود بسیار

کتاب های فجر در چه موضوعی هستند؟

کتاب های فجر شامل سه کتاب شخصیت شناسی و یک کتاب دینی است. نکته جالب این است که در ابتدا مجموعه سه جلدی با عنوان "تیپ شخصیتی خود را بشناسید" منتشر شده و کتاب چهارم یا همان "علی (ع) به فرزند فاطمه (س) چه گفت؟" - که اخیراً تنها همین کتاب در تبلیغات تلویزیونی تبلیغ می شود - بعداً و به صورت مجزا چاپ شده است. به احتمال زیاد صلاحدید سرمایه گذار یا صدا و سیما بر این بوده است که با رنگ و بوی دینی بخشیدن به کتاب ها بتوان تبلیغات گسترده تر را ممکن ساخت و علاقه مردمی را نیز جلب کرد.



■ ابوالفضل صادقی نویسنده کتاب

تبلیغات تلویزیونی یک میلیون و دویست هزار جلد بوده است. این همان پیش بینی فروردین ماه نویسنده است که پیش از انتشار صورت گرفته بود: کتاب های فجر ظرف یک ماه آینده در سراسر ایران توزیع می گردد و فرهنگ خرید و مطالعه کتاب در جامعه ایران جان دوباره می گیرد و این است که به راستی زلزله در فرهنگ خرید کتاب های فجر؛ پس لرزه هایی دارد که در روزنامه فروشی و فروشگاه های مواد غذایی، داروخانه ها و کتاب فروشی ها ایجاد نموده است.

کتاب های فجر چیست؟/ محوریت اینگرام (تحلیل شخصیتی نه گانه) در کتاب ها

بنابر اخبار وبسایت شرکت راهبرد اقتصاد فردا [۱] یا همان بانی طرح به ظاهر ملی فجر، کتاب های چهارگانه فجر با عنوان زیر و با قیمت هر کتاب ۲۰۰۰ تومان به دست مخاطب می رسد.

- ۱- کتاب تیپ شخصیتی خود را بشناسید؛ تیپ های ذهنی
- ۲- کتاب تیپ شخصیتی خود را بشناسید؛ تیپ های حرکتی
- ۳- کتاب تیپ شخصیتی خود را بشناسید؛ تیپ های احساسی

مدیر شرکت بازاریابی، نویسنده کتاب روانشناسی

ابوالفضل صادقی مدیر عامل شرکت "راهبرد اقتصاد فردا" به آدرس اینترنتی www.refco.ir است که شرکتی برای تبلیغات، توزیع و بازاریابی است؛ وی نویسنده هر چهار کتاب از مجموعه کتاب های فجر است. هیچ اطلاعاتی از تخصص و تحصیلات نامبرده موجود نیست و همین مسئله می تواند نکته بسیار جدی باشد که چرا مسوولان بر روی کتابی سرمایه گذاری کرده اند که نویسنده آن اولاً شناخته شده نیست و ثانیاً تخصص لازم را دارا نمی باشد. البته صادقی پیش از این کتاب هایی را به رشته تحریر درآورده بوده که بیشتر در حوزه تجاری و بازاریابی است.

زلزله شروع می شود: فروش صدها هزار نسخه کتاب

۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۱ فاز اجرایی این طرح به ظاهر ملی کلید می خورد. معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران کمک کرد تا کتاب ها در ۴ غرفه ابو موسی، تنب بزرگ و کوچک و غرفه خلیج فارس به مخاطبان معرفی و عرضه شوند. فروش کتاب های فجر در نمایشگاه کتاب و پس از آن تا قبل از شروع



■ مدل اصلی نه تیپ شخصیتی (اینگرام)

تیپ شخصیتی را فرامی‌گیریم [۳]. در کتاب سوم نیز به بررسی سه تیپ شخصیتی دیگر با نام های مهر طلب، ریاست طلب و هنر طلب می‌پردازد و نحوه تعامل با این تیپ شخصیت را بیان می‌کند. [۴]

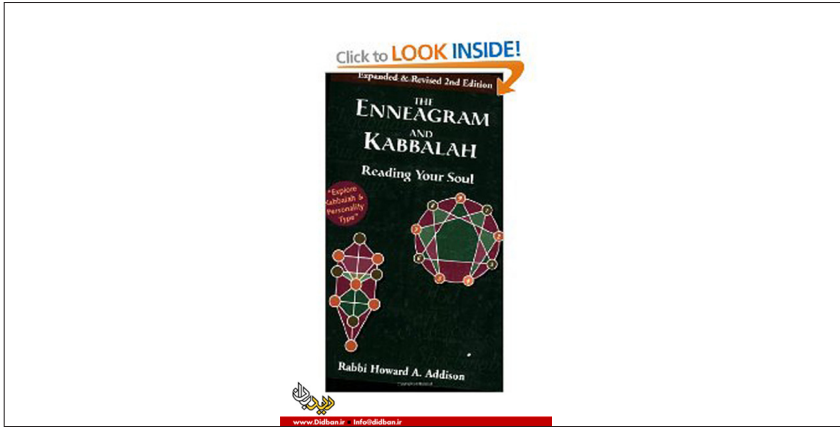
تا این جا، محتوای کتاب های سه گانه شخصیت شناسی طرح ملی فجر چیزی نبود جز آشنایی با تیپ های شخصیتی ۹ گانه ای که خود وام دار از تفکرات منحرفی است که مورد حمایت صهیونیسم است و در ادامه بحث به آن اشاره می‌شود.

