

مراقب مثلث خواب خرگوشی عجیب دستگاه‌های نظارتی طمع مشتری و ضربه‌های سلبریتیسم باشیم

# کروش کمپانی‌های جدید در راهند؟



زینب مزرقی خبرنگار گروه نقد روز

شهر؛ در نهایت در یک تاریخی، تامین گوشی برای ثبت نام‌کنندگان متوقف می‌شود و پول مردم به جیب زده می‌شود!

شاید بی‌راه نیست که قدیمی‌ترها گفته‌اند: «هیچ ارزانی بی‌علت نیست.» کروش کمپانی اولین و آخرین شرکتی نیست که فعالیتش شائبه دار است. اما براساس چه عقل و منطقی مردم دستگاه‌های که در بازار بالای ۳۵ میلیون تومان است، باید ۲۰ میلیون تومان عرضه شود؟

در چند روز گذشته، بسیاری ادعا کردند پیش از برملا شدن کلاهبرداری این شرکت، عجیب بودن نحوه فعالیت آن را به آشنایان شان اطلاع داده بودند. یک کاربر در توییت نوشته بود یکی از دوستانش هرچه سرمایه داشت رافروخته و ۹۳ دستگاه گوشی آیفون را از شرکت کروش کمپانی پیش خرید کرده بود و برای شب عید منتظر بود این دستگاه‌ها را وارد بازار کند. پیش خرید ۹۳ دستگاه یعنی دادن بالای یک میلیارد تومان پول به صاحبان شرکت. یعنی دقیقاً آنچه صاحبان شرکت به دنبالش بودند. اعتماد بالای مردم برای پرداخت پول‌های هنگفت و در نهایت کلاهبرداری از آنها. کار به جایی رسیده بود که مردم روی تامین آن دستگاه‌ها از سوی کروش کمپانی، سرمایه‌گذاری کرده بودند و تنها برای تامین یک دستگاه به سراغ نشان نمی‌رفتند، بلکه سرمایه‌شان را تمام و کمال در اختیار این شرکت قرار دادند تا از طریق گوشی‌های تامین‌شده از سوی این شرکت به سودآوری برسند.

آذرماه وقتی برای تهیه گزارش میدانی به سراغ این شرکت رفتم، افراد بسیاری را دیدم که با وجود اینکه با مشتقت و حضور ضابط قانون، گوشی‌شان را تحویل گرفته بودند اما باز هم برای ثبت نام یک دستگاه گوشی دیگر به شعبه صادقیه شرکت مراجعه کرده بودند. با این استدلال که از طریق خرید گوشی زیرقیمت بازار، هم پول و سرمایه‌شان باقی می‌ماند و هم به سود قابل ملاحظه‌ای می‌رسند. شاید بتوان گفت وقتی کروش کمپانی به خود اجازه فعالیت و حضور گسترده برای کلاهبرداری داد که مردم بدون هیچ تحقیق و بی‌هیچ منطقی سرمایه‌های پول‌های هنگفت‌شان را به آن سپردند. یعنی صاحبان و مالکان کروش کمپانی روی اعتماد بی‌جا حساب باز کرده بودند.

جنبه دوم اما حضور سلبریتی‌ها و چهره‌ها برای تبلیغ این شرکت بود. کروش کمپانی برای اعتمادسازی به سراغ چهره‌ها و سلبریتی‌ها رفته بود. این یعنی از یک سو خود کروش کمپانی برای حضور این سلبریتی‌ها هزینه مادی کرده بود و از سوی دیگر هم سلبریتی‌ها برای تبلیغ این شرکت هزینه معنوی کرده و از اعتبارشان برای جلب و جذب خریداران استفاده کرده بودند. این جنبه از ماجرا اما برای سلبریتی‌ها در دو سرباخت است. اگرچه پول تبلیغ‌شان را گرفته‌اند اما در جریان کلاهبرداری کروش کمپانی بازنده هستند؛ چراکه مردم زیادی به اعتبار تبلیغ و حضورشان در شرکت کروش کمپانی، به این شرکت اعتماد کرده بودند.

