

# جمعه سیاه، سفید یا خاکستری؟



زینب مرزوقی  
خبرنگار گروه نشر روز

بعضی از ما برچسب تخفیف روی محصولات را که می بینیم، پیش می آید که حتی بدون توجه به ارزش واقعی یک محصول یا میزان تخفیفش، ترغیب به خرید می شویم. تخفیف بلک فرایدی یا جمعه سیاه در آخرین جمعه ماه نوامبر در کشورهای اروپایی و آمریکایرگزار می شود. بسیاری از برندهای معروف و فروشگاه‌ها در این روز و به مناسبت نزدیک شدن به کریسمس، تخفیف‌های ۵۰ الی ۹۰ درصدی روی محصولات خود اعمال می‌کنند. چند سالی می‌شود که در کشورمان نیز به تقلید از بلک فرایدی غربی، شاهد اعمال تخفیفات در برخی از فروشگاه‌ها، سایت‌های آنلاین خرید و برندهای مختلف ایرانی هستیم. اما چقدر این اعمال تخفیف‌های فروشگاه‌های ایرانی واقعی است و اصلا بلک فرایدی در کشورمان تا چه میزان به بلک فرایدی غربی نزدیک است؟

## خرید بی بهانه

همان طور که در خطوط بالا اشاره کردیم، فلسفه بلک فرایدی در کشورهای غربی، نزدیک بودن به کریسمس و به تعبیری انبارگردانی در آستانه سال نو میلادی است. از این روز مردم برای آغاز سال نو، از این انبارگردانی استقبال می‌کنند. بنابراین می‌توانیم بگوییم که بلک فرایدی در دل پاییز سرد ایرانی امری غیرقابل درک و تاحدودی بی‌معناست؛ چراکه هیچ مناسبتی نیست که به بهانه آن از انبارگردانی فروشگاه‌ها و مغازه‌ها استقبال کنیم. در غرب، بهانه کریسمس است اما در ایران ما مناسبت و بهانه‌ای در تقویم برای یک خرید انبوه وجود ندارد. از این رو، بهانه اصلی این اعمال تخفیف را در کشور نداریم؛ چراکه روزهای قابل توجهی تا آخر سال ایرانی مانده است و عملاً انبارگردانی در وسط پاییز به کار نمی‌آید. اگر واقعا تخفیف‌های ۵۰ الی ۹۰ درصدی به نفع خریدار ایرانی است، پس بهتر بود که در انتهای سال روی اجناس اعمال می‌شد؛ چراکه هم بهانه مناسبتی وجود دارد و هم در آن مدت، میزان خرید مردم نسبت به سایر ماه‌های سال به بهانه آغاز سال نو بیشتر است. بنابراین فرودنده ایرانی اگر به دنبال فروش انبوه است و برای این فروش انبوه هم به فکر سود مشتری از یک تخفیف واقعی است، بهتر بود که در آستانه سال نو تخفیفاتی با عنوان جمعه سیاه یا بلک فرایدی استفاده کند تا اجناس را با قیمت مناسب به فروش برساند و هم مشتری در این فروش، سود قابل ملاحظه‌ای برد. برای همین، به نظر می‌رسد که بلک فرایدی آرزوهای آتقدرها که باید به نفع خریداران نیست؛ چرا که هم بی‌مناسبت است و هم آتقدرها که باید واقعی نیست.

## وقتی قیمت‌ها یک است!

اما چرامی گوئیم بلک فرایدی در کشورمان واقعی نیست؟ بایک جست‌وجوی ساده به پاسخ این سوال هم می‌توانیم برسیم. ردفضای مجازی کاربران زیادی گزارش‌هایی از افزایش قیمت تاگهائی محصولات برخی از برندهای ایرانی داده‌اند. مثلاً یکی از برندهای چرم معروف، در آستانه بلک فرایدی سدکشن چرم یک میلیون یو به دو میلیون خرده‌های افزایش می‌دهد و در فروش بلک فرایدی، قیمت واقعی‌اش را به عنوان قیمت تخفیف داده شده، به خریدار قالب می‌کند. قصه تخفیف‌های بلک فرایدی در کشورمان دقیقاً همین است. برندها و آنلاین‌شاپ‌ها چند روز پیش از شروع بلک فرایدی، قیمت‌ها را افزایش می‌دهند و سپس ناگهان در آستانه جمعه سیاه، روزشمار تخفیف‌ها را برای مشتری آغاز می‌کنند تا تاثیر روانی یک خرید ارزان، خریدار ترغیب بشود محصول را بخرد و این ذهنیت نیز برای او شکل بگیرد که یک خرید پرسود داشته است.



