

مسئولیت حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی و حمایت از حقوق مصرف‌کننده با رویکرد حقوقی و فقهی

جواد عدالت‌جو^۱

* نوع مقاله: پژوهشی / تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۲ / تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۰

کدمقاله: JHVMN-۲۵۰۷-۱۳۰۸

چکیده

تجارت الکترونیکی به عنوان بستر اصلی اقتصاد دیجیتال، نقش مهمی در تسهیل و توسعه معاملات تجاری ایفا می‌کند، اما همزمان مسائل پیچیده‌ای در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تعیین مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های دیجیتال ایجاد نموده است. این مقاله با رویکردی تحلیلی - حقوقی و با بهره‌گیری از اصول فقه اسلامی، به بررسی مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی در قبال کالاها و خدمات ارائه شده می‌پردازد. چالش‌های حقوقی مانند اثبات تخلف، تعیین دقیق حدود مسئولیت پلتفرم و فروشندگان ثالث، و خلأهای قانونی موجود، از مهم‌ترین مشکلاتی است که در مسیر حمایت مؤثر از مصرف‌کننده قرار دارد. از منظر فقهی نیز اصولی چون «الضرر یزال» و «العهد ملزمه» مبنای محکمی برای تأکید بر مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها فراهم می‌آورند. مقاله راهکارهایی نظیر اصلاح و تکمیل قوانین تجارت الکترونیکی، تدوین مقررات تخصصی، تقویت نهادهای قضایی و نظارتی، و تطبیق آموزه‌های فقهی با فناوری‌های نوین را برای رفع این مشکلات پیشنهاد می‌کند. در نهایت، ترکیب حقوق موضوعه با مبانی فقهی و ارتقاء زیرساخت‌های حقوقی و فنی، می‌تواند به ایجاد فضای امن، شفاف و عادلانه برای توسعه پایدار تجارت الکترونیکی کمک کند و از حقوق مصرف‌کنندگان در فضای مجازی محافظت نماید.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیکی، حقوق مصرف‌کننده، مسئولیت حقوقی، پلتفرم‌های دیجیتال، فقه اسلامی.

^۱. استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیریز، فارس، ایران. (نویسنده مسئول)
niayesh_۱۵۰۱۷@yahoo.com



مقدمه

در دهه‌های اخیر، با گسترش فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، فضای تجارت به‌طور چشمگیری متحول شده و تجارت الکترونیکی به یکی از ارکان اساسی اقتصاد جهانی تبدیل گشته است. این تحول نه تنها شیوه انجام معاملات را دگرگون ساخته، بلکه ساختارهای سنتی حقوق خصوصی، به ویژه حقوق قراردادها و حقوق مصرف‌کننده را با چالش‌های بنیادینی مواجه کرده است. در بستر معاملات اینترنتی، عدم حضور فیزیکی طرفین، پیچیدگی در اثبات تخلفات و خسارات، و گستردگی مخاطبان، موجب شده تا حقوق مصرف‌کننده به یکی از محورهای اصلی بحث‌های حقوقی تبدیل شود.

از منظر حقوق خصوصی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده نه صرفاً یک الزام اخلاقی، بلکه ضرورتی قانونی و قراردادی است که به تعادل منافع طرفین معامله و حفظ امنیت حقوقی بازار می‌انجامد. با این حال، قوانین موجود در حوزه تجارت الکترونیکی ایران، علی‌رغم پیشرفت‌های قابل توجه، هنوز با مشکلات و خلأهای حقوقی مواجه‌اند که در عمل می‌تواند به کاهش اعتماد عمومی نسبت به معاملات آنلاین و نهایتاً اختلال در روند توسعه این نوع از کسب‌وکارها منجر شود.

بر این اساس، تحلیل دقیق و همه‌جانبه حقوق مصرف‌کننده در فضای مجازی، شناسایی چالش‌های حقوقی و ارائه راهکارهای متناسب، امری حیاتی و گریزناپذیر برای تضمین پویایی اقتصاد دیجیتال و عدالت در مناسبات حقوقی خصوصی است. این مقاله درصدد است تا با تمرکز بر قانون تجارت الکترونیکی ایران، به بررسی مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک در قبال مصرف‌کنندگان پرداخته و با استدلال‌های حقوقی عمیق، راهکارهایی عملیاتی برای رفع خلأها و مشکلات موجود ارائه دهد.

