



## Conflict Between Freedom of Contract and Consumer Protection in the Digital Economy: A Legal and Ja'fari Jurisprudential Perspective

Maryam Rastegar<sup>1\*</sup>

1. Department of Private Law, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

### ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages:189-203

Article history:

Received: 03 Nov 2024

Edition: 04 Jan 2025

Accepted: 12 Mar 2024

Published online: 28 Mar 2026

#### Keywords:

Freedom of Contract; Consumer Protection; Digital Economy; Ja'fari Jurisprudence; Rights Conflict.

#### Corresponding Author:

Maryam Rastegar

#### Address:

Iran, Shiraz, Islamic Azad University, Department of Private Law.

#### Orchid Code:

0009-0000-8056-1534

#### Tel:

09214019763

#### Email:

m.rastegar7471@iau.ir

### ABSTRACT

**Background and Aims:** This study aims to examine the conflict between freedom of contract and consumer protection in the digital economy from both legal and Ja'fari jurisprudential perspectives. With the expansion of electronic transactions and digital contracts, the potential for inequality and injustice toward consumers has increased. The main research question is how to achieve a balance between the parties' contractual freedom and the protection of consumer rights.

**Materials and Methods:** This research is of theoretical type and the research method is descriptive-analytical and the method of data collection is library and has been done by referring to documents, books and articles.

**Ethical Considerations:** In order to organize this research, while observing the authenticity of the texts, honesty and fidelity have been observed.

**Findings:** The study finds that, on one hand, freedom of contract is recognized as a fundamental principle in civil law and Ja'fari jurisprudence; on the other hand, restrictions such as the prohibition of uncertainty (gharar), injustice (ajhaf), and harm are applied in jurisprudence and consumer protection regulations within civil law and electronic commerce.

**Conclusion:** Achieving a balance between freedom of contract and consumer protection requires integrating legal and jurisprudential measures, ensuring that contractual freedom is preserved while protecting consumers from the adverse effects of unfair contracts.

Cite this article as:

Rastegar, M. *Conflict Between Freedom of Contract and Consumer Protection in the Digital Economy: A Legal and Ja'fari Jurisprudential Perspective*. Economic Jurisprudence Studies. 2026.



### تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال در چارچوب حقوق و فقه امامیه

مریم رستگار<sup>۱</sup>

۱. گروه حقوق خصوصی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

#### چکیده

**زمینه و هدف:** هدف این مقاله بررسی تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال از منظر حقوقی و فقه امامیه است. با گسترش معاملات الکترونیکی و قراردادهای دیجیتال، امکان بروز نابرابری و اجحاف نسبت به مصرف‌کننده افزایش یافته و پرسش اصلی پژوهش، چگونگی تأمین توازن میان آزادی طرفین قرارداد و حفاظت از حقوق مصرف‌کننده است.

**مواد و روش‌ها:** این تحقیق از نوع نظری بوده روش تحقیق به صورت توصیفی تحلیلی می‌باشد و روش جمع‌آوری اطلاعات بصورت کتابخانه‌ای است و با مراجعه به اسناد، کتب و مقالات صورت گرفته است.

**ملاحظات اخلاقی:** در تمام مراحل نگارش پژوهش حاضر، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

**یافته‌ها:** یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از یک سو آزادی قرارداد در حقوق مدنی و فقه امامیه به عنوان اصل اساسی شناخته می‌شود، اما از سوی دیگر محدودیت‌هایی مانند منع غرر، اجحاف و ضرر در فقه و مقررات حمایت از مصرف‌کننده در حقوق مدنی و تجارت الکترونیک اعمال می‌شود.

**نتیجه:** نتایج مقاله حاکی از آن است که تحقق توازن میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده نیازمند تلفیق راهکارهای حقوقی و فقهی است؛ به طوری که آزادی اراده طرفین حفظ شده و در عین حال حقوق مصرف‌کننده از آسیب‌های قراردادهای ناعادلانه مصون بماند.

#### اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۸۹-۲۰۳

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۳

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۰/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۱/۰۸

#### واژگان کلیدی:

آزادی قرارداد؛ حمایت از مصرف‌کننده؛ اقتصاد دیجیتال؛ فقه امامیه؛ تعارض حق.

#### نویسنده مسئول:

مریم کشاورز

آدرس پستی:

ایران، شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز، گروه حقوق خصوصی.

تلفن:

09214019763

کد ارکید:

0009-0000-8056-1534

پست الکترونیک:

m.rastegar7471@iau.ir

## ۱. مقدمه

میان طرفین قرارداد، به نفع مصرف‌کننده وضع می‌شود. در فقه امامیه نیز، اصولی مانند منع غرر، اجحاف و ضرر، مشابه حمایت از مصرف‌کننده در حقوق مدنی عمل می‌کنند و تلاش می‌کنند تا معاملات ناعادلانه را محدود کنند.

با توجه به توسعه سریع بازار دیجیتال، مشاهده می‌شود که قوانین و مقررات موجود، به ویژه در حوزه تجارت الکترونیک، هنوز نتوانسته‌اند به‌طور کامل تمام جنبه‌های حمایت از مصرف‌کننده را پوشش دهند. همچنین، در زمینه فقه امامیه، بحث تطبیقی و تحلیلی در مورد قراردادهای دیجیتال و تضاد میان آزادی قرارداد و حقوق مصرف‌کننده به‌طور محدود بررسی شده است. این خلاهای قانونی و فقهی، ضرورت پژوهش حاضر را ایجاد کرده و انگیزه اصلی برای انجام این مطالعه را فراهم می‌آورد.

سوال اصلی پژوهش این است: چگونه می‌توان توازن مناسبی میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال برقرار کرد؟ هدف این مقاله، تحلیل این تضاد از منظر حقوق مدنی و فقه امامیه و ارائه راهکارهای تلفیقی برای حفظ تعادل میان حقوق طرفین است. فرضیه متناظر با این سوال، بدین صورت است که تحقق توازن میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده بدون تلفیق راهکارهای حقوقی و فقهی ممکن نیست و نیازمند چارچوب‌های جدید قانونی و اصول فقهی به‌روز است.

نوآوری این تحقیق در دو جنبه قابل مشاهده است: اول، بررسی تطبیقی و همزمان حقوقی و فقهی تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در محیط دیجیتال که تاکنون کمتر مورد توجه قرار گرفته است؛ دوم، ارائه راهکارهای تلفیقی و عملیاتی برای حل تضاد، به‌گونه‌ای که

در دهه‌های اخیر، با گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، اقتصاد دیجیتال به یکی از شاخص‌های اصلی رشد اقتصادی تبدیل شده است. معاملات آنلاین و تجارت الکترونیک، نه تنها مرزهای جغرافیایی را از میان برده، بلکه امکان دسترسی سریع و گسترده به کالاها و خدمات را برای مصرف‌کنندگان فراهم کرده است. این تحول، علاوه بر مزایای فراوان، چالش‌های جدیدی را نیز به همراه دارد که نیازمند بازنگری در چارچوب‌های قانونی و فقهی سنتی است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، نحوه تأمین تعادل میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در فضای دیجیتال است.

قراردادها به عنوان ستون فقرات اقتصاد دیجیتال، نقش اساسی در تعیین حقوق و تکالیف طرفین ایفا می‌کنند. در محیط دیجیتال، قراردادهای معمولاً به شکل الکترونیکی منعقد می‌شوند و شامل شرایط عمومی و موافقت‌نامه‌های استاندارد هستند. این نوع قراردادهای با افزایش پیچیدگی‌های فناوری و عدم تقارن اطلاعاتی میان طرفین، ریسک بروز نابرابری و اجحاف نسبت به مصرف‌کننده را افزایش می‌دهند. بنابراین، شناخت جایگاه قراردادهای و نحوه تنظیم آنها، به‌ویژه در بازار دیجیتال، اهمیت ویژه‌ای دارد.

