



# منابع قانونی تعهد به دادن اطلاعات و ضمانت اجراهای آن در حقوق ایران و انگلیس

پری خالدی<sup>۱</sup>  
بهاره شفیعی<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۰۳ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

## چکیده

شناسایی حق دسترسی به اطلاعات برای مصرف کننده، تأثیر بسزایی در سازماندهی رفتار وی و انتخاب آگاهانه در مصرف کالا دارد. با پیچیده شدن ساختار کالاها و تفاوت سطح اطلاعاتی متخصصان تولید کننده و عرضه کننده در مقایسه با مصرف کننده، نوعی عدم تقارن اطلاعاتی ایجاد شده که صلح و آرامش اجتماعی را به مخاطره انداخته و موجبات تشنج را در روابط دو گروه اجتماعی عرضه کننده و تولید کننده از یک طرف و مصرف کننده از طرف دیگر فراهم آورده است. بنابراین در راستای جلوگیری از مشکلات برخاسته از عدم تقارن اطلاعات، تکلیف ارائه‌ی اطلاعات به مصرف کننده بر عهده‌ی عرضه کنندگان کالا قرار می‌گیرد. علاوه بر اراده‌ی طرفین و توافق آنها مبنی بر تکلیف ارائه‌ی اطلاعات به صورت صریح و ضمنی نباید از اهمیت قانون به عنوان یکی از منابع این تعهد باز ماند. موضوع تعهد به دادن اطلاعات در منابع قانونی می‌تواند حسب مورد، فعل دادن اطلاعات ضروری یا ترک فعل خودداری از ارائه‌ی اطلاعات نادرست باشد. در حقوق ایران رد پای پذیرش هر دو جلوه‌ی این تعهد هم در مقررات عام و هم در مقررات خاص وجود دارد. در نظام حقوقی کامن لا، فقدان راهنمایی و هشدار نوعی عیب کالا محسوب می‌شود اما چون بحث تعهد به آگاه سازی و تکلیف تولید کنندگان و فروشندگان در مورد راهنمایی و هشدار بخش مهم و وسیعی می‌باشد آن را جدا از بحث خیار عیب و ذیل عنوانی مستقل مورد بررسی قرار می‌دهند

<sup>۱</sup> استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، واحد مهاباد، دانشگاه آزاد اسلامی، مهاباد، ایران. (نویسنده مسئول):

pari.khaleedi@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Shafiei\_bahar@yahoo.com

**واژگان کلیدی:** تعهد به دادن اطلاعات، حقوق ایران، حقوق انگلیس، ضمانت اجرا.

## مقدمه

نابرابری چشم گیر آگاهی طرفین نسبت به موضوع قرار داد و امور تخصصی مربوطه در هنگام انعقاد و اجرای آن، موجب بروز عدم تعادل قابل توجه در قرارداد می‌گردد. عدم تعادل یاد شده زمینه اصلی طرح و پردازش نظریه تعهد به ارائه اطلاعات را تشکیل می‌دهد. بر مبنای نظریه «تعهد به ارائه اطلاعات» طرفی که بر مبنای پیش فرض یاد شده در قرارداد، آگاه‌تر و مطلع‌تر از طرف دیگر فرض شده مکلف است، اطلاعات خود نسبت به موضوع قرارداد را در اختیار طرف ناآگاه قرار دهد. اگر قانون را به عنوان منبع اصلی تعهدات و از جمله تعهد به دادن اطلاعات مورد پذیرش قرار ندهیم، در موارد بسیاری ناچار از پذیرش آن به عنوان منبع مستقیم این التزام خواهیم بود. در قوانین ایران و نیز سایر کشورها مصادیق بسیاری می‌توان یافت که مواد قانونی به طور صریح و مستقیم یا به طور ضمنی تعهدی را مبنی بر اطلاع رسانی طرفین قرارداد تحمیل می‌کنند. با این حال شیوه تحمیل این تعهد و ضمانت اجرای ناشی از نقض آن هنوز هم موضوع شک و تردیدهایی است.

موضوع تعهد به دادن اطلاعات در منابع قانونی می‌تواند حسب مورد، فعل دادن اطلاعات ضروری یا ترک فعل خودداری از ارائه‌ی اطلاعات نادرست باشد. در حقیقت تعهد مذکور ماهیتا دارای دو جنبه‌ی مثبت و منفی است. به همین ترتیب نقض این تعهد نیز می‌تواند به دو شکل تحقق پذیرد، نقض جنبه‌ی مثبت تعهد که از آن به کتمان تعبیر می‌شود و به صورت خودداری از ارائه‌ی اطلاعات به وقوع می‌پیوندد و نقض جنبه‌ی منفی تعهد که با ارائه‌ی اطلاعات نادرست و خلاف واقع از سوی متعهد انجام می‌پذیرد. در این پژوهش، هر دو جنبه‌ی مثبت و منفی موضوع تعهد به دادن اطلاعات، نقض آن و ضمانت اجراهای نقض در نظام حقوقی ایران و انگلیس مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## ۱- مقررات راجع به تعهد به دادن اطلاعات و ضمانت اجراها در حقوق ایران و

### انگلیس

تعهد به دادن اطلاعات به دو شکل نمود پیدا می‌کند. یک شکل آن تعهد به ارائه‌ی اطلاعات است که عدم ارائه‌ی آن با ضمانت اجرای عدم اطلاع رسانی همراه خواهد بود و شکل دیگر آن ارائه‌ی

اطلاعات نادرست است که با یک فعل مادی مثبت صورت گرفته و می‌توان تدلیس و تبلیغات خلاف واقع را نیز از مصادیق آن دانست.

### ۱-۱: الزام به دادن اطلاعات و ضمانت اجرای عدم اطلاع رسانی در حقوق ایران

در قوانین عام و سستی حقوق ایران هر چند که می‌توان ردپای پذیرش نظریه‌ی الزام به تعهد به دادن اطلاعات را در مقرراتی چون تعهد به تسلیم مبیع، شروط ضمنی، سلامت و مطابقت کالا با قرارداد مشاهده نمود. اما به طور خاص مقرراتی که صراحتاً این تعهد را الزامی بدانند وجود ندارد. لذا برای یافتن منابع و مصادیق قانونی این تعهد ضمن قوانین عام باید به قوانین خاص رجوع نمود که ضمانت اجراهای مقرر در این قوانین نیز غالباً جنبه‌ی کیفی دارد و پس از آن به ضمانت اجرای حقوقی که تعیین سرنوشت قرارداد است پرداخت.

### ۱-۱-۱: قانون مدنی

ماده‌ی ۳۵۶ قانون مدنی در مقام بیان توابع مبیع مقرر می‌دارد: هر چیزی که بر حسب عرف و عادت جزء یا تابع مبیع شمرده شود یا قرائن، دلالت بر دخول آن بر مبیع نماید داخل در مبیع و متعلق به مشتری است. اگرچه صریحاً در عقد ذکر نشده باشد و اگرچه متعاملین جاهل به عرف باشند. با این توصیف، دادن اطلاعات ضروری در خصوص استفاده‌ی بهینه از مبیع، عیب‌ها و خطرات احتمالی مبیع و طرق اجتناب از آن می‌تواند به عنوان نمونه‌ای از توابع مبیع و نتایج عرضه‌ی آن مورد توجه قرار گیرد. از طرف دیگر با توجه به تعریف قانون مدنی از تسلیم در ماده‌ی ۳۶۷ قانون مدنی که به موجب آن: تسلیم عبارت است از دادن مبیع به تصرف مشتری به نحوی که ممکن از انحاء تصرفات و انتفاعات باشد... می‌توان گفت در صورتی که دادن اطلاعات برای بهره‌گیری کامل از مبیع و صدق عنوان تسلیم ضروری باشد، جزء لوازم و مقدمات آن به شمار می‌رود که انجام آن به حکم عقل لازم و واجب است. می‌توان گفت دادن اطلاعات مبتنی بر دو محور است: ۱- اصل تحقق کامل تسلیم کالا و خدمات ۲- اصل عدم وقوع عیوب و نواقص قبل از تسلیم کالا و خدمات. (وصالی ناصح، ۱۳۹۲، ۱۲۳)

### ۱-۱-۲: قانون مسئولیت مدنی

مستفاد از ماده یک قانون مسئولیت مدنی در اطلاع رسانی هرگاه قاعده خاصی خواه به صورت قانون یا عرف وجود داشته باشد و برای کسی تکلیفی به موجب آن‌ها مشخص گردیده باشد، آن شخص بایستی به وظیفه قانونی یا عرفی خود عمل کند در غیر این صورت مرتکب تقصیر از نوع

ترک فعل شده است. (حاجی نوری، ۱۳۹۱، ۱۴۶) بنابراین هرگاه عرف، عملی را برای حفظ مال غیر لازم دانست ترک آن عمل تقصیر به شمار می‌رود خواه مقصر طرف قرارداد باشد یا نه البته وجود این عرف باید محرز و مسلم باشد. (علی عسگری و همکاران، ۱۳۹۶، ۱۲ و قاسم‌زاده، ۱۳۷۸، ۴۲)

### ۱-۱-۳: قانون تجارت

در مواد ۳۷۹، ۳۷۵، ۳۵۹، ۳۴۶ قانون تجارت و نیز در مواد ۲۶۷، ۲۶۳، ۲۴۹ لایحه‌ی اصلاح بخشی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷ نیز مصادیقی از تعهد به دادن اطلاعات در روابط تجاری برشمرده شده است.

