



Civil Liability of E-commerce Platforms towards Consumers: A Comparative Study of Iranian and UAE Law

Seyyed Ali Mirlohi ¹

1. PhD student in Jurisprudence and Law, Shahid Motahari University and Higher School, Tehran, Iran.
(Corresponding author). Email: Mirlohi@motahari.ac.ir

Abstract

With the rapid growth of the digital economy, e-commerce platforms have become central players in contracts between suppliers and consumers. This transformation has introduced new legal challenges, particularly in the realm of civil liability. The ambiguity surrounding the legal nature of these platforms and the scope of their obligations towards consumers necessitates a thorough legal analysis. The primary question of this research is: What are the foundations, pillars, and scope of the civil liability of online platforms in consumer contracts under Iranian and UAE law? Using a descriptive-analytical method and a comparative approach, this article examines existing regulations, including Iran's E-commerce Law and the UAE's federal laws on e-commerce and consumer protection, while also analyzing jurisprudential principles. The findings indicate that the Iranian legal system primarily relies on general rules of liability, such as *tasbib* (indirect causation) and *ghurur* (deception), which face challenges when applied to modern business models. In contrast, UAE law provides a more transparent framework for consumer protection and defining the liability of online intermediaries through updated and specific legislation. Ultimately, this research identifies the existing legal gaps in Iranian law and proposes solutions for regulatory reform to ensure more effective protection for consumers in the digital space.

Key Words: Civil Liability, Online Platforms, Consumer Law, E-commerce, Comparative Law, Iranian Law, UAE Law.

Received: 12/02/2025; Revised: 22/04/2025; Accepted: 14/05/2025; Published online: 17/06/2025.

How To Cite: Mirlohi, SA. (2024). Civil Liability of E-commerce Platforms towards Consumers: A Comparative Study of Iranian and UAE Law, *Private Law Doctrines of Islamic Countries*, 2(1), 17-38. <http://www.doi.org/10.22091/dplic.2025.13879.1065>

Published by: University of Qom The Author(s)

Article type: Research





چالش‌های مسئولیت مدنی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قبال مصرف‌کننده: مطالعه تطبیقی رویکرد مبتنی بر اصول در حقوق ایران و رویکرد مبتنی بر قانون خاص در امارات

سید علی میرلوحی^۱

۱. دانشجوی دکتری فقه و حقوق، مدرسه عالی و دانشگاه شهید مطهری، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). رایانامه: Mirlohi@motahari.ac.ir

چکیده

با گسترش روزافزون اقتصاد دیجیتال، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک به بازیگران اصلی در قراردادهای میان عرضه‌کننده و مصرف‌کننده تبدیل شده‌اند. این تحول، چالش‌های حقوقی جدیدی را، به‌ویژه در حوزه مسئولیت مدنی، به وجود آورده است. ابهام در خصوص ماهیت حقوقی این پلتفرم‌ها و حدود تعهدات آن‌ها در قبال خسارات وارده به مصرف‌کنندگان، ضرورت یک تحلیل حقوقی دقیق را ایجاد می‌کند. مسئله اصلی این پژوهش آن است که مبانی، ارکان و قلمرو مسئولیت مدنی پلتفرم‌های آنلاین در قراردادهای مصرف‌کننده در نظام حقوقی ایران و امارات متحده عربی چیست؟ این مقاله با روش توصیفی تحلیلی و رویکرد تطبیقی، ضمن بررسی قوانین و مقررات موجود از جمله قانون تجارت الکترونیک ایران و قوانین فدرال تجارت الکترونیک امارات، به تحلیل مبانی فقهی و اصول کلی حاکم بر مسئولیت مدنی می‌پردازد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نظام حقوقی ایران عمدتاً بر قواعد عام مسئولیت مدنی مانند تسبیب و غرور تکیه دارد که انطباق آن‌ها با مدل‌های کسب‌وکار نوین با چالش‌هایی روبه‌روست. در مقابل، حقوق امارات با وضع مقررات به‌روزتر، چارچوب شفاف‌تری برای حمایت از مصرف‌کننده و تعیین مسئولیت واسطه‌های آنلاین فراهم کرده است. در نهایت، این پژوهش ضمن تبیین خلأهای قانونی موجود در حقوق ایران، راهکارهایی را برای اصلاح مقررات در راستای حمایت مؤثرتر از مصرف‌کنندگان در فضای دیجیتال ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دیجیتال، پلتفرم‌های آنلاین، حقوق مصرف‌کننده، تجارت الکترونیک، حقوق تنظیم‌گر، حل اختلاف آنلاین.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۴؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۲/۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۴؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۳/۲۷
استناد: میرلوحی، سید علی (۱۴۰۴). چالش‌های مسئولیت مدنی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قبال مصرف‌کننده: مطالعه تطبیقی رویکرد مبتنی بر اصول در حقوق ایران و رویکرد مبتنی بر قانون خاص در امارات، *آموزه‌های حقوق خصوصی کشورهای اسلامی*، ۱۲(۱)، ۳۸-۱۷. <http://www.doi.org/10.22091/dplic.2025.13879.1065>



مقدمه

در سپهر اقتصاد جهانی، تحول دیجیتال از یک انتخاب به یک ضرورت گریزناپذیر تبدیل شده و مدل‌های سنتی کسب‌وکار را به چالش کشیده است. در کانون این دگرگونی، «پلتفرم‌های تجارت الکترونیک» قرار دارند؛ واسطه‌های آنلاینی که با حذف محدودیت‌های زمان و مکان، ارتباط میان میلیون‌ها عرضه‌کننده کالا و خدمات را با مصرف‌کنندگان تسهیل می‌کنند. این پلتفرم‌ها، از بازارهای آنلاین گرفته تا ارائه دهنده‌های خدمات، دیگر صرفاً یک ابزار فنی نیستند، بلکه به بازیگران اصلی و قدرتمند در شکل‌دهی به روابط قراردادی مدرن تبدیل شده‌اند (راسخی، ۱۴۰۲: ۲۵). این تحول شگرف، هرچند مزایای اقتصادی فراوانی به همراه داشته، اما نظام‌های حقوقی سنتی را با چالش‌های بی‌سابقه‌ای مواجه ساخته است (داراب‌پور، ۱۳۹۴: ۵۵). رابطه قراردادی کلاسیک، عموماً یک رابطه دوجبهی میان فروشنده و خریدار بود، اما با ظهور پلتفرم‌ها، این رابطه به یک مثلث پیچیده تبدیل شده است: مصرف‌کننده، عرضه‌کننده ثالث و خود پلتفرم. در این ساختار جدید، زمانی که مصرف‌کننده دچار خسارت می‌شود، این پرسش بنیادین مطرح می‌گردد که مسئولیت جبران این خسارت بر عهده کیست؟

ابهام در ماهیت حقوقی این بازیگران جدید، ریشه اصلی چالش‌های فعلی است و نظام‌های حقوقی بسیاری از کشورها، از جمله ایران، فاقد قوانین مشخصی هستند که به‌طور مستقیم به این موضوع پرداخته باشد. این خلأ قانونی، اهمیت یک پژوهش دقیق را از دو منظر نظری و کاربردی آشکار می‌سازد. از منظر کاربردی، با توجه به ضریب نفوذ بالای اینترنت و رشد تصاعدی حجم معاملات آنلاین در کشورهای اسلامی، نتایج این پژوهش مستقیماً با حقوق روزمره میلیون‌ها شهروند در ارتباط است. شفاف‌سازی حدود مسئولیت پلتفرم‌ها، به افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان، توسعه پایدار اقتصاد دیجیتال و کاهش حجم اختلافات قضایی منجر خواهد شد (زرکلام، ۱۳۹۶: ۱۳۰). از جنبه نظری، این پژوهش به دنبال انطباق مبانی فقهی و اصول سنتی حقوق خصوصی با پدیده‌های نوظهور فناورانه است. تطبیق قواعدی چون «الاضرر» و «تسبیب» و «غرور» با عملکرد پیچیده الگوریتم‌ها و مدل‌های کسب‌وکار پلتفرمی، یک تلاش علمی ضروری برای پویایی و کارآمدی علم حقوق محسوب می‌شود. این تحقیق با در پیش گرفتن رویکردی تطبیقی، تلاش دارد تا از تجارب دیگر نظام‌های حقوقی نیز بهره‌گیرد. انتخاب امارات متحده عربی به‌عنوان نمونه تطبیقی، به دلیل جایگاه آن به‌عنوان یکی از پیشگامان اقتصاد دیجیتال در منطقه است که در سال‌های اخیر قوانین مدرنی را در زمینه تجارت الکترونیک به تصویب رسانده است. مقایسه رویکرد «مبتنی بر اصول کلی» در حقوق ایران با رویکرد «مبتنی بر قانون‌گذاری خاص» در حقوق امارات، می‌تواند منبع الهام ارزشمندی برای قانون‌گذار ایرانی باشد و به غنای مباحث حقوقی در این حوزه بیفزاید.

هدف اصلی این پژوهش، تحلیل تطبیقی مبانی، ارکان و قلمرو مسئولیت مدنی پلتفرم‌های آنلاین در قراردادهای منعقد شده با مصرف‌کننده در نظام‌های حقوقی ایران و امارات متحده عربی است. این تحقیق به دنبال

تبیین ماهیت حقوقی این واسطه‌های دیجیتال و ارزیابی میزان کارایی چارچوب‌های قانونی موجود در هر دو کشور برای حمایت از مصرف‌کننده است تا در نهایت بتواند پیشنهاد‌های عملی برای رفع خلأهای قانونی در نظام حقوقی ایران ارائه دهد. بر این اساس، پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی مستدل برای دو پرسش کلیدی و محوری است. نخست آنکه ماهیت و قلمرو مسئولیت مدنی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قبال خسارات وارده به مصرف‌کنندگان در حقوق ایران و امارات متحده عربی چیست؟ دوم آنکه نظام حقوقی دو کشور از طریق کدام مبانی و راهکارها به ایجاد توازن میان حمایت از مصرف‌کننده و توسعه اقتصاد دیجیتال می‌پردازند و کدام رویکرد کارایی بیشتری در جبران خسارت مصرف‌کننده دارد؟

برای پاسخ به این سؤالات، روش تحقیق در این مقاله، توصیفی تحلیلی با رویکرد تطبیقی انتخاب شده است. اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعه منابع کتابخانه‌ای شامل کتب، مقالات تخصصی، قوانین و مقررات و اسناد حقوقی مرتبط گردآوری شده و سپس با تحلیل محتوا، به مقایسه و ارزیابی نظام‌های حقوقی ایران و امارات پرداخته می‌شود. ساختار مقاله نیز برای نیل به اهداف تحقیق به دقت طراحی شده است. در بخش نخست به بررسی ماهیت حقوقی و جایگاه پلتفرم‌ها در روابط قراردادی پرداخته می‌شود. بخش دوم به تحلیل مبانی و ارکان مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در حقوق ایران و فقه امامیه اختصاص دارد. در بخش سوم، همین موضوع در نظام حقوقی امارات متحده عربی مورد واکاوی قرار می‌گیرد. بخش چهارم به تحلیل تطبیقی یافته‌ها، بیان تفاوت‌ها و شباهت‌ها و ارائه راهکارهای پیشنهادی اختصاص یافته و در نهایت، مقاله با یک نتیجه‌گیری جامع به پایان می‌رسد. این ساختار به خواننده امکان می‌دهد تا با درکی عمیق از مبانی نظری و چارچوب‌های قانونی در هر دو کشور، به ارزیابی دقیقی از یافته‌های تطبیقی پژوهش دست یابد.