## انبارگردانی به بهانه جمعه سیاه

بلک فرایدی ایرانی در واقع یک بازی روانی میان فروشنده و خریدار است. فروشنده با تبلیغات فراوان اجناس موجودش را تبلیغ و با شعار ارزان فروش نسبت به قیمت واقعی، خریدار را ترغیب می‌کند که کالا را با یک تخفیف صوری، خریداری کند. از طرفی دیگر بعضی از این کالاها، کالای باقی مانده در انبار فروشنده است و فروشنده با تبلیغ گسترده قصد دارد بایک فریب روانی، از شر اجناس باقی مانده‌اش به شیوه‌ای خلاص شود. برای همین با اعمال یک تخفیف به ظاهر شگفت‌انگیز و رویایی، خریدار را تشویق به خرید آن اجناس می‌کند و خریدار هم با خرید آن کالاها به انبارگردانی و هدف فروشنده کمک کرده است. در نهایت مجدد کسی که از این شکل از عرضه کالا سود می‌برد، فروشنده است و نه خریدار؛ چراکه فروشنده بالاخره از اجناس قدیمی خلاص شده و هم به میزان قیمت خرید آن کالا، سود قابل ملاحظه‌ای هم به جیب زده است و از این هم تر خریدار هم متوجه قیمت غیرواقعی کالانشده است؛ چراکه کالا با عنوان تخفیف چند ده درصدی به فروش رفته است و مشتری خیال می‌کند آنکه در این خرید و فروش سود کرده، اوست در صورتی که این عرضه، یک نوع انبارگردانی به حساب می‌آید نام شیک و بیزک شده‌اش، شده بلک فرایدی.

## پیش فروش ذهن‌ها در بلک فرایدی

از سوی دیگر فروشنده با نام تخفیف چند درصدی برای مشتری نیازسازی می‌کند. چگونه؟ وقتی ما با کالایی با تخفیف ۶۰ یا ۷۰ درصدی رویه روی می‌شویم، گاهی اوقات کاربرد آن کالا نیاز داشتن و نیاز داشتن به استفاده از آن کالا دیگر برایمان مهم نیست و امکان دارد بدون توجه به نیازمندی به آن کالا، صرفاً برای بهره‌مندی شدن از آن تخفیف‌تن، به خرید یک کالای بی‌ارزش بدهیم. هنگامی که یک تخفیف ۷۰ درصدی روی کالا اعمال می‌شود مشتری به دلیل این تخفیف صوری احساس نیاز به خرید

آن کالای می‌کند و با احساس نیاز کاذب تن، به خرید کالایی می‌دهد که شاید نهایت استفاده از آن یک یا دو بار باشد. به جز انبارگردانی و ایجاد احساس نیاز در مشتری برای یک خرید به ظاهر ارزان، آنچه که در این بین اغلب آن فراموش می‌کنیم این است که اساساً چرا باید فروشنده روی محصول خود چنین تخفیفاتی نجومی اعمال و ضرر کند؟ چرا باید در عرضه و فروش کالا به جای اینکه به فکر سود خودش باشد، به دنبال جلب رضایت مشتری و سود او باشد؟ رسیدن به پاسخ دقیق این پرسش‌ها شاید آتقدرها ساده نباشد اما آنچه که در خلال شوق خرید در بلک فرایدی به فراموشی سپرده می‌شود این است که فروشنده با شعار جهانی تحت عنوان بلک فرایدی به دنبال سودآوری بیشتر از مشتری است و اساساً سرمایه‌دار همیشه به فکر کسب سرمایه مد نظر خود از طریق عرضه و فروش محصولاتش است و هیچ فروشنده‌ای در هیچ کجای دنیا به دنبال ضرر و زیان از طریق فروش محصول خودش نیست.