### ۱-۱-۴: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

در بند ۲ ماده‌ی ۳ این قانون یکی از تکلیف‌هایی که برعهده‌ی عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان گذاشته شده است این است که اطلاعات لازم شامل نوع، کیفیت، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای تاریخ مصرف را در اختیار مصرف‌کنندگان قراردهند. همچنین در ماده‌ی ۵ این قانون، تمام عرضه‌کنندگان کالا و خدمات به الصاق برچسب روی کالا یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه که قیمت کالا یا خدمت را به طور روشن و مکتوب به گونه‌ای که برای همگان قابل رؤیت باشد ملزم شده‌اند. این موضوع البته تازگی ندارد و قبلاً هم در قانون تعزیرات حکومتی و قانون نظام صنفی مورد اشاره قرار گرفته بود. اما نوآوری این قانون در ماده‌ی ۶ ملزم کردن دستگاه‌های دولتی و عمومی، سازمان‌ها، بانک‌ها، شهرداری‌ها، ... به این است که در ابتدا تمام اطلاعات لازم درباره‌ی انجام کار و ارائه‌ی خدمات را در اختیار مراجعان قرار دهند. به نظر می‌رسد جامه‌ی عمل پوشاندن به این ماده ضمن این که تکریم و رعایت حقوق مصرف‌کننده‌ی خدمات است باعث صرفه‌جویی در هزینه و صرف وقت آنها می‌باشد.

ضمانت اجرای عدم اطلاع رسانی موضوع مواد فوق در ماده‌ی ۱۹ مقرر شده، بدین صورت که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد ۳ الی ۸ این قانون نمایند در صورت ورود خسارات ناشی از مصرف همان کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان علاوه بر جبران خسارات وارده به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارات وارده محکوم خواهند شد.

آگاهی‌های مقدم بر مصرف‌عنوانی مبهم است و مصادیق آن روشن نیست. می‌توان گفت این آگاهی‌ها شامل طرز استفاده‌ی صحیح کالا، تمام نتایج و آثار ناشی از استعمال کالا و نیز استعمال نابجای کالا و تمامی اطلاعاتی که عرفاً جهت استفاده از کالا و نیز به کارگیری خدمات و نتایج حاصله از آن و هشدارهای مربوط به خطرات احتمالی ناشی از استفاده‌ی کالا می‌باشد.

### ۱-۱-۵: قانون حمایت از مصرف‌کننده‌ی خودرو

ماده‌ی ۹ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو با اشاره به نوعی از تعهد به دادن اطلاعات مقرر می‌دارد: عرضه‌کننده مکلف است تعهدات موضوع این قانون را به صورت کتبی در اوراق ضمانت‌نامه قید نموده و در زمان تحویل خودرو، به نحو مقتضی موضوع این قانون را بطور صریح و روشن به مصرف‌کننده اعلام نماید.

### ۱-۱-۶: قانون تجارت الکترونیک

ماده‌ی ۳۳ این قانون مقرر می‌دارد: فروشندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات بایستی اطلاعات مؤثر در تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند...

ماده‌ی ۳۴ همین قانون مقرر می‌دارد: تأمین‌کننده باید به طور جداگانه ضمن تأیید اطلاعات مقدماتی، اطلاعات زیر را ارسال نماید: آدرس محل تجاری یا کاری تأمین‌کننده برای شکایت احتمالی، اطلاعات راجع به ضمانت و پشتیبانی پس از فروش، شرایط فراگرد و فسخ معامله، شرایط فسخ در قراردادهای انجام خدمات.

ماده‌ی ۳۵ نیز مقرر می‌دارد: اطلاعات اعلامی و تأییدیه‌ی اطلاعات اعلامی به مصرف‌کننده باید در واسطی بادوام، روشن و صحیح بوده و در زمان مناسب و با وسایل مناسب ارتباطی در مدت معین و براساس لزوم حسن نیت در معاملات از جمله ضرورت رعایت افراد ناتوان و کودکان ارائه شود. ماده‌ی ۳۶ این قانون مقرر می‌دارد: در صورت استفاده از ارتباطی صوتی، هویت تأمین‌کننده و قصد وی از ایجاد تماس با مصرف‌کننده باید به طور روشن و صریح در شروع هر مکالمه بیان شود. براساس ماده‌ی ۵۲ این قانون، اطلاع‌رسانی باید به گونه‌ای باشد که مصرف‌کننده به طور دقیق، صحیح و روشن، اطلاعات مربوط به خدمات و کالا را درک کند. ضمانت اجرای نقض تکالیف فوق در ماده‌ی ۶۹ این قانون بیان شده است: تأمین‌کننده متخلف از مواد ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۳، ... این قانون به مجازات از ده میلیون ریال تا پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد.

### ۱-۱-۷: قانون بیمه

ماده‌ی ۱۲ قانون بیمه مصوب ۱۳۱۶ مقرر می‌دارد: هرگاه بیمه گذار عمداً از اظهار مطالبی خودداری کند و مطلب اظهار نشده طوری باشد که موضوع خطر را تغییر داده یا از اهمیت آن در نظر بیمه گر بکاهد، عقد بیمه باطل خواهد بود. حتی اگر مراتب مذکور تأثیری در وقوع حادثه نداشته باشد. در ماده‌ی ۱۳ قانون بیمه در خصوص نقض غیر عمدی تعهد به دادن اطلاعات از سوی بیمه گذار مقرر می‌دارد: اگر خودداری از اظهار مطالبی یا اظهارات خلاف واقع از روی عمد نباشد عقد بیمه باطل نمی‌شود. در این صورت هرگاه مطلب اظهار نشده قبل از وقوع حادثه معلوم شود، بیمه گر حق دارد یا اضافه حق بیمه را از بیمه گذار در صورت رضایت او دریافت داشته، قرارداد را ابقاء کند و یا قرارداد بیمه را فسخ کند... در صورتی که مطلب اظهار نشده بعد از وقوع حادثه معلوم شود خسارت به نسبت وجه بیمه پرداختی و وجهی که بایستی در صورت اظهار خطر به طور کامل و واقع پرداخته شده باشد تقلیل خواهد یافت.

ماده‌ی ۱۶ قانون بیمه‌ی ایران به موضوع تشدید ریسک و تغییر اساسی در شرایط بعد از انعقاد قرارداد اختصاص داده شده است. ماده‌ی ۱۵ قانون بیمه وظیفه‌ی اطلاع دهی بیمه گذار به بیمه گر را پس از عقد و در صورت نزدیک شدن حادثه یا وقوع آن مقرر داشته است.

### ۱-۱-۸: قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی و درمانی

ماده‌ی ۳۴ قانون تعزیرات حکومتی امور بهداشتی و درمانی مصوب ۱۳۶۷ مجمع تشخیص مصلحت نظام مقرر می‌دارد که کلیه‌ی تولید کنندگان موظفند برچسب اطلاعاتی بر روی کلیه‌ی محصولات و فرآورده‌های تولیدی الصاق نمایند و شماره پروانه‌ی ساخت و مهلت اعتبار مصرف (تاریخ مصرف) را نیز روی محصولات، حسب مورد درج نمایند. تخلف از این امر جرم بوده و متخلف به مجازات‌های ذیل محکوم می‌شود:

مرتبه‌ی اول: اخطار جریمه‌ی نقدی تا مبلغ دویست هزار ریال.

مرتبه‌ی دوم: جریمه‌ی نقدی تا مبلغ پانصد هزار ریال.

مرتبه‌ی سوم: جریمه‌ی نقدی تا مبلغ یک میلیون ریال.

البته این ماده نوع اطلاعاتی که بایستی ارائه شود را مشخص نکرده بنابراین بایستی حدود تعهدات تولید کننده را حدود متعارف تعریف نمود، همچنین از نقایص این قانون این است که طبق

این ماده تنها تولید کنندگان وظیفه‌ی الصاق را برعهده دارند و توزیع کنندگان و عرضه کنندگان تکلیفی در این خصوص ندارند.

### ۱-۱-۹: قانون مواد خوردنی، آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی

این قانون که مصوب سال ۱۳۲۶ است بیان می‌دارد که اطلاعات لازم باید بر روی بسته بندی یا ظرف محتوی جنس قید شود. طبق ماده‌ی ۱۱ قانون مزبور در مؤسسات داخلی که نوع آنها از طرف وزارت بهداشت تعیین و صورت آن منتشر می‌گردد. صاحبان آنها مکلفند طبق دستور وزارت بهداشتی مشخصات لازم را در مورد هر نوع فرآورده به خط فارسی خوانا به روی بسته بندی یا ظرف محتوی جنس قید نمایند.

### ۱-۱-۱۰: قانون طرز جلوگیری از بیماری‌های آمیزشی و بیماری‌های واگیردار

این قانون نیز ارائه‌ی اطلاعات نادرست از سوی پزشک که موجب گمراهی بیمار می‌شود را نوعی فریب و مستوجب مجازات می‌داند. به موجب این قانون پزشکان یا متصدیان سایر فنون پزشکی که به وسیله‌ی تبلیغات بی اساس باعث گمراهی بیمار آمیزشی می‌شوند یا به وعده‌های دروغ بیمار را از درمان صحیح باز می‌دارند مانند این که معین می‌کنند در مدت چند روز بیمار را درمان کرده و یا با بستن پیمان یا انتشار آگهی‌هایی که مخالف اصل پزشکی است بیمار را فریب دهند به حبس تأدیبی از دو ماه تا یک سال و یا به پرداخت جزای نقدی از ۲۰۰ ریال تا ۲۰۰۰ ریال محکوم می‌شوند.