از منظر حقوقی، آزادی قرارداد به معنای اختیار طرفین در تنظیم مفاد قرارداد و تعیین شرایط مورد توافق خود است و به عنوان یکی از اصول اساسی حقوق مدنی و تجارت شناخته می‌شود. در مقابل، حمایت از مصرف‌کننده مجموعه‌ای از مقررات و اصول است که با هدف جلوگیری از ضرر و اجحاف، تضمین شفافیت و ایجاد تعادل

## ۵-۱. مبانی نظری

بررسی هر موضوع حقوقی و فقهی مستلزم تبیین دقیق مفاهیم بنیادین و چارچوب نظری آن است. در مسئله حاضر نیز، تحلیل تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده بدون فهم صحیح مبانی نظری این دو اصل امکان‌پذیر نخواهد بود. مبانی نظری به‌عنوان زیربنای تحلیلی پژوهش، زمینه‌ای فراهم می‌آورد تا ریشه‌های حقوقی و فقهی هر یک از این اصول آشکار شود و امکان مقایسه و بررسی تعارضات میان آن‌ها با دقت بیشتری فراهم گردد. از این‌رو، در این بخش ابتدا به تبیین مفهوم آزادی قرارداد و جایگاه آن در حقوق و فقه امامیه پرداخته می‌شود و سپس مبانی حمایت از مصرف‌کننده، به‌ویژه در بستر اقتصاد دیجیتال، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

## ۵-۱-۱. مفهوم آزادی قراردادی

در حقوق مدنی، آزادی قرارداد بر اصل حاکمیت اراده و توانایی اشخاص در تعیین مفاد و آثار قرارداد استوار است. این اصل بر این مبنا قرار دارد که اراده انسان می‌تواند منبع ایجاد تعهد باشد و محدودیت‌های غیرضروری نباید مانع توافق آزادانه طرفین شود. با وجود این، آزادی قرارداد مطلق تلقی نمی‌شود و در چهارچوب قواعد آمره، نظم عمومی و اخلاق حسنه اعتبار می‌یابد. حقوق‌دانان مدنی بر این نکته تأکید دارند که اعمال آزادی اراده، هنگامی معتبر است که موجب برهم‌زدن عدالت قراردادی یا ایجاد عدم‌توازن ناروا میان طرفین نشود؛ چنان‌که کاتوزیان، این محدودیت‌ها را شرط لازم برای جلوگیری از سوءاستفاده قراردادی می‌داند (کاتوزیان، ۱۴۰۰، ص ۱۴۵). همچنین در تحلیل قواعد عمومی قراردادها، محدودیت آزادی اراده در برابر شروط تحمیلی و شرایط نامشروع از منظر

هم آزادی اراده طرفین حفظ شود و هم مصرف‌کننده از خطر قراردادهای ناعادلانه مصون بماند. این جنبه‌ها، مقاله حاضر را از پژوهش‌های پیشین متمایز کرده و می‌تواند مبنای توسعه سیاست‌ها و مقررات جدید در اقتصاد دیجیتال باشد.

## ۲. مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی تحلیل است. از روش کتابخانه‌ای به منظور جمع‌آوری داده‌ها و مطالب در این تحقیق استفاده شده است.

## ۳. ملاحظات اخلاقی

در مراحل مختلف نگارش این مقاله، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانتداری رعایت شده است.

## ۴. یافته‌ها

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از یک سو آزادی قرارداد در حقوق مدنی و فقه امامیه به عنوان اصل اساسی شناخته می‌شود، اما از سوی دیگر محدودیت‌هایی مانند منع غرر، اجحاف و ضرر در فقه و مقررات حمایت از مصرف‌کننده در حقوق مدنی و تجارت الکترونیک اعمال می‌شود.

## ۵. بحث

با توجه به اهمیت روزافزون قراردادهای دیجیتال و چالش‌های ناشی از آن، لازم است مبانی نظری مرتبط با آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده به‌طور دقیق بررسی شود تا چارچوبی روشن برای تحلیل تضاد میان این دو اصل فراهم گردد. از این‌رو، در بخش‌های پیش‌رو ابتدا به تبیین مفهوم و جایگاه آزادی قرارداد در حقوق و فقه امامیه پرداخته می‌شود، سپس مبانی و الزامات حمایت از مصرف‌کننده در عرصه اقتصاد دیجیتال بررسی خواهد شد. در نهایت، با ترکیب این مباحث، تضادهای موجود تحلیل و راهکارهای ممکن ارائه می‌گردد.

مشروعیت و مصالح اجتماعی فاصله نگیرد و مانع شکل‌گیری معاملات ناعادلانه شود.

### ۵-۱-۲. اصول و مبانی آزادی قرارداد

اصول و مبانی آزادی قرارداد بر مجموعه‌ای از قواعد بنیادین استوار است که امکان تحقق اراده اشخاص را در چهارچوب نظم حقوقی فراهم می‌سازد. نخستین اصل، استقلال اراده است؛ اصلی که آزادی اشخاص در تعیین مفاد، شرایط و حدود تعهدات قراردادی را به رسمیت می‌شناسد. این استقلال بر مبنای نقش اراده در ایجاد و زوال تعهدات شکل می‌گیرد و در حقوق مدنی به‌عنوان ستون اصلی نظام قراردادی تلقی می‌شود. پذیرش اراده به‌عنوان منبع تعهد، زمانی معنا می‌یابد که اراده آزادانه و فارغ از اکراه و فریب در جریان توافق ابراز شود. از این‌رو، حقوق‌دانان، استقلال اراده را اساس مشروعیت قرارداد و مبنای حاکمیت توافقات خصوصی دانسته‌اند (کاتوزیان، ۱۴۰۰، ۱۴۵، صفایی، ۱۳۹۹، ۴۸۰).

اصل دوم، التزام به قانون است؛ اصلی که آزادی اراده را در چهارچوب قواعد آمره و نظم عمومی محدود می‌سازد. تحقق آزادی قراردادی مشروط به آن است که توافقات طرفین با قوانین و ارزش‌های بنیادین حقوقی تعارض نداشته باشد. در حقوق مدنی، این محدودیت نه به معنای نفی آزادی، بلکه تضمینی برای جلوگیری از سوءاستفاده از اراده طرف ضعیف و حفظ عدالت معاملاتی است. در فقه امامیه نیز مشروعیت قراردادهای مقید به مطابقت با احکام شرعی و پرهیز از مفساد اقتصادی است؛ به‌گونه‌ای که عقود که مشتمل بر غرر، ضرر یا اجحاف باشند، فاقد اعتبار تلقی می‌شوند (انصاری، ۱۴۲۰، ۶۲). مفسران امامیه نیز بر لزوم همسویی معاملات با معیارهای شریعت تأکید کرده‌اند و آیه «تجارت

حقوقی ضروری دانسته شده است (صفایی، ۱۳۹۹، ص ۴۸). بنابراین، آزادی قرارداد در حقوق مدنی به‌عنوان یک اصل بنیادی شناخته می‌شود، اما این آزادی تنها زمانی معتبر است که با ارزش‌های حقوقی نظیر عدالت، شفافیت و منع سوءاستفاده سازگار باشد.