۱. پیشینه تحقیق

موضوع حقوق تجارت الکترونیک و مسئولیت مدنی ناشی از آن، در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از پژوهشگران حقوقی قرار گرفته است. بررسی آثار موجود نشان می‌دهد که تحقیقات را می‌توان در چند دسته کلی طبقه‌بندی کرد. دسته نخست، پژوهش‌هایی هستند که به تحلیل کلیات حقوق مصرف‌کننده در فضای دیجیتال و بررسی قانون تجارت الکترونیک ایران پرداخته‌اند. این آثار، هرچند به تشریح حقوق مصرف‌کننده و تعهدات فروشندگان آنلاین کمک شایانی کرده‌اند، اما اغلب رابطه قراردادی را به صورت سنتی و دوطرفه (فروشنده و مصرف‌کننده) تحلیل کرده و به طور مستقل و متمرکز، به ماهیت حقوقی و مسئولیت خاص «پلتفرم‌ها» به عنوان یک بازیگر ثالث و دارای نقش مستقل نپرداخته‌اند. این تحقیقات معمولاً مسئولیت را ذیل قواعد عامی چون تسبیب و مسئولیت کمک‌کننده به جرم بررسی می‌کنند که برای تحلیل مدل‌های کسب‌وکار پیچیده امروزی کفایت نمی‌کند (باقری و صادقی، ۱۳۹۸: ۸۰).

در اینجا لازم است به پژوهش‌های گسترده‌ای که در خصوص مسئولیت مدنی «سامانه‌های هوشمند» و

هوش مصنوعی انجام شده است نیز اشاره گردد. هرچند پلتفرم‌های تجارت الکترونیک نیز نوعی سامانه هوشمند محسوب می‌شوند، اما باید میان دو حوزه مسئولیت تمایز قائل شد: مسئولیت ناشی از عملکرد خودکار فناوری (مانند تصمیم‌گیری الگوریتمی هوش مصنوعی) و مسئولیت ناشی از مدل کسب‌وکار و نقش واسطه‌گری. پژوهش‌های مرتبط با سامانه‌های هوشمند اغلب بر دسته اول متمرکز هستند. درحالی‌که نوآوری و تمرکز اصلی این مقاله بر دسته دوم است؛ یعنی تحلیل مسئولیت پلتفرم نه به‌عنوان یک فناوری خودمختار، بلکه به‌عنوان یک واسطه تنظیم‌گر بازار که یک رابطه حقوقی سه‌جانبه میان خود، عرضه‌کننده ثالث و مصرف‌کننده ایجاد می‌کند. چالش‌های حقوقی برآمده از این نقش واسطه‌گری و حاکمیتی، موضوعی است که وجه تمایز اصلی این پژوهش با مباحث کلی‌تر مسئولیت سامانه‌های هوشمند را تشکیل می‌دهد؛ دسته دوم، تحقیقاتی هستند که به مسئولیت مدنی ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی^۱ پرداخته‌اند.

این پژوهش‌ها عمدتاً بر مسئولیت ناشی از محتوای غیرقانونی بارگذاری شده توسط کاربران متمرکز هستند و کمتر به مسئولیت قراردادی و خسارات ناشی از معاملات مالی و تجاری که در بستر پلتفرم‌ها انجام می‌شود، توجه کرده‌اند. درحالی‌که مسئولیت پلتفرم‌های تجاری ابعاد گسترده‌تری از صرف میزبانی محتوا دارد و شامل تضمین کیفیت، اصالت کالا و صحت اطلاعات نیز می‌شود که در این دسته از تحقیقات مغفول مانده است (حکمت‌نیا، ۱۳۹۷: ۱۱۸)؛ دسته سوم، شامل مطالعاتی است که در نظام‌های حقوقی خارجی، به‌ویژه حقوق اتحادیه اروپا و ایالات متحده، انجام شده‌اند. در این نظام‌ها، مباحث مربوط به مسئولیت واسطه‌های آنلاین بسیار پررنگ بوده و به شکل‌گیری رویه‌های قضایی و قوانین مشخصی مانند «قانون خدمات دیجیتال»^۲ در اروپا منجر شده است. با وجود اهمیت این مطالعات، یافته‌های آن‌ها به دلیل تفاوت در مبانی حقوقی (نظام کامن‌لا در مقابل سیویل‌لا) و عدم اتکا به منابع فقهی، قابلیت انطباق مستقیم با نظام حقوقی ایران و سایر کشورهای اسلامی را ندارد (Noto La Diega, 2018). با بررسی دقیق منابع موجود، خلأ یک پژوهش تطبیقی که به‌طور خاص به «مسئولیت مدنی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک» در قراردادهای مصرف‌کننده بپردازد و نظام حقوقی ایران را با یک کشور اسلامی پیشرو در اقتصاد دیجیتال مانند امارات متحده عربی مقایسه کند، به وضوح احساس می‌شود.

پژوهش حاضر تلاش دارد با تمرکز بر این موضوع کار نشده، این خلأ تحقیقاتی را پر کند. وجه تمایز اصلی این مقاله، تحلیل مقایسه‌ای دو رویکرد متفاوت حقوقی (رویکرد مبتنی بر اصول کلی در ایران و رویکرد مبتنی بر قانون‌گذاری خاص در امارات) و ارائه راهکارهای عملی برای نظام حقوقی ایران است. با عنایت به ملاحظات مذکور و با اذعان به پژوهش‌های ارزشمند پیشین، نوآوری تحقیق حاضر را می‌توان در چند محور اساسی و

1. Hosting Providers
2. Digital Services Act

متمایز تبیین نمود: نخست، این مقاله صرفاً به مقایسه دو کشور نمی‌پردازد، بلکه به تحلیل تطبیقی دو رویکرد حقوقی بنیادین - رویکرد مبتنی بر اصول کلی در ایران در مقابل رویکرد مبتنی بر قانون خاص در امارات - در مواجهه با یک پدیده واحد می‌پردازد؛ دوم، پژوهش حاضر با معرفی و تحلیل «طیف کنترل» (از کنترل حداقلی تا حداکثری)، یک چارچوب تحلیلی کاربردی برای قضات ایرانی جهت تخصیص مسئولیت متناسب با نقش واقعی پلتفرم ارائه می‌دهد که در تحقیقات داخلی کمتر به آن پرداخته شده است؛ سوم، این تحقیق از تحلیل صرف مسئولیت مدنی فراتر رفته و با ورود به بحث سازوکارهای نوین جبران خسارت مانند حل اختلاف آنلاین (ODR) و بیمه مسئولیت، جنبه‌های عملی و آینده‌پژوهانه موضوع را نیز مورد واکاوی قرار می‌دهد. مجموع این محورها، پژوهش حاضر را از تکرار مباحث پیشین متمایز ساخته و به آن اصالت و نوآوری می‌بخشد.

۲. تبیین ماهیت حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک

شناسایی ماهیت حقوقی یک پدیده، نقطه عزیمت برای تحلیل آثار و احکام مترتب بر آن است. در خصوص پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، این ضرورت دوچندان می‌شود، زیرا قالب حقوقی که برای آن‌ها برمی‌گزینیم، مستقیماً بر تعیین حدود تعهدات و مسئولیت‌هایشان تأثیرگذار است. پیچیدگی مدل کسب‌وکار این پلتفرم‌ها که در آن واحد نقش‌های متعددی از جمله میزبانی، بازاریابی، تسهیل پرداخت و تنظیم‌گری را ایفا می‌کنند، موجب شده است تا انطباق آن‌ها با نهادهای حقوقی سنتی با چالش‌های جدی مواجه شود. در حقوق ایران که فاقد قانون‌گذاری خاص در این زمینه است، ناگزیر باید به سراغ قالب‌های حقوقی موجود رفت و کارایی هر یک را در تطبیق با این پدیده نوین ارزیابی کرد. در ادامه، به بررسی مهم‌ترین قالب‌های حقوقی محتمل و نقد آن‌ها می‌پردازیم.