### ۱-۲: الزام به دادن اطلاعات و ضمانت اجرای عدم اطلاع‌رسانی در حقوق انگلیس

در حقوق انگلیس نظریه تعهد طرفین به ارائه اطلاعات با تمسک به اصول و قالب‌های سنتی عرفی که اصل بر منع اطلاع‌رسانی یا محرمانگی مبادلات طرفین در برابر یکدیگر بوده تکلیفی مبتنی بر ارائه اطلاعات برای طرفین وجود نداشته به جز در قراردادهای بیمه‌ای و الزام بیمه‌گذار به ارائه اطلاعات کامل. (ایزانلو و لطفی، ۱۳۹۰، ۲۳) و لیکن اصل عدم تکلیف به ارائه اطلاعات با نگاهی به اصول حقوق نوشته رنگ باخته و دکتترین حقوقی حمایت از مصرف‌کننده و به تبع آن گرایش به حفظ سلامت و حفظ ایمنی محصولات و خدمات تودיעی به شهروندان سبب توجه به قاعده تضمین به عنوان مبنای مسئولیت عرضه کنندگان کالا و خدمات شده است. البته هدف اولیه از وضع تعهد به ارائه اطلاعات برقراری توازن در موقعیت قراردادی طرفین است. (Stratmens, 2019, 143) ماده‌ی ۱۰ قانون مصرف انگلستان مصوب ۱۹۸۷ کالایی را که راهنمایی‌ها و

هشدارهای ارائه شده‌ی آنها به منظور نگاهداری، استفاده یا مصرف کافی نباشد یا راهنمایی و هشدارهایی را که می‌بایست ارائه نمایند فراهم نکرده‌اند را فاقد ایمنی عمومی می‌داند و کسانی را که چنین کالاهایی را عرضه، پیشنهاد برای عرضه، نمایش به قصد یا تملک بنماید، متخلف و به مجازات جریمه‌ی نقدی یا حبس تا شش ماه یا هر دو محکوم می‌نماید. همچنین در راستای تحقق اهداف ماده ی ۱۰، ماده ی ۱۱ به وزیر کشور اختیاراتی داده شده است تا مقرراتی را وضع نماید که از جمله‌ی این مقررات چگونگی استفاده از کالا است که بایستی روی کالاها نصب شود یا همراه آنها ارائه شود.

مقرره‌ی دیگر در خصوص چگونگی منع اشخاص از عرضه‌ی کالا، پیشنهاد عرضه‌ی کالا، موافقت برای عرضه و نمایش در معرض عموم به قصد و تملک به قصد عرضه نمودن است. در حقوق این کشور انصاف اقتضاء می‌کند که عرضه کننده علاوه بر اطلاعات امنیتی هر اطلاعاتی را که برای استفاده صحیح از کالا لازم است در اختیار مصرف کننده قرار دهد. مصرف کننده به جز از طریق عرضه کننده نمی‌تواند به طریق دیگری، این اطلاعات را کسب کند. (Holly, 1988, 633)

در نظام حقوقی کامن‌لا، فقدان راهنمایی و هشدار نوعی عیب کالا محسوب می‌شود اما چون بحث تعهد به آگاه‌سازی و تکلیف تولیدکنندگان و فروشندگان در مورد راهنمایی و هشدار بخش مهم و وسیعی می‌باشد. آن را جدا از بحث خیار عیب و ذیل‌عنوانی مستقل مورد بررسی قرار می‌دهند این نکته قابل ذکر است که راهنمایی و هشدار همواره مشکل‌گشا نخواهد بود. چنان چه تولیدکننده می‌تواند با انتخاب گونه‌ای دیگر از طراحی کالا، خطرات آن را کاهش دهد. همچنین دادن هشدارهای فراوان نیز ممکن است تولیدکننده را از مسئولیت معاف نکند. و البته تشخیص این امر موضوعی بر عهده دادگاه است. (Wilhelmsson, 2006, 232)

در برخی قوانین و یا آراء دادگاه‌ها، حتی عدم ارائه اطلاعات مصداق اظهار خلاف واقع تلقی گردیده است. برای مثال ماده ۱۸ قانون بیمه دریایی مقرر می‌دارد که بیمه‌گذار مکلف است قبل از انعقاد قرارداد بیمه هر اوضاع و احوالی را که در تعیین مبلغ بیمه و مسئولیت بیمه‌گر مؤثر و وی از آن آگاه است به اطلاع بیمه‌گر برساند. همچنین در صورتی که عرف، عدم ارائه اطلاعات نسبت به معاملات ویژه‌ای را موجب مسئولیت بداند دادگاه‌ها به این عرف توجه خواهند کرد. (Bloemendal, 2003, 10)

کتمان مبتنی بر تقصیر به حالتی اطلاق می‌شود که شخص در قبال مخاطب با نقض این تکلیف در اطلاع‌رسانی کوتاهی می‌کند. او خود آن را کوتاهی نمی‌داند اما هیچ‌مبنای منطقی نیز



برای این طرز تلقی خود ندارد. در کتمان بدون تقصیر نیز کتمان کننده بدون این که قصد فریب مخاطب خود را داشته باشد و تکلیفی به رعایت احتیاط داشته باشد در اطلاع رسانی کوتاهی می‌کند. او نیز رفتار خود را کوتاهی نمی‌داند و دلایل معقولی نیز برای این طرز تلقی خود دارد. (Scottish law commission, 2006, 98)

در کامن لا هیچ سکوتی عدم افشاء اطلاعاتی به طور محض و یا سکوت صرف تدلیس محسوب نمی‌شود. (Purchaser's duty to disclose under securities and exchange, 1956, 63) اما سکوتی که دلالت ضمنی بر هدف و منظور خاصی داشته و در مجموع، پدید آورنده‌ی تصور غلطی در طرف قرارداد گردد پنهان کاری<sup>۱</sup> نامیده می‌شود که از موجبات تدلیس محسوب می‌شود. پنهان کاری، سکوت صرف به حساب نمی‌آید بلکه حفظ سکوت یا سکوت عمدی است که متضمن فعل مثبتی برای منع دیگری از فهم واقعیت است. امروزه در حقوق انگلیس تدلیس و تقلب می‌تواند ناشی از ترک فعل و کوتاهی در افشای حقایق باشد. از این وضعیت به عنوان عدم افشای متقابلانه یاد می‌شود. (کاتوزیان، ۳۱۶) باید افزود که تعهد به افشای عیوب تنها در صورتی بر عرضه کننده تحمیل می‌شود که عیوب کالا، مطابق وضعیت دانش فنی و علمی در زمانی که محصول به بازار عرضه می‌شود قابل کشف باشد. همان قاعده در خصوص دیگر اقسام تعهد به دادن اطلاعات نیز صادق است. در ماده‌ی ۴ قانون حمایت از مصرف کننده‌ی انگلستان تحت عنوان دفاعیات مقرر شده است: شخصی که علیه او اقامه‌ی دعوی شده است باید از وی این دفاع پذیرفته شود که اثبات کند وضعیت دانش علمی و فنی در زمان مربوطه آنچنان نبوده که بتوان انتظار داشت تولید کنندگان کالای مشابه با کالای متنازع فیه آن عیب را کشف کرده بودند.

بند پنجم ماده‌ی ۷ دستورالعمل جامعه‌ی اروپایی نیز به این مسأله اشاره نموده است.<sup>۲</sup> همچنین متعهد تکلیفی به افشای عیوبی که بعد از عرضه‌ی محصول در آن ایجاد شده است ندارد. بند دو ماده‌ی ۷ دستورالعمل فوق الذکر نیز در همین راستا عدم وجود عیب در زمان عرضه‌ی کالا را در شمار علل معافیت عرضه کننده زیر بار تعهد به افشای عیوب می‌آورد. بدیهی است که این نکته منافاتی با اصل استمرار تعهد به دادن اطلاعات پس از عرضه‌ی کالا ندارد.

<sup>۱</sup> Concealment

<sup>۲</sup> در این ماده آمده است: سازنده نباید به موجب این دستورالعمل مسئول شناخته شود اگر ثابت کند که... وضعیت دانش فنی و علمی در زمانی که کالا را به بازار عرضه کرده است آن چنان نبوده که بتوان وجود عیب را کشف کرد.

در حقوق انگلیس طریقه‌ی اصلی جبران خسارات ناشی از عدم اطلاع رسانی فسخ قهقرا<sup>۱</sup> است، قرارداد به هم می‌خورد و طرفین وضعیتی را که پیش از انعقاد قرارداد داشته‌اند پیدا می‌کنند با این حال نقض تعهد عرضه کننده می‌تواند موجب حق مطالبه‌ی خسارت از جانب مصرف کننده متضرر نیز باشد.

در خصوص مبنای مسئولیت ناشی از نقض تعهد اطلاع رسانی با وجود مقاومتی که دادگاه‌های انگلیس در برابر مسئولیت محض داشته و آن را به طور وسیع نپذیرفته‌اند. در آرای جدید گرایشی به سمت پذیرش اصل مسئولیت محض در رابطه با مسئولیت ناشی از نقض تعهد به دادن اطلاعات به چشم می‌خورد. (جنیدی، ۱۳۸۱، ۳۲) شناسایی این اصل فارغ از چارچوب قواعد عمومی مسئولیت، بدین منظور است که دریافت کننده کالا و خدمات به صرف نقص هشدارها و عدم ارائه اطلاعات مستحق مطالبه ضرر و زیان وارده گردد. (123) (Mckendrick, 1997) در این خصوص پرونده ای وجود دارد که در آن شخصی طی یک قرارداد اتوموبیل کرایسلر برای همسرش خریداری می‌کند و لیکن عیب موجود در جعبه فرمان اتوموبیل به اطلاع او نرسیده است و صرفا اطلاعات راجع به خودرو توسط فروشنده بیان شده بود و لذا وقوع خسارت به علت عیب فرمان منجر به انحراف از جاده و در نتیجه واژگونی خودرو باعث توسل به مسئولیت محض در ارائه اطلاعات ناقص گردید. دادگاه عالی از این جهت که فروشنده متعهد به تضمین ضمنی ایمنی و سلامت مبیع بوده است نظر خود را به شناسایی مسئولیت محض ابراز داشت. (Massam, 2018, 167)