کتاب چهارم یا همان علی (ع) به فرزند فاطمه (س) چه گفت؟، چیزی نیست جز احادیثی که هیچ ارتباط ظاهری و غیر ظاهری با سه گانه شخصیت شناسی ندارد و احتمالاً منظور از شعار راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده، مطالعه همین کتاب بوده است که البته کمی بعید به نظر می‌رسد مؤلف به دنبال آن بوده باشد که به بهانه سه گانه شخصیت شناسی، بخواهد مخاطب را مجبور به خواندن کتاب چهارم کرده باشد.

۴- کتاب علی (ع) به فرزند فاطمه (س) چه گفت؟ با توجه به عناوین کتاب های فوق به غیر از عنوان کتاب چهارم، هیچ نشانه ای از شعار "راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده" حداقل در عناوین دیده نمی‌شود و می‌بایست کمی در محتوای کتاب ها وارد شویم.

محتوای کتاب اول یا تیپ های ذهنی بنابر اخبار و بسایت فوق، ضمن آشنایی با هریک از سه تیپ شخصیتی، از تیپ های شخصیتی ۹ گانه، چگونگی ارتباط موثر تر و شایسته تر با دیگران را یاد می‌گیریم. با توانمندی ها و استعداد های خود آشنا می‌شویم و به نقاط ضعف و کاستی های خود آگاه تر می‌شویم.

در این کتاب به معرفی سه تیپ شخصیتی: دانش طلب، عدالت طلب و تنوع طلب می‌پردازد و چگونگی ارتباط موثر با هریک از این تیپ های شخصیتی، و راه های رشد و بهبود آن تیپ شخصیتی را فرامی‌گیریم [۲]. در کتاب دوم یا تیپ های حرکتی، به معرفی سه تیپ حرکتی، عالی طلب، صلح طلب و قدرت طلب می‌پردازد. در این کتاب چگونگی ارتباط موثر با هریک از این تیپ های شخصیتی، و راه های رشد و بهبود آن



■ کتابی در مورد ارتباط کابالا (عرفان صهیونیستی) و تحلیل ایناگرام

صادقی یا همان مترجم کتاب های شخصیت شناسی در صفحه ۶۱ از کتاب تیپ شخصیتی خود را بشناسید، تیپ های حرکتی می گوید: "اینگرام چیست؟ اینگرام به معنای ۹ شکلی یا نه رقمی است، اینگرام ویژگی ها و رفتارهای انسان ها را به نه شکل شخصیتی طبقه بندی می کند، روش اینگرام بر اساس یافته های ده ها دانشمند علوم رفتاری، روانشناس و محقق پدید آمده و من هیچگونه ادعایی در خلق و به وجود آوردن آن ندارم. تنها کاری که من کرده ام این است که یافته های آنها را در زندگی خانوادگی و محیط کار خود به اجرا درآورده ام"

پدر معنویت التقاطی پشت پرده تحلیل شخصیتی ایناگرام

"جورج ایوانوویچ گورجیف" (George Ivanovich Gurdjieff) شخصیت کلیدی بسیاری از انحرافات فکری و عرفانی سده اخیر است. او که در ۱۸۶۶ در ارمنستان زاده شد و ۱۹۴۹ از دنیا رفت، توانست بسیاری از شبه عرفا، نویسندگان

حال جای این سؤال وجود دارد که چگونه این طرح به عنوان طرح ملی قلمداد شده است و چه آموزه مفیدی از نظر اسلامی و ملی بر آن مترتب است؟

اینگرام (Enneagram) چیست؟ چگونه مدل عرفانی صده پیش، اولویت امروز ایران می شود؟

آنچه در کتاب های سه گانه شخصیت شناسی ابوالفضل صادقی مطرح شده است، بر اساس نه گانه اینگرام مطرح شده است که زندگی انسانی از ابتدا تا انتها در سه بخش، قلب، عقل و جسم خلاصه می شود. آنچه در پس پرده ستاره ۹ پر یا اینگرام وجود دارد خود به تنهایی نیازمند نگارش مفصل در باب عرفان های نوظهور و پیوند میان یهود، صهیونیزم، کابالا و بهائیت است که از حوصله این نگارش خارج است اما آنچه در اینجا اهمیت می یابد، معرفی بنیان گذار ستاره ۹ پر شخصیت شناسی کتاب های فجر است.

باید دانست که نه تیپ شخصیتی اصلا وجهه علمی ندارند و تنها در جلسات تبلیغی و فرقه ای ظهور و بروز می یابند. [۶]

حتی کلیسای کاتولیک آمریکا هم تحلیل شخصیتی را تأیید نکرد

در سال ۲۰۰۰ کمیته حکمت ایالات متحده گزارشی را در مورد ریشه های ایناگرام (تحلیل ۹ گانه شخصیتی) آماده کرد تا ارزیابی کند که آیا می توان در قلمرو اسقف از این تحلیل استفاده کرد یا نه؟ این گزارش که با تأکید بر روی رابطه بین آموزه های کاتولیک و تحلیل شخصیتی آماده شده بود اینگونه نتیجه گیری کرد: نظام تحلیل شخصیتی ایناگرام ارتباط کمی با آموزه های پیشین مسیحی یا معنویت دارد، همچنین روش و مولفه های این نظام تحلیلی با علم مدرن هم تطابق ندارد. [۷]