۲-۱. پلتفرم به مثابه واسطه صرف و ارائه دهنده خدمات میزبانی

ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین رویکرد، تلقی پلتفرم‌ها به عنوان یک واسطه خنثی و صرفاً ارائه دهنده خدمات میزبانی است. بر اساس این دیدگاه، پلتفرم فضایی مجازی را در اختیار عرضه‌کنندگان قرار می‌دهد تا کالا و خدمات خود را معرفی کنند، همانند روزنامه‌ای که بخش نیازمندی‌ها را به آگهی دهندگان اختصاص می‌دهد. در این چارچوب، مسئولیت پلتفرم محدود به مسائل فنی و در دسترس نگه داشتن فضا بوده و تعهدی نسبت به محتوای معاملات و کیفیت کالا یا خدمات ندارد. این رویکرد که در ماده ۱۵ قانون تجارت الکترونیک ایران نیز به نوعی بازتاب یافته، مسئولیت ارائه دهندگان خدمات میزبانی را صرفاً به مواردی محدود می‌کند که از محتوای مجرمانه آگاه بوده و اقدامی برای حذف آن انجام ندهند (حبیبی تبار، ۱۴۰۲: ۹۸). با این حال، اطلاق این قالب حقوقی به پلتفرم‌های تجاری امروزی با واقعیت عملکرد آن‌ها فاصله زیادی دارد. یک پلتفرم مدرن، برخلاف یک میزبان صرف، بازیگری فعال و ذی‌نفع در معامله است. اقداماتی نظیر ایجاد سیستم رتبه‌بندی فروشندگان، تدوین شرایط و ضوابط الزام‌آور برای طرفین، پردازش و

نگهداری وجوه پرداختی، ارائه تضمین‌های خاص مانند «تضمین اصالت کالا» و کسب درصد مشخصی از هر معامله، همگی نشانگر عبور پلتفرم از یک واسطه خنثی و ایفای نقشی فراتر از میزبانی صرف است. مصرف‌کننده نیز به اعتبار نام و برند پلتفرم وارد معامله می‌شود و آن را نه یک فضای بی‌طرف، بلکه یک بازار مدیریت شده و قابل اعتماد تلقی می‌کند. بنابراین، فروکاستن جایگاه پلتفرم به یک واسطه صرف، نادیده گرفتن نقش کلیدی آن در ایجاد اعتماد و شکل‌دهی به قرارداد و در نتیجه، ناعادلانه و غیرمنطقی است.

۲-۲. پلتفرم در قالب نهادهای واسطه‌گری سنتی (دلالتی و حق العمل کاری)

قالب محتمل دیگر، تطبیق عملکرد پلتفرم با نهادهای واسطه‌گری شناخته شده در قانون تجارت، یعنی دلالتی و حق العمل کاری است. دلال، مطابق ماده ۳۳۵ قانون تجارت، شخصی است که «در مقابل اجرت، واسطه انجام معاملاتی شده یا برای کسی که می‌خواهد معاملاتی نماید، طرف معامله پیدا می‌کند» (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۸: ۱۱۲). از این منظر که پلتفرم، فروشنده و خریدار را به یکدیگر نزدیک می‌کند، شباهت‌هایی با نهاد دلالتی وجود دارد. اما تفاوت‌های بنیادین نیز غیرقابل چشم‌پوشی است. دلال اصولاً در انعقاد و اجرای قرارداد دخالتی ندارد و تعهد او صرفاً به معرفی طرفین محدود می‌شود. درحالی که پلتفرم، همان‌طور که ذکر شد، با تعیین مقررات، مدیریت پرداخت و گاه حتی نظارت بر حمل‌ونقل، در فرآیند اجرای قرارداد نیز نقش ایفا می‌کند. از سوی دیگر، حق العمل کار (ماده ۳۵۷ قانون تجارت) کسی است که «به اسم خود ولی به حساب دیگری معاملاتی کرده و در مقابل، حق‌العملی دریافت می‌دارد.» در این نهاد، حق‌العمل کار خود یک طرف قرارداد اصلی محسوب می‌شود. این قالب نیز با عملکرد اغلب پلتفرم‌ها سازگار نیست، زیرا پلتفرم‌ها معمولاً معامله را به نام خود منعقد نمی‌کنند، بلکه قرارداد مستقیماً میان فروشنده ثالث و خریدار شکل می‌گیرد. اگرچه در برخی مدل‌های کسب‌وکار خاص ممکن است پلتفرم خود رأساً به‌عنوان فروشنده عمل کند، اما در مدل غالب بازار آنلاین^۱، این چنین نیست. بنابراین، نهادهای سنتی واسطه‌گری نیز به دلیل محدودیت در تعریف و عدم پوشش کامل فعالیت‌های چندوجهی پلتفرم‌ها، قادر به تبیین دقیق ماهیت حقوقی آن‌ها نیستند.

۳-۲. رویکرد نوین: شناسایی ماهیت حقوقی مستقل

با توجه به ناکارآمدی قالب‌های سنتی، رویکرد واقع‌بینانه‌تر، پذیرش یک ماهیت حقوقی مستقل برای پلتفرم‌های تجارت الکترونیک است. این دیدگاه معتقد است که پدیده‌های نوظهور اقتصادی و فناورانه را نباید به زور در قالب‌های حقوقی پیشین که برای پاسخگویی به نیازهای دورانی دیگر طراحی شده‌اند، گنجانده (Van Alstyne et al, 2016: 105).

پلتفرم یک نهاد ترکیبی است که عناصری از میزبانی، دلالتی، ارائه خدمات نرم‌افزاری، تنظیم‌گری بازار و

1. Marketplace

تسهیلگری مالی را در خود جمع کرده است (ممتازیان، ۱۴۰۱: ۴۵). هیچ‌یک از این عناوین به تنهایی قادر به توصیف کامل آن نیست. پذیرش این ماهیت مستقل، یک مزیت کلیدی به همراه دارد: به جای آنکه مسئولیت پلتفرم را بر اساس یک برجسب از پیش تعیین شده (مانند دلال یا میزبان) مشخص کنیم، می‌توانیم آن را بر اساس نقش واقعی و میزان کنترل و نفوذی که در هر معامله ایفا می‌کند، ارزیابی نماییم. بر این اساس، هرچه یک پلتفرم کنترل بیشتری بر فرآیند معامله داشته باشد، اعتماد بیشتری در مصرف‌کننده ایجاد کند و نفع مالی بیشتری ببرد، مسئولیت سنگین‌تری نیز بر عهده خواهد داشت. این رویکرد منعطف، به نظام قضایی اجازه می‌دهد تا با در نظر گرفتن واقعیت‌های هر پرونده، به راه‌حل عادلانه‌تری دست یابد. این دیدگاه، مبنای تحلیل مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در بخش بعدی این مقاله خواهد بود و نشان خواهیم داد که چگونه اصول کلی مسئولیت مدنی در حقوق ایران می‌تواند بر اساس این ماهیت مستقل، برای پاسخگویی به چالش‌های جدید به کار گرفته شود. البته باید توجه داشت که این تلاش برای نظریه‌پردازی یک ماهیت حقوقی جدید، هرچند از نظر آکادمیک دقیق است، اما خود نشان‌دهنده یک خلأ قانونی و چالش عملی برای نظام قضایی است. این دقیقاً نقطه‌ای است که نظام حقوقی امارات با اتخاذ یک «رویکرد عملکردی» و تعریف موسع «عرضه‌کننده»، به کلی آن را دور زده و به جای درگیر شدن در مباحث نظری مربوط به ماهیت، مستقیماً به سراغ آثار و تعهدات عملکردی پلتفرم رفته است؛ امری که به شفافیت و کارایی بیشتر آن نظام منجر شده است.

۴-۲. اهلیت جبران خسارت: دارایی‌های شخص حقوقی پلتفرم

یکی از پیش‌شرط‌های عملی برای مؤثر بودن مسئولیت مدنی، وجود دارایی کافی شخص مسئول برای جبران خسارت زیان‌دیده است. این ایراد ممکن است مطرح شود که آیا پلتفرم، به‌عنوان یک واسطه، اصولاً دارایی مستقلی برای پاسخگویی به خسارات دارد یا خیر. پاسخ به این پرسش مثبت است. پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قالب شرکت‌های تجاری فعالیت می‌کنند و به‌موجب قانون تجارت ایران، به محض ثبت، دارای شخصیت حقوقی مستقل از صاحبان و سهام‌داران خود می‌شوند (کاتوزیان، ۱۳۹۰: ص ۵۵). این شخصیت حقوقی مستقل، دارای اهلیت تملک و دارا شدن حقوق و تکالیف است. دارایی‌های یک پلتفرم را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد: اول، دارایی‌های مالی شامل وجوه نقد در حساب‌های بانکی شرکت که از محل دریافت کمیسیون‌ها و هزینه‌های خدمات حاصل می‌شود. دوم، دارایی‌های فیزیکی مانند سرورها، تجهیزات فنی و املاک و مستغلات متعلق به شرکت. سوم و مهم‌تر از همه، دارایی‌های نامشهود^۱ که بخش اصلی ارزش یک شرکت فناورانه را تشکیل می‌دهد. این دارایی‌ها شامل ارزش برند و علامت تجاری، دانش فنی، نرم‌افزار و کدهای برنامه‌نویسی و ارزش پایگاه داده کاربران است. این دارایی‌های نامشهود نه تنها ارزش اقتصادی بالایی دارند، بلکه طبق قوانین، قابل توقیف و فروش برای وصول محکوم‌به (مبلغ خسارت) هستند. بنابراین، استدلال

مسئولیت مدنی پلتفرم یک بحث صرفاً نظری نیست، بلکه با توجه به دارایی‌های قابل توجه این اشخاص حقوقی، کاملاً جنبه عملی و اجرایی دارد و امکان جبران خسارت مصرف‌کننده از محل این دارایی‌ها وجود دارد.

۳. مبانی و ارکان مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در حقوق ایران و فقه امامیه

پس از آنکه در بخش پیشین به این نتیجه رسیدیم که پلتفرم‌های تجارت الکترونیک دارای ماهیت حقوقی مستقل هستند و نمی‌توان آن‌ها را در قالب‌های سنتی حقوقی محصور کرد، اکنون این پرسش مطرح می‌شود که مسئولیت مدنی آن‌ها بر چه مبانی و اصولی استوار است؟ در نظام حقوقی ایران که قانون خاص و مدونی در این زمینه وجود ندارد، باید به قواعد عمومی مسئولیت مدنی مندرج در قانون مدنی، قانون مسئولیت مدنی و همچنین قواعد فقهی که ریشه اصلی این قوانین هستند، رجوع کرد. مسئولیت مدنی، چه قهری و چه قراردادی، بر سه رکن استوار است: وجود ضرر، ارتکاب فعل زیان‌بار (تقصیر) و وجود رابطه سببیت میان فعل و ضرر وارده (حسینی نژاد، ۱۳۹۱: ۳۴). در ادامه، به تحلیل این ارکان در خصوص عملکرد پلتفرم‌های آنلاین می‌پردازیم.