در خصوص تولید کالاهای معیوب و مسئولیت تولید کننده تا قبل از قانون سال ۱۹۷۸ اشخاص زیان دیده ناگزیر بودند برای جبران خسارت تقصیر تولید کننده را ثابت نمایند. قانون سال ۱۹۸۷ این وضعیت را اصلاح نموده و زیان دیده را از اثبات تقصیر تولید کننده معاف ساخته است. مواد ۶ و ۵، ۲ قانون ۱۹۸۷ حاکی از مسئولیت محض تولید کنندگان است. مصرف کنندگان با اثبات این امر که زیان وارده به آن‌ها ناشی از کالا بوده است حق دارند زیان خود را از تولید کننده مطالبه کنند. بدون این که نیازی به اثبات تقصیر تولید کننده‌ی کالا داشته باشند. اشخاص زیان دیده از کالاها به موجب این قانون از حقوق یکسانی برخوردار هستند. اعم از این که کالاها به آنها فروخته شده باشد یا خیر. بنابراین صرف وجود کالای معیوب برای تولید کننده و واردکننده مسئولیت آور است و این مسئولیت بر کالاهایی که قبل از مارس ۱۹۸۸ عرضه شده‌اند تحمیل نمی‌شود. از آنجا که یکی از عیوب کالا عیب در عدم اطلاع رسانی و هشدار دهی است که ممکن است باعث به وجود آمدن خساراتی گردد می‌توان گفت نقض تعهد دادن اطلاعات و هشدارهای لازم

<sup>1</sup> Rescission abinitio

نيز بر مبنای همين نوع مسئوليت (مسئوليت محض) قابل توجه است. و اين استدلال که دادن هشدار و اخطار سبب کاهش اثر تبليغاتی کالا می گردد دفاع خوبی برای توليد کنندگان و فروشندگان نيست و به ويژه اين تعهد برای سازندگانی که به تبليغاتی گسترده از کالای خود دست زده اند پررتگ تر است. (Bennett, 1998, 879) اگر طرف قرارداد مدعی عدم دسترس بودن اطلاعات باشد بایستی اين موضوع را نيز به اطلاع طرف مقابل برساند. در غير اين صورت و در صورت اثبات خلاف آن مسئول است. (Stephens, 2019, 233)

البته دادگاه ها بيشتر از به رسميت شناختن وظيفه اطلاع رسانی در اين مورد ترجيح می دهند تصميم خود را مبتنی بر غرور، اظهار خلاف واقع، اشتباه يا نقض قرارداد کنند. ( Brownsword, 16, 2001) در اين صورت با فرض انجام معامله ميان دو طرف، علاوه بر آن که می تواند آن را فسخ کند، اختيار مطالبه زبان وارد بر خود را نيز دارد. (Tritel, 1999, 372)

## ۲- اطلاع رسانی نادرست و ضمانت اجراهای قانونی آن در حقوق ايران و انگليس

همان طور که قبلا بيان گرديد تعهد به دادن اطلاعات ماهيتا دارای دو جنبه‌ی مثبت و منفي است. در خصوص نقض جنبه‌ی منفي تعهد که با ارائه‌ی اطلاعات نادرست و خلاف واقع از سوی متعهد انجام می پذيرد، در مباحث آتی نظام‌های حقوقی ايران و انگليس مورد بررسی تطبيقی قرار می گيرند.

### ۱-۲: اطلاع رسانی نادرست در نظام حقوقی ايران

گاهی در قراردادهای مصرف، طرف مطلع اقدام به ارائه‌ی اطلاعات نادرست و خلاف واقع می نماید. در مقررات کلاسیک ما نهاد تدليس نمونه‌ی بارز اين نوع اطلاع رسانی است. علاوه بر آن تبليغات خلاف واقع نيز از مصاديق اطلاع رسانی نادرست است که در مقررات خاص بدان کم و بيش پرداخته شده است. در اين قسمت ابتدا مصاديق اين نوع اطلاع رسانی و سپس موضع قانون گذار در نظام حقوقی ايران را در اين خصوص بررسی می نماييم.

### ۱-۱-۲: مصاديق اطلاع رسانی نادرست در حقوق ايران

متعهد به اطلاع رسانی ممکن است اطلاعات نادرستی را در اختيار متعهدله قراردادده و بدین وسيله تعهد خود را نقض کند. برای اين که اظهارات یکی از طرفين قرارداد بتواند به عنوان نقض تعهد به دادن اطلاعات مورد توجه قرارگيرد باید عناصری چند موجود باشد که عبارتند از: اظهارات کذبی

در خصوص حقایق موضوعی و حکمی موجود صورت گیرد، اظهارات، نسبت به یک شخص با حسن نیت صورت گیرد، اظهارات، صرف ستایش و تمجید نباشد، اظهارات، شخص مذکور را به انعقاد قرارداد ترغیب کند و او به طرز موجهی به این اظهارات، اعتماد و اتکا نموده باشد. (همان، ۳۱) این اظهارات نادرست ممکن است به طور متقلبانه یا غیر متقلبانه صورت گیرد. اطلاع رسانی نادرست زمانی متقلبانه محسوب می‌شود که اطلاعات نادرست به صورت آگاهانه بدون اعتقاد به درستی آن به متعهدله ارائه گردد. اظهار نادرست غیر متقلبانه نیز ممکن است با نقض تکلیف به احتیاط از سوی اظهار کننده و یا بدون علم به صدق و یا کذب اطلاعات و بدون وجود تقصیر یا عمد از طرف وی صورت می‌پذیرد. گوینده به زعم خود، اظهاراتش را صحیح می‌داند با این حال ممکن است دلایل معقولی برای اعتقاد داشتن به صحت اظهارات خود دارا باشد یا نباشد.

(Scottish law commission, op.cit, 78)

ارائه‌ی اطلاعات نادرست در صورتی که از طریق انجام عملیاتی فریب آمیز باشد تحت عنوان نهاد تدلیس قاعده گذاری می‌گردد و علاوه بر تدلیس غالب مواردی که اظهارات و اطلاعاتی نادرست به مصرف کننده ارائه می‌گردد در واقع عرضه کننده در مقام تبلیغات خلاف واقع می‌باشد.

- **تدلیس:** ماده‌ی ۴۳۸ قانون مدنی در تعریف تدلیس مقرر می‌دارد: تدلیس عبارت است از عملیاتی که موجب فریب طرف معامله شود. در این ماده دو رکن مورد توجه قرار گرفته است: رکن مادی: عملیاتی که باید انجام شود. رکن معنوی: فریب طرف معامله در نتیجه‌ی عملیات مزبور.

برخی فریب خوردن طرف معامله را رکن معنوی تدلیس و عمدی بودن فریب از شرایط کار فرینده را عنصر مادی بر می‌شمارند. (کاتوزیان، ۱۳۸۶، ۴۲۸) عده‌ای دیگر نیز عنصر روانی تدلیس را مرکب از دو امر قصد فریب از سوی مدلس و تأثیر فریب در طرف تدلیس می‌دانند. (اوصیاء، همان، ۳۱۰). در اثر تدلیس امر حقیقی مشتبه می‌شود و در نتیجه معنای مشتبه، واقعی جلوه می‌کند.

(امامی، ۱۳۹۵، ج ۱، ۴۹۶) تدلیس به دو شکل صورت می‌گیرد: تدلیس مثبت و حقیقت ناقص که همراه است با عدم افشای اطلاعات و پنهان کردن مؤثر اطلاعات افشا نشده. گاهی طرف مطلع یک تدلیس یا حقیقت نیمه راست (ناقص) را ایجاد می‌کند گاهی نیز سکوت تقلب آمیز دارد.

(Krawiec, 2005, 1825) البته در حقوق کامن لا هیچ عدم افشای اطلاعاتی به طور محض تدلیس محسوب نمی‌شود. (securities and purchaser's duty to disclose under exchange, op. cit, 63) برای تحقق تدلیس عمل اظهار کننده باید فریبنده باشد و زمان فریبکاری باید مقدم بر انعقاد عقد باشد. تدلیس در اوصاف معامله مقید به فرضی است که مورد معامله عین معین باشد. زیرا هرگاه کالایی با اوصاف معین به طور کلی فروخته شود، چون هنگام تراضی

مصدق خارجی معین نیست تا امکان تدلیس در آن برود، می‌توان متعهد را به اجرای درست عقد مجبور کرد. عمل فریبنده که عنصر مادی تدلیس است در بر گیرنده هر عملی است که موجب فریب طرف شود، خواه به وسیله‌ی گفتار دروغ باشد یا کرداری فریبنده. در تدلیس عمدی بودن کار فریبکارانه جزء لاینفک آن بوده و بدون آن تدلیس محقق نمی‌شود. (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۳، ۱۸۰)

این گفتار و کردار فریب آمیز یا با ارائه‌ی اطلاعات نادرست یا پنهان داشتن واقعیاتی از طرف مقابل تحقق می‌پذیرد. حتی سکوتی که جنبه‌ی مثبت به خود می‌گیرد تا واقعیتی را پنهان سازد خود نوعی رفتار است مانند هر رفتار دیگر اگر همراه با قصد فریب باشد سبب تحقق تدلیس می‌شود. اگر سکوت عمدی کسی موجب فریب دیگری شود و از این طریق خسارتی به وی وارد آید بر مبنای تلبیس جبران خسارت بر عهده ساکت خواهد بود. (طاهری، ۱۴۱۸ق، ۲۰۶) به طور کلی طریقت تحقق تدلیس مورد قبول فقه نیز قرار گرفته و شامل افعال سلبی (ترک فعل) نیز می‌شود. (مکارم شیرازی، ۱۴۲۴ق، ۲۶ و صافی گلپایگانی، ۱۴۱۷ق، ۱۵)

همه‌ی نظام‌های حقوقی بین عملیات مدلسانه و اعمالی که صرفاً برای ترغیب دیگران به معامله انجام می‌شود، تفاوت می‌گذارند؛ زیرا در همه جا مرسوم است معامله‌گران برای جلب مشتری و ترغیب آنها به معامله از ستایش‌های اغراق آمیز و تبلیغات جذاب که گزافه‌های پنهان و آشکار فراوانی دارد استفاده می‌کنند. گر چه اخلاق، هر دروغ و تصنع را مذموم می‌شمارد اما حقوق در این باره نرمش بیشتری نشان می‌دهد و از آنچه که لازمه‌ی مهارت در فروشندگی می‌بیند، اغماض می‌کند.