در فقه امامیه، مفهوم آزادی قرارداد مستند به تراضی و رضایت معتبر طرفین است؛ به‌گونه‌ای که تحقق عقد بدون قصد و رضای طرفین امکان‌پذیر نیست. اصل تراضی در آموزه‌های قرآنی نیز ریشه دارد و مفسران امامیه آیه «تجارت عن تراض» را دلالت‌کننده بر ضرورت توافق واقعی و غیرتحمیلی میان طرفین دانسته‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۹، ۱۵۷؛ طبرسی، ۱۴۲۱، ۲۳۴). افزون بر رضایت، مشروعیت عقد مشروط به رعایت شرایط صحت از جمله عقلایی‌بودن، نبود غرر و پرهیز از ضرر است. انصاری در مکاسب، غرر را موجب بطلان عقود دانسته و آن را یکی از مهم‌ترین موانع صحت معاملات و عاملی برای جلوگیری از بهره‌کشی اقتصادی معرفی می‌کند (انصاری، ۱۴۲۰، ۶۲). به همین ترتیب، آزادی اراده در فقه امامیه در چهارچوب احکام شرعی معنا می‌یابد و نمی‌تواند به مفساد اقتصادی یا اجحاف نسبت به یک طرف قرارداد بینجامد. تحلیل مکاتب حقوقی در فقه امامیه نشان می‌دهد که اختیارات قراردادی، مبتنی بر رعایت عدالت معاوضی و حفظ مصالح جامعه است و اراده طرفین تنها تا جایی معتبر است که با این اصول در تعارض قرار نگیرد (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۹، ۶۵). در جمع‌بندی، آزادی قرارداد در هر دو نظام حقوق مدنی و فقه امامیه بر اراده اشخاص مبتنی است، اما این اراده در محدوده‌ای معتبر تلقی می‌شود که از عدالت،

شفافیت اطلاعاتی، ممنوعیت شروط غیرمنصفانه در معاملات الکترونیکی و ضرورت احراز رضایت آگاهانه، از مهم‌ترین این قیود محسوب می‌شود. در حقوق مدنی نیز بطلان قراردادهای مخالف نظم عمومی و اخلاق حسنه، حداقلی از کنترل حقوقی را بر توافقات خصوصی اعمال می‌کند (کاتوزیان، ۱۴۰۰، ص ۱۷۲؛ صفایی، ۱۳۹۹، ۹۱).

محدودیت‌های فقهی نیز بر پایه اصولی همچون نفی غرر، اجحاف و ضرر سامان یافته است. غرر به‌عنوان جهالت مؤثر در عوضین، منشأ بی‌اعتباری معاملاتی است که بر مبنای عدم شفافیت شکل می‌گیرند. اجحاف نیز با ایجاد عدم تعادل فاحش میان تعهدات، موجب سلب اعتبار قرارداد و خروج آن از عدالت مبادلاتی می‌شود. قاعده لاضرر، هرگونه توافقی را که متضمن زیان ناروا بر یکی از طرفین است، فاقد مشروعیت می‌داند (انصاری، ۱۴۲۰، ۷۴). مفسران نیز آیه «لا تأکلوا أموالکم بالباطل» را ناظر بر منع معاملات زیان‌بار و فاقد توازن دانسته‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۹، ۱۶۳؛ طبرسی، ۱۴۲۱، ۲۴۱). در نمونه‌های موردی، قراردادهای مبتنی بر اطلاعات ناقص یا نابرابری آشکار قدرت، مصداقی از غرر و اجحاف تلقی می‌شوند؛ مانند معاملات الکترونیکی که در آن عرضه‌کننده از موقعیت اطلاعاتی برتر بهره‌مند است. تحلیل فقهی و حقوقی چنین نمونه‌هایی نشان می‌دهد که اعمال محدودیت‌ها با هدف بازگرداندن تعادل قراردادی و جلوگیری از بهره‌کشی صورت می‌گیرد (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۹، ۷۸).

## ۵-۲. حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد

### دیجیتال

تحول ساختاری اقتصاد دیجیتال، الگوهای سنتی حمایت از مصرف‌کننده را با چالش‌های بنیادین روبه‌رو کرده است. گسترش معاملات برخط، عدم

عن تراض» را ناظر بر تعاملی می‌دانند که در آن رضایت واقعی همراه با رعایت حدود شرعی تحقق یابد (طباطبایی، ۱۴۱۹، ۱۵۷؛ طبرسی، ۱۴۲۱، ۲۳۴).

سومین اصل، احترام به اهلیت طرفین است؛ اصلی که تضمین می‌کند توافقات تنها میان اشخاصی معتبر باشد که توانایی قانونی و عقلایی لازم برای ایجاد تعهدات را دارند. در حقوق مدنی، اهلیت، شرط اساسی صحت قرارداد و معیار تشخیص اعتبار اراده تلقی می‌شود. در فقه امامیه نیز تحقق عقد منوط به وجود عقل، رشد و قصد معتبر است؛ به گونه‌ای که فقدان هر یک از این عناصر، موجب بی‌اعتباری توافق و زوال اثر حقوقی آن می‌گردد. تحلیل مکاتب فقهی نشان می‌دهد که اهلیت، نه صرفاً شرط شکلی، بلکه ابزار تحقق عدالت و جلوگیری از بهره‌کشی از افراد فاقد توان تصمیم‌گیری است (جعفری لنگرودی، ۱۳۹۹، ۶۵). برآیند این اصول نشان می‌دهد که آزادی قرارداد، بر اراده معتبر، در چهارچوب قانون و همراه با رعایت شرایط شخصی طرفین استوار است؛ ساختاری که هدف آن ایجاد توازن میان آزادی خصوصی و نظم حقوقی است، بدون آن‌که استقلال اراده را مفهومی مطلق یا رها از قیود قلمداد کند.

## ۵-۱-۳. محدودیت‌ها و شرایط اعمال

### آزادی قرارداد

محدودیت‌ها و شرایط اعمال آزادی قرارداد بر مجموعه‌ای از ضوابط قانونی و فقهی استوار است که مانع از اطلاق اراده و تضمین‌کننده سلامت مبادلات می‌باشد. محدودیت‌های قانونی در حوزه قراردادهای، به‌ویژه در حقوق مدنی و قوانین خاص مانند قانون تجارت الکترونیک، سازوکارهای نظارتی مشخصی را ایجاد می‌کند. الزام به

ضعف شفافیت در شرایط استفاده، احتمال درج شروط غیرمنصفانه و محدودکننده، و خطر سوءاستفاده از داده‌های شخصی از مهم‌ترین تهدیدها محسوب می‌شوند. این تهدیدها علاوه بر ایجاد ضرر مالی، می‌توانند رضایت واقعی مصرف‌کننده در فرایند انعقاد قرارداد را تضعیف کنند و ساختار معاملاتی را به‌گونه‌ای سوق دهند که تعادل قراردادی برهم بخورد (بحری، ۱۳۹۹، ۲۷).

از سوی دیگر، برخی ویژگی‌های تکنیکی مانند قراردادهای مبتنی بر کلیک، سرعت بالای انعقاد، و عدم امکان مذاکره درباره شروط موجب کاهش نقش اراده فردی و افزایش آسیب‌پذیری مصرف‌کننده می‌شود. چنین وضعیتی ضرورت مداخله قواعد حمایتی را تقویت کرده و نشان می‌دهد که حمایت از مصرف‌کننده نه یک امتیاز اضافی، بلکه ابزار تضمین‌کننده عدالت معاملاتی است (احمدی جشفقانی و شاهرخی، ۱۳۹۷، ۵). در این چارچوب، حمایت از مصرف‌کننده در نظام حقوقی، به‌ویژه در معاملات الکترونیک، وظیفه‌ای برای حفظ تعادل قدرت قراردادی و جلوگیری از زیان‌های ناشی از عدم آگاهی و ضعف موقعیت اقتصادی او تلقی می‌شود. این رویکرد، مبنای بسیاری از مقررات حمایتی و تحلیل‌های حقوقی معاصر است.

#### ۵-۲-۲. حمایت حقوقی از مصرف‌کننده

حمایت حقوقی از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال بر مجموعه‌ای از اصول شکلی و ماهوی استوار است که هدف آن ایجاد تعادل در روابط قراردادی و کاهش نابرابری اطلاعاتی میان مصرف‌کننده و عرضه‌کننده است. شفافیت در ارائه اطلاعات به‌عنوان نخستین رکن حمایت، اقتضا می‌کند که ویژگی‌ها، شرایط استفاده،

تقارن اطلاعاتی، و پیچیدگی سازوکارهای فنی باعث شده است که موقعیت مصرف‌کننده بیش از گذشته در معرض آسیب قرار گیرد. در چنین محیطی، قواعد کلاسیک حمایت از مصرف‌کننده به‌تنهایی کارآمد نیست و نیاز به بازخوانی اصول، بازتعریف ابزارهای حمایتی و بررسی انطباق آن‌ها با فقه امامیه و حقوق داخلی احساس می‌شود. از همین رو، تحلیل مبانی، معیارها و چالش‌های حمایت از مصرف‌کننده در فضای دیجیتال ضرورتی نظری و کاربردی یافته و مقدمه‌ای برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مرتبط با تعارض میان آزادی قرارداد و الزامات حمایتی محسوب می‌شود.