جنبه سوم در تحلیل ماجرای کروش کمپانی، ضعف نهاد‌های نظارتی است. با وجود اینکه دو ماه گذشته، برخی از مردم از طریق شکایت توانسته بودند به دستگاه‌های وعده داده شده برسند و ضابط قضایی نیز از ثبت نامی‌های جدید جلوگیری می‌کرد اما مالکان و صاحبان این شرکت تحت پیگرد قضایی قرار نگرفتند و البته این شرکت همچنان از طریق حساب اینستاگرامی و بیلبوردهای تبلیغی در سطح شهر به تبلیغات خود ادامه داد. بدیهی و منطقی این بود که دو ماه گذشته پس از مراجعه مردم به نهاد‌های نظارتی و امنیتی، صاحبان این شرکت به دلیل کلاهبرداری ممنوع‌الخروج شوند بالااقل به طور کل فعالیت این شرکت متوقف شود اما این اتفاق نیفتاد و همچنان سایت، صفحه اینستاگرام و شعب کروش کمپانی فعال بودند. پرسش اصلی در بررسی این مساله این است که دلیل عدم نظارت نهاد‌های مربوطه در دو ماهی که فعالیت کروش کمپانی به طور واضحی شائبه دار بود، چیست؟

## کروش کمپانی اولین و آخرین کلاهبردار پانزی نخواهد بود

بدون شک کروش کمپانی اولین و آخرین شرکتی نخواهد بود که از طریق اعتمادسازی و هزینه‌تراشی برای چهره‌ها و سلبریتی‌ها، کلاه از سر مردم برمی‌دارد. اما نقش نهاد‌های نظارتی در جریان فعالیت چنین شرکت‌هایی چیست؟ آیا تنها به این بستگی دارد که در ابتدا مردم برای از دست دادن سرمایه خود شاک می‌شوند پس از اینکه کار از کار بگذرد به سراغ صاحبان چنین شرکت‌هایی می‌روند؟ مهم سلبریتی‌ها و چهره‌ها در از دست رفتن پول مردم چقدر است و آیا نباید از طریق قانون به سراغ چهره‌هایی رفت که در اعتمادسازی چنین شرکت‌هایی دخیل بودند و پرسش اصلی این است که نهاد‌های نظارتی چرا پس از وقوع حادثه باید ورود کنند و در تمام این مدت، به شرکتی مانند کروش کمپانی اجازه فعالیت دهند؟

# دیوار کج سلبریتسیم و کلاهبرداری جدید

علی ملکی خبرنگار گروه نقد روز

از سوزه‌های پرسروصدا و جنجالی چند روز اخیر رسانه‌ها موضوع شرکت کلاهبرداری است که با تبلیغات گسترده برخی چهره‌ها و سلبریتی‌ها توانست خود را به سرعت در فضای تجاری مطرح کند. این امر در کشورهای مختلف دنیا کاملاً مرسوم است و اتفاقی از مهم‌ترین شریان‌های کسب درآمد برای افراد مشهور همین تبلیغات است. یک دوربین اجرائی اکت‌های ساده و بیان چند جمله کوتاه و مبالغه‌آمیز در وصف یک شرکت درآمدی برابر چندین ماه کار مداوم را به همراه دارد و سخت می‌شود از چنین فرصت‌های وسوسه‌انگیزی چشم‌پوشی کرد.

## روناالدو کارداشیان هم قربانی شده‌اند

کلاهبرداری شرکت‌های فعال در زمینه‌های مختلف همواره مورد توجه بوده و همین مساله باعث شده است که سرمایه‌گذاران حساسیت و دقت زیادی در خصوص فعالیت‌های خود داشته باشند. البته همچنان عده‌ای هستند که در نتیجه سهل‌انگاری، چوب حراج به اموال و اعتبار خود می‌زنند. یکی از همین عوامل باعث شد تا کریستیانو رونالدو، ستاره فوتبال در معرض شکایت یک میلیارد دلاری قرار گیرد. رونالدو که در صفحات مجازی خود اقدام به تبلیغات برای صرافی بایننس، بزرگ‌ترین صرافی رمز ارز در جهان کرده بود پس از محکومیت این شرکت به نقض قوانین پولشویی در آمریکا، انتقال غیرمجاز پول و نقض تحریم‌ها عده‌ای از مالباختگان علیه او شکایت کرده و خواهان پرداخت غرامت شده‌اند. شاکیان مدعی آن‌ده رونالدو در کلاهبرداری شرکت بایننس همکاری داشته است. آنها معتقدند که او می‌توانست با استفاده از تجربیات سرمایه‌گذاری و امکانات خود برای استفاده از این مشاوران و جلوه‌گری از این اتفاق موثر باشد. علاوه بر این کارداشیان هم با تبلیغ برای یک شرکت ارز دیجیتال که به بعداً کلاهبرداری محکوم شد به پرداخت ۱۲۶ میلیون دلار غرامت محکوم شد و موظف شد که از انجام هرگونه تبلیغ مشابه برای یک دوره سه‌ساله خودداری کند.