به اقتضای اصل لزوم و ثبات معاملات، گفتار و اعمالی که در حد متعارف و معمول فقط جنبه‌ی ترغیبی دارند از تدلیس حقوقی جدا می‌شوند. در غیر این صورت اگر هر تشویقی برای جلب مشتری، تدلیس به شمار آید، نظمی در استقرار معاملات باقی نمی‌ماند. از این رو برای تحقق تدلیس باید وصفی موهوم به طور قاطع به کالا نسبت داده شود و خریدار را بفریبید. (قنواتی، ۱۳۸۵، ۱۷۵)

اصولاً هدف از انجام اعمال فریبنده برای تاثیر در طرف مقابل و ترغیب وی به انعقاد عقد است. حال اگر به تدلیس تنها از جنبه‌ی اخلاقی نظر کنیم، صرف انجام اعمال متقلبانه به قصد فریب فرد بی‌تقصیری که با صداقت، قصد انعقاد عقدی را دارد، مستوجب سرزنش و ملامت است اما در حقوق امروز که هدف جبران ضرر فریب خورده است تا مکافات فریبکار و این که حفظ امنیت معامله و لزوم و استحکام قراردادهای بر رعایت اخلاق غلبه یابد، تنها هنگامی می‌توان برای این گونه اعمال، اثر حقوقی قائل شد که موجب فریب طرف متعاقد شده باشد، یعنی در اثر انجام

اعمال حيله گرانه، وی به معامله‌ای راضی شده که در صورت آگاهی از واقعیت حاضر به انجام آن نبود.

در صورتی نیز که کار فریبنده مؤثر نیفتد و معلوم باشد که طرف قرارداد با آگاهی از واقع معامله را انجام داده است عقد الزام آور است، هر چند که نیرنگ‌های عمدی و به قصد فریب او باشد و نیز در صورتی که ثابت شود فریب خورده در هر حال به معامله رضایت می‌داده و نیرنگ فروشنده در آن انگیزه‌ی غالب اثر قاطع نداشته و تنها به آن کمک کرده است باز هم ضرر احتمالی را باید ناشی از اقدام خریدار شمرد. (کاتوزیان، همان، ۳۴۳) ضمانت اجرای تدلیس در صورت تحقق شرایط فوق الذکر پیدایش حق فسخ برای طرف فریب خورده می‌باشد. که البته اعمال این حق نیز فوری است.

- **تبلیغات خلاف واقع:** معمولاً صاحبان کالا علاقه مندند که برای فروش کالاهای خود متوسل به تبلیغات شوند تا انسان‌ها را در برابر فشارهای روانی ناشی از آن به خرید و مصرف کالا تسلیم کنند.

اما گاهی این تبلیغات وجه کاذبی به خود می‌گیرند و مصرف کننده در پایان درمی یابد که چیزی درخور آن همه تعریف و لاف و گزاف نیافته است. گاهی اظهارات کاذب و خلاف واقع به صورت ساده بیان می‌شود و جنبه‌ی تبلیغاتی ندارد مانند اظهارات کاذبی که بیمه گذار به بیمه گر می‌دهد. اما در اغلب موارد ارائه‌ی اطلاعات نادرست در قالب تبلیغ کالاها یا خدمات است.

از آنجا که مخاطب تبلیغات همه‌ی مردم به عنوان مصرف کننده و شخص خاصی است بایستی جای طرح بحث تبلیغات را در تعهدات پیش قراردادی دانست. همان طور که در این رساله مبحث تبلیغات در دوران پیش از انعقاد قرارداد مطرح گردیده است. اما گاهی تبلیغات در زمان انعقاد قرارداد صورت گرفته یا به عبارتی انگیزه و محرک اصلی در انعقاد قرارداد خواهد شد و بنابراین جنبه‌ی قراردادی پیدا می‌کند. در ذیل به مصادیق قانونی اظهارات و تبلیغات خلاف واقع با ضمانت اجراهای آن در مقررات داخلی خواهیم پرداخت.

## ۲-۱-۲: ضمانت اجراهای اطلاع رسانی نادرست

در مقررات عام و خاص برای اطلاع رسانی نادرست ضمانت اجراهایی در نظر گرفته شده که ذیلاً به آن می‌پردازیم.

## ۲-۱-۲-۱: بررسی ضمانت اجرا در مقررات عام

در واکنش به نقض تعهد به دادن اطلاعات اولین مسأله ای که به ذهن متبادر می‌شود این است که تکلیف و سرنوشت قراردادی که بین طرفین متعهد شده و تعهدی که موضوع اصلی قرارداد است چیست؟ متعهدله از چه حقوقی در رابطه با قرارداد برخوردار است؟

بدیهی است متعهد له در صورت امکان می‌تواند متعهد را به انجام تعهد اجبار نماید. به عنوان مثال می‌تواند متعهد را مجبور کند تا اطلاعات مربوط به طرز استفاده از کالا را در اختیار وی قرار دهد. بر طبق قواعد عمومی زمانی که اجبار متعهد امکان‌پذیر نباشد، متعهدله حق دارد قرارداد را بر هم بزند. اما سؤال این جاست که متعهدله از چه حقوق دیگری در برابر متعهد بهره‌مند است؟  
ارائه‌ی اطلاعات در خصوص سالم بودن موضوع تعهد، نحوه‌ی استفاده و استعمال و یا انتفاع از مبیع و همچنین ارائه‌ی هشدارهای لازم در خصوص استعمال و استفاده از مبیع و... علی‌الاصول قید تراضی محسوب نمی‌گردد. بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که در فرض عدم ارائه‌ی اطلاعات لازم و کافی قرارداد محکوم به بطلان گردد. چرا که امور فوق اصولاً به عنوان وصف فرعی موضوع معامله مورد توافق قرار گرفته‌اند. البته شاید در شرایطی نقض تعهد به دادن اطلاعات به اوصاف اساسی مورد معامله مربوط می‌شود.

در چنین شرایطی باید قرارداد را محکوم به بطلان دانست. مثالی که در فقه برای این مورد آورده می‌شود بحث اضافه کردن آب به شیر است. در این وضعیت فقها اغلب قائل به بطلان عقد هستند چرا که بر غیر جنس مورد قصد، عقد واقع نشده است و قسمت دیگر در این مثال مبهم می‌ماند. لذا عقد به واسطه‌ی جهل عوضین باطل است. البته در مواردی نیز قانون‌گذار صراحتاً ضمانت اجرای بطلان قرارداد را در خصوص نقض تعهد به دادن اطلاعات مقرر نموده است. بدیهی است که صراحت قانونی در این گونه موارد، باب هرگونه بحث و تردید را مسدود خواهد کرد. به عنوان مثال در ماده‌ی ۱۲ قانون بیمه همان گونه که در قسمت قبل ذکر شد، نقض تعهد به افشاء اطلاعات از سوی بیمه‌گذار در شرایطی می‌تواند به بطلان قرارداد بیمه منجر شود.

در صورتی که تعهد به دادن اطلاعات را بتوان در قالب توافق ضمنی طرفین توجیه کرد عدم ایفای تعهد از سوی متعهدله در صورت عدم امکان الزام متعهد، حق فسخ قرارداد را به متعهد خواهد داد. از طرف دیگر زمانی که صحبت از تعهد به افشای عیوب است و موضوع اطلاعات به گونه‌ای نیست که قید تراضی طرفین محسوب شود، شاید بتوان از خیار عیب در حمایت از حقوق متعهدله استفاده نمود. در این راستا به متعهدله اجازه داده می‌شود تا بعد از آگاهی از عیوبی که طرفین قرارداد از وی مخفی نگه داشته است قرارداد را فسخ کند. (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ۶۴۳) در فرانسه اگر بایع وجود عیب پنهانی که مبیع را برای استفاده نامناسب می‌کند را کتمان کند، مشتری در مقابل

حق اقامه‌ی دعوا بر مبنای تضمین عیوب پنهانی بر اساس ماده‌ی ۱۶۴۱ قانون مدنی فرانسه را خواهد داشت. بدیهی است که اطلاع رسانی صحیح در این خصوص از سوی متعهدله در زمان عقد، این اختیار را از متعهدله سلب می‌نماید. البته باید خاطر نشان کرد که در تعهد به دادن اطلاعات علم متعهد شرط است و کوتاهی در اطلاع‌رسانی از سوی جاهل مستوجب عقاب نیست. در حالی که در خیار عیب، علم و جهل متعهد تأثیری در تحقق خیار ندارد. به علاوه در حقوق ایران شاید بتوان از نهاد غبن نیز در جهت حمایت از متعهدله در برابر ناقض این تعهد بهره برد. به عنوان مثال اگر بیمه‌گذار، اطلاعات اساسی را در اختیار بیمه‌گر قرار نداده و بیمه‌گر در ارزیابی خود از خطری که می‌خواهد آن را تحت پوشش بیمه‌ای قرار دهد دچار اشتباه شده و حق بیمه‌ی کمتری از آنچه که به طور متعارف با آگاهی از کلیه‌ی حقایق و اطلاعات معین می‌کرد تعیین نماید، در این صورت بیمه‌گر می‌تواند ادعای غبن نماید و از حمایت قانون‌گذار در مقابل بیمه‌گذار برخوردار گردد. در این رابطه می‌توان چنین استدلال کرد که چه بسا متعهدله در صورتی که به اطلاعات کامل و درست دسترسی پیدا می‌نمود رفتار متفاوتی در رابطه با قرارداد اتخاذ می‌نمود لذا باید به وی این فرصت داده شود که یک بار دیگر با آگاهی کامل در خصوص قرارداد تصمیم بگیرد.