ارتباط میان گورجیف با رئیس سازمان امنیت ارتش بریتانیا

گورجیف در سفر نمادین خود از مسیر باتومی (در شمال گرجستان کنونی) به استانبول می رسد. استانبول در آن سال ها کانون فعالیت یهودیان مخفی به رهبری "شابنای زوی" و "ئاتان غزه ای" بوده است؛ گورجیف در استانبول ساکن می شود و با فرقه هایسی همچون مولویه ارتباط می گیرد. یکی از نکات قابل توجه در زندگی گورجیف، ملاقات با "جان جی

و ترویج کنندگان سلوکش را تربیت کند. جالب اینجاست که اشو، شاگرد گورجیف و متأثر از او بوده است. او شو در بیان شخصیت گورجیف می گوید: دیر یا زود از اینکه چهره های جدیدی اهمیت می یابند تعجب خواهید کرد. به طور مثال گورجیف در عصر جدید اهمیتی بیش از فروید دارد چرا که او در مسیر روانشناسی واقعی کمک های شایانی کرد.

اشو شاگرد گورجیف، او را برتر از فروید می داند [۵]

گورجیف سعی کرد آمیزه ای از ادیان باستانی را ترکیب نماید و شبه عرفانی جدید حاصل از ترکیب چند دین پدید آورد به طوری که در جایی وی آموزه هایش را مسیحیت راز و رمزگرا (esoteric Christianity) توصیف کرده است و در جای دیگر "انجمن برادری سارمونگ" را در افغانستان بر مبنای ترکیب آموزه های زردشتی و صوفیه بنیان نهاد. واژه سارمونگ به معنای "کسی است که آموزه زردشت را نگهداری می کند"

ایناگرام و تیپ های شخصیتی علمی و دانشگاهی نیستند

بر مبنای "دائرة المعارف جنبش های دینی نوظهور"



دیده بزرگ

www.Didban.ir Info@didban.ir

گورجیف



■ رقص ایناگرام

و مروج موسیقی های خاص در روسیه بوده است. قطعات مشهوری همچون کشاکش جادوگران و رقص های ویژه ای که او طراحی کرده است شباهت به حلقه های ویژه رقص جنسی لامبارا که توسط کابالیست های ایتالیا و ترکیه انجام می شد دارد.

از ارتباط گورجیف با کابالا هم که صرف نظر کنیم، آموزه های او یک فرقه و آیین معین است نه یک شیوه روانشناسی.

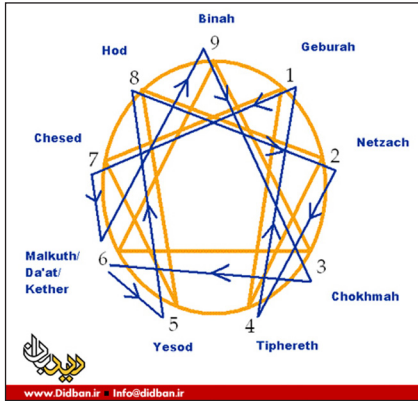
اگر عمیق تر به مسئله نظر کنیم، برخی مستندات به ما اجازه نمی دهد پشتوانه کابالیستی برخی تحولات معنوی در روانشناسی مدرن را نادیده بگیریم. برای اطلاع در خصوص رابطه کابالا با روانشناسی مدرن از جمله مکتب گورجیف می توان به منابع بیشتر مراجعه

بنت " رئیس سازمان امنیت ارتش بریتانیا در قسطنطنیه (استانبول) است. فرجام ملاقات های گورجیف با جان جی بنت که در مدخل ویکی پدیای گورجیف هم ذکر شده است گرویدن جی بنت به حلقه مریدان گورجیف است!!! دقت کنیم که این سوال بزرگ پابرجاست که اینگونه ملاقات ها میان یک به ظاهر عارف دانشمند و یک مأمور عالی رتبه مخفی امنیتی چه توجیهی داشته است؟ و چگونه می توان توجیه این ملاقات را با ساده لوحی تمام، علاقه جی بنت به آموزه های گورجیف دانست؟

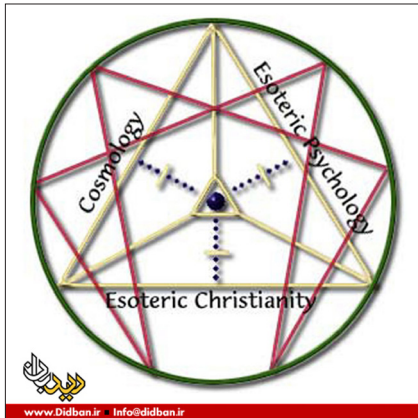
گورجیف مروج رقص و موسیقی است و نه یک روانشناس

دقت کنیم گورجیف قبل از هر چیز یک رقص شناس

برای این طرح کرده است؟



تطبیق مفاهیم کابالا با مفاهیم ایناگرام شخصیتی



مثلت مسیحیت رمز آلود، کیهان شناسی و روانشناسی رمز آلود در ایناگرام

کنید. [۸]؛ ویتال پری در مقاله خود توضیح می دهد که گورجیف چگونه از میراث کابالا و دیگر ادیان کهن استفاد کرده و به آنها ارجاع داده است. [۹]