۳-۱. تحلیل رکن تقصیر: فعل زیان‌بار پلتفرم

اثبات تقصیر یا فعل زیان‌بار پلتفرم، کلیدی‌ترین و چالش‌برانگیزترین بخش در احراز مسئولیت آن است. تقصیر پلتفرم را می‌توان در دو حوزه قراردادی و قهری جستجو کرد:

الف. تقصیر قراردادی: نقض تعهدات تصریح شده و ضمنی

هرچند قرارداد اصلی میان مصرف‌کننده و فروشنده ثالث منعقد می‌شود، اما میان مصرف‌کننده و پلتفرم نیز یک رابطه قراردادی، دست‌کم به صورت یک قرارداد الحاقی مبتنی بر «شرایط و ضوابط استفاده» وجود دارد. پلتفرم با ارائه این شرایط و ایجاد یک اکوسیستم معاملاتی، تعهداتی را نیز بر عهده می‌گیرد. تقصیر قراردادی پلتفرم می‌تواند ناشی از نقض همین تعهدات باشد. برای نمونه، بسیاری از پلتفرم‌ها عباراتی چون «تضمین اصالت کالا» یا «خرید امن» را به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی خود به کار می‌برند (محسنی، ۱۴۰۲: ۱۷۰). این عبارات، تعهدات قراردادی مشخصی را ایجاد می‌کند که عدم پایبندی به آن‌ها، مصداق بارز نقض قرارداد و در نتیجه، تقصیر است. علاوه بر این، تعهدات ضمنی دیگری نیز بر اساس اصل حسن نیت و اعتماد مشروع مصرف‌کننده بر عهده پلتفرم قرار دارد (شمس، ۱۳۹۸: ۱۱۲).

تعهد به احراز صلاحیت اولیه فروشندگان، تعهد به نظارت متعارف بر فعالیت‌ها و تعهد به فراهم آوردن یک سازوکار حل اختلاف مؤثر و شفاف، از جمله این تعهدات ضمنی هستند (شهیدی، ۱۳۸۶: ۷۵). زمانی که پلتفرم در انجام این وظایف کوتاهی می‌کند، از تعهدات خود تخلف کرده و مرتکب تقصیر قراردادی شده است. البته اثبات نقض این تعهدات ضمنی در دادگاه‌های ایران، امری تفسیری و وابسته به استدلال قضایی است. در مقابل، همان‌طور که در بخش بعدی خواهیم دید، در حقوق امارات بسیاری از این موارد به صورت تکالیف

قانونی صریح و روشن بر عهده پلتفرم گذاشته شده که اثبات نقض آن‌ها برای مصرف‌کننده به مراتب ساده‌تر است.

ب. تقصیر قهری: عدول از رفتار متعارف و نقض الزامات قانونی عام
حتی اگر رابطه قراردادی میان پلتفرم و مصرف‌کننده را نادیده بگیریم، مسئولیت قهری پلتفرم بر اساس قواعد عمومی قابل احراز است. در اینجا، مبنای تقصیر، تخطی از یک رفتار متعارف و محتاطانه است. قواعد فقهی در این زمینه راهگشا هستند:

قاعده تسبیب: این قاعده بیان می‌دارد که هرکس به‌طور غیرمستقیم زمینه ورود خسارت به دیگری را فراهم کند، ضامن است (بجنوردی، ۱۴۰۱ق: ۲۲). پلتفرم با ایجاد بازار، جذب فروشندگان و جلب اعتماد مصرف‌کنندگان، «سبب» و زمینه‌ساز اصلی انعقاد قرارداد است. اگر پلتفرم در انجام وظایف نظارتی خود کوتاهی کند (برای مثال، به فروشنده‌ای با سابقه تخلفات مکرر اجازه فعالیت بدهد)، درواقع مقدمات ورود ضرر به مصرف‌کننده را فراهم کرده و مصداق «مُسَبِّب» است که باید پاسخگو باشد.

قاعده غرور: بر اساس این قاعده، هرکس دیگری را به امری فریب دهد و از این طریق خسارتی به او وارد کند، ضامن جبران آن است (طوسی، ۱۳۸۷ق: ۲۴۹؛ حلی، ۱۴۱۳ق: ۱۵۳؛ انصاری، ۱۴۱۵ق: ۳۷۴). پلتفرم‌ها با برندسازی، تبلیغات گسترده و ایجاد ظاهری امن و حرفه‌ای، مصرف‌کننده را «مغرور» ساخته و او را به معامله با فروشنده‌ای ناشناس ترغیب می‌کنند & مصرف‌کننده به اعتبار و ظاهر فریبنده پلتفرم اعتماد می‌کند. اگر این اعتماد به دلیل عملکرد ناصحیح فروشنده از بین برود و مصرف‌کننده متضرر شود، پلتفرم به دلیل ایجاد این غرور و فریب مسئولیت دارد.

قاعده لاضرر: این قاعده حاکم، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اصول فقهی، هرگونه ضرر و زیان نامشروع را نفی می‌کند (خمینی، ۱۴۲۱ق: ۱۹). نمی‌توان پذیرفت که یک نهاد تجاری (پلتفرم) که از هر معامله سود می‌برد و نقش اساسی در شکل‌گیری آن دارد، هیچ مسئولیتی در قبال زیان‌های احتمالی آن نداشته باشد و تمام ریسک را به دوش مصرف‌کننده منتقل کند. چنین وضعیتی با روح قاعده لاضرر و اصل عدالت در تعارض آشکار است.

۳-۲. تحلیل ارکان ضرر و رابطه سببیت

رکن ضرر در این دعوی معمولاً به سادگی قابل اثبات است و می‌تواند شامل ضررهای مادی (مانند مبلغ پرداختی برای کالای معیوب) و حتی ضررهای معنوی (مانند اضطراب و ناراحتی ناشی از دریافت نکردن کالا) باشد (باریکلو، ۱۴۰۱: ۷۷). اما چالش اصلی در اثبات رابطه سببیت است. در نگاه اول، به نظر می‌رسد که «مباشر» و عامل مستقیم ورود ضرر، فروشنده ثالث است و پلتفرم صرفاً یک «سبب» یا عامل غیرمستقیم است. بر اساس قاعده کلی «اجتماع سبب و مباشر»، اصولاً مسئولیت بر عهده مباشر (عامل مستقیم) قرار می‌گیرد. این دفاعی است که پلتفرم‌ها معمولاً به آن استناد می‌کنند. باین‌حال، این قاعده کلی استثنائات مهمی دارد که مهم‌ترین آن، قاعده «إذا كان السبب اقوى من المباشر» (هرگاه سبب از مباشر قوی‌تر باشد) است (نجفی،

۱۴۰۴ق: ۱۵۵؛ محقق داماد، ۱۳۹۴: ۴۱). در بسیاری از موارد می‌توان استدلال کرد که نقش پلتفرم به‌عنوان سبب، از نقش فروشنده به‌عنوان مباشر، قوی‌تر و مؤثرتر بوده است.

پلتفرم است که با اعتبار خود به فروشنده ناشناس هویت و مشروعیت بخشیده است؛ پلتفرم است که با الگوریتم‌های خود کالای آن فروشنده را در معرض دید مصرف‌کننده قرار داده است و در نهایت، پلتفرم است که با کنترل درگاه پرداخت، امکان انجام معامله را فراهم کرده است. بدون وجود پلتفرم، اساساً قراردادی شکل نمی‌گرفت تا ضرری از آن حاصل شود. در چنین شرایطی، سبب (پلتفرم) آن‌چنان در وقوع نتیجه نقش دارد که می‌توان او را مسئول اصلی یا حداقل مسئول تضامنی به همراه مباشر دانست. این تفسیر، با منطق عدالت و توزیع مسئولیت بر اساس میزان نقش و کنترل، سازگاری کامل دارد. در نتیجه، با تحلیل ارکان سه‌گانه مسئولیت مدنی، مشخص می‌شود که نظام حقوقی ایران و فقه امامیه، با وجود نداشتن قانون خاص، از ظرفیت بالایی برای شناسایی مسئولیت پلتفرم‌های آنلاین برخوردار است. کلید این امر، عبور از تحلیل‌های سطحی و تمرکز بر نقش واقعی، میزان کنترل و سطح اعتمادی است که این نهادها در فضای تجارت الکترونیک ایجاد می‌کنند.

۳-۳. تحلیل مسئولیت بر اساس میزان کنترل و مصادیق عملی

همان‌طور که اشاره شد، کلید احراز مسئولیت پلتفرم، تمرکز بر نقش واقعی و میزان کنترل آن است. این رویکرد که به «تحلیل مبتنی بر کنترل» شهرت دارد، به ما اجازه می‌دهد تا از یک دیدگاه صفر و یکی (مسئول مطلق یا بری مطلق) فاصله گرفته و طیفی از مسئولیت را متناسب با درجه دخالت پلتفرم در فرآیند معامله تعریف کنیم. در حقوق ایران، هرچه کنترل پلتفرم بر عناصر قرارداد بیشتر باشد، استناد به قواعدی چون تسبیب و غرور برای اثبات مسئولیت آن، موجه‌تر و آسان‌تر خواهد بود (صفایی و رحیمی، ۱۳۹۵: ۸۸). می‌توان این طیف کنترل را در سه سطح بررسی کرد:

سطح کنترل حداقلی: در این سطح، پلتفرم صرفاً یک تابلوی اعلانات دیجیتال است. نقش آن به نمایش آگهی فروشنده محدود شده و هیچ دخالتی در فرآیند پرداخت، ارتباط طرفین یا ارسال کالا ندارد. در این مدل، پلتفرم کمترین مسئولیت را دارد و نزدیک‌ترین ماهیت را به یک ارائه دهنده خدمات میزبانی صرف پیدا می‌کند. مسئولیت آن تنها در صورتی مطرح می‌شود که از محتوای مجرمانه آگاه بوده و اقدامی جهت حذف آن انجام ندهد.

سطح کنترل متوسط: این سطح، مدل غالب در بازارهای آنلاین است. در اینجا پلتفرم علاوه بر فراهم کردن فضا، در فرآیندهای کلیدی مانند پردازش پرداخت، ایجاد یک سیستم پیام‌رسانی داخلی و پیاده‌سازی نظام امتیازدهی و نظرات کاربران، نقش فعال دارد. این سطح از کنترل، مصداق بارز «زمینه‌سازی» برای ورود خسارت است و قاعده تسبیب را فعال می‌کند. پلتفرم با مدیریت پرداخت و ایجاد اعتماد، سبب اصلی انعقاد قرارداد است و کوتاهی در نظارت بر این فرآیند، آن را ضامن می‌کند.