همچنین در صورتی که تبلیغاتی مصرف‌کننده را از تصمیم‌گیری آگاهانه و درست باز دارد و وی را گمراه سازد تدلیس محسوب شده و می‌تواند دلیلی موجه برای فسخ قرارداد و یا اقامه‌ی دعوی جبران خسارت باشد. (جعفری تبار، ۱۳۹۷: ۴۰)

در خصوص مطالبه خسارت ناشی از نقض تکلیف ارائه‌ی اطلاعات اصولاً قواعد عام مسئولیت حاکم است و شرایط دریافت خسارت به لحاظ نقض این تعهد نیز اصولاً تابع قواعد عام است. بنابراین برای احراز مسئولیت متعهد، قصور متعهد، رابطه‌ی سببیت و ورود زیان می‌بایستی اثبات گردد و تنها در صورت احراز جمعی سه شرط فوق می‌توان شخص متعهد را مسئول جبران خسارت قلمداد کرد. بنابراین در صورتی که به عنوان مثال خطرات و زیان‌های اطلاعات افشاء نشده محقق نشود حتی اگر تعهد به افشاء نیز در خصوص آن وجود داشته باشد. نقض این تعهد از لحاظ قانونی قابل تعقیب نخواهد بود. چرا که یکی از عناصر اصلی دعاوی مسئولیت، ورود زیان است. این زیان و خسارت می‌تواند مستقیماً از خطرات یا عیوب افشاء نشده ناشی شود و یا صرفاً به واسطه‌ی تأخیر در انجام تعهد قابل مطالبه باشد. به علاوه باید میان عدم افشاء و بروز خسارت رابطه‌ی سببیت موجود باشد.



در خصوص لزوم اثبات تقصیر در صورتی که تعهد به دادن اطلاعات را نوعی تعهد به نتیجه بدانیم به منظور مطالبه‌ی خسارت کافی است که متعهدله رابطه‌ی سببیت بین خودداری از ارائه‌ی اطلاعات و ورود ضرر را ثابت نماید چرا که در تعهدات به نتیجه صرف خودداری متعهدله از انجام تعهد تقصیر محسوب می‌شود.

بدیهی است که نتیجه‌ی تحقق مسئولیت قراردادی جبران خسارت زیان دیده می‌باشد. اگر متعهد تکلیف خود را در زمینه‌ی اطلاع رسانی به طرف قرارداد به طور کامل و به درستی انجام دهد و اطلاعات لازم را حسب مورد در اختیار متعهدله قرار دهد مسئولیتی متوجه او نخواهد بود. مدلول قاعده‌ی فقهی تحذیر نیز بر این امر صحه می‌گذارد. به موجب این قاعده اگر فرد در مقابل انجام کاری سایرین را از وجود خطری که ممکن است آنان را دچار خطر مادی یا جانی کند آگاه نماید، اطلاع دهنده معذور بوده و از مسئولیت مبرا خواهد بود. البته این قاعده مختص رابطه‌ی قراردادی نیست.

از طرفی با اینکه قاعده‌ی مذکور تنها به مسأله‌ی هشداردهی در خصوص خطرات و زیان‌های احتمالی اشاره دارد اما از آنجایی که مبنای آن حکم عقل و بنای عقلانی می‌باشد. (موسوی بجنوردی، ۱۳۸۷، ۱۲۶) می‌توان از آن به منظور ترسیم مبنایی عام برای برائت متعهد به دادن اطلاعات از مسئولیت در صورت اطلاع رسانی قبلی متعهد به متعهدله بهره برد.

در صورتی که متعهد در انجام وظیفه‌ی خود در اطلاع رسانی به طرف قرارداد کوتاهی کند تردیدی نیست که این امر مسئولیت وی را به دنبال خواهد داشت. ماده‌ی ۶۷ قانون نظام صنفی ایران مصوب ۱۳۸۲ نیز صریحاً مقرر می‌دارد که اگر بر اثر وقوع تخلفات مندرج در آن قانون از جمله کوتاهی در اطلاع رسانی براساس ماده‌ی ۱۵ و ۱۷ این قانون خسارتی به اشخاص وارد آید شخص صنفی متخلف به جبران زیان‌های وارده محکوم می‌گردد.

## ۲-۲-۱-۲: بررسی ضمانت اجرا در مقررات خاص:

### ۲-۲-۱-۲: قانون بیمه‌ی ایران

بازرترین و رایج ترین مصداق عقودی که در آن، یک طرف قرارداد به دلیل آگاهی انحصاری بر تمام جوانب موضوع عقد و به حکم قانون موظف است تمام اطلاعات مؤثر در عقد را افشا کند عقد بیمه است. ماده‌ی ۱۲ قانون بیمه مصوب ۱۳۱۶ مقرر می‌دارد: هرگاه بیمه گذار عمداً از اظهار مطالبی خودداری کند یا عمداً اظهارات کذب بنماید و مطالب اظهار نشده یا کذب به طوری باشد که موضوع خطر را تغییر داده یا از اهمیت آن نزد بیمه گر بکاهد عقد بیمه باطل خواهد بود. حتی

اگر مراتب مذکور تأثیری در وقوع حادثه نداشته باشد... و به موجب ماده‌ی ۱۳ اگر خودداری از اظهار مطلبی یا اظهارات خلاف واقع از روی عمد نباشد، عقد باطل نمی‌شود در این صورت هرگاه مطلب اظهار نشده قبل از وقوع حادثه معلوم شود، بیمه‌گر حق دارد یا اضافه‌ی حق بیمه را از بیمه‌گذار در صورت رضایت او دریافت داشته، قرارداد را ابقاء کند و یا قرارداد بیمه را فسخ نماید... در صورتی که مطالب اظهار نشده بعد از وقوع حادثه معلوم شود خسارت به نسبت وجه بیمه پرداختی و وجهی که بایستی در صورت اظهار خطر به طور کامل و واقع پرداخته شده باشد تقلیل خواهد یافت.

#### ۲-۱-۲-۲: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

ماده‌ی ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مقرر می‌دارد: تبلیغات خلاف واقع و ارائه‌ی اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف‌کننده از جمله از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع می‌باشد.

ضمانت اجرای نقض این مقرر در ماده‌ی ۱۹ ذکر شده است. عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگانی که مبادرت به تخلفات موضوع مواد ۳ الی ۸ این قانون را نمایند در صورت ورود خسارت وارده به به جزای نقدی حداکثر معادل دو برابر خسارت وارده محکوم خواهند شد. در این ماده نیز شرط تحقق تبلیغات خلاف واقع، فریب یا اشتباه مصرف‌کننده در نظر گرفته شده است.

#### ۲-۱-۲-۳: قانون تجارت الکترونیک

ماده‌ی ۵۰ تا ۵۷ این قانون تحت عنوان قواعد تبلیغ (marketing) در این زمینه قاعده‌گذاری کرده است: در مورد تبلیغات گمراه‌کننده بیان شده تأمین‌کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود. (ماده‌ی ۵۰). در مورد نحوه‌ی تبلیغ گفته شده است تأمین‌کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف‌کننده به طور دقیق، صحیح و روشن، اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند. (۵۱) همچنین مقرر شده است که تأمین‌کنندگان نباید از خصوصیات ویژه‌ی معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سوء استفاده کنند. (ماده‌ی ۵۳)

از ویژگی‌های خاص این قانون قائل شدن حق تصمیم‌گیری برای مصرف‌کننده در رابطه با دریافت تبلیغات است. چنان‌چه که در ماده‌ی ۵۵ بیان داشته تأمین‌کنندگان باید تمهیداتی را برای

مصرف کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی و یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند.

ضمانت اجرای نقض این مقررات در ماده‌ی ۷۰ این قانون تعیین شده که مجازات آن از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال می‌باشد.

### ۲-۱-۲-۲-۴: قانون نظام صنفی

تبصره‌ی ۲ ماده‌ی ۱۷ این قانون مقرر می‌دارد: افراد صنفی مجاز نیستند برای جلب مشتری درباره‌ی محصولات، کالاها یا خدمات، برخلاف واقع تبلیغ کنند. در غیر این صورت طبق ماده‌ی ۶۸ این قانون با آن‌ها رفتار خواهد شد.

ماده‌ی ۶۸ نیز مقرر می‌دارد: عدم رعایت مفاد تبصره‌ی فوق از سوی افراد صنفی تخلف محسوب می‌شود و متخلف باید جریمه‌ی نقدی از دویست هزار ریال تا پانصد هزار ریال را در هر بار تخلف بپردازد.

### ۲-۱-۲-۲-۵: مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴

ماده‌ی ۵ این قانون نیز به انتشار آگهی تبلیغاتی گمراه کننده اشاره می‌کند که آن را برای مؤسسات پزشکی و دارویی و صاحبان فنون پزشکی و دارو سازی ممنوع اعلام کرده است و برای آن جریمه‌ی پنج هزار تا بیست هزار ریال در مرتبه‌ی اول در نظر گرفته است و برای دفعات بعد بیست هزار تا پنج هزار ریال جزای نقدی و یا حبس از یک ماه و یا هر دو مجازات در نظر گرفته شده است.

### ۲-۲: ارائه‌ی اطلاعات نادرست و ضمانت اجرای آن در حقوق انگلیس

در قانون حمایت از مصرف کننده‌ی انگلستان در باب شاخص‌های قیمتی گمراه کننده در موارد ۲۰ تا ۲۷ به تفصیل ارائه‌ی اطلاعات نادرست در این زمینه را ممنوع دانسته است. ماده‌ی ۲۱ شاخصی را گمراه کننده می‌داند که آنچه از طریق آن به مصرف کننده انتقال می‌یابد یا آنچه انتظار می‌رود مصرف کنندگان به طور معقول از آن استنباط کنند، قیمت‌هایی است که کمتر از واقعیت است یا روش‌های قیمت‌گذاری را وانمود می‌کنند که متفاوت از روش‌های معمولی موجود هستند و اشخاص را به اشتباه می‌اندازند.