## بالا بردن سنّوی سایت از طریق کلیک‌ها

داستان آنلاین‌شاپ‌ها هم چیزی شبیه به همین است. شمارا به لینک مورد نظرشان و سایت می‌کنند تا با چرخیدن در سایت و پیدا کردن کالاهای مورد نظر قیمت مورد نظرشان را ببینند و کلیک‌ها را با رابریزند و در سنّو و بازدید سایت، بدون اطلاع از این فرآیند تاثیرگذار باشید. آن وقت است که حتی بدون فروش یک قلم جنس هم، باز برنده این بازی آنلاین‌شاپ‌ها هستند. سال ۹۹ و در شرایط حساس کرونایی بود که فروشگاه‌های در شهرک غرب تهران به مناسبت بلک فرایدی اعلام کرد که اجناس سرو رانتهای با قیمت ۳۹ تومان عرضه می‌کنند. مردم هم برای خرید به این فروشگاه هجوم بردند و اینکار باعث ازدحام جمعیت شد. به دنبال ایجاد ازدحام جمعیت و انتشار فیلم و تصاویر زننده از آن فروشگاه، مرکز اطلاع‌رسانی پلیس پایتخت اعلام کرد: «در پی انتشار فیلمی در فضای مجازی از یکی از مجتمع‌های تجاری شهرک غرب

عاطفه مرادی اسلامی، مدیر مرکز مطالعات پارلمان اندیشکده حکمرانی شریف در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

# افشاگری قانونمند در اصلاح رفتار نمایندگان موثر است



در راستای مبحث اصلاح قانون نظارت بر رفتار نمایندگان، عاطفه مرادی اسلامی، پژوهشگر اندیشکده حکمرانی شریف به تشریح مسائل و موانع شکل‌گیری قوانین ناظر به رفتار نمایندگان و تحلیل و ارائه راه‌حل‌های ممکن پرداخت.

مشروح صحبت‌های او را در ادامه می‌خوانید.

## باید تکلیف‌مان با پیش‌فرض‌های موجود مشخص شود

مدیر مرکز مطالعات پارلمان اندیشکده حکمرانی شریف در ابتدا با بیان این پرسش که آیا باید بین استقلال عمل نماینده و شفافیت و پاسخگویی او تعادلی باشد، گفت: «نماینده معتقد است من در راستای وظیفه حق خود افشاگری می‌کنم، اما نهاد نظارتی می‌گوید او افزایش یا اسرار امنیتی را فاش کرده. البته برخی از موارد، قهرمان‌سازی‌هایی است که از دل برخی وقایع رقم می‌خورد. نماینده برای اینکه رای بیابد یا محبوب بماند، بدون سند و مدرک و اطمینان دست به افشاگری می‌زند تا از خود قهرمان بسازد و از مردم رای بگیرد. نماینده می‌گوید برای جلوگیری از فساد بزرگ، افشاگری کردم. عده‌ای می‌گویند نه، شما تهمت و افزایش‌دهی، حالا قانونگذار و نهاد نظارتی باید تصمیم بگیرد افشاگری حتی به قیمت چند مورد اشتباه وجود داشته باشد یا کالابسیاطم برچیده شود. یکی از مباحث مطرح در حوزه افشاگری، محافظت از افشاگران فساد و دادن امتیاز به آنها بود. مثلاً ما پیشنهاد دادیم اگر کسی فساد را به درستی گزارش داد، بخشی از آن مقدار پولی که به واسطه افشاگری وی به دست می‌آید را به خود او بدهیم. در کشورهایی که رقابت سیاسی وجود دارد و قوانین از حق افشاگری رسانه‌ها حمایت می‌کنند، نماینده‌ها رفتارشان به مراتب چهارچوب‌مندتر است. وقتی فضای درستی برای افشاگری و افزایش اعتماد عمومی موجود نباشد، افشاگری در فضای غیررسمی شکل می‌گیرد و منجر به شایعه‌پراکنی و از بین رفتن اعتماد عمومی می‌شود.»