سطح کنترل حداکثری: در این مدل، پلتفرم فراتر از یک واسطه عمل کرده و بخشی از تعهدات اجرایی

قرارداد را بر عهده می‌گیرد. بارزترین مصداق آن، پلتفرم‌هایی هستند که خدمات انبارداری و ارسال را ارائه می‌دهند. در این حالت، فروشنده کالای خود را در انبار پلتفرم قرار می‌دهد و پس از ثبت سفارش، خود پلتفرم مسئولیت بسته‌بندی و ارسال کالا به مصرف‌کننده را بر عهده می‌گیرد. در اینجا، پلتفرم کنترل فیزیکی و مستقیم بر کالا دارد و از منظر مصرف‌کننده، تفاوت چندانی با یک فروشنده مستقیم ندارد. در چنین شرایطی، استدلال «سبب اقوی از مباشر» با قوت بسیار بیشتری قابل طرح است؛ زیرا پلتفرم نه تنها زمینه انعقاد قرارداد، بلکه زمینه اجرای آن را نیز فراهم کرده است. هرگونه خسارت ناشی از بسته‌بندی نامناسب یا تأخیر در ارسال، مستقیماً به عملکرد پلتفرم بازمی‌گردد و مسئولیت تضامنی آن با فروشنده، کاملاً قابل دفاع به نظر می‌رسد (کاتوزیان، ۱۳۸۷: ۲۱۰). مصداق دیگر کنترل حداکثری، زمانی است که پلتفرم با ایجاد برند اختصاصی برای برخی کالاها یا اعطای نشان «پیشنهاد ویژه» یا «فروشنده برگزیده»، به‌طور مستقیم کالایی را تضمین می‌کند (شاکری، ۱۴۰۳: ۵۵). این اقدام، مصداق اتم غرور است و پلتفرم را مسئول تمام خسارات ناشی از اعتماد مصرف‌کننده به این تضمین و اعتباربخشی می‌کند. بنابراین، یک تحلیل قضایی عادلانه در نظام حقوقی ایران باید در هر پرونده، سطح کنترل پلتفرم را به دقت ارزیابی کرده و با ابزارهای انعطاف‌پذیر فقهی، میزان مسئولیت را تعیین نماید. این رویکرد تفسیری و قضایی، در تضاد آشکار با رویکرد امارات است که در آن، قانون‌گذار خود با تعیین تکالیف مشخص برای «عرضه‌کننده»، تکلیف پلتفرم‌های فعال را از پیش روشن کرده و نیاز به چنین تحلیل پیچیده‌ای را به حداقل رسانده است.

۴. تحلیل مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در نظام حقوقی امارات متحده عربی

نظام حقوقی امارات متحده عربی که بر پایه حقوق مدنی با تأثیرپذیری از حقوق مصر و البته با جایگاه ویژه فقه اسلامی (به‌ویژه در احوال شخصیه) بنا شده، رویکردی کاملاً متفاوت در قبال پدیده‌های نوظهور فناورانه اتخاذ کرده است. این کشور با درک اهمیت اقتصاد دیجیتال، به جای اتکا به اصول و قواعد عمومی، به سمت قانون‌گذاری خاص، شفاف و پیشرو حرکت کرده است. این رویکرد فعالانه، چارچوبی مشخص‌تر برای بازیگران این عرصه، ازجمله پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، فراهم آورده است. برای تحلیل مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در این نظام حقوقی، باید به مجموعه‌ای از قوانین کلیدی، به‌ویژه «قانون حمایت از مصرف‌کننده» و «قانون تجارت از طریق ابزارهای فناوری نوین» مراجعه کرد.

۴-۱. چارچوب قانونی حاکم بر تجارت الکترونیک و حمایت از مصرف‌کننده

برخلاف حقوق ایران که در آن باید به قواعد عمومی استناد کرد، در امارات قوانین مشخصی وجود دارند که مستقیماً به این حوزه می‌پردازند. اولین قانون، قانون فدرال شماره (۱۵) سال ۲۰۲۰ در مورد حمایت از مصرف‌کننده است. این قانون سنگ‌بنای حمایت از مصرف‌کنندگان در امارات است و با تعاریف گسترده خود، دامنه شمول گسترده‌ای دارد. این قانون صرفاً به معاملات سنتی محدود نمی‌شود و به صراحت معاملات انجام

شده از طریق تجارت الکترونیک را نیز پوشش می‌دهد. قانون بعدی قانون فدرال شماره (۱۴) سال ۲۰۲۳ است که در مورد تجارت از طریق ابزارهای فناوری نوین به تنظیم‌گری می‌پردازد. این قانون که جایگزین قانون قدیمی‌تر معاملات الکترونیکی شده، به‌طور خاص برای تنظیم جنبه‌های مختلف تجارت دیجیتال مدرن طراحی شده و حاوی مقرراتی در خصوص تعهدات ارائه‌دهندگان خدمات واسطه است.

۴-۲. جایگاه پلتفرم در قوانین امارات: فراتر از یک واسطه ساده

یکی از نقاط قوت کلیدی حقوق امارات، تعریف موسع از «عرضه‌کننده» (المُزود) در قانون حمایت از مصرف‌کننده است. مطابق این قانون، عرضه‌کننده شامل هر شخص حقیقی یا حقوقی است که در تولید، توزیع، معامله، صادرات، واردات یا تبلیغ یک کالا یا خدمت نقش دارد. این تعریف گسترده به راحتی می‌تواند پلتفرم‌های تجارت الکترونیک را نیز در برگیرد. پلتفرمی که در تبلیغ کالا، تسهیل معامله و توزیع آن نقش ایفا می‌کند، از منظر این قانون یک «عرضه‌کننده» محسوب شده و در نتیجه، تعهدات و مسئولیت‌های پیش‌بینی شده در قانون مستقیماً بر آن بار می‌شود. این رویکرد، چالش اصلی موجود در حقوق ایران، یعنی ابهام در ماهیت حقوقی پلتفرم را تا حد زیادی مرتفع می‌سازد. قانون‌گذار اماراتی به جای تلاش برای گنجانیدن پلتفرم در قالب‌های سنتی که برای اقتصاد دوران گذشته طراحی شده‌اند (Van Alstyne et al, 2016)، بر اساس نقش عملکردی، هر بازیگری را که در زنجیره تأمین تا مصرف‌نقش دارد، مسئول می‌داند.

این روش تحلیلی مدرن، به نظام حقوقی اجازه می‌دهد تا فارغ از برجسب‌های سنتی، مسئولیت را بر اساس واقعیت‌های اقتصادی و میزان کنترل یک نهاد بر فرآیند تجاری تعیین کند (Finck, 2018: 12). در نتیجه، پلتفرم‌ها نمی‌توانند به سادگی با ادعای «واسطه صرف بودن» از زیر بار مسئولیت شانه خالی کنند. آن‌ها مکلف به تضمین انطباق کالاها و خدمات ارائه شده با استانداردهای قانونی و همچنین ارائه اطلاعات صحیح و شفاف به مصرف‌کننده هستند. این جایگاه قانونی، نقطه افتراق کلیدی با حقوق ایران است. در نظام حقوقی ایران، دادگاه‌ها برای مسئول شناختن پلتفرم، ابتدا باید مسیر دشوار اثبات ارکان قواعدی چون تسبیب یا غرور را طی کنند. اما در حقوق امارات، قانون‌گذار کار را ساده‌تر کرده و پلتفرم فعال را از همان ابتدا در جایگاه یک «عرضه‌کننده» مسئول قرار داده است. این امر نه تنها بار اثبات را برای مصرف‌کننده سبک‌تر می‌کند، بلکه یک پیام بازدارنده قوی نیز برای خود پلتفرم‌ها ارسال می‌نماید.

۴-۳. مسئولیت مبتنی بر نقض تعهدات قانونی مشخص

در نظام حقوقی امارات، مسئولیت پلتفرم عمدتاً ناشی از نقض تکالیف و تعهدات مشخصی است که قانون‌گذار بر عهده آن‌ها گذاشته است. این رویکرد مبتنی بر قانون^۱، با تعیین دقیق وظایف واسطه‌های آنلاین،

1. Statutory Liability

قطعیت حقوقی بیشتری نسبت به رویکرد مبتنی بر اصول کلی در ایران ایجاد می‌کند. قانون‌گذار اماراتی با این روش، پلتفرم‌ها را از یک واسطه منفعل به یک بازیگر فعال و مسئول تبدیل می‌کند که مکلف به رعایت استانداردهای دقیقی برای حفاظت از مصرف‌کننده است (Loos, 2020: 8). مهم‌ترین این تعهدات که نقض هر یک می‌تواند مسئولیت مدنی مستقیم یا تضامنی ایجاد کند، عبارت‌اند از:

تعهد به ارائه اطلاعات شفاف: قانون حمایت از مصرف‌کننده امارات (۲۰۲۰)، عرضه‌کنندگان، از جمله پلتفرم‌ها را ملزم می‌کند تا اطلاعات دقیق، روشن و کاملی در مورد کالاها، خدمات و هویت فروشنده اصلی ارائه دهند. این تکلیف همسو با اصول حقوق اروپایی است که بر شفافیت به‌عنوان یکی از ارکان اصلی مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها تأکید دارد (Noto La Diega, 2018). هرگونه اطلاعات گمراه‌کننده یا پنهان‌کاری می‌تواند مبنای مسئولیت مدنی پلتفرم قرار گیرد.

مسئولیت در قبال تبلیغات خلاف واقع: پلتفرم‌ها مسئول محتوای تبلیغاتی هستند که در بستر آن‌ها نمایش داده می‌شود. زمانی که پلتفرم در فرآیند بازاریابی و تبلیغ یک محصول نقش فعالی ایفا می‌کند، از جایگاه یک واسطه خنثی خارج شده و به یک بازیگر کلیدی در شکل‌دهی به تصمیم مصرف‌کننده تبدیل می‌شود (Finck, 2018: 12). در نتیجه، اگر تبلیغ منجر به فریب مصرف‌کننده و ورود خسارت به او شود، پلتفرم به همراه فروشنده اصلی، مسئولیت تضامنی خواهد داشت.