## قهر با راستی آزمایی

پشت پرده سیستم سیاه‌مارکتینگ کروش کمپانی برای تبلیغ‌کنندگان آن پشیمیده بود، حتی دستگاه‌های نظارتی هم از آنچه که در قلب تهران در حال رخ دادن بودن بی‌خبر بودند. طبق گزارش‌ها در ابتدای ماجرای کمپانی در راستای اعتمادسازی میان مردم تعدادی از سفارشات را با موفقیت ثبت کرده بود است. بنابراین نمی‌توان سلبریتی‌ها را از اساس مورد سرزنش قرار داد. اما مسئولیت اجتماعی که متوجه آنهاست نباید فراموش شود. روزگاری مسئولیت تبلیغات شرکتی به عهده آمدن جوان و برنامه‌خندوانه بود. جوان در فرآیند این اسپانسرینگ از خط تولید این شرکت بازدید کرده بود و تصاویری از آن منتشر شد. هر چند این کار هم در راستای تبلیغات برای آن برنده بوده اما این دقیقاً همان درس پذیرش مسئولیت اجتماعی است. سلبریتی‌هایی که دنبال‌کنندگان آنها به چندین میلیون نفر می‌رسد باید خود را مسئول در برابر مسائل اجتماعی بدانند. چه بسا که مساله‌ای در نتیجه اقدام همان سلبریتی به وجود آمده باشد.

در این مساله جای خالی یک موضوع دیگر نیز حس می‌شود و آن هویت‌سنجی و راستی‌آزمایی است. چهره‌های مشهور معمولاً به دلیل پیوند‌های زیادی که برقرار می‌کنند افرادی را تحت عنوان مدیر برنامه یا مشاور در خدمت می‌گیرند تا ارتباطات آنها با دقت و سهولت بیشتری صورت گیرد. در ماجرای کروش کمپانی و حدود

۳۵ سلبریتی که پایشان میان ما جراست، مدیر برنامه‌های متخصص و تجربیات‌شان در تبلیغات متعددی که تاکنون انجام داده‌اند چرایک نفر از آنها متوجه خلی در این سیستم سراسر مشکوک نشد؟

## کروش کمپانی رفت؟ به من چه!

الهام حمیدی، یکی از تبلیغ‌کنندگان ضمن عذرخواهی از مردم اعلام کرد: «بابت اتفاق پیش آمده بسیار متاسفم و من مثل شما فریب خوردم. قبل از معرفی این شرکت توسط مدیر برنامه و دوستانم به صورت حضوری تحقیقاتی انجام شد بابت احراز هویت، سلامت کالاها و تحویل به موقع به مشتریان که در اون تایم همه چیز بدون مشکل انجام می‌شد و مدارک کتبی هم برای ما ارسال کردن. متأسفانه در حال حاضر این اتفاق ناراحت‌کننده به وجود آمده. بنده به همراه وکیل خود پیگیر این موضوع هستم و تا انتها کنار شما عزیزان حضور دارم.» این واکنش همان چیزی است که مسئولیت اجتماعی افراد را موظف به انجام دادن آن می‌کند. حمیدی ابتدا از اتفاق رخ داده ابراز تاسف می‌کند و توضیحاتی می‌دهد. سپس با مالباختگان همدردی می‌کند و به عنوان یکی از اضلاع ماجرای کمپانی می‌گوید که پیگیری ماجرا خواهد بود. در نقطه مقابل محسن افشانی هم به عنوان یکی دیگر از تبلیغ‌کنندگان با ادبیاتی طلب‌کارانه و در بحبوحه فشار بر افکار عمومی می‌گوید که اگر آنها جمع‌کنند و رفتند به مارتی نداشتند آقای افشانی نمی‌داند که این واکنش عجولانه و گستاخانه و افکار عمومی را بیش از پیش درگیر این موضوع می‌کند.