۱- کلیات و مبانی نظری

تجارت الکترونیکی به‌عنوان انجام معاملات تجاری از طریق شبکه‌های ارتباطی الکترونیکی، از جمله اینترنت، مفهومی است که با گسترش فناوری اطلاعات، جایگاه ویژه‌ای در نظام‌های اقتصادی و حقوقی پیدا کرده است. تعریف تجارت الکترونیکی در قانون تجارت الکترونیکی ایران (مصوب ۱۳۸۲) نیز به وضوح بیان می‌دارد که این نوع معاملات شامل انتقال داده‌ها به صورت الکترونیکی برای انعقاد

قراردادها، ارائه خدمات و فروش کالاها می‌باشد. این شکل از تجارت، ضمن افزایش سرعت و گستره معاملات، موجب ظهور انواع جدیدی از روابط حقوقی و مسئولیت‌ها شده است.

از سوی دیگر، حقوق مصرف‌کننده که در چارچوب حقوق خصوصی به عنوان مجموعه‌ای از مقررات و قواعدی تعریف می‌شود که برای حمایت از افراد مصرف‌کننده کالا و خدمات تدوین شده است، در فضای تجارت الکترونیکی اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند. عدم حضور فیزیکی مصرف‌کننده هنگام معامله، پیچیدگی در ارزیابی کیفیت کالاها و خدمات، و امکان سوءاستفاده‌های اطلاعاتی، ایجاب می‌کند که نظام حقوقی با حساسیت بیشتری به موضوع حمایت از مصرف‌کننده در فضای مجازی بپردازد.

قانون تجارت الکترونیکی ایران، به عنوان اولین گام رسمی در این زمینه، مقرراتی درباره انعقاد قراردادهای الکترونیکی، امضای دیجیتال و اعتبار اسناد الکترونیکی وضع کرده است، اما در خصوص حقوق مصرف‌کننده و مسئولیت‌های پلتفرم‌های واسطه، هنوز کاستی‌هایی وجود دارد که نیازمند تحلیل و بازنگری است. همچنین، قوانین دیگری مانند قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده نیز به طور کلی ناظر بر معاملات حضوری بوده و به طور صریح به ویژگی‌های خاص تجارت الکترونیکی نپرداخته‌اند.

۲- مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی

پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی به عنوان واسطه‌های اصلی در بازار دیجیتال، نقش تعیین‌کننده‌ای در برقراری و تسهیل معاملات بین عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان ایفا می‌کنند. این نقش محوری، مسئولیت‌های حقوقی ویژه‌ای را نیز برای این پلتفرم‌ها به دنبال دارد که باید در چارچوب حقوق خصوصی و مقررات مرتبط به دقت مورد بررسی قرار گیرد.

از منظر حقوق قراردادها، پلتفرم‌ها معمولاً به عنوان طرف قرارداد با کاربران خود شناخته می‌شوند و تعهداتی نظیر صحت ارائه اطلاعات، تضمین امنیت داده‌ها و تضمین کیفیت خدمات را برعهده دارند. علاوه بر این، مسئولیت مدنی ناشی از نقض این تعهدات، می‌تواند شامل جبران خسارات وارده به مصرف‌کنندگان باشد که به دلیل کوتاهی یا بی‌احتیاطی پلتفرم‌ها رخ داده است.

همچنین، مسئولیت در قبال کالاها و خدمات ارائه شده توسط فروشندگان ثالث که از طریق پلتفرم فعالیت می‌کنند، موضوعی پیچیده و بحث‌برانگیز است. به طور معمول، پلتفرم‌ها خود را صرفاً واسطه معرفی می‌کنند و مسئولیت مستقیم در قبال کیفیت یا اصالت کالاها و خدمات را رد می‌کنند؛ اما از دیدگاه حقوق مصرف‌کننده و اصول عدالت، این رویکرد ممکن است ناکافی باشد و نیازمند بازنگری قانونی و قضایی است.