تعهد به ایمنی و استاندارد بودن کالا: پلتفرم‌ها موظفند اطمینان حاصل کنند که کالاهای عرضه شده در بسترشان، ایمن بوده و با استانداردهای مصوب امارات مطابقت دارند. این تکلیف، ریسک معامله را از دوش مصرف‌کننده به سمت پلتفرم که توانایی بیشتری برای نظارت و کنترل دارد، منتقل می‌کند.

۴-۴. مفهوم «بندرگاه امن»^۱ برای واسطه‌ها

قانون جدید تجارت از طریق ابزارهای فناوری نوین، همانند الگوهای بین‌المللی (مانند قوانین اتحادیه اروپا)، مفهوم «بندرگاه امن» یا مسئولیت محدود را برای واسطه‌های صرف پیش‌بینی کرده است. بر این اساس، یک واسطه اطلاعاتی که صرفاً نقش یک کانال انتقال یا میزبان موقت داده را دارد، مسئولیتی در قبال محتوای منتقل شده توسط اشخاص ثالث ندارد (Pollman, 2017: 174). اما این سپر حمایتی، مطلق نیست. پلتفرم برای آنکه بتواند از این معافیت استفاده کند، نباید هیچ‌گونه «علم یا کنترل» مؤثری بر محتوای معامله داشته باشد. به محض آنکه پلتفرم از یک فعالیت غیرقانونی یا مضر (مانند فروش کالای تقلبی) مطلع شود، مکلف است فوراً اقدام به حذف آن محتوا کند. علاوه بر این، همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، هرچه نقش پلتفرم از یک واسطه خنثی فراتر رفته و در فرآیند معامله (مانند پردازش پرداخت، تبلیغات و رتبه‌بندی) فعال‌تر شود، احتمال خروج آن از چتر حمایتی «بندرگاه امن» و شمول آن ذیل قانون حمایت از مصرف‌کننده بیشتر می‌شود. در

1. Safe Harbor

جمع‌بندی این بخش می‌توان گفت رویکرد امارات، یک رویکرد عمل‌گرایانه، مدرن و مبتنی بر قانون‌گذاری خاص است. قانون‌گذار با درک پیچیدگی‌های تجارت دیجیتال، به جای اتکا به اصول کلی و تفاسیر قضایی، چارچوبی مشخص از تکالیف و مسئولیت‌ها را تدوین کرده است. این امر ضمن حمایت قوی‌تر از مصرف‌کننده، به پلتفرم‌ها نیز این امکان را می‌دهد که با آگاهی از حدود وظایف قانونی خود، ریسک فعالیت‌هایشان را بهتر مدیریت کنند.

۴-۵. تمایز میان پلتفرم‌های فعال و منفعل در پرتو قوانین جدید

مفهوم «بندرگاه امن» که در قانون تجارت از طریق ابزارهای فناوری نوین امارات پیش‌بینی شده، هسته اصلی تمایز میان پلتفرم‌های فعال و منفعل را تشکیل می‌دهد. این دکترین حقوقی که از نظام حقوقی ایالات متحده و اتحادیه اروپا وام گرفته شده، به دنبال ایجاد توازن میان دو هدف است: از یک سو، تشویق نوآوری و جلوگیری از تحمیل هزینه‌های نظارتی گزاف بر واسطه‌هایی که نقش فنی و خنثی دارند و از سوی دیگر، اطمینان از پاسخگو بودن بازیگرانی که نقشی فراتر از یک واسطه صرف ایفا می‌کنند (Finck, 2018: 12). یک پلتفرم منفعل، از منظر قانون‌گذار امارات، پلتفرمی است که نقش آن صرفاً «فنی، خودکار و منفعلانه» است و هیچ‌گونه علم یا کنترلی بر اطلاعات ذخیره شده یا منتقل شده ندارد. چنین پلتفرمی از سپر حمایتی بندرگاه امن برخوردار است و مسئولیتی در قبال اقدامات کاربران خود ندارد، مگر آنکه پس از آگاهی از یک فعالیت غیرقانونی، در حذف آن اهمال ورزد. اما یک پلتفرم فعال، پلتفرمی است که با اقدامات خود از این وضعیت خنثی خارج می‌شود و نقشی کلیدی در بهینه‌سازی، ارائه و تبلیغ محتوای شخص ثالث ایفا می‌کند (طاهریان، ۱۴۰۱: ۳۰). این اقدامات می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

رتبه‌بندی و پیشنهاد الگوریتمی: زمانی که پلتفرم با استفاده از الگوریتم‌های خود، کالاها یا فروشندگان خاصی را به مصرف‌کننده پیشنهاد می‌دهد، دیگر یک واسطه خنثی نیست، بلکه در شکل‌دهی به تصمیم خرید مصرف‌کننده نقش فعالی دارد.

ارائه خدمات ارزش افزوده: خدماتی مانند عکاسی حرفه‌ای از محصول، انبارداری، بسته‌بندی و ارسال کالا، پلتفرم را از یک واسطه به یک شریک تجاری برای فروشنده تبدیل می‌کند و سطح کنترل آن را افزایش می‌دهد. تبلیغات و بازاریابی: پلتفرمی که به‌طور فعال برای کالاها یا فروشندگان خاصی بازاریابی می‌کند و آن‌ها را در معرض دید بیشتری قرار می‌دهد، در واقع در حال تأیید و تضمین آن‌هاست.

در نظام حقوقی امارات، به محض آنکه پلتفرم از حالت منفعل به فعال تغییر وضعیت دهد، از چتر حمایتی بندرگاه امن خارج شده و مشمول تعهدات سخت‌گیرانه‌تر قانون حمایت از مصرف‌کننده به‌عنوان یک «عرضه‌کننده» می‌شود. این رویکرد دوگانه، ضمن حمایت از زیرساخت‌های فنی اینترنت، مسئولیت را دقیقاً در جایی قرار می‌دهد که کنترل و نفع اقتصادی وجود دارد و این یکی از نقاط قوت کلیدی رویکرد قانون‌گذار اماراتی

است (Loos, 2020: 8). چنین تفکیک شفافی میان واسطه فعال و منفعل، دقیقاً همان خلأ قانونی است که در حقوق ایران احساس می‌شود، جایی که مرز میان یک میزبان صرف (مشمول ماده ۱۵ قانون تجارت الکترونیک) و یک سبب مسئول، کاملاً مبهم بوده و به تفسیر قضایی واگذار شده است.

۵. سازوکارهای نوین جبران خسارت

۵-۱. ناکارآمدی نظام سنتی دادگستری در دعاوی تجارت الکترونیک

تحلیل مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها، هرچند از نظر نظری ضروری است، اما در عمل با یک مانع بزرگ روبه‌رو است: ناکارآمدی نظام قضایی سنتی برای رسیدگی به اختلافات ناشی از تجارت الکترونیک. دعاوی مصرف‌کننده در این حوزه اغلب دارای ارزش مالی پایینی هستند. فرآیندهای طولانی، هزینه‌های دادرسی و حق‌الوکاله و پیچیدگی‌های فنی اثبات دعوا در دادگاه، عملاً مصرف‌کننده را از پیگیری قضایی خسارت خود منصرف می‌کند. این پدیده که به «شکاف عدالت»^۱ معروف است، موجب می‌شود که حقوق‌تئوریک مصرف‌کننده در عمل محقق نشود (Ben-Shahar, 2019: 87). از سوی دیگر، درگیر شدن پلتفرم‌ها در دعاوی متعدد قضایی نیز هزینه‌های سنگین مالی و اعتباری برای آن‌ها به همراه دارد. این بن‌بست، ضرورت حرکت به سمت سازوکارهای جایگزین، سریع و کم‌هزینه را برای جبران خسارت مصرف‌کنندگان آشکار می‌سازد.

۵-۲. حل اختلاف آنلاین^۲ به مثابه راهکاری کارآمد

حل اختلاف آنلاین به معنای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تسهیل فرآیند حل و فصل اختلافات میان طرفین است. پلتفرم‌های تجارت الکترونیک به دلیل ماهیت دیجیتال خود، بستر ایده‌آلی برای پیاده‌سازی این سازوکارها هستند. سیستم ODR معمولاً به صورت یک فرآیند چند مرحله‌ای طراحی می‌شود تا در سریع‌ترین زمان ممکن به نتیجه برسد:

مرحله اول، مذاکره مستقیم: در این مرحله، پلتفرم یک فضای ارتباطی امن و ساختاریافته را میان خریدار و فروشنده ایجاد می‌کند تا آن‌ها بتوانند مستقیماً برای حل مشکل (مانند بازگرداندن کالا یا دریافت خسارت) با یکدیگر مذاکره کنند.

مرحله دوم، میانجیگری: در صورت عدم موفقیت مذاکره، یک شخص ثالث بی‌طرف (میانجی) که توسط پلتفرم تعیین می‌شود، وارد فرآیند شده و به طرفین برای رسیدن به یک توافق مرضی‌الطرفین کمک می‌کند.

مرحله سوم، داوری یا میانجیگری: در صورت عدم موفقیت مذاکره، یک شخص ثالث بی‌طرف (میانجی) که توسط پلتفرم تعیین می‌شود، وارد فرآیند شده و به میانجیگری: در صورت عدم موفقیت مذاکره، یک شخص

1. Justice Gap

2. ODR (Online Dispute Resolution).

ثالث بی طرف (میانجی) که توسط پلتفرم تعیین می‌شود، وارد فرآیند شده و به را صادر می‌کند. (Collins, 2016: 36).

مزیت اصلی (ODR)، سرعت و هزینه بسیار پایین و دسترسی آسان برای مصرف‌کننده است. این رویکرد، ضمن جبران سریع خسارت، به حفظ رابطه تجاری میان مصرف‌کننده و پلتفرم نیز کمک می‌کند (Ringe & Tudor, 2021: 95). در حقوق امارات، با توجه به سیاست‌های دولت هوشمند و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، زمینه پذیرش و توسعه (ODR) بسیار فراهم است. در ایران نیز هرچند برخی پلتفرم‌ها سیستم‌های ابتدایی رسیدگی به شکایات را دارند، اما خلأ یک چارچوب قانونی مدون برای به رسمیت شناختن و اجرای تصمیمات نهایی این سیستم‌ها احساس می‌شود. (رضایی، ۱۴۰۲: ۱۱۲).