## در انتظار فرآیند دادرسی منصفانه رفتار نمایندگان

او در ادامه گفت: «هیات نظارتی مجلس از هفت هشت نفر که از الزامات تفکرات و جریان‌ات متفاوتی نیستند، تشکیل شده. طبیعتاً در چنین شرایطی ممکن است له یا علیه شخصی تباہی صورت گیرد. در کشور ما فرآیند دادرسی منصفانه وجود ندارد. قانون نظارت رفتار نمایندگان، قانون مبهمی است. در برخی کشورها بایک تعادلی بین حزب اکثریت و حزب اقلیت در هیات نظارت شکل می‌گیرد و نهادی وجود دارد به اسم کمیسیون که از مجلس مستقل است، یا اینکه کمیسیون نظارت را از اشخاصی تعیین می‌کنند که از جریان یا حزب حاکم مستقل باشند. در برخی کشورها، دستگاه‌های اطلاعاتی امنیتی یا نهادهای نظارتی همکاری می‌کنند. اما در کشور ما، دستگاه‌های مربوط به امنیت هم ملزم به اشتراک‌گذاری اطلاعات نماینده با هیات نظارت نیستند. به صورت کلی نمایندگان به خاطر تعارض منافع یا با قوانین آیین رفتار نمایندگی موافقت نمی‌کنند یا به سختی با برخی موارد آن موافقت می‌کنند.

که در آن به دلیل حراج اجناس یکی از فروشگاه‌های این مجتمع تجاری، تعداد زیادی از شهروندان در فضای بسته بدون رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی برای خرید تجمع کرده بودند، موضوع بررسی و برای حفظ سلامت شهروندان، اداره اماکن پلیس امنیت عمومی پایتخت از ادامه فعالیت این واحد صنعتی جلوگیری به عمل آورد.»

## ایجاد ولع برای خرید

آنچه که در تمام این سال‌ها درباره بلک فرایدی خارجی از جانب ما مورد نقد قرار می‌گرفت دقیقاً همین کالاگرایی دور از شأن و منزلت انسانی در غرب بود. ایجاد یک شور کاذب برای به دست آوردن یک کالا، تنه به تنه زدن آدم‌ها برای زودتر رسیدن کالاها و در نهایت رقابت تحقیرآمیز در خریدن اجناس. اکنون ما در سبک و سیاقی شاید شکل‌تر از غرب، فرهنگ‌ی را وارد کرده‌ایم که افراد جامعه را تشویق به کالاگرایی می‌کند و افراد وارد رقابتی دور از شأن برای خرید می‌شوند. در تجربه بلک فرایدی سال ۹۹ دیدیم که چگونه با اعمال یک قیمت غیرواقعی، افراد بدون توجه به شرایط حساس کرونایی باعث ازدحام جمعیت شدند و ناگهان این فروشگاه‌ها نبود که روی اجناس قیمت گذاشته بود بلکه این ما بودیم که در جریان کالاگرایی خودمان را از زبان به فروشگاه‌ها سپرده بودیم. داستان بلک فرایدی غربی و بلک فرایدی ایرانی شبیه به تفاوت خوردن فلافل در ایران و فلینان است. در تهران به ما غذای با فلافل عرضه می‌شود. وقتی به لبنان می‌رویم و این غذا را سرو می‌کنیم، تفاوتش با فلافل تهران را به وضوح می‌فهمیم و متوجه خواهیم شد که آنچه که به ما عنوان فلافل عرضه شده با آنچه که در بیروت سرو شده تا چه میزان متفاوت است و طعمش فرق دارد. تخفیف‌ها در بلک فرایدی ایرانی و بلک فرایدی آمریکایی چه چیزی شبیه به همین است. تحمل یک خرید غیرعادلانه، انبارگردانی و تخفیف‌های غیرواقعی در جمعه سیاه ایرانی فروشنده‌گان و تخفیف‌های ۵۰ الی ۹۰ درصدی در ویج‌های خارجی، تفاوت همان ساندویچ فلافل تهران و بیروت است.