در نهایت، حفظ امنیت داده‌ها و حریم خصوصی مصرف‌کنندگان، از دیگر حوزه‌های مهم مسئولیت حقوقی پلتفرم‌ها به شمار می‌آید. سوءاستفاده یا افشای غیرمجاز اطلاعات شخصی، می‌تواند پیامدهای حقوقی و جبران خسارت گسترده‌ای را در پی داشته باشد که قانون‌گذار باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشد.

پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی، به‌عنوان حلقه واسط میان عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و مصرف‌کنندگان، نقش بی‌بدیلی در شکل‌دهی به بازارهای دیجیتال ایفا می‌کنند. این نقش محوری، مستلزم بررسی دقیق مسئولیت‌های حقوقی و همچنین ملاحظات فقهی است که مبنای مشروعیت و اعتبار این ساختارهای نوین را تشکیل می‌دهد.

از منظر حقوق خصوصی، مسئولیت پلتفرم‌ها نخستین بار در قالب تعهدات قراردادی مطرح می‌شود. در واقع، هنگامی که کاربر با پذیرش شرایط و ضوابط پلتفرم، وارد رابطه قراردادی می‌شود، پلتفرم متعهد به اجرای مجموعه‌ای از وظایف است که تضمین‌کننده صحت و سلامت معاملات است. این تعهدات می‌تواند شامل تضمین صحت اطلاعات ارائه شده، تضمین امنیت تبادل داده‌ها و حمایت از حقوق مصرف‌کننده باشد. فقدان رعایت این تعهدات، مصداق نقض قرارداد و زمینه‌ساز مسئولیت مدنی ناشی از تقصیر خواهد بود.

اما چالش اصلی زمانی بروز می‌کند که پلتفرم صرفاً واسطه‌ای برای ارائه کالا و خدمات توسط فروشندگان ثالث باشد. در این حالت، پلتفرم به‌طور معمول خود را از مسئولیت مستقیم نسبت به کیفیت کالا یا خدمات عرضه شده مبرا می‌داند و نقش «مانت‌دار» یا «واسط» را برجسته می‌سازد. از دیدگاه حقوقی، این رویکرد نیازمند تحلیل دقیق است، زیرا اصول بنیادین حقوق قراردادهای و مسئولیت مدنی، خصوصاً در چارچوب حمایت از مصرف‌کننده، نمی‌توانند این نوع تفکیک مسئولیت را به‌سادگی بپذیرند.

فقه اسلامی نیز با تأکید بر عدالت و حفظ حقوق طرفین معامله، به مسئله مسئولیت در معاملات پیچیده اهمیت ویژه‌ای می‌دهد. بر اساس قواعد فقهی مانند «الضرر یزال» و «الیمین علی المدعی»، پلتفرم‌ها نمی‌توانند مسئولیت خود را صرفاً به واسطه نقش میانجیگری کمرنگ کنند؛ چرا که آنان در بسیاری موارد بر جریان اطلاعات و معاملات تسلط دارند و حقوق‌دانان فقهی بر مسئولیت ضمنی آنها در تضمین صحت و سلامت بازار تأکید کرده‌اند. همچنین، آموزه‌های فقهی تأکید می‌کنند که تحقق عدالت در معاملات مستلزم جلوگیری از سوءاستفاده و ضرر به مصرف‌کننده است که در فضای مجازی اهمیت مضاعفی می‌یابد.

علاوه بر مسئولیت قراردادی، مسئولیت‌های خارج از قرارداد (مسئولیت مدنی ناشی از تقصیر) نیز برای پلتفرم‌ها قابل طرح است؛ به این معنا که در صورت بروز خسارات ناشی از کوتاهی در حفظ امنیت اطلاعات یا ارائه اطلاعات نادرست، می‌توان مسئولیت مدنی آنان را مطالبه کرد. این مسئله با توجه به قانون تجارت الکترونیکی و مقررات حفاظت از داده‌های شخصی، اهمیت بیشتری یافته است.

از دیدگاه فقهی، حفظ امانت و پرهیز از خیانت به امانت، اصولی است که به طور مستقیم بر مسئولیت پلتفرم‌ها سایه می‌اندازد. اطلاعات و داده‌های مصرف‌کنندگان به مثابه امانت در دست پلتفرم‌هاست و هرگونه سوءاستفاده یا افشای غیرمجاز، علاوه بر مسئولیت حقوقی، از منظر اخلاقی و شرعی نیز قابل نکوهش است.