#### ۵-۲-۱. تعریف مصرف‌کننده و اهمیت حمایت

تعریف مصرف‌کننده در بستر اقتصاد دیجیتال ناظر بر شخصی است که بدون هدف انتفاعی و صرفاً برای رفع نیاز شخصی اقدام به دریافت کالا یا خدمت می‌کند. چنین مصرف‌کننده‌ای، به‌ویژه در محیط‌های دیجیتال، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از حقوق بنیادین است؛ از جمله حق اطلاع‌رسانی شفاف، حق انتخاب آگاهانه، حق امنیت اطلاعات و حق امکان انصراف از معامله در شرایط خاص (ابوالقاسم کاشانی، ۱۴۰۲، ۳۰). اهمیت این حقوق ناشی از جایگاه نابرابر مصرف‌کننده در برابر بنگاه‌های بزرگ فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین است؛ زیرا عدم تقارن اطلاعاتی و پیچیدگی فنی قراردادهای دیجیتال امکان ارزیابی آگاهانه را برای او دشوار می‌سازد (بختیاروند، ۱۳۹۰، ۱۱۸).

آسیب‌های محتمل در چنین قراردادهایی، طیفی از مخاطرات حقوقی و اقتصادی را دربر می‌گیرد.

### ۵-۲-۳. مبانی فقهی حمایت از مصرف‌کننده

با در نظر گرفتن قواعد و اصول فقهی، مبانی فقهی حمایت از مصرف‌کننده در فقه امامیه بر سه اصل بنیادین اخلاقی و حقوقی استوار است: رعایت انصاف، منع ضرر و منع ظلم. این اصول نه تنها چارچوبی اخلاقی برای معاملات فراهم می‌آوردند، بلکه پایه‌ای عملی برای تنظیم قراردادها و کنترل نابرابری در فضای اقتصادی فراهم می‌کنند. اصل انصاف در روابط معاملاتی، ناظر بر توزیع عادلانه حقوق و تعهدات میان طرفین است و مانع بهره‌کشی اقتصادی و تحمیل شروط نامتوازن در قراردادها می‌شود. این اصل، در فقه امامیه و دیگر مذاهب اسلامی، بخشی از ساختار عدالت معاملاتی تلقی شده و در قالب الزام به رعایت صداقت، پرهیز از تدلیس و احترام به حقوق طرف مقابل تجلی یافته است (انصاری، ۱۴۲۰، ۶۲؛ طباطبایی، ۱۴۱۹، ۱۵۷).

قاعده منع ضرر، به‌عنوان یکی از اصول کلیدی فقهی، ناظر بر نفی هر معامله‌ای است که موجب وارد آمدن زیان غیرمتعارف به طرف مقابل شود (طبرسی، ۱۴۲۱، ۲۳۴). این قاعده دامنه‌ای فراتر از ضرر مادی دارد و شامل ضررهای اطلاعاتی، قراردادی و موقعیتی نیز می‌شود؛ مسأله‌ای که در محیط دیجیتال به دلیل ضعف آگاهی مصرف‌کننده و نبود امکان مشاهده مستقیم کالا یا خدمات، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند (ابراهیمی سالاری و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۲). از این منظر، منع ضرر یک مبنای فقهی محکم برای الزام عرضه‌کنندگان به شفافیت، صداقت و پرهیز از فریب یا ارائه اطلاعات ناقص فراهم می‌آورد.

اصل منع ظلم نیز به‌عنوان یک قاعده اخلاقی و فقهی، بر جلوگیری از هرگونه تجاوز به حقوق مشتری تأکید دارد. این اصل، هر قرارداد یا

مخاطرات احتمالی و هزینه‌های پنهان کالا یا خدمت با وضوح کامل و بدون ابهام در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد. فقدان شفافیت، اراده آگاهانه را مختل می‌کند و زمینه ایجاد شروط غیرمنصفانه یا گمراه‌کننده را فراهم می‌سازد (تقی‌پور درزی نقیسی و همکاران، ۱۴۰۲، ۲۲).

حق اطلاع‌رسانی، به‌عنوان مکمل شفافیت، بر الزام عرضه‌کننده به ارائه اطلاعات کافی و قابل فهم به مصرف‌کننده تأکید دارد؛ اطلاعاتی که نه صرفاً جنبه توصیفی، بلکه نقش تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری او ایفا کند. این حق در مقررات تجارت الکترونیک به‌ویژه در الزام ارائه جزئیات کالا، هویت فروشنده و شرایط فسخ معامله تجلی یافته است (بختیاری، بختیاری و حسینی، ۱۴۰۱، ۱۲).

از سوی دیگر، حق بازگشت کالا یا فسخ قرارداد بدون تحمیل هزینه سنگین، یکی از مهم‌ترین ابزارهای جبرانی در معاملات آنلاین محسوب می‌شود. این حق به مصرف‌کننده امکان می‌دهد در صورت مغایرت کالا با اوصاف یا فقدان رضایت واقعی ناشی از محدودیت‌های محیط دیجیتال، از معامله خارج شود. مبنای این حق در حقوق مدنی نیز در قواعد ناظر بر خیار عیب و تخلف از اوصاف قابل مشاهده است (حبیبی و مظفری، ۱۳۹۶، ۶۳۹).

چارچوب‌های قانونی در ایران، به‌ویژه قانون تجارت الکترونیک و قانون حمایت از مصرف‌کنندگان، تلاش کرده‌اند این حقوق را تضمین کنند. این مقررات با تلفیق قواعد عمومی قراردادها در قانون مدنی و الزامات حمایتی نوین، ساختاری ایجاد کرده‌اند که هدف آن حمایت از رضایت آگاهانه و جلوگیری از تحمیل شرایط یک‌جانبه بر مصرف‌کننده است (تقی‌پور درزی نقیسی و همکاران، ۱۴۰۲، ۲۹).

شرطی را که موجب زیان غیرمنصفانه مصرف‌کننده شود، فاقد مشروعیت می‌داند و زمینه فقهی لازم برای مقابله با شروط تحمیلی و یک‌طرفه در قراردادهای دیجیتال را فراهم می‌آورد (رهنمون و شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۰، ۸۹). از این منظر، رعایت این اصول نه تنها اخلاقی، بلکه یک ابزار عملی برای تضمین عدالت در معاملات دیجیتال محسوب می‌شود.

تحلیل تطبیقی نشان می‌دهد که این اصول فقهی با قواعد حقوقی حمایت از مصرف‌کننده در قوانین مدنی و تجارت الکترونیک هم‌راستا و مکمل یکدیگر هستند. انطباق قاعده «لاضرر» با مقررات منع ارائه اطلاعات گمراه‌کننده و همخوانی اصل انصاف با ممانعت از شروط غیرمنصفانه، نشان می‌دهد که فقه امامیه ظرفیت بالایی برای ارائه چارچوب حمایتی کارآمد و تطبیقی در اقتصاد دیجیتال دارد (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۸، ۱۹۵؛ یوسفی صادقلو و پورحسینی، ۱۳۹۵، ۱۴۸). این هم‌پوشانی، امکان طراحی الگوی بومی و مبتنی بر فقه و حقوق مدرن برای حمایت از مصرف‌کننده را تقویت می‌کند، به‌گونه‌ای که هم استقلال اراده طرفین حفظ شود و هم حقوق مصرف‌کننده از آسیب‌های ناشی از قراردادهای ناعادلانه محافظت گردد.