سخنی با مسوولین صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

آنچه در نگارش فوق آمدف گوشه ای از انحرافات بنیان گذار ستاره ۹ پر یا همان ایناگرام بود که پایگاه دیدبان در آینده نزدیک به ذکر جزئیات بیشتری از این شخص و تفکرات انحرافی وی خواهد پرداخت، لکن سخن با مسوولان و نهاد های مربوط جمهوری اسلامی است که در این پروژه به صورت مستقیم حمایت کرده اند و حال باید به عموم مردم پاسخگو باشند،

فارغ از انحراف های ذکر شده درباره بنیان گذار ۹ گانه شخصیت شناسی "گورجیف" و سود حاصل از این طرح به ظاهر ملی، مسوولان ارشد صدا و سیما باید به این سوال پاسخ دهند با چه توجهی، حمایت وسیع تبلیغاتی از این طرح غیر ملی و غیر مردمی کرده اند؟ آیا مسوولان صدا و سیما نباید قبل از عقد قرارداد با شرکت های خصوصی، از محتوای طرح مطلع شوند؟ آیا رئیس صدا و سیما جناب آقای ضرغامی از محتوای کتاب های فجر یا همان شخصیت شناسی ۹ گانه گورجیف اطلاع دارند؟

مسوولان محترم وزارت ارشاد با چه توجهی به این طرح بی محتوا کمک مالی و معنوی کرده اند؟ چرا متصدیان فرهنگ کشور باید از طرحی حمایت کنند که به اذعان یکی مدیر روابط عمومی طرح کتاب های فجر طرح مورد حمایت شرکت های صهیونیستی قرار گرفته است؟

آیا نظارتی هر چند حداقلی بر طرح غیر ملی فجر صورت گرفته است و اگر با نظارت انجام شده است، چه کسی و با کدام توجه اقدام به تأیید و صدور مجوز

hl=en&ei=IXk0TdK&22 %eagram
FNMKB8gbDn7XqCA&sa=X&oi
==book_result&ct=result&resnum
0CEIQ6AEwBjgU#v=one=ved&7
20%22 %20age %22New % =page&q
f=false&22%22Enneagram%

[http://www.natcath.org/NCR_ - \[7\]
htm.Online/documents/ennea2](http://www.natcath.org/NCR_ - [7]
htm.Online/documents/ennea2)

[http://www.enotalone.com/ - \[8\]
html.5416/personal-growth](http://www.enotalone.com/ - [8]
html.5416/personal-growth)

[http://www. - \[9\]
studiesincomparativereligion.com/
public/articles/Gurdjieff_in_the_
by_-2_Light_of_Tradition_Part
Whitall_Perry.aspx](http://www. - [9]
studiesincomparativereligion.com/
public/articles/Gurdjieff_in_the_
by_-2_Light_of_Tradition_Part
Whitall_Perry.aspx)

پی نوشت ها:

[http://book.refco.ir/Files/news/ - \[1\]
3=news.php?lang=fa&cat](http://book.refco.ir/Files/news/ - [1]
3=news.php?lang=fa&cat)

[http://book.refco.ir/Files/news/ - \[2\]
3=cat&4=newsIn.php?lang=fa&id](http://book.refco.ir/Files/news/ - [2]
3=cat&4=newsIn.php?lang=fa&id)

[http://book.refco.ir/Files/news/ - \[3\]
3=cat&3=newsIn.php?lang=fa&id](http://book.refco.ir/Files/news/ - [3]
3=cat&3=newsIn.php?lang=fa&id)

[http://book.refco.ir/Files/news/ - \[4\]
3=cat&2=newsIn.php?lang=fa&id](http://book.refco.ir/Files/news/ - [4]
3=cat&2=newsIn.php?lang=fa&id)

[http://gurdjieffouspensky.com/ - \[5\]
/category/osho-on-gurdjieff-sayings](http://gurdjieffouspensky.com/ - [5]
/category/osho-on-gurdjieff-sayings)

[http://books.google.com/book- \[6\]
s?id=KLipBC05pF8C&pg=PA187
22Enn % +22 %22New +age % =dq &](http://books.google.com/book- [6]
s?id=KLipBC05pF8C&pg=PA187
22Enn % +22 %22New +age % =dq &)

وقتی ناشر، نویسنده و سرمایه‌گذار یک نفر است / رسانه ملی با چه ناشرانی مهربان است؟

شاهد تبلیغات گسترده‌ای برای کتاب‌هایی با عنوان فجر هستند که با سر و صدای زیاد و با تکرار فراوان از شبکه‌های تلویزیون پخش می‌شود.

اما واقعاً ماجرای کتاب‌های فجر از چه قرار است؟ کتاب‌هایی که تبلیغ تلویزیونی، آن‌ها و طرحشان را عظیم‌ترین پروژه ترویجی و تشویقی خرید و مطالعه کتاب در ایران معرفی می‌کند و پیامشان راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده است.