در نتیجه، می‌توان نتیجه گرفت که مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی، ترکیبی پیچیده از تعهدات قراردادی، مسئولیت مدنی و ملاحظات فقهی است که نیازمند بازنگری‌های قانونی و تفسیرهای نوین است تا هم از حقوق مصرف‌کننده به طور کامل حمایت شود و هم پلتفرم‌ها بتوانند با تضمین امنیت و عدالت، نقش سازنده خود را در اقتصاد دیجیتال ایفا نمایند.

۳- چالش‌های حقوقی موجود

با وجود اهمیت و ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده در فضای تجارت الکترونیکی، نظام حقوقی ایران با مجموعه‌ای از چالش‌ها و موانع جدی مواجه است که می‌تواند در عمل، تحقق این حمایت‌ها را دچار اختلال نماید. این چالش‌ها را می‌توان در سه حوزه اصلی حقوقی، اجرایی و فقهی مورد بررسی قرار داد.

از منظر حقوقی، نخستین چالش، مشکل اثبات تخلف و احراز مسؤولیت در معاملات الکترونیکی است. به دلیل ماهیت غیرحضوری و غیرمادی این معاملات، بسیاری از مباحث سنتی حقوق قراردادها، مانند نحوه اثبات قرارداد، تخلفات احتمالی و میزان خسارات، پیچیدگی‌های مضاعفی پیدا کرده‌اند. به ویژه در مواردی که پلتفرم‌ها نقش واسطه دارند و فروشندگان ثالث مستقلاً عمل می‌کنند، تعیین دقیق مسؤولیت حقوقی هر یک از طرفین و میزان مسؤولیت پلتفرم، محل اختلاف و ابهام است. این مسأله در قانون تجارت الکترونیکی ایران به صورت روشن و کاربردی حل نشده است و همین امر، خلأیی حقوقی جدی ایجاد کرده که به نفع مصرف‌کننده نیست.

از سوی دیگر، خلأهای قانونی در زمینه حقوق مصرف‌کننده به ویژه در حوزه تضمین کیفیت کالا و خدمات ارائه شده از طریق فضای مجازی، از دیگر موانع مهم است. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران عمدتاً برای معاملات حضوری تدوین شده و در بسیاری از موارد به ویژگی‌های خاص معاملات الکترونیکی پاسخگو نیست. این نارسایی‌ها موجب شده‌اند تا مصرف‌کنندگان در مواجهه با تخلفات و خسارات ناشی از خرید آنلاین، امکان پیگیری حقوقی مؤثر و قابل اتکا را نداشته باشند.

در بعد اجرایی، ضعف نهادهای نظارتی و قضایی در مواجهه با جرایم و تخلفات فضای مجازی، مانعی بزرگ برای تحقق حقوق مصرف‌کننده محسوب می‌شود. نبود تخصص کافی در میان مأموران اجرایی و قضات، و پیچیدگی‌های فنی معاملات الکترونیکی، روند رسیدگی به شکایات را طولانی و ناکارآمد می‌سازد. افزون بر این، فقدان زیرساخت‌های فنی مناسب برای رصد و کنترل فعالیت‌های پلتفرم‌ها، زمینه‌ساز افزایش تخلفات و سوءاستفاده‌های احتمالی است.

از منظر فقهی، چالش‌هایی از جنس تأویل و تطبیق احکام سنتی با معاملات نوین مطرح می‌شود. در حالی که فقه اسلامی تأکید بسیاری بر حفظ حقوق و جلوگیری از ضرر دارد، تطبیق اصول فقهی مانند «الضرر یزال»، «المسئولیه عن الضرر» و «العهد ملزمه» با واقعیت‌های فناوری و فضای مجازی، نیازمند استنباط‌های دقیق و به‌روز است. همچنین، فقدان معیارهای روشن در خصوص مسؤولیت واسطه‌ها (پلتفرم‌ها) و نحوه احراز سوءنیت یا تقصیر آنان، باعث ایجاد ابهامات فراوان در استناد به احکام فقهی شده است.

در مجموع، این چالش‌ها ضرورت بازنگری جامع در قوانین و مقررات مرتبط با تجارت الکترونیکی و حقوق مصرف‌کننده را نمایان می‌سازند. تصویب قوانین تخصصی