از سوی دیگر، ترکیب این اصول با ابزارهای حقوقی مدرن، از جمله الزام به شفافیت اطلاعات، حق فسخ قرارداد، و امکان پیگیری سریع شکایات، ظرفیت فقهی را برای تطبیق با فضای پیچیده معاملات دیجیتال افزایش می‌دهد. این تلفیق، یک رویکرد جامع ارائه می‌دهد که هم اخلاق و انصاف را رعایت می‌کند و هم با مقررات قانونی هماهنگ است، به‌گونه‌ای که توازن میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده برقرار شود و

اعتماد در بازارهای دیجیتال تقویت گردد (ابراهیمی سالاری و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۵؛ شجاعی و همکاران، ۱۳۹۸، ۲۰۰). در جمع‌بندی، مبانی فقهی حمایت از مصرف‌کننده با تمرکز بر انصاف، منع ضرر و منع ظلم، هم قابلیت پیشگیری از اجحاف در قراردادهای دیجیتال را دارند و هم امکان تلفیق با ابزارهای حقوقی مدرن را فراهم می‌آورند. این اصول نه تنها یک چارچوب نظری و اخلاقی برای معاملات دیجیتال ارائه می‌دهند، بلکه به سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران کمک می‌کنند تا الگوهای اجرایی مؤثر و بومی برای حمایت از مصرف‌کننده طراحی کنند و همزمان آزادی قرارداد و عدالت در بازارهای نوین حفظ شود.

### ۳-۵. تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده

تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده، یکی از چالش‌های اساسی در اقتصاد دیجیتال محسوب می‌شود. در حالی که آزادی قرارداد، حق طرفین برای تنظیم شرایط توافق را تضمین می‌کند، مصرف‌کنندگان اغلب به دلیل محدودیت اطلاعات و عدم توازن قدرت در معرض آسیب قرار دارند. این تضاد، ضرورت بررسی دقیق حقوقی و فقهی را ایجاد می‌کند تا چارچوبی متوازن برای محافظت از مصرف‌کننده بدون خدشه وارد کردن به استقلال اراده طرفین فراهم شود.

### ۳-۵-۱. مصادیق تضاد در اقتصاد دیجیتال

یکی از مصادیق بارز تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده، قراردادهای یک‌طرفه و شرایط عمومی است که غالباً در معاملات دیجیتال مشاهده می‌شوند. این نوع قراردادهای قالب‌های استاندارد و پیش‌نویس‌های آماده، حقوق و تکالیف طرفین را به صورت از پیش تعیین‌شده

### ۵-۳-۲. تحلیل حقوقی تضاد

آزادی قرارداد در اقتصاد دیجیتال، اگرچه به‌عنوان یکی از اصول بنیادین حقوق مدنی و تجارت الکترونیک شناخته می‌شود، همواره با محدودیت‌های قانونی و نظارتی همراه است تا حقوق مصرف‌کننده حفظ شود. این محدودیت‌ها به ویژه در شرایطی اعمال می‌شوند که اراده طرفین به دلیل عدم توازن اطلاعات، پیچیدگی فناوری یا شرایط تحمیلی ناقص و آسیب‌رسان باشد. بدین معنا، قراردادهای تنها زمانی از اعتبار برخوردارند که تعادل میان استقلال اراده طرفین و حمایت از طرف ضعیف رعایت شود. در غیر این صورت، مفاد قرارداد ممکن است قابل ابطال، تعدیل یا اصلاح قضایی باشد تا از بروز زیان غیرمنصفانه جلوگیری گردد (خالدی، قاسمی و بهشتی، ۱۳۹۹، ۲۰).

نحوه اعمال قوانین حمایتی در اقتصاد دیجیتال شامل مجموعه‌ای از ابزارها و الزامات اجرایی است. عرضه‌کنندگان موظف به ارائه اطلاعات شفاف، کامل و قابل فهم درباره ویژگی‌های محصول، قیمت، شرایط استفاده، محدودیت‌ها و ریسک‌های احتمالی هستند. این الزام نه تنها زمینه تصمیم‌گیری آگاهانه مصرف‌کننده را فراهم می‌آورد، بلکه از پذیرش شروط نابرابر و یک‌طرفه جلوگیری می‌کند. علاوه بر آن، حق بازگشت کالا، امکان فسخ قرارداد در شرایط خاص و مسئولیت جبران خسارت، ابزارهایی عملیاتی برای محدودسازی آزادی قرارداد هستند که تضمین می‌کنند مصرف‌کننده در مقابل تخلفات و زیان‌ها مصون بماند (رحیمی، ۱۴۰۱، ۱۵). این تدابیر در قوانین تجارت الکترونیک و مقررات حمایت از مصرف‌کننده به‌طور گسترده نهادینه شده و به

تعریف می‌کنند و امکان مذاکره واقعی برای مصرف‌کننده محدود یا غیرممکن است. در چنین شرایطی، استقلال اراده مصرف‌کننده به دلیل پذیرش شرایط کلی و غالباً پیچیده، تا حد زیادی کاهش می‌یابد و زمینه بروز اجحاف و عدم توازن قدرت فراهم می‌شود (صادقی و حسامی شهرزایی، ۱۳۹۷، ۱۱۲).

نمونه دیگر، قراردادهای مبتنی بر عدم توازن اطلاعات است. در محیط دیجیتال، ارائه‌دهندگان کالا و خدمات اغلب به اطلاعات کامل درباره ویژگی‌های محصول، شرایط استفاده و پیامدهای قراردادی دسترسی دارند، در حالی که مصرف‌کننده از این اطلاعات به صورت محدود و گاه ناقص برخوردار است (صادقی و آقاجانی، ۱۳۹۱، ۱۸۵). این عدم تقارن اطلاعاتی می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری ناآگاهانه و پذیرش شرایطی شود که به ضرر مصرف‌کننده تمام می‌شود. قراردادهای مبتنی بر تبلیغات اغراق‌آمیز یا اطلاعات ناقص نمونه‌ای از این مشکل هستند که مسئولیت حقوقی و الزام به جبران خسارت را مطرح می‌کنند (عادل و شمس‌الهی، ۱۳۹۵، ۵۷۵).

این مصادیق نشان می‌دهند که آزادی قرارداد، هنگامی که با عدم امکان مذاکره یا نابرابری اطلاعات همراه شود، می‌تواند منجر به زیان مصرف‌کننده گردد و نیاز به محدودیت‌ها و ابزارهای حمایتی را برجسته سازد. فلسفه اقتصادی حق تعویض یا استرداد کالا نیز، به‌عنوان مکانیسم جبرانی در حقوق ایران، پاسخی برای کاهش آثار این تضاد ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که قواعد حمایتی، به ویژه در قراردادهای دیجیتال، نقش اساسی در تعادل میان اراده طرفین و حفاظت از مصرف‌کننده دارند.

عنوان ستون‌های حمایتی در محیط‌های دیجیتال عمل می‌کند.

از منظر اقتصادی-حقوقی، نقض تعهدات در فضای دیجیتال و معاملات آنلاین می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای برای توازن قراردادها داشته باشد. اعمال جریمه‌ها، مسئولیت قراردادی و الزام به اصلاح شرایط غیرمنصفانه، نقش مهمی در متوازن‌سازی قدرت و جلوگیری از سوءاستفاده ایفا می‌کنند. این مکانیزم‌ها تضمین می‌کنند که آزادی قرارداد، در عین حفظ استقلال اراده، به ابزاری برای اجحاف یا تزییع حقوق مصرف‌کننده تبدیل نشود. به عبارت دیگر، محدودیت‌ها و تدابیر حمایتی نه تنها موانعی بر سر راه اراده طرفین نیستند، بلکه امکان تحقق عدالت و توازن در معاملات دیجیتال را فراهم می‌آورند (دادگر و احسانی، ۱۳۹۹، ۴۵).