۳-۵. بیمه مسئولیت به عنوان ابزار مکمل

راهکار نوین دیگر که به عنوان مکمل (ODR) عمل می‌کند، استفاده از بیمه مسئولیت مدنی است. پلتفرم‌ها می‌توانند فروشندگان فعال در بستر خود را ملزم به تهیه بیمه‌نامه مسئولیت کنند. این بیمه‌نامه، خسارات احتمالی وارد شده به مصرف‌کنندگان ناشی از عملکرد آن فروشندگان را پوشش می‌دهد. این مدل، ریسک را میان بازیگران مختلف (فروشنده و شرکت بیمه و پلتفرم) توزیع کرده و یک منبع مالی قابل اتکا برای جبران خسارت مصرف‌کننده فراهم می‌آورد. وجود چنین پوشش بیمه‌ای، اعتماد عمومی به کل اکوسیستم پلتفرم را به شدت افزایش می‌دهد و نشان دهنده تعهد پلتفرم به حفاظت از حقوق کاربران است.

ویژگی	روش سنتی (مراجعه به دادگاه)	روش مدرن (ODR و بیمه)
سرعت	کند و زمان‌بر	سریع و فوری (چند روز تا چند هفته)
هزینه	بالا (هزینه دادرسی، وکیل)	بسیار کم یا رایگان برای مصرف‌کننده
دسترسی	محدود (نیازمند حضور فیزیکی)	جهانی (بدون محدودیت جغرافیایی)
تخصص	عمومی (قاضی ممکن است تخصص فنی نداشته باشد)	تخصصی (تصمیم‌گیران با حوزه تجارت الکترونیک آشنا هستند)
حفظ رابطه تجاری	ضعیف (فرآیند تقابلی و خصمانه)	قوی (فرآیند مبتنی بر همکاری و حل مسئله)

جدول ۱. مقایسه روش‌های سنتی و مدرن جبران خسارت مصرف‌کننده در بستر پلتفرم

۶. تحلیل تطبیقی رویکرد حقوق ایران و امارات

پس از بررسی تفصیلی مبانی مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در دو نظام حقوقی ایران و امارات متحده عربی، اکنون می‌توانیم به یک تحلیل تطبیقی دقیق دست بزنیم. این مقایسه، وجوه افتراق و اشتراک دو رویکرد را آشکار ساخته و نقاط قوت و ضعف هر یک را بهتر نمایان می‌کند. مقایسه را می‌توان بر اساس چند محور کلیدی انجام داد.

۱-۶. محور اول: منبع و روش قانون گذاری

بارزترین تفاوت میان دو نظام حقوقی در این محور نهفته است. رویکرد نظام حقوقی ایران، یک رویکرد «مبتنی بر اصول است». در غیاب قانون خاص، مسئولیت پلتفرم‌ها باید از دل قواعد و اصول کلی حقوق مدنی و فقهی مانند تسبیب، غرور و لاضرر استخراج شود. این روش، انعطاف‌پذیری بالایی به نظام قضایی می‌دهد و این ظرفیت را دارد که خود را با پدیده‌های جدید تطبیق دهد. اما نقطه ضعف بزرگ آن، عدم قطعیت حقوقی است. هر پرونده به تفسیر قاضی بستگی دارد و این امر می‌تواند به صدور آرای متعارض و سردرگمی برای مصرف‌کنندگان و خود کسب‌وکارها منجر شود. در مقابل، رویکرد نظام حقوقی امارات، یک رویکرد «مبتنی بر قانون خاص است». قانون‌گذار اماراتی به‌طور فعال وارد عمل شده و با تدوین قوانینی مانند قانون حمایت از مصرف‌کننده و قانون تجارت از طریق ابزارهای فناوری نوین، چارچوبی مشخص و از پیش تعیین شده را فراهم کرده است. این روش، قطعیت و پیش‌بینی‌پذیری بالایی را به همراه دارد. طرفین یک رابطه حقوقی به خوبی می‌دانند که چه تکالیف و حقوقی بر عهده دارند. نقطه ضعف احتمالی این روش، انعطاف‌پذیری کمتر آن در مواجهه با مدل‌های کسب‌وکار بسیار نوظهور است که شاید در قالب قانون فعلی نگنجند، هرچند قانون‌گذار امارات با ارائه تعاریف گسترده، تلاش کرده این ضعف را پوشش دهد.

۲-۶. محور دوم: ماهیت حقوقی و جایگاه پلتفرم

در حقوق ایران، ماهیت حقوقی پلتفرم مبهم باقی مانده است. همان‌طور که دیدیم، هیچ‌یک از قالب‌های سنتی به‌طور کامل بر آن منطبق نیست و پذیرش ماهیت مستقل نیز بیشتر یک تحلیل دکترینال است تا یک واقعیت قانونی پذیرفته‌شده. این ابهام، نقطه آغازین بسیاری از چالش‌ها در احراز مسئولیت است. اما در حقوق امارات، این موضوع شفافیت بیشتری دارد. قانون‌گذار با ارائه تعریف موسع از «عرضه‌کننده» در قانون حمایت از مصرف‌کننده، عملاً پلتفرم‌ها را بر اساس نقش و عملکردشان ذیل چتر قانون قرار داده است. این رویکرد هوشمندانه، نیاز به بحث‌های نظری پیچیده در مورد ماهیت حقوقی را کنار زده و مستقیماً به سراغ آثار عملکردی آن می‌رود.

۳-۶. محور سوم: مبنا و بار اثباتی مسئولیت

در نظام حقوقی ایران، مبنای مسئولیت عمدتاً بر «تقصیر اثبات شده» استوار است. این بدان معناست که بار اثبات تقصیر پلتفرم، وجود ضرر و رابطه سببیت میان آن دو، کاملاً بر دوش مصرف‌کننده (خواهان) قرار دارد. اثبات اینکه پلتفرم با کوتاهی در نظارت، سبب ورود خسارت شده یا موجب غرور و فریب مصرف‌کننده گردیده، امری دشوار و فنی است. در امارات، مبنای مسئولیت به سمت «نقض تکلیف قانونی» گرایش دارد. زمانی که قانون، تکالیف مشخصی مانند ارائه اطلاعات صحیح یا تضمین ایمنی کالا را بر عهده عرضه‌کننده (پلتفرم) قرار می‌دهد، اثبات مسئولیت برای مصرف‌کننده ساده‌تر می‌شود. او تنها کافی است نشان دهد که

تکلیف قانونی نقض شده و از این نقض، خسارتی به او وارد گردیده است. این امر به نوعی باعث تعدیل بار اثبات به نفع طرف ضعیف‌تر قرارداد، یعنی مصرف‌کننده، می‌شود. در جدول زیر می‌توان این تفاوت‌ها را به‌طور خلاصه مشاهده کرد:

نظام حقوقی امارات متحده عربی	نظام حقوقی ایران	محور مقایسه
مبتنی بر قانون خاص (مشخص اما انعطاف کمتر)	مبتنی بر اصول کلی (انعطاف‌پذیر اما نامشخص)	روش قانون‌گذاری
شفاف (ذیل تعریف موسع «عرضه‌کننده»)	مبهم و نیازمند تفسیر قضایی	ماهیت حقوقی پلتفرم
نقض تکلیف قانونی (بار اثبات سبک‌تر برای مصرف‌کننده)	تقصیر اثبات شده (بار اثبات بر دوش مصرف‌کننده)	مبنای مسئولیت
مستقیم و صریح و هدفمند	غیرمستقیم و ضمنی	حمایت از مصرف‌کننده

جدول ۲. بررسی تطبیقی دو نظام حقوقی در خصوص مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها

این تحلیل تطبیقی به وضوح نشان می‌دهد که رویکرد قانون‌گذار امارات، با وجود چالش‌های خاص خود، در ایجاد یک محیط تجاری دیجیتال امن‌تر و قابل اعتمادتر برای مصرف‌کنندگان، موفق‌تر عمل کرده است.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تحلیل چالش‌های مسئولیت مدنی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، به مقایسه دو الگوی حقوقی متمایز پرداخت: الگوی «انعطاف‌پذیری تفسیری» در حقوق ایران که ریشه در اصول کلی فقهی و مدنی دارد و الگوی «قطعیت تنظیم‌گر» در حقوق امارات که بر پایه قانون‌گذاری خاص و پیشینی بنا شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که انتخاب هر یک از این الگوها، صرفاً یک گزینش فنی نیست، بلکه یک تصمیم بنیادین با پیامدهای عمیق برای تمام بازیگران اکوسیستم دیجیتال-مصرف‌کنندگان، پلتفرم‌ها و نهاد قضایی-به همراه دارد. نظام حقوقی ایران با اتکا به ظرفیت‌های غنی نظری خود، به‌صورت بالقوه از انعطاف‌پذیری بالایی برای پوشش دادن پدیده‌های نوظهور برخوردار است. این رویکرد به قاضی اجازه می‌دهد تا با ابزارهای قدرتمند تفسیری، عدالت را در هر مورد خاص اجرا کند. اما این تحقیق نشان داد که این انعطاف‌پذیری، یک «پارادوکس» عملی ایجاد می‌کند: حمایت نظری گسترده در کنار موانع عملی بزرگ. در عمل، این الگو هزینه «عدم قطعیت» را به دوش ضعیف‌ترین طرف، یعنی مصرف‌کننده و آسیب‌پذیرترین کسب‌وکارها، یعنی استارت‌آپ‌ها، تحمیل می‌کند. مصرف‌کننده با بار اثباتی سنگین و پیچیدگی‌های فنی استناد به قواعد فقهی مواجه است که عملاً او را از پیگیری دعاوی کم‌ارزش منصرف کرده و به «شکاف عدالت» دامن می‌زند. از سوی دیگر، پلتفرم‌ها نیز با ریسک حقوقی غیرقابل پیش‌بینی روبه‌رو هستند که می‌تواند مانعی برای سرمایه‌گذاری و نوآوری بلندمدت باشد.