تبلیغ تلویزیونی از مخاطب می‌خواهد به سایت این کتاب‌ها برود تا اطلاعات بیشتری کسب کند. اما مخاطب با چه اطلاعاتی در این سایت روبرو می‌شود؟

این سایت یا به قول دست اندر کارانش سامانه ستاد اجرایی کتاب‌های طرح فجر از مخاطبان می‌خواهد مشخصات دقیق خود را وارد کنند تا کتاب‌ها برایشان ارسال شود و بلافاصله در قرعه کشی شرکت داده شوند. و اگر هر ۴ کتاب را بخرند ۴ بار در قرعه کشی شرکت داده می‌شوند.

*۴ کتاب برای عظیم‌ترین طرح ترویج مطالعه

سؤال بعد اینکه طرح کتاب‌های فجر که با این همه سر و صدا قرار است راه حلی باشد برای زندگی بهتر و شادتر و استحکام بنیان خانواده، چه کتاب‌هایی را به مخاطبان می‌فروشد؟

خبرگزاری فارس چندی پیش به قلم مهناز سعید حسینی مطلبی را منتشر کرده بود که پایگاه دیدبان بنا به اهمیت این گزارش، در ادامه متن آن را منتشر می‌نماید:

مدتی است که بینندگان تلویزیون شاهد تبلیغات گسترده‌ای برای کتاب‌هایی با عنوان فجر هستند که با سر و صدای زیاد و با تکرار فراوان از شبکه‌های تلویزیون پخش می‌شود. اما واقعاً ماجرای کتاب‌های فجر از چه قرار است؟

تبلیغ کتاب و کتاب‌خوانی از رسانه ملی، یک گام بلند و حلقه‌ای مفقوده میان برنامه‌های تلویزیونی است و در سال‌های اخیر با رشد قابل ملاحظه برنامه‌های کتاب‌محور و معرفی کتاب در لایه لای برنامه‌های مختلف، این رسانه در امر ترویج فرهنگ یک گام به جلو رفته است که هر چند جای کار بیشتری نیاز دارد، اما قابل تقدیر است. بحث دیگری که تلویزیون می‌تواند در آن سهم داشته باشد و کمکی باشد برای ناشران و یآوری باشد برای آشنایی مردم با آنچه که در بازار نشر می‌گذرد، بحث تبلیغات بازرگانی کتاب است. هزینه تبلیغات بازرگانی برای ناشران سنگین است و مشکلاتی که فراروی این قشر وجود دارد، عملاً ورود آن‌ها را به رقابت سنگین فضای تبلیغات بازرگانی تلویزیون غیر ممکن کرده است.

با این وصف، مدتی است که بینندگان تلویزیون

واقعیت این است از ابتدا تا انتهای این طرح که تبلیغ می شود عظیم ترین پروژه ترویجی و تشویقی خرید و مطالعه کتاب است، چیزی جز ۴ کتاب آن هم از یک نویسنده با نام ابوالفضل صادقی نیست و آن ۴ کتاب هم کتاب های «تیپ های حرکتی»، «تیپ های ذهنی»، «تیپ های احساسی» و کتاب «علی (ع) به فرزند فاطمه (س) چه گفت؟» هستند. در سایت این ۴ کتاب به صورت خلاصه معرفی شده اند.

*با نویسنده کتاب آشنا شویم!

ابوالفضل صادقی مدیر عامل شرکت «راهبرد اقتصاد فردا» است و البته از جانبازان کشورمان. هر چند بهتر بود خرید کتاب را به شأن مقدس جانبازی گره زده نشود و از مردم خواست بدون اینکه بدانند ما در راه وطنمان در سال های دفاع مقدس جانبازی کرده ایم، اگر حرف خوب و قابل دفاعی داریم، حرفمان را بخوانند.

به هر روی حوزه فعالیت شرکت راهبرد اقتصاد فردا REFCO مشاوره بازاریابی، تحقیقات بازاریابی، آموزش بازاریابی، ارزیابی و سنجش شایستگی مدیران و کارشناسان در حوزه های اقتصادی، تجاری، بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش است.

*زلزله ای در فرهنگ مطالعه و کتاب خوانی!

نویسنده کتاب در معرفی این طرح مطلبی در سایت شرکت متبوعش ادعا کرده است طرح فجر و کتاب های او زلزله ای در فرهنگ مطالعه و کتاب خوانی ایجاد کرده است: کتاب های فجر

ظرف یک ماه آینده در سراسر ایران توزیع می گردد و فرهنگ خرید و مطالعه کتاب در جامعه ایران جان دوباره می گیرد و این است که به راستی زلزله در فرهنگ خرید کتاب های فجر؛ پس لرزه هایی در دکه های روزنامه فروشی و فروشگاه های مواد غذایی، داروخانه ها و کتاب فروشی ها ایجاد نموده است.

سؤال ها بسیاری درباره این طرح وجود دارد و اشکالات عدیده ای به ذهن می رسد که به هر حال مجری طرح باید پاسخگوی سؤال های به وجود آمده باشد یا حداقل توضیحاتی فراتر و قانع کننده تر و دور از هیاهوی تبلیغ بازرگانی تلویزیون داده شود. *ما فقط ناشر کتاب هستیم/ سرمایه گذار مؤلف کتاب است

ابتدا به سراغ ناشر کتاب رفتیم (هر چند نام ناشر نه در تبلیغات و نه در سایت اعلام نشده است ولی بنری کوچک در سایت این شرکت از انتشارات رسم، ما را به سوی ناشر رهنمون ساخت). مهدی صادقی مدیر انتشارات رسم که اتفاقاً برادر نویسنده کتاب است پاسخگوی سؤال ها ما بود.