ماده ۲۰ این قانون در این خصوص مقرر می‌دارد: هر فردی که در جریان فعالیت تجاری اش به هر وسیله‌ای (کتاب، روزنامه، مجله و...) شاخص‌های قیمتی گمراه کننده را در خصوص کالاها، خدمات یا تسهیلات... به اشخاص اعم از عموم یا اشخاص خاص بدهد و اعم از این که شاخص‌های ارائه شده، همه‌ی اشخاص را گمراه کرده باشند. یا فقط اشخاصی که به این شاخص ها اعتماد کرده باشند متخلف و به حداکثر جریمه‌ی مقرر محکوم خواهند شد. مواد ۲۵ و ۲۶ در این راستا اختیاراتی را به وزیر کشور اعطا نموده است تا رویه و شیوه‌های مطلوبی را جهت تعیین شاخص‌های قیمتی حسب ضرورت و به تناسب بخش‌های مختلف کالا، خدمات، تسهیلات و... تهیه نماید.

همچنین در خصوص تبلیغات خلاف واقع ماده‌ی ۷ این قانون مقرر می‌دارد: هر نوع تبلیغات خلاف واقع، ارائه‌ی اطلاعات نادرست در باره‌ی کالاها و خدمات ممنوع است.

البته این ماده بسیار کلی و مجمل است و لازم است در خصوص موضوعی این چنین مهم و حساس با ملاحظه‌ی همه جانبه، موضوع از زوایای مختلف بررسی و باید و نباید روشنی وضع گردد تا روابط تولید کنندگان و مصرف کنندگان به نحو مطلوبی تنظیم گردد. از طرفی ممنوعیت کلی وضع شده در ماده‌ی فوق فاقد ضمانت اجرایی است. با این حال به نظر می‌رسد می‌توان بر اساس قواعد عمومی پذیرفت که کسی که اظهارات نسبت به او انجام شده می‌تواند ادعای خسارت نماید. در حقوق انگلستان یکی از مهم ترین راه کارهای مقابله با ارائه اطلاعات نادرست استفاده از نهاد تدلیس یا سوء عرضه‌ی قابل تعقیب است که عبارت است از گفتار نادرست و مغایر با حقیقت که طرف دیگر را تحریک به انعقاد قرارداد می‌کند. قواعد سوء عرضه در حقوق انگلیس بر کامن لا، قواعد انصاف و قانون سوء عرضه‌ی سال ۱۹۶۷ مبتنی است. در خصوص لوازم و شرایط سوء عرضه‌ی قابل تعقیب در حقوق انگلیس می‌توان این شرایط را بر شمرده. ( Dobson and Cilve M, 1991, 95 )

- ۱- اظهار خلاف واقع باشد: اظهاراتی که به وسیله‌ی اظهار کننده به طرف مقابل خطاب می‌شود مستقیماً ذهن مخاطب و قوه‌ی دماغی او را نشانه می‌رود. این اظهارات با ورود به فضای مشترک ذهنی در سنجش و فعل و انفعالات طرف مقابل برای انعقاد قرار دار مؤثر است. حال اگر چنین اظهاری خلاف واقع باشد سوء عرضه تلقی می‌شود.
- ۲- اظهار، بیان نادرستی از وقایع باشد: یک توصیف خلاف واقع قابل تعقیب عبارت است از اظهار نادرست در مورد واقعیتهای خاص موجود و یا واقعه‌ای قبلی (مربوط به گذشته). به عبارت دیگر این اظهار در بردارنده‌ی یک امر واقعی باشد نه یک امر فرضی.

اظهار راجع به یک فعل یا نیت آتی سوء عرضه و بیان خلاف واقع محسوب نمی‌شود. به عنوان مثال در دفترچه‌ی راهنمای شرکتی به غلط این نکته درج شده که شرکت در طول چهار سال آینده یک میلیارد پول سرمایه‌گذاری خواهد کرد. حتی اگر طرف مقابل بدین وسیله به انعقاد معامله ترغیب شده باشد، سوء عرضه‌ی قابل تعقیب تلقی نمی‌شود. البته اگر این اظهار به قصد دروغی باشد یا وضعیت اظهارکننده چنان باشد که به هیچ وجه به قصد خود ملتفت نباشد ممکن است به عنوان سوء عرضه تلقی شود. به طور مثال در دعوی ادگینگتون علیه فیتز موریس<sup>۱</sup> در دادگاه استیناف در سال ۱۸۸۵ مدیران شرکت با بیان این که برای توسعه‌ی امور شرکت به پول نیازمندند از مردم پول گرفتند. در واقع هدف این بود از پول مزبور برای پرداخت بدهی موجود شرکت استفاده کنند. گفته‌ی آن‌ها سوء عرضه‌ای متقلبانه در مورد حقیقت محسوب گردید و مدیر شرکت بر اساس شبه جرم فریب مسئول شناخته شد. (داکسبری، ۱۳۷۷، ۴۴)

همچنین اظهارعقیده یا نظر متمایز از اظهار واقعیت است و سوء عرضه محسوب نمی‌شود. حتی اگر طرف مقابل را به اشتباه انداخته و به انعقاد قرارداد ترغیب کند. برای مثال این اظهار فروشنده که این ماشین دست دوم خصوصیات بسیار خوب و ارزشمندی دارد یک اظهار عقیده است.

قاعده‌ی کلی این است که اظهارات نادرست در مورد بیان یک قانون، سوء عرضه قابل تعقیب تلقی نمی‌شود. زیرا طرفین قرارداد به طور یکسانی از قانون آگاهی دارند اما این امر تنها در صورتی صادق است که اظهار به سبب فراموشی یا تصور اشتباهی از قانون صادر شده باشند. از این رو اظهار متقلبانه‌ی قانون، اظهار نظر نیست بلکه اظهار نادرست یک واقعیت است.

همان طور که قبلاً گفته شد سکوت صرف سوء عرضه تلقی نمی‌شود. اما اظهاراتی که در برگیرنده‌ی نیمی از حقیقت بوده و تمام آن را نشان نمی‌دهند ممکن است سوء عرضه محسوب شوند. در قرار دادهای مبتنی بر حسن نیت مانند قرارداد بیمه وظیفه‌ی افشای تمام اطلاعات و حقایق مهم وجود دارد.

۳- اظهار قبل از انعقاد قرارداد و با قصد ترغیب به انعقاد قرارداد صورت گرفته باشد: اظهار حقیقی که یک طرف ممکن است در جریان مذاکرات برای ترغیب طرف مقابل به انعقاد قرارداد انجام بدهد به عنوان یک اظهار شناخته شود. حال اگر چنین اظهاری دروغ باشد در واقع یک سوء عرضه محقق شده است. این از خصوصیات سوء عرضه است که باید

<sup>۱</sup> Edgington v. Fitzmaurice

قبل از انعقاد قرارداد به وسیله‌ی یکی از طرفین صورت گرفته باشد تا طرف دیگر را به قبول تعهدات قراردادی سوق دهد. چنین اظهاری را باید متمایز از اظهاری دانست که به عنوان شرط ضمن عقد گنجانده می‌شود. (Dobson and Cilve M, op.cit, 93) خلاف واقع باید به طرف گمراه شده خطاب گردد و نیز محرک اصلی برای انعقاد قرارداد باشد. ضابطه‌ی اصلی بودن نیز شخصی است و باید شخص را تحت تأثیر قرار دهد و او را به انعقاد قرارداد ترغیب کند. اگر خواهان بر تصمیم‌ها یا تحقیقات خود تکیه کند مسئولیتی برای اظهار کننده به وجود نخواهد آمد. به علاوه اگر خواهان در زمان انعقاد قرار داد از سوء عرضه ناآگاه بوده مسئولیتی وجود نخواهد داشت. همین طور است در مواردی که او آگاه بوده ولی توصیف مذکور بر قضاوت وی اثر نگذاشته باشد. البته برای قابل پیگیری بودن سوء عرضه در دادگاه لازم نیست سوء عرضه‌ی مذکور عامل منحصر به فرد در تشویق خواهان به انعقاد قرار داد باشد.

۴- بر مبنای اظهار، عمل و منجر به انعقاد قرار داد شده باشد: اظهار باید به قصد ترغیب و منجر شده است بر مبنای اظهارات اقدام نکرده بلکه با تکیه بر مهارت یا سنجش شخصی خود یا بر مبنای تحقیقات یا زمینه‌ی یابی و بررسی خود اقدام به انعقاد معامله کرده باشد نمی‌تواند بر اساس سوء عرضه اقامه‌ی دعوی کند. (داکسبری، پیشین، ۱۱۶) در خصوص اثبات ادعای سوء عرضه‌ی متقلبانه بار اثبات این ادعا که سوء عرضه دارای عنصر تقلب بوده و اظهار کننده بدون هیچ‌گونه اعتقاد صادقانه‌ی او به درستی آن عمل کرده است بر عهده‌ی مخاطب اظهار است. به عبارت دیگر اگر مدعی طرفین بین سوء عرضه متقلبانه و معصومانه دوران داشته باشد. در این صورت بار اثبات این که سوء عرضه متقلبانه است نه ناشی از تسامح و بی‌احتیاطی، بر عهده‌ی مخاطب اظهار است. (Ibid, 94) مطابق بند ۱ ماده‌ی ۲ قانون سوء عرضه‌ی ناشی از بی‌احتیاطی و تسامح بار اثبات بر عهده‌ی اظهار کننده است. زیرا در وقوع سوء عرضه فرض می‌شود که ناشی از مسامحه است، از این رو بار اثبات آن که سوء عرضه ناشی از تسامح نبوده بر عهده وی خوانده است. البته تا قبل از قانون ۱۹۶۷، اقامه‌ی دعوا علیه اظهار کننده منوط به اثبات این امر بود که اظهار کننده وظیفه مراقبت را در خصوص صحت اظهارش به دیگران داشته و یا مهارت و قابلیت خاصی دارد. اما همان طور که اشاره شد با توجه به بند ۱ ماده‌ی ۲ قانون سوء عرضه‌ی ۱۹۶۷ چنین شرطی ضروری نیست و اصل بر این است که سوء عرضه ناشی از تسامح و