عمومی را قانع کند و اگر احکام هیات نظارت را تأیید نکند، حکم مجدد مورد بررسی قرار بگیرد و اگر تغییری نکند، هیات نظارت آن را با استناد خود منتشر کند، اما مشخص بود که زیر بار انتشار استنادل نمی‌روند. در چنین فضایی افکار عمومی قانع نمی‌شود و اعتماد عمومی از بین می‌رود.»

## نمایندگان نباید قدرت زور گوئی به وزرا را داشته باشند

مرادی اسلامی در ادامه بیان داشت: «برخی دخالت‌های نمایندگان بر سر انتصاب اشخاص است که اگر فضا و زور اسرپیچی کنند، ممکن است استیضاح شوند. نمایندگان در بسیاری از کشورها، حق پیشنهاد دادن بر انتصاب یا بر سرنگاری از روند‌های قضایی را دارند. اما نمی‌توانند با رفتار دستوری در انتصابات و احکام و مسائل قضایی دخالت کنند.»

## قوانین کفیری نمایندگان باید ضمانت اجرایی داشته باشد

اوضضات اجرایی برای قوانین کنترلگر نمایندگان را ضروری شمرده و گفت: «ضمانت اجرایی مهم است. اگر نماینده تخلفی را انجام دهد و هیچ ضمانت اجرایی برای کفیر تخلف او نباشد، نمایندگان احساس خطر نمی‌کنند و ممکن است با خیال آسوده رفتارهای متخلفانه انجام دهند. برای مثال ما ضمانت اجرای اخراج نماینده را نداریم. این ممکن است در بقیه کشورها هم به ندرت اجرا شود، اما به هر حال قانونی است که باعث می‌شود نماینده احساس خطر بیشتری بکند و بیشتر مراقب رفتار خود باشد. البته اینکه تجربه مردم سالاری در کشور ما کمتر است و نمی‌شود مقایسه کرد درست است، اما به هر شکل مسائل مشترکی وجود دارد و راهکارهایی برای ارائه شده.»

## طرح تناسی می‌تواند آمار مشارکت را بالا ببرد

مدیر مرکز مطالعات پارلمان اندیشکده حکمرانی شریف در دفاع از طرح تناسی شدن انتخابات بیان داشت: «در طرح تناسی انتخابات مردم می‌دانند در بدترین حالت ممکن هم اگر حتی جریان غالب نباشند، می‌توانند در مجلس برای نمایندگان خود کرسی داشته باشند. این طرح، رقابت حزبی را در اشکالی تقویت می‌کند و باعث می‌شود احزاب، افراد خیره و کارکنته‌های را در لیست خود برای گرفتن کرسی‌های مجلس قرار دهند و انتخابات را بیش از پیش جدی بگیرند. فعالیت احزاب در صورت تصویب این طرح حرفه‌ای تر می‌شود. احزاب برای فرستادن به مجلس نیرو تربیت و برای نیروهای خود، برنامه و شکل فعالیت سیاسی مشخصی را تعیین می‌کنند.» طرح تناسی باعث می‌شود تکلیف نمایندگان برای کاری که می‌خواهند انجام دهند مشخص شود. باعث می‌شود نمایندگان با انجام کار گروهی آشنا شوند و در این قالب کار خود را پیش ببرند. طرح تناسی این امید را می‌دهد که واقعا فضای حکمرانی در پارلمان با افرادی با تفکرات و ایدئولوژی‌های متنوع و متفاوت شکل می‌گیرد و مردم سالاری را تقویت می‌کند. مشارکت در حال حاضر برای ماه‌ها خاطر شرایط کشور خیلی مهم است. نهاد مردم سالاری را نهاد انتصابی اشتباه گرفته شده است.»