علاوه بر این، حقوق تجارت الکترونیک و مقررات حمایت از مصرف‌کننده، با فراهم آوردن نظام نظارت و رسیدگی سریع به اختلافات، از بروز آسیب‌های احتمالی و زیان‌های اقتصادی جلوگیری می‌کنند. این رویکرد باعث می‌شود مصرف‌کننده بتواند بدون مواجهه با پیچیدگی‌های قضایی و اداری، حقوق خود را مطالبه کرده و از خسارت ناشی از شروط غیرمنصفانه مصون بماند. بنابراین، تحلیل حقوقی نشان می‌دهد که اعمال محدودیت‌های قانونی و ابزارهای حمایتی در محیط دیجیتال، نه تنها استقلال اراده طرفین را خدشه‌دار نمی‌کند، بلکه تعادل میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده را عملیاتی می‌سازد و تضمین می‌کند که بازارهای دیجیتال هم عادلانه و هم پایدار باقی بمانند (خالدی، قاسمی و بهشتی، ۱۳۹۹، ۲۰). در جمع‌بندی، تحلیل حقوقی تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت

از مصرف‌کننده نشان می‌دهد که بدون اعمال محدودیت‌های هوشمندانه، آزادی اراده می‌تواند به ابزاری برای بهره‌کشی تبدیل شود. تلفیق قوانین مدنی و تجارت الکترونیک با ابزارهای نظارتی و ضمانت‌های اجرایی، مسیر تحقق عدالت و امنیت در معاملات دیجیتال را هموار می‌سازد و تضمین می‌کند که حقوق مصرف‌کننده با حفظ استقلال اراده طرفین، به شکل متوازن و منصفانه رعایت شود. این چارچوب تحلیلی و عملی، پایه‌ای محکم برای طراحی سیاست‌ها و مقررات جدید در اقتصاد دیجیتال فراهم می‌آورد و می‌تواند به عنوان الگویی برای تنظیم قراردادها و حفاظت از حقوق طرفین در محیط‌های نوین مورد استفاده قرار گیرد.

### ۵-۳-۳. تحلیل فقهی تضاد

در فقه امامیه، کنترل قراردادهای ناعادلانه نه صرفاً یک الزام حقوقی، بلکه نمود عینی اصول اخلاقی و عدالت اقتصادی است که هدف آن جلوگیری از ضرر و اجحاف به طرف ضعیف قرارداد است. اصول بنیادینی مانند لاضرر، منع غرر و اجحاف، چارچوبی نظام‌مند برای محدودسازی آزادی قرارداد فراهم می‌آورند؛ چارچوبی که نه تنها مشروعیت معاملات را تضمین می‌کند، بلکه امکان اصلاح، تعدیل یا حتی ابطال قراردادهای غیرمنصفانه را نیز فراهم می‌سازد. در این دیدگاه، هر قرارداد یا شرطی که موجب زیان آشکار، نابرابری شدید یا بهره‌کشی از طرف ضعیف شود، فاقد اعتبار تلقی شده و دستگاه قضایی و نهادهای نظارتی مجاز به مداخله و اصلاح آن هستند (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ۳۳۰).

راهکارهای پیشگیری از ضرر و اجحاف در فقه امامیه، فراتر از قواعد خشک حقوقی، بر رعایت انصاف، شفافیت اطلاعاتی و تحقق تراضی واقعی

#### ۴-۵. راهکارها و پیشنهادات

با توجه به تضاد موجود میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال، ارائه راهکارهای عملی و پیشنهادی، ضرورت اساسی یافته است. این راهکارها می‌توانند با تلفیق مبانی حقوقی و فقهی، تعادلی میان استقلال اراده طرفین و حفاظت از حقوق مصرف‌کننده ایجاد کنند. تمرکز بر اصلاح قواعد قرارداد، افزایش شفافیت اطلاعات، و نهادینه کردن ابزارهای پیشگیرانه و جبرانی، امکان کاهش ریسک‌های قراردادی و جلوگیری از اجحاف را فراهم می‌آورد. نگارندگان در این بخش به تبیین راهکارهای پیشنهادی خویش می‌پردازند.

#### ۴-۵-۱. راهکارهای حقوقی

راهکارهای حقوقی برای کاهش تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال، بر اصلاح ساختار قانونی و تقویت ابزارهای نظارتی استوار است. نخست، اصلاح مقررات و قوانین تجارت الکترونیک ضرورت دارد تا خلأهای حقوقی و محدودیت‌های موجود شناسایی و اصلاح شوند و امکان بهره‌کشی یک‌طرفه از قراردادهای دیجیتال کاهش یابد. تدوین قوانین شفاف و به‌روز، تضمین‌کننده انطباق معاملات آنلاین با اصول عدالت و انصاف است. الزام به شفافیت و اطلاع‌رسانی دقیق، گام دوم در تقویت حمایت از مصرف‌کننده است. ارائه اطلاعات کامل و قابل فهم درباره ویژگی‌ها، قیمت، شرایط استفاده و ریسک‌های احتمالی کالا یا خدمت، زمینه تصمیم‌گیری آگاهانه مصرف‌کننده را فراهم می‌کند و از پذیرش شروط نامتوازن جلوگیری می‌نماید. در کنار اصلاح قوانین و شفافیت اطلاعات، ایجاد نظام رسیدگی سریع به شکایات مصرف‌کنندگان اهمیت ویژه‌ای دارد. این

تأکید دارند. قراردادهای باید بر اساس رضایت آگاهانه و آزاد طرفین شکل گیرند و از اعمال شروط یک‌جانبه یا مبهم که امکان سوءاستفاده و تحمیل زیان ایجاد می‌کنند، پرهیز شود. افزون بر این، نقش نهادهای حکومتی و قضایی، از جمله سازمان تعزیرات، در پایش و کنترل معاملات به منظور جلوگیری از تخلفات و تضمین حقوق مصرف‌کننده، اهمیت ویژه‌ای دارد و به عنوان مکانیسمی عملی برای تحقق عدالت عمل می‌کند (میری ارسلان و همکاران، ۱۴۰۰، ۵۱۲).

تحلیل تطبیقی نشان می‌دهد که مبانی فقهی با اهداف قوانین حمایت از مصرف‌کننده در حقوق معاصر همسویی قابل توجهی دارند؛ هر دو رویکرد با اعمال محدودیت‌های حساب‌شده بر آزادی قرارداد، از زیان و اجحاف جلوگیری می‌کنند. این تطبیق، ظرفیت فقه امامیه را برای ارائه یک چارچوب حمایتی جامع در محیط‌های دیجیتال تقویت می‌کند، به ویژه در شرایطی که مصرف‌کننده با اطلاعات ناقص یا قراردادهای یک‌طرفه مواجه است (یوسفی صادقلو و پورحسینی، ۱۳۹۵، ۱۴۸).

در نهایت، فقه امامیه با ترکیب اصول محدودکننده، ابزارهای پیشگیرانه و رویکرد اخلاقی، امکان تحقق توازن میان آزادی اراده طرفین و حمایت از مصرف‌کننده را در معاملات دیجیتال فراهم می‌آورد. این توازن نه تنها حفاظت از حقوق طرف ضعیف را تضمین می‌کند، بلکه باعث ارتقای عدالت، شفافیت و اعتماد در بازارهای دیجیتال می‌شود و نشان می‌دهد که قواعد فقهی می‌توانند با مقررات مدرن تلفیق شده و الگویی عملی برای سیاست‌گذاری و طراحی قراردادها در اقتصاد دیجیتال ارائه دهند.

استقلال اراده طرفین را در عین رعایت عدالت و انصاف میسر می‌سازد. این رویکرد، پایه‌ای برای تحقق تعادل میان آزادی قرارداد و حمایت حقوقی و اخلاقی از مصرف‌کننده است.

تلفیق مبانی حقوقی و فقهی می‌تواند چارچوبی عملی برای کاهش تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال فراهم کند. این مدل مبتنی بر ترکیب ابزارهای قانونی

#### نظارتی با اصول فقهی عدالت، انصاف و

#### جلوگیری از ضرر است.

در این رویکرد، آزادی قرارداد همچنان به‌عنوان حق بنیادین طرفین حفظ می‌شود، اما محدودیت‌هایی اعمال می‌گردد تا از پذیرش شروط نامتوازن یا تحمیلی جلوگیری شود و مصرف‌کننده از آسیب‌های احتمالی محفوظ بماند. مدل پیشنهادی شامل چند سطح موازنه است: نخست، قوانین و مقررات شفاف که الزامات اطلاع‌رسانی کامل، حق بازگشت کالا و رسیدگی سریع به شکایات را تضمین می‌کنند.