بی احتیاطی است. در غیر این صورت اظهار کننده باید واقعا بتواند ثابت کند در جریان مذاکرات پیش قراردادی یا طی مراحل مقدماتی انعقاد قرارداد و در زمان انعقاد قرارداد دلایل معقولی داشته که معتقد باشد واقعیات ارائه شده حقیقت دارد. به عبارت دیگر او باید ثابت کند در موقعیت معقول و متعارفی چنین اعتقاد صادقانه ای به او دست داده است. (Ibid, 97)

بدیهی است که با اثبات ادعا کسی که اظهارات نسبت به او انجام شده است می تواند ادعای خسارت کند. بر اساس بند ۲ ماده ۲ قانون سوء عرضه ی غیر متقالبانه زمانی که اظهار شونده درخواست فسخ قرارداد را بنماید، دادگاه می تواند به صلاحدید خود حکم به خسارت به جای فسخ بدهد. اما در خصوص سوء عرضه ی متقالبانه طرف با حسن نیت می تواند به اختیار خود قرارداد را فسخ نموده و همچنین ادعای خسارت کند و یا به تنهایی ادعای خسارت نماید. همچنین تبلیغاتی که مصرف کننده را از تصمیم گیری آگاهانه و درست باز می دارد و وی را گمراه می سازد تدلیس محسوب شده و می تواند دلیل موجه فسخ قرارداد و یا اقامه ی دعوای جبران خسارت باشد. (جعفری تبار، پیشین، ۴۱)

### نتیجه گیری

حق آگاهی مصرف کننده از مهمترین حقوق وی می باشد که حمایت از آن می تواند زمینه ساز ایجاد یک رابطه ی حقوقی پایدار و منطبق با اراده و مقصود واقعی مصرف کننده و جلوگیری از صرف هزینه های ناشی از الغای قرارداد و متعاقبا هزینه های دادرسی مربوط به اختلافات ناشی از آن گردد. امروزه این حق که به شکل تعهد به دادن اطلاعات در اکثر نظام های حقوقی به عرضه کننده تحمیل گردیده با توجه به نگاه ویژه به مقوله مصرف و روابط پیچیده صنعتی و اقتصادی اهمیت دوچندانی یافته است. موضوع تعهد به دادن اطلاعات ماهیتا دارای دو جنبه ی مثبت و منفی است و می تواند فعل دادن اطلاعات ضروری یا ترک فعل خودداری از ارائه ی اطلاعات نادرست باشد. به همین ترتیب نقض این تعهد نیز می تواند به دو شکل تحقق پذیرد، نقض جنبه ی مثبت تعهد که از آن به کتمان تعبیر می شود و به صورت خودداری از ارائه ی اطلاعات به وقوع می پیوندد و نقض جنبه ی منفی تعهد که با ارائه ی اطلاعات نادرست و خلاف واقع از سوی متعهد انجام می پذیرد. مصادیق هر دو سوبه این تعهد در قوانین عام و خاص نظام حقوقی ایران نشانگر وجود حمایت های پراکنده، غیرمستقیم و ناکافی قانون گذار از هر دو جلوه این تعهد است. در حالی که در حقوق انگلیس، بحث تعهد به آگاه سازی و تکلیف تولید کنندگان و فروشندگان در مورد راهنمایی

و هشدار عنوان مستقلی داشته و دکترین حقوقی حمایت از مصرف کننده و به تبع آن گرایش به حفظ سلامت و حفظ ایمنی محصولات و خدمات تودיעی به شهروندان سبب توجه به قاعده تضمین به عنوان مبنای مسئولیت عرضه کنندگان کالا و خدمات شده است.

## فهرست منابع

### منابع فارسی

- ۱- حقوق مدنی، چاپ چهاردهم، "انتشارات اسلامیه"، ۱۳۹۵.
- ۲- اوصیاء، پرویز، "تدلیس در حقوق ایران، اسلام، انگلیس و فرانسه"، مقاله‌ی تحولات حقوق خصوصی، گرد آوری به وسیله‌ی دکتر ناصر کاتوزیان، چاپ چهارم، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
- ۳- ایزانلو، محسن، لطفی، احسان، "تعهد بیمه‌گذار به اطلاع رسانی"، فصلنامه حقوق، دوره ۴۱، شماره ۳، ۱۳۹۰.
- ۴- جعفری تبار، حسن، "مسئولیت مدنی کالاها"، انتشارات نگاه معاصر، تهران ۱۳۹۷.
- ۵- جعفری لنگرودی، محمدجعفر، "ترمینولوژی حقوق"، انتشارات گنج دانش، تهران، ۱۳۹۳.
- ۶- جنیدی، لعیا، "مطالعه تطبیقی تعهد به دادن اطلاعات با تاکید بر نظام‌های کامن لا"، مجله‌ی دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی، شماره ۵۶، تابستان ۱۳۸۱.
- ۷- حاجی نوری، غلامرضا، "نقش تقصیر در ضمان ناشی از تسبیب"، مجله حقوق، شماره ۲۷، ۱۳۹۱.
- ۸- داکسبری، رابرت، "مروری بر حقوق قراردادها در انگلستان"، ترجمه‌ی حسین میرمحمد صادقی، نشر حقوقدان، چاپ اول، سال ۱۳۷۷.
- ۹- صافی گلپایگانی، لطف الله، "جامع الاحکام"، حضرت معصومه سلام الله علیها، قم، ۱۴۱۷ق.
- ۱۰- علی عسگری، ابراهیم، صالحی، سید مهدی، جعفرزاده، سیامک، "بررسی مسئولیت ناشی از اخفای مضرات دارو و نقش قاعده تحذیر"، مجله حقوق پزشکی، شماره ۴۱، ۱۳۹۶.
- ۱۱- ۱۱- طاهری، حبیب اله، "حقوق مدنی"، جلد چهارم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین قم، قم، ۱۴۱۸ ق.
- ۱۲- قنات‌ی، جلیل و جاویر، حسین، "مطالعه‌ی تطبیقی سوء عرضه‌ی قابل تعقیب در حقوق انگلیس، ایران و فقه امامیه"، فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی، دوره‌ی ۱۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۵.
- ۱۳- کاتوزیان، ناصر، "الزامات خارج از قرارداد"، دوره‌ی تک جلدی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
- ۱۴- کاتوزیان، ناصر، "حقوق مدنی، قواعد عمومی قراردادها"، جلد سوم، چاپ سوم، انتشارات سهامی انتشار، ۱۳۷۶.
- ۱۵- کاتوزیان، ناصر، "قواعد عمومی قراردادها"، جلد پنجم، چاپ پنجم، انتشارات سهامی انتشار، ۱۳۸۷.



- ۱۶- موسوی بجنوردی، سید محمد، قواعد الفقهیه، جلد ۱، انتشارات مجد، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۸.
- ۱۷- وصالی ناصح، مرتضی، "مسئولیت مدنی ناشی از اراده ضمنی در قالب سکوت"، فصلنامه پژوهش حقوق مدنی، شماره ۲، ۱۳۹۲.

### منابع انگلیسی:

- 1- Bennett, Howard, N, "statements of fact and statements of bliefinicsurance contract law and general contract law", The Modern Law review, Vol. 61, 1998
- 2- Bloemendal, Lan, "Precontractual Negotiation and Legal Obligation", Seminar in law Society House, Queens land law Society, 2003.
- 3- Brownsword, Roger, "Individual cooperatives and an ethic for European Contract law", The Modern Law Review, Vol. 64, 2001.
- 4- Dobson, Paul and Cilve M, Schmitthoff, "Business law", 15 ed, London sweet and Maxwell, 1991.
- 5- Holly, David M, "Information Disclosure of sales, Journal of Business Ethic", Vol. 17, 1988.
- 6- Krawiec, Kimberly D and Zeiler, Kathryn, "common law disclosure duties and the sin of omission", Virjinia law Review, Vol 91, Number 8, 2005, p. 1825.
- 7- Mckendrick, Ewan, "Contract Law", Palgrave Law Master, Third Edition, Macmilian, 1997.
- 8- Massam, A, "Product Liability", The special problem of medicines managerial and decision economics, 2018.
- 9- "Purchaser's duty to disclose Purchesers duty to disclose under securities and exchange", Annual report of the securities and exchange 7-commission, Washington law Review, 1956, p. 63. Available at: <http://www.jstor.org/stable/120086>.
- 10- "Scottish law commission", Issue paper1, September 2006, P.78.
- 11- Stephens, Mike, "The UK Law of negligence tort", Available at: [www.towergateinsurence.co.uk,case](http://www.towergateinsurence.co.uk,case) study, the duty of care, Aug 20, 2019.
- 12- Stoppa, Alessandro, "The concept of defectiveness in consumer protection at 1987", A critical analysis, Legal studies: vol 12; N. 2, July 1992.
- 13- Stramens, Gert, "information and disinformation obligations of consumers", Antwerp university, International Academy of Comparative Law, Institute, Journal of communication.
- 14- Treitel, Guenter, "The law of contract, London", Sweet and maxwell, 1999.
- 15- Turner, Bower Spencer, "the law of Actionable Misrepresentation", 3ed, 1974, p. 42.
- 16- Wilhelmsson, Thomas, "European Rules on Precontractual information Duties", ERA-frum, Vol. 7, No. 1, 2006.