مذکره باشد و چهارچوبش در قانون به صورت دقیق مشخص باشد نه تنها بد نیست بلکه می‌تواند به پیشرفت و توسعه فضای کشور کمک کند. لفظ‌هایی که در قوانین هست باید معنی‌شان به صورت دقیق مشخص باشد. برای مثال در قانون آمده که رفتار نماینده نباید خارج از شأن نمایندگی باشد. خوب تعریف شأن نمایندگی چیست؟ قطعاً شأن نمایندگی از نظر افراد مختلف، تعاریف مختلفی دارد یا الفاظ دیگری نظیر «سوء رفتار» یا «اعمال نفوذ ناروا»؛ خوب اینجا چه معنایی دارند؟»

## نهاد نظارتی باید کارکرد مشورتی هم داشته باشد

مدیر مرکز مطالعات پارلمان اندیشکده حکمرانی شریف در ادامه به تشریح کارکرد مهمی از نهادهای نظارتی پارلمانی پرداخت: «برخی مواقع خود نماینده و اقلیتی داند در زمین چه کسی بازی می‌کند، مثلاً ممکن است بدون اطلاع به میهمانی ای برود که یک مفسد اقتصادی یا هنرمندی با مشکلات امنیتی حضور داشته باشد و بعد از طرف نهاد‌های نظارتی از او توضیح بخواهند. اگر کمیسیون‌ری باشد که از پیش نظارت کند و مشاوره بدهد، چنین وقایعی رخ نمی‌دهد. نهاد کمیسیون فقط وظیفه‌اش بررسی تخلف نیست، بلکه مشاوره می‌دهد و پیش از وقوع برخی مسائل نماینده را راهنمایی می‌کند. کمیسیون موارد تخلف بررسی می‌کند و پیش از آن به نماینده تذکر می‌دهد. ماطرحی ارائه کردیم که به جای کمیسیون از وازه مستشار استفاده کردیم و این نقش‌ها را به او اطلاق کردیم. در این طرح نماینده باید تمام کارها و رفتار و آمد‌هایش را با مستشار در میان بگذارد تا مستشار به او مشورت دهد. در کشور ی مثل کانادا، کمیسیون و نهاد نظارتی حتی دریافت‌های مالی‌اش هم مستقل از مجلس است تا با استقلال کامل بتوانند وظیفه نظارتی خود را انجام دهد. به صورت کلی نهاد ناظر سه شکل دارد: کاملاً داخلی یا کاملاً خارجی یا ترکیبی است. ما پیشنهاد داده‌ایم که کمیسیون‌ری از طرف قوه قضائیه معرفی شود و مجلس تأیید کند. یعنی شکلی ترکیبی داشته باشد.»

## نابید نهاد نظارتی دچار هیجان شود و تصمیمات ناپخته بگیرد

وی در ادامه با اشاره به برخی فضاهای هیجان‌زده‌ای که نسبت به برخی نمایندگان مجلس شکل گرفته، گفت: «اشخاصی که تجربه بالایی در نمایندگی دارند، مثلاً شخصی که سه دوره نماینده بوده است، تجربه و فهم بالایی از این دارد که چگونه باید از یک نماینده محافظت کرد و نباید با رفتار او را مورد بررسی قرار داد. این کار از جوانگی برای بررسی رفتار نمایندگان جلوگیری می‌کند. بهتر بود به جای قانون شفافیت آرا که در دست تصویب بود، طرح شفافیت عملکرد ایجاد می‌شد و مورد بررسی قرار می‌گرفت؛ زیرا شفافیت آرا ممکن است به تصمیم‌گیری‌های پوپولیستی توسط نماینده برای رای جمع‌کرد منجر شود. اما بررسی عملکرد او اهمیت بیشتری دارد و او را در مساحت‌های متنوعی نظیر فعالیتش در کمیسیون‌های ریافت و آمد‌هایش با اشخاص و افراد مورد بررسی قرار می‌دهد. ما در طرح اصلاحی، پیشنهاد تشکیل هیات منصفه‌ای را داده‌ایم که احکام هیات نظارت را مورد بررسی قرار دهد و افکار