او درباره این ۴ کتاب و طرح فجر گفت: ما فقط ناشر کتاب هستیم و کاری به تبلیغات و طرح فجر و دیگر موارد مربوط به این طرح نداریم.

صادقی همچنین در پاسخ به این سؤال که چه طور از تبلیغات بی خبر هستید در حالی که سود خرید این کتاب ها مستقیماً عاید انتشارات شما می شود، اظهار داشت: ما فقط ناشر کتاب هستیم. سرمایه گذار کتاب شرکت راهبرد اقتصاد فردا است و ما فقط مجوز نشر و کارهای انتشار کتاب را انجام دادیم.

مثل بسیاری دیگر از کتاب‌های علمی و دانشگاهی که سرمایه گذار یک کتاب به دلیل سود کتاب و بزرگی پروژه جدا از ناشر است و خود مؤلف کتاب روی انتشار کتاب سرمایه گذاری کرده است.

صادقی همچنین از میزان تیراژ و تجدید چاپ این کتاب اظهار بی‌اطلاعی کرد و گفت: تا مهر ماه و قبل از تبلیغات تلویزیونی ما این کتاب را ۳ بار تجدید چاپ کردیم که هر یک از کتاب‌ها در هر بار تجدید چاپ ۱۰۰ هزار نسخه تیراژ داشت. اما پس از این تاریخ کار تجدید چاپ را خود شرکت و مؤلف انجام می‌دهد و ما از تجدید چاپ‌هایی خبر هستم اما می‌دانم بارها تجدید چاپ شده است.

*برندهای صهیونیستی می‌خواستند از طرح فجر حمایت کنند ما نگذاشتیم!

شخص دیگری که پاسخگوی ما بود بهروز محمدی مدیر روابط عمومی طرح کتاب‌های فجر بود.

بهروز محمدی در گفت‌وگو با خبرنگار کتاب و ادبیات فارس درباره اسپانسر و پشتیبان این طرح گفت: اسپانسر طرح کتاب‌های فجر آقای ابوالفضل صادقی نویسنده کتاب است که رییس ستاد طرح فجر هم هست و خودش روی این طرح سرمایه گذاری کرده است. هر چند اسپانسرهایی از برندهای خارجی حاضر به پشتیبانی از این طرح و حمایت مالی و معنوی از آن شدند که به دلیل وابستگی این برندها به رژیم صهیونیستی ما حمایت آنها را قبول نکردیم.

وی در پاسخ به این سؤال که چه طور یک فرد توانسته به تنهایی حمایت مالی چنین طرحی را بر

عهده بگیرد، اظهار داشت: ایشان از نوجوانی در جبهه‌های دفاع مقدس حضور داشته و از جانبازان کشورمان هستند. چنین کاری جسارت و هوشمندی فراوانی می‌خواهد و همه چنین جراتی را برای ورود به این حوزه ندارند و چون این کتاب‌ها در راستای منویات مقام معظم رهبری و ترویج مسئله کتاب‌خوانی بودند، آقای صادقی وارد این حیطه شده است. هر چند صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران نهایت مهربانی و همکاری را با ما انجام دادند و خود مهندس ضرغامی، مشاوران و معاونان و آقای مهدی مهر مدیر کل اداره بازرگانی صدا و سیما نهایت همکاری را برای اجرای این طرح انجام دادند و حمایت‌های خود دریغ نکردند. در مجموع آقای صادقی برای این طرح ۱۵ میلیارد تومان سرمایه گذاری کرده و حدود ۵۰۰-۶۰۰ میلیون تومان هم جایزه می‌دهیم.

*۹۰ درصد سودمان را خرج موارد عام‌المنفعه می‌کنیم!

وی در پاسخ به این سؤال که شنیده شده بعضی شرکت‌های داخلی مثل فولاد خوزستان پشتیبان این طرح هستند، اظهار داشت: حتی یک ریال هم از شرکت‌های داخلی به این طرح کمک نشده است. هر چند آغوش ما در این طرح برای حمایت‌های مادی و معنوی شرکت‌های ایرانی باز است و آمادگی داریم سازمان‌های داخلی و چه در طرح و چه در اعطای جوایز به ما کمک کنند و لوگوی آنها به عنوان حامی این طرح کتاب‌خوانی در پشت کتاب‌ها زده می‌شود.

مدیر روابط عمومی طرح فجر درباره به صرفه اقتصادی بودن این طرح با هزینه‌هایی که تبلیغات بازرگانی و چاپ و نشر کتاب دارد، گفت: این طرح برای ترویج و توسعه کتابخوانی و برای پیشبرد منویات مقام معظم رهبری راه‌اندازی شده و پیش‌بینی می‌کنیم حداقل ۸ میلیون نسخه از این کتاب‌ها فروخته شود.

ضمن اینکه تجارت آقای صادقی این نبوده چون اگر می‌خواستیم به چشم تجارت نگاه کنیم اگر ۲ میلیارد تومان کاغذی را که قبل از گرانی ارزش و کاغذ با قیمت ۳۵ تومان تهیه کرده بودیم بعد از گرانی کاغذ می‌فروختیم، این کار میلیاردها سود داشت. اما ما به شکل تجارت به این قضیه نگاه نکردیم. ضمن اینکه در تبلیغ‌های بعدی هم خواهید دید که در تلویزیون اعلام خواهیم کرد، ۹۰ درصد سود این طرح به صورت عام‌المنفعه خرج خواهد شد.