## حداقل از اعتبار خودتان دفاع کنید

سلبریتی‌هایی که دست به تبلیغ این کمپانی زدند طبیعتاً هم دستمزد خوبی دریافت کردند و هم یک موبایل آخرین مدل هدیه گرفتند اما در فراموشی این ماجرا آنها جزء مالباختگان هستند. پلیس امنیت اقتصادی از دستگیری همدستان مدیر این کمپانی و توقیف اموال او خبر داده، یعنی این امید وجود دارد که وجوه مشتریان به حساب آنها بازگردد. اما اعتبار سلبریتی‌ها چگونه به آنها باز خواهد گشت؟ تا لحظه نگارش این یادداشت تنها دو نفر از آنها به این موضوع واکنش نشان دادند که به هر دو آنها پرداخته شد. اما سکوت دیگر چهره‌ها از هیچ جهت پذیرفتنی نیست. از جهت مسئولیت اجتماعی ممکن است برخی از آنها مثل محسن افشانی درکی از چنین مولفه‌ای نداشته باشند؛ اما تلاش برای بازگرداندن اعتبار از دست رفته چه می‌شود؟ کاش کسی از نزدیکان این افراد به آنها گوشزد کند که اگر مسئولیت اجتماعی برایتان مهم نیست حداقل بیایید و از آبروی خود دفاع کنید.

## بنیانگذاران دیوار کج

در نهایت امسالی که ایجاد می‌شود این است که چطور کروش کمپانی این تعداد افراد سرشناس را مجاب کرد تا برایش تبلیغ کنند و این هزینه‌گزاران را از کجا آورده بود؟ اولین سلبریتی که حاضر شد برای این کمپانی تبلیغ کند شاهین صمدپور بود، همان شخصی که مستند «شوک» را ساخت و در آن به انواع و اقسام کلاهبرداری‌ها پرداخت، یعنی تنها هزینه نکردن برای این فرد کافی است تا دیگران یقین پیدا کنند که این کمپانی پاک و بی‌نیاز از راستی‌آزمایی است. بدین ترتیب عوامل این شرکت به سراغ چهره‌های سرشناس دیگر مثل هادی چوپان، اکبر عبیدی، هادی ساعی، سید جولا هاشمی و... پیوند و باسج مثبت همکاری را دریافت کردند. محسن افشانی در ویدئوی تبلیغاتی خود برای این شرکت می‌گوید: «من برای تبلیغ به اینجانایم اقدام چون قبل از من خیلی از بزرگان آمده‌اند و تبلیغات‌شان را کرده‌اند.» این دقیقاً همان تفکر خطرناکی است که باعث می‌شود سلبریتی‌ها و مردم از تحقیقات لازم برای تبلیغ و خرید محصولات کمپانی مذکور صرف‌نظر کنند.

بجاستن و چهارم جهان: دستگاه  
لسانه‌ها را بران  
نخستین پیشه‌خوار راستی  
۲۹ بهمن ۱۴۰۲ اسفند ۱۴۰۲ | مصلی تهران

از رسانه‌های دیجیتال  
میکردن رسانه‌ها  
آنکه نظر را برای  
مردم در اختیار  
بگذارند  
و بدین‌وسیله  
سود بیمه رسانه است. حمایت  
نقش رسانه‌ها حق الزحمه کامل شد چون  
نیستند که اگر الزحمه کامل را پرداخت  
نکنند و رسانه‌ها را از هم متمایز  
گردد و زبان آور شامل پرداخت حق بیمه  
گردد و رسانه است یعنی اگر کارفرما، حق  
حقوق در حوزه  
تنگ و ارشاد  
رسانه

شماره شناسه ۱۶۶۷۱۵- شماره م.الف ۴۴۷۳

THE 24<sup>TH</sup> IRAN MEDIA EXPO