در مقابل، نظام حقوقی امارات با انتخاب الگوی تنظیم‌گری فعال، مسیری متفاوت را برگزیده است. این

الگو با تحمیل «هزینه انطباق» بر پلتفرم‌ها، آن‌ها را ملزم به رعایت استانداردهای شفاف و از پیش تعیین شده می‌کند. اگرچه این رویکرد ممکن است در مواجهه با نوآوری‌های بسیار جدید آینده دچار تصلب و نیازمند به‌روزرسانی قانون باشد، اما در شرایط کنونی، مزایای آن چشمگیر است. این الگو با ایجاد «قطعیت حقوقی»، مسیر احقاق حق را برای مصرف‌کننده به مراتب ساده‌تر و سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌سازد و محیط کسب‌وکار را برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی قابل پیش‌بینی می‌کند. این انتخاب استراتژیک، به جای تمرکز بر عدالت موردی، به دنبال ایجاد یک چارچوب باثبات برای رشد کلان اقتصاد دیجیتال است. در نهایت، با سنجش کارایی دورویکرد در عمل، می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه مبانی نظری حقوق ایران برای احراز مسئولیت کافی و عمیق است، اما الگوی مبتنی بر قانون خاص و تنظیم‌گری فعال در امارات، کارایی و مطلوبیت بیشتری برای حمایت بالفعل از مصرف‌کننده در دعاوی پرتعداد و کم‌ارزش تجارت الکترونیک دارد. این الگو با توزیع شفاف‌تر مسئولیت‌ها، تعادل بهتری میان نوآوری فناورانه و حفاظت از حقوق بنیادین شهروندان برقرار می‌کند. به نظر می‌رسد آینده مطلوب برای نظام‌های حقوقی، حرکت به سمت یک الگوی ترکیبی باشد؛ الگویی که در آن، تکالیف اصلی پلتفرم‌ها به صراحت در قانون مشخص شده (رویکرد اماراتی)، اما برای موارد پیش‌بینی نشده، به اصول کلی انعطاف‌پذیر (رویکرد ایرانی) نیز اجازه بروز داده می‌شود تا پویایی نظام حقوقی حفظ گردد.

منابع

- اخوان کاظمی، بهرام و رستمی، ولی (۱۳۹۹). «مسئولیت مدنی واسطه‌های اینترنتی در قبال نقض حقوق مالکیت فکری». *فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی*. دوره ۵۰، شماره ۲.
- امامی، سید حسن (۱۳۸۵). *حقوق مدنی*، جلد ۱، تهران: کتاب‌فروشی اسلامیة.
- انصاری، مرتضی بن محمدامین (۱۴۱۵ ق). *المکاسب*. جلد ۲، قم: کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری.
- بادینی، حسن (۱۳۸۷). *فلسفه مسئولیت مدنی*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- باریکلو، علیرضا (۱۴۰۱). *مسئولیت مدنی؛ مبانی و قلمرو*. تهران: انتشارات مجد.
- باقری، احمد و صادقی، محسن (۱۳۹۸). «تحلیل ماهیت حقوقی و مسئولیت مدنی بازارهای آنلاین (Marketplaces)». *فصلنامه تحقیقات حقوقی*، شماره ۸۵.
- بجنوردی، سید حسن (۱۴۰۱ ق). *القواعد الفقهیه*. جلد ۱، قم: موسسه اسماعیلیان.
- بهرامی احمدی، حمید (۱۳۹۲). *قواعد فقه*. جلد ۲، بخش مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- تقی‌زاده، ابراهیم و همکاران (۱۴۰۰). «مبانی مسئولیت مدنی ارائه‌دهندگان خدمات آنلاین بر اساس قاعده غرو». *مجله حقوقی دادگستری*، دوره ۸۵، شماره ۱۱۴.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۸۸). *فلسفه اعلی در علم حقوق*. تهران: گنج دانش.
- حبیبی تبار، جواد (۱۴۰۲). *حقوق مسئولیت مدنی در فضای مجازی*. تهران: انتشارات میزان.
- حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ ق). *وسائل الشیعه*. جلد ۱۷، قم: موسسه آل‌البیت (ع).
- حسینی نژاد، حسینقلی (۱۳۹۱). *مسئولیت مدنی*. تهران: انتشارات مجد.
- حکمت‌نیا، محمود (۱۳۹۷). «مسئولیت مدنی واسطه‌های ارائه‌دهنده خدمات در فضای مجازی». *مجله حقوق اسلامی*، دوره ۱۶، شماره ۴۱.
- حلی، حسن بن یوسف (علامه حلی) (۱۴۱۳ ق). *قواعد الاحکام فی معرفه الحلال و الحرام*. جلد ۱، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- خمینی، سید روح‌الله (۱۴۲۱ ق). *تحریر الوسیله*. جلد ۲، قم: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- داراب پور، مهرباب (۱۳۹۴). قواعد عمومی قراردادها در حقوق تجارت الکترونیکی، تهران: گنج دانش.
- درویش، سجاد و لطفی، حسن (۱۴۰۱). «نقش کنترل در مسئولیت مدنی پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی». *فصلنامه پژوهش حقوق خصوصی*، سال دهم، شماره ۳۸.
- راسخی، سعید (۱۴۰۲). «تحول مفهوم قرارداد در پرتو پلتفرم‌های دیجیتال». *فصلنامه نقد و تحلیل حقوقی*، سال سوم، شماره ۹.
- رضایی، مهدی (۱۴۰۲). «الزامات قانونی سکوها‌های حل اختلاف آنلاین (ODR) در ایران». *فصلنامه پژوهش‌های نوین حقوقی*، سال پنجم، شماره ۱۸.
- زرکلام، ستار (۱۳۹۶). «حمایت از مصرف‌کننده در تجارت الکترونیکی در حقوق ایران و اتحادیه اروپا». *فصلنامه دیدگاه‌های حقوقی قضایی*، شماره ۷۸.
- شاکری، زهرا (۱۴۰۳). «مسئولیت مدنی پلتفرم‌ها در فرض ارائه خدمات انبارداری و ارسال (Fulfillment)». *مجله مطالعات حقوق تطبیقی*، دوره ۱۵، شماره ۱.
- شمس، عبدالله (۱۳۹۸). *آیین دادرسی مدنی*. دوره بنیادین، جلد ۱، تهران: انتشارات دراک.
- شهیدی، مهدی (۱۳۸۶). *سقوط تعهدات*. تهران: انتشارات مجد.
- صادقی مقدم، محمدحسن و عبدی، محسن (۱۳۹۹). «چالش‌های مسئولیت مدنی پلتفرم‌های اینترنتی در فرض اجتماع سبب و

- مباشر». *فصلنامه مطالعات حقوق تطبیقی*، دوره ۱۱، شماره ۱.
- صفایی، سید حسین و رحیمی، حبیب‌الله (۱۳۹۵). *مسئولیت مدنی (الزامات خارج از قرارداد)*. تهران: سمت.
- طاهریان، محمد (۱۴۰۱). «چالش‌های دادرسی در دعاوی علیه واسطه‌های آنلاین». *فصلنامه رأی*، شماره ۳۵.
- طوسی، محمد بن حسن (شیخ طوسی) (۱۳۸۷ق). *المبسوط فی فقه الامامیه*. جلد ۳، تهران: المکتبه المرتضویه.
- غمامی، مجید و هاشمی، سید احمد (۱۳۹۸). «مفهوم و مصادیق عرضه‌کننده کالا و خدمات در قانون حمایت از مصرف‌کننده». *فصلنامه حقوق مدنی*، سال چهارم، شماره ۱۲.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۷). *الزامات خارج از قرارداد: ضمان قهری*. جلد ۱، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۰). *اشخاص و اموال*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۴). *قواعد عمومی قراردادها*. جلد ۲، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- محسنی، فرید (۱۴۰۲). *تعهدات ضمنی در قراردادهای الکترونیکی مصرف‌کننده*. تهران: انتشارات گنج دانش.
- محقق حلی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ق). *شرایع الاسلام فی مسائل الحلال والحرام*. جلد ۲، قم: موسسه اسماعیلیان.
- محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۹۴). *قواعد فقه: بخش مدنی*. تهران: مرکز نشر علوم اسلامی.
- ممتازیان، مهدی (۱۴۰۱). «ماهیت حقوقی پلتفرم‌های اقتصاد مشارکتی». *فصلنامه حقوق خصوصی*. دوره ۱۹، شماره ۲.
- نجفی، محمدحسن (۱۴۰۴ق). *جواهرالکلام فی شرح شرایع الاسلام*. جلد ۲۲، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- هاشمی، سید احمد (۱۴۰۰). *فلسفه حقوق خصوصی*. تهران: نشر گنج دانش.
- القانون الاتحادی لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (۱۴) لسنة ۲۰۲۳ فی شأن التجارة عبر وسائل التقنية الحديثة.
- القانون الاتحادی لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (۱۵) لسنة ۲۰۲۰ فی شأن حماية المستهلك.

References

- Al Tamimi & Company. (2021). "A Guide to the New UAE Consumer Protection Law". Dubai: LexisNexis.
- Al Tamimi & Company. (2021). "A Guide to the New UAE Consumer Protection Law". Dubai: LexisNexis.
- Al-Muhairi, F. (2023). "The Evolution of Intermediary Liability in the UAE: From E-Commerce Law to the Modern Technology Commerce Act". *Gulf Comparative Law Review*, 15(1), 75-92.
- Ben-Shahar, O. (2019). The Relational Law of Contracts. In G. Klass, G. Letsas, & P. Saprai (Eds.), *Philosophical Foundations of Contract Law* (pp. 90-111). Oxford: Oxford University Press.
- Collins, H. (2016). "Is a Platform a Workplace?". *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 38(1), 1-25.
- Dubai Economy and Tourism Department. (2022). *Commentary on the Consumer Protection Law and its Impact on Digital Commerce*. Dubai: Dubai Government Press.
- Finck, M. (2018). "Digital Intermediaries and the Law". Max Planck Institute for Innovation & Competition Research Paper, No. 18-01.
- Hassan, A. (2021). *Modern Contract Law in the United Arab Emirates*. Abu Dhabi: Falcon Press.
- Loos, M. B. (2020). "Liability of Online Intermediaries for Third-Party Content: A European Private Law Perspective". *Journal of European Consumer and Market Law*, 9(1), 1-15.
- Noto La Diega, G. (2018). "The Liability of Online Intermediaries for User-Generated Content in the EU". *European Journal of Law and Technology*, 9(2).
- Pollman, E. (2017). "Regulatory Entrepreneurship". *Southern California Law Review*, 90, 383-446.
- Ringe, W. G., & Tudor, V. (2021). "Regulating Platforms". *Oxford Business Law Blog*. Retrieved from <https://www.law.ox.ac.uk/business-law-blog>