* می‌خواهیم آمازون خاورمیانه را راه اندازی کنیم!

محمدی در پاسخ به این سؤال که بهتر نبود به جای اینکه ۹۰ درصد سودتان را خرج موارد عام‌المنفعه کنید، برای تبلیغ کتاب‌های مفید ناشران بسیاری که در سراسر کشور وجود دارند اما قدرت تبلیغ کتاب ندارند، استفاده می‌کردید و به جای اینکه ۴ کتاب خودتان را در این طرح برای تبلیغ کتابخوانی ترویج کنید، ۱۰۰ کتاب خوب دیگر از ناشران دیگر را تبلیغ می‌کردید، اظهار داشت: این کار جزء برنامه‌های بعدی ما است که از سال آینده آن

را اجرا خواهیم کرد و در نظر داریم بزرگ‌ترین طرح فروش و تبلیغ کتاب را در کشور در خاورمیانه راه بیندازیم که از بیش از ۳ میلیون نسخه کتاب از ناشران مختلف حمایت شود و سامانه کتاب ۵۷ به سایتی بزرگ در سطح آمازون تبدیل شود تا کتاب همه ناشران فروخته شود.

وی افزود: ما هدفمان پول نبوده و گرنه در تبلیغات تلویزیونی منطق خیابانی فیلسوفان غربی را به چالش نمی‌کشیدیم و به مردم هشدار نمی‌دادیم که زندگی خود را بر مبنای این منطق قرار ندهند.

مدیر روابط عمومی کتاب‌های فجر در پاسخ به این سؤال که پس شما ۳ کتاب روانشناسی به همراه یک کتاب نصایح حضرت علی به فرزندش را در این طرح می‌فروشید: روانشناسی بحث گسترده‌ای است که ما فقط وارد حیطه علم انگرام یا همان ۹ تیپ شخصیتی شده‌ایم و در کنارش با تطابق این تیپ‌های شخصیتی با سخنان حضرت علی (ع) راهکاری را برای زندگی‌های امروزی ارائه کرده‌ایم.

محمدی همچنین در پاسخ به این سؤال که برداشت مردم از واژه ملی و طرح ملی، طرحی است که با حمایت دولت و توسط دولت انجام می‌شود و به نظر می‌رسد استفاده از عنوان ملی برای این طرح نادرست باشد، گفت: ملی یعنی اینکه طرحی در سطح کشور برگزار شود شما اگر به این طرح که مشارکت عمومی مردم را از سراسر کشور و از دورافتاده‌ترین روستاها جلب کرده که حتی نام این روستاها تا کنون به گوش ما نخورده بود، ملی نمی‌گویید به چه طرحی ملی می‌گویید؟ ضمن اینکه دولت هیچ حمایتی از این طرح نکرده اما باید از حمایت‌های

* چرا مهربانی شما شامل ناشران بسیار سخت کوش و فرهنگی ما نمی‌شود؟

سوم بارها در گفت‌وگو ما تاکید شد که این پروژه با همکاری و نهایت مهربانی شخص آقای ضرغامی و مشاوران و معاونان ایشان و به خصوص مدیر کل اداره بازرگانی سیما انجام شده است!

حال سؤال اینجاست که آقای ضرغامی! این کتاب‌ها را دیده است؟ آیا لطف رسانه ملی شامل دیگر ناشران سخت کوش و فرهنگی ما هم می‌شود؟ چرا این اتفاق برای این همه ناشر که سال‌هاست بی دریغ برای فرهنگ این مملکت زحمت می‌کشند نیفتاده است؟

چرا مهربانی و همکاری صدا و سیما فقط شامل ناشر خلق الساعه و البته سرمایه داری می‌شود که حاضر است میلیاردها تومان خرج کند؟ آیا رسانه ملی با ناشرانی که کتاب خوب دارند ولی پولی برای تبلیغ ندارند همین قدر مهربان است؟

مورد چهارم: گفته شد ما اگر فقط کاغذها را می‌فروختیم ۶ میلیارد تومان پول به دستمان می‌آمد و ۴ میلیارد تومان سود می‌کردیم پس باور کنید که ما دنبال سود نیستیم.

این ادعا قابل باور نیست به دلیل اینکه پیش بینی فروش ۸ میلیون نسخه کتاب که با فروش فعلی چندان دور از ذهن هم نیست. هر کتاب را ۲ هزار تومان فروش می‌رود ولی در بهترین حالت قیمت تمام شده آن ۳۰۰ تومان است و اگر ۱۷۰۰ تومان سود خالص را در ۸ میلیون نسخه ضرب کنیم می‌شود ۱۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان سود! فرض این که ۲ میلیارد تومان را هم صدا و سیما هزینه آگهی گرفته قابل قبول است. ۶۰۰ میلیون هم جایزه می‌دهند که البته در تیزرها اعلام می‌شود ۳۲۰ میلیون

خاص و ویژه معاونت فرهنگی وزارت ارشاد و به خصوص آقای دری (معاون سابق فرهنگی وزیر ارشاد) که در اجرای این طرح به ما کمک کردند تشکر کنیم.

* کمی درنگ...