دوم، اصول فقهی و اخلاقی که بر پرهیز از قراردادهای ظالمانه و رعایت انصاف تأکید دارند و ناظر بر ارزیابی محتوا و پیامدهای قرارداد پیش از انعقاد هستند. سوم، مکانیزم‌های تلفیقی

نظارت و اصلاح، که امکان تعدیل یا ابطال شرایط ناعادلانه را فراهم می‌آورد. این تلفیق، یک چارچوب عملیاتی ایجاد می‌کند که هم استقلال اراده طرفین را محترم می‌شمارد و هم از حقوق مصرف‌کننده در برابر سوءاستفاده و زیان احتمالی حفاظت می‌کند. چنین مدلی، قابلیت تطبیق با قراردادهای دیجیتال و انعطاف‌پذیری در مواجهه با فناوری‌های نوین را دارد و می‌تواند به‌عنوان الگویی کارآمد برای سیاست‌گذاری و تنظیم قراردادهای مورد استفاده قرار گیرد

نظام امکان‌پذیری و حل اختلافات را بدون پیچیدگی و تأخیر فراهم می‌آورد و از گسترش آسیب‌های ناشی از قراردادهای ناعادلانه جلوگیری می‌کند. ترکیب این سه راهکار، چارچوبی عملیاتی برای کاهش تضاد میان آزادی قرارداد و حفاظت از حقوق مصرف‌کننده ایجاد می‌کند و تضمین می‌کند که استقلال اراده طرفین در عین حفظ انصاف و عدالت، مورد احترام قرار گیرد.

#### ۴-۲-۵. راهکارهای فقهی و اخلاقی

راهکارهای فقهی و اخلاقی برای کاهش تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده، بر اصول بنیادین عدالت، انصاف و پرهیز از ضرر استوار است. نخست، اجتناب از قراردادهای ظالمانه و اجحافی به‌عنوان اصل کلیدی مطرح می‌شود. این اصل ایجاب می‌کند که هیچ قراردادی شرایطی ناعادلانه بر طرف ضعیف تحمیل نکند و تعهدات و حقوق هر دو طرف متوازن و متناسب با منافع آنان باشد. در این چارچوب، بررسی محتوا و پیامدهای قرارداد پیش از انعقاد، می‌تواند از ورود زیان‌های آشکار و پنهان جلوگیری کند و اطمینان دهد که اراده طرفین صرفاً ابزار بهره‌کشی نشده است. استفاده از اصل انصاف و جلوگیری از ضرر، مکمل این راهکار است. قراردادهای باید با رعایت عدالت و احترام به حقوق طرف مقابل تنظیم شوند و هیچ‌گونه اقدام یا شرطی که موجب ضرر مادی، معنوی یا اطلاعاتی شود، مشروعیت نداشته باشد. این رویکرد، نه تنها عدالت اقتصادی را تضمین می‌کند، بلکه اعتماد و شفافیت در معاملات دیجیتال را تقویت می‌نماید. ترکیب اجتناب از قراردادهای ناعادلانه با رعایت اصول اخلاقی و فقهی، چارچوبی پیشگیرانه برای محافظت از مصرف‌کننده فراهم می‌آورد و امکان حفظ

## ۶. نتیجه

نتیجه‌گیری این پژوهش بر جمع‌بندی و تحلیل تضاد میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد دیجیتال متمرکز است و راهکارهایی برای ایجاد توازن میان این دو اصل ارائه می‌دهد. بررسی مبانی حقوقی و فقهی نشان می‌دهد که آزادی قرارداد، به‌عنوان اصل بنیادین حقوق مدنی، استقلال اراده طرفین را تضمین می‌کند و امکان تنظیم توافقات بر اساس منافع و ترجیحات خود را فراهم می‌آورد. در عین حال، محدودیت‌ها و قواعد حاکم بر قراردادها، اعم از حقوق مدنی و تجارت الکترونیک، و همچنین اصول فقهی مانند منع غرر، اجحاف و ضرر، تضمین می‌کنند که این آزادی، منجر به زیان یا بهره‌کشی از طرف ضعیف نشود. تحلیل این تضاد نشان داد که در اقتصاد دیجیتال، مصرف‌کننده به دلیل محدودیت اطلاعات، پیچیدگی فناوری و امکان پذیرش شروط یک‌طرفه، به شدت در معرض آسیب قرار دارد. بنابراین، حفظ تعادل میان استقلال اراده و حمایت از حقوق مصرف‌کننده بدون اعمال محدودیت‌های منطقی و حفاظتی امکان‌پذیر نیست.

بر اساس این بررسی، پاسخ به سوال اصلی پژوهش روشن می‌شود: توازن میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده تنها از طریق تلفیق راهکارهای حقوقی و فقهی قابل تحقق است. قوانین مدنی و مقررات تجارت الکترونیک باید با اصول فقهی عدالت و انصاف همسو شوند تا چارچوبی متوازن برای معاملات دیجیتال ایجاد شود. راهکارهای حقوقی مانند الزام به شفافیت اطلاعات، حق بازگشت کالا، ایجاد نظام رسیدگی سریع به شکایات و اصلاح شرایط عمومی قراردادها، تضمین‌کننده حق مصرف‌کننده و

کاهش سوءاستفاده از قدرت اطلاعاتی و اقتصادی عرضه‌کننده هستند. همزمان، راهکارهای فقهی و اخلاقی مانند اجتناب از قراردادهای ناعادلانه، رعایت انصاف و پیشگیری از ضرر، پایه‌ای برای کنترل محتوای قراردادها و ارزیابی پیامدهای آنها فراهم می‌آورند. تلفیق این دو سطح اقدامات، هم استقلال اراده طرفین را محترم می‌شمارد و هم از حقوق مصرف‌کننده حفاظت می‌کند و این تلفیق، اعتبار فرضیه پژوهش را تأیید می‌کند.

تحلیل و بررسی نمونه‌های قراردادهای دیجیتال نشان داد که قراردادهای یک‌طرفه و شرایط عمومی، همراه با عدم توازن اطلاعات، اصلی‌ترین موارد بروز تضاد هستند. مصرف‌کنندگان اغلب مجبور به پذیرش شرایطی می‌شوند که نه تنها امکان مذاکره واقعی را محدود می‌کند، بلکه موجب زیان اقتصادی یا تضییع حقوق آنان می‌گردد. اعمال محدودیت‌های قانونی و فقهی در این موارد، علاوه بر پیشگیری از اجحاف، امکان اصلاح یا ابطال شروط نامتوازن را فراهم می‌آورد و سطحی از عدالت را در معاملات دیجیتال برقرار می‌سازد. از این منظر، تلفیق راهکارهای حقوقی و فقهی نه تنها ضرورت عملی دارد، بلکه با هدف ایجاد تعادل و اطمینان از تحقق عدالت اقتصادی، به یک الزام در محیط‌های نوین دیجیتال تبدیل شده است.

با توجه به یافته‌ها، توصیه‌های عملی برای سیاست‌گذاری و تدوین مقررات عبارتند از: نخست، بازنگری و اصلاح قوانین تجارت الکترونیک به‌گونه‌ای که حمایت از مصرف‌کننده در سطح پیش‌قراردادی و قراردادهای استاندارد تضمین شود و الزامات شفافیت اطلاعات به‌صورت دقیق و اجرایی تعریف گردد. دوم، طراحی نظام

علاوه بر حفظ استقلال اراده طرفین، سطحی از اطمینان و امنیت را برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌کنند و می‌توانند به‌عنوان محور اصلی سیاست‌گذاری در توسعه اقتصاد دیجیتال مبتنی بر عدالت و انصاف مورد استفاده قرار گیرند.

#### ۷. سهم نویسندگان

نگارش متن توسط نویسندگان و نظارت علمی و اصلاحات نهایی توسط نویسنده مسئول صورت گرفت.

#### ۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچگونه تضاد منافی وجود ندارد.

#### منابع

- ابراهیمی سالاری، تقی، مقدسی، محدثه، و عاشورزاده، اعظم. (۱۳۹۳). حقوق مصرف‌کننده از دیدگاه اسلام و عملکرد آن در اقتصاد ایران. همایش دوسالانه اقتصاد اسلامی (اخلاق در اقتصاد اسلامی و اقتصاد ایران).
- ابوالقاسم کاشانی، مهوش (۱۴۰۲). حقوق مصرف‌کننده فرآورده‌های غذایی. پژوهشنامه حقوق خصوصی احرار، ۴(۱)، ۲۳-۴۰.
- احمدی جشقانی، حسینعلی و شاهرخی، حمیدرضا (۱۳۹۷). حقوق مصرف‌کننده در تجارت الکترونیک/ مطالعه موردی ایران. کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی.
- انصاری، مرتضی (۱۴۲۰). مکاسب. جلد ۶. قم: تراث الشیخ الأعظم.
- بحری، ادریس. (۱۳۹۹). بررسی مکانیزم‌های کنترل شروط غیرمنصفانه در قراردادهای مصرف‌کننده. کنفرانس بین‌المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق.
- بختیاروند، مصطفی. (۱۳۹۰). انعقاد قرارداد الکترونیک و حمایت از مصرف‌کننده. مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، ۴۱(۱)، ۱۱۵-۱۲۵.

رسیدگی سریع و کارآمد به شکایات مصرف‌کننده، به‌طوری که امکان اعتراض، بازنگری و جبران خسارت به سرعت فراهم شود و مصرف‌کننده از آثار زیان‌بار قراردادهای ناعادلانه مصون بماند. سوم، تلفیق اصول فقهی و اخلاقی با سیاست‌گذاری حقوقی، از طریق ترویج اخلاق کسب و کار، الزام به پرهیز از شروط ظالمانه و اجحافی و آموزش عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، می‌تواند زمینه کاهش تضاد و افزایش اعتماد در معاملات دیجیتال را فراهم کند.

در سطح نظری، مدل پیشنهادی تلفیقی که هم ابزارهای حقوقی و هم اصول فقهی را در بر می‌گیرد، یک چارچوب عملیاتی برای سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران فراهم می‌آورد. این مدل تضمین می‌کند که آزادی قرارداد به‌صورت کامل حفظ شود و در عین حال، مصرف‌کننده در برابر خطرات ناشی از اطلاعات ناقص، شروط یک‌طرفه و پیچیدگی‌های فناوری، محافظت شود. در نهایت، این چارچوب به‌عنوان الگویی برای طراحی قوانین جدید و به‌روزرسانی مقررات موجود، قابلیت انعطاف و تطبیق با تحولات سریع اقتصاد دیجیتال را داراست و می‌تواند مبنایی برای سیاست‌های ملی و بین‌المللی در زمینه حمایت از مصرف‌کننده فراهم کند.

در جمع‌بندی، این پژوهش نشان داد که تحقق توازن میان آزادی قرارداد و حمایت از مصرف‌کننده، بدون تلفیق راهکارهای حقوقی و فقهی، ممکن نیست. ایجاد چارچوب‌های قانونی جدید، تقویت اصول فقهی و اخلاقی، و طراحی نظام‌های عملیاتی برای پیشگیری از اجحاف، مسیر مؤثری برای حفظ عدالت و اعتماد در معاملات دیجیتال فراهم می‌آورد. این راهکارها،

- بختیاری، فاطمه، بختیاری، زهرا، و حسینی، مینا. (۱۴۰۱). تحلیل و ارزیابی حقوق موضوعه ایران در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در مقابل تولیدکننده و توزیع‌کننده تجهیزات پزشکی غیر استاندارد. حقوق پزشکی، ۱۶(۵۷)، ۷-۲۹.
- تقی پور درزی نقیبی، محمدحسین؛ مسلم زاده، فاطمه و طالقان غفاری، مهدی (۱۴۰۲). قواعد حمایتی موجود در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان در نگاهی تطبیقی با قانون مدنی. دانش حقوق مدنی، ۱۲(۲۳)، ۱۹-۳۴.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۹۹). مکتب‌های حقوقی در اسلام. تهران: گنج دانش.
- حبیب، سعید، و مظفری، محبت. (۱۳۹۶). دکترین استیفای حق در حوزه علائم تجاری با نگاهی بر حقوق مصرف‌کننده. مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، ۴۷(۴)، ۶۳۱-۶۴۶.
- خالدی، پری، قاسمی حامد، عباس، و بهشتی، اکرم. (۱۳۹۹). حقوق مصرف‌کننده در مرحله پیش قراردادی با مطالعه تطبیقی در حقوق انگلیس. تحقیقات حقوق خصوصی و کیفی (دانشنامه حقوق و سیاست)، ۱۶(۴۴)، ۱۱-۳۶.
- دادگر، یداله، و احسانی، اکرم. (۱۳۹۹). تحلیل اقتصادی نقض تعهد در فضای تجارت الکترونیک با رویکرد حقوق مصرف‌کننده. تمدن حقوقی، ۳(۶)، ۴۲-۵۸.
- رحیمی، حسین. (۱۴۰۱). حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کسب و کار آنلاین در پرتوی قانون تجارت الکترونیک. کنفرانس بین‌المللی فقه، حقوق و پژوهش‌های دینی.
- رهنمون، رئوف، و شیخ الاسلامی، اسعد. (۱۳۹۰). حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قلمرو آن در فقه شافعیان و امامیه. فقه و مبانی حقوق اسلامی (مقالات و بررسی‌ها)، ۴۴(۱)، ۷۷-۹۷.
- شجاعی، رسول، فنوتی، جلیل، تقی زاده، تورج، و حبیب نژاد، سیدحبیب. (۱۳۹۸). تبیین مبانی و اصول اخلاقی حقوق مصرف‌کننده از دیدگاه حقوق اسلام. پژوهش‌های اخلاقی (انجمن معارف اسلامی)، ۱۰(۱)، ۱۸۳-۲۰۴.
- صادقی، محسن، و آقاجانی، زهرا. (۱۳۹۱). مبحثی از مباحث تحلیل اقتصادی حقوق مصرف‌کننده: فلسفه اقتصادی حق تعویض یا استرداد کالای معیوب و جایگاه آن در حقوق ایران. مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، ۴۲(۱)، ۱۸۱-۱۹۹.
- صادقی، محمود، و حسامی شهرضایی، زینب. (۱۳۹۷). حمایت از حقوق مصرف‌کننده در قراردادهای مشارکت زمانی. دیدگاه‌های حقوق قضایی، ۸۱(۱)، ۱۰۷-۱۳۷.
- صفایی، سیدحسین (۱۳۹۹). قواعد عمومی قراردادهای. جلد ۲. تهران: نشر میزان.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۴۱۹). المیزان. جلد ۵، قم: منشورات اسماعیلیان.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۲۱). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار المعرفه.
- عادل، مرتضی، و شمس الهی، محسن. (۱۳۹۵). مسوولیت ناشی از تبلیغات خلاف واقع. مطالعات حقوق تطبیقی، ۷(۲)، ۵۶۹-۵۹۹.
- کاتوزیان، ناصر (۱۴۰۰). قواعد عمومی قراردادهای. جلد ۱. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- کاتوزیان، ناصر. (۱۳۸۷). محدودیت‌های آزادی قراردادی بر مبنای حمایت از مصرف‌کننده. مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، ۳۸(۳)، ۳۲۷-۳۴۲.
- میری ارسلان، ایرانمنش جلال؛ تقی زاده، ابراهیم؛ سلطان احمدی، جلال (۱۴۰۰). بررسی حقوق مصرف‌کنندگان در فقه امامیه با نگرشی اجمالی به نقش سازمان تعزیرات حکومتی. پژوهش‌های فقهی، ۱۷(۲)، ۵۰۷-۵۳۵.
- یوسفی صادقلو، احمد، و پورحسینی، حسین. (۱۳۹۵). بررسی مفهوم مصرف‌کننده و عرضه‌کننده در حقوق ایران و اتحادیه اروپا. تحقیقات حقوق خصوصی و کیفی (دانشنامه حقوق و سیاست)، ۱۲(۳۰)، ۱۳۵-۱۶۰.