مدیر روابط عمومی این طرح مواردی را مطرح کرد که کار بدتر از قبل شد! و ادعا که کالایی است که فراوان در این روزگار پیدا می‌شود.

اولاً او مدعی حمایت شرکت‌های صهیونیستی از این طرح شد که مدیر عامل شرکت قبول نکرده‌اند. سؤال این است که در موقعیتی که شرکت‌های داخلی از این طرح با خبر نشده‌اند چه طور شرکت‌های صهیونیستی با خبر شده‌اند؟! ارتباطی در کار بوده؟ و اگر این ادعا بلوف بوده که در همین راستا اصرارهای خبرنگار فارس درباره اینکه نام این برندها را ذکر کنید، بی پاسخ ماند، دلیلی ندارد برای خوب و موجه بودن خودتان دروغ‌هایی به این شاخ داری ببافید و خودتان را پنجه در پنجه رژیم صهیونیستی نشان دهید!

دوما ما می‌پرسیم چه طور یک فرد به تنهایی می‌تواند حامی طرحی به قول خودتان ۱۵ میلیاردی شود و شما جواب می‌دهید چون ایشان از جانبازان این مملکت است. آیا مردم با این ادعای شما تصور نمی‌کنند که چه طور جانبازان سرمایه‌های میلیاردی دارند؟ چند جانباز را می‌شناسید که ۱۵ میلیارد تومان سرمایه داشته باشد؟ پول نویسنده چه ربطی به جانبازی ایشان دارد؟ مگر اینکه سوء استفاده‌ای در کار باشد.

تومان. باز هم ۱۱ میلیارد تومان سود خالص می ماند. معلوم است که از فروش کاغذ به صرفه تر است!

** آنچه که فراوان است ادعا

مورد پنجم: ادعا شده ۹۰ درصد سود پول خرج موارد عام المنفعه می شود و می خواهیم آمازون دوم در سطح خاورمیانه راه بیندازیم! باز هم بگوئید... آنچه مشخص است این که بعد از پایان طرح هیچ نهاد نظارتی در این مملکت وجود ندارد که این ادعاها را پیگیری کند!

** مقایسه کتاب و تخم مرغ شانسی

مورد ششم: مدیر روابط عمومی این طرح ادعا کرد این کتابها، کتابهای جدیدی است که با کاری تلفیقی و ترکیبی میان ۹ تیپ شخصیتی و سخنان مولای متقیان راهکاری برای زندگی های امروز ارائه می دهد.

ما این کتابها را دیده ایم. (البته این کتابها توسط یک بازار یاب به دستمان رسید که اگر برای خبرگزاری مان هر چه بیشتر بخریم بیشتر تخفیف می گیریم و حداکثر تخفیف ۳۰۰ تومان است!) این ادعا درباره این کتابها کذب محض است. این کتابها نحیف هیچ راهکاری برای زندگی بهتر و شادتر ندارد. هیچ کار علمی میان سخنان حضرت علی (ع) و تیپهای شخصیتی نشده است. در هر کتاب تیپهای شخصیتی با اختصار فراوان آمده و پس از چندین صفحه یک حدیث هم از حضرت علی (ع) انتهای متن چسبانده شده است. کتاب علی

به فرزند فاطمه چه گفت هم چیزی نیست جز یک کپی و پیست از سخنان حضرت علی (ع). هیچ چیز نیست... نکته بدتر در این کتابها بخش اعلام قیمت آنها است که قیمت ۲ هزار تومان معادل قیمت یک تخم مرغ شانسی معرفی شده و یک محصول فرهنگی در مقام قیاس هم سطح و هم اندازه تخم مرغ شانسی پایین آمده است... همین یک جمله نشان دهنده نگاه مجریان این طرح به کتابها است..

** هر کسی می تواند ابو موسی برود؟

مورد هفتم: آقای مدیر روابط عمومی تاکید داشت که در خبرمان ذکر کنیم که قرعه کشی این طرح در جزیره ابوموسی و در روز ۲۲ اسفند انجام می شود و سپاه همکاری فراوانی را برای برگزاری این قرعه کشی در جزیره انجام داده است. گفتیم مگر این طرح به سپاه ربطی دارد و شنیدیم نه! اصلاً! پرسیدیم چرا روز ۲۲ اسفند قرعه کشی می کنید؟ شنیدیم: چون روز بنیاد شهید است و نزدیک به عید که ایام شادی مردم است! پرسیدیم مگر شما به بنیاد شهید ربط دارید؟ و شنیدیم نه اصلاً! پرسیدیم چه طور این همه برنده را به جزیره ابوموسی می برید و آقای مدیر جواب داد ما مسئولان را به جزیره می بریم البته به همراه خبرنگاران خبرگزاریهایی که با ما همکاری کرده اند! ضمناً از مسئولان صدا و سیما قول گرفته ایم برنامه به صورت زنده از یکی از شبکهها پخش شود...

مجریان این طرح به کجا وصل هستند که این همه از همه جا برایشان هزینه می شود؟

www.didban.ir

| www.didban.ir

۵۷ میلیون تومان پول نقد (جایزه ویژه کتاب های شعر)

کتاب های شعر
راه حلی برای زندگی بهتر و شادتر
استادکام پنهان کاغذی



www.Didban.ir

پایگاه تبیینی
و تحلیلی جریان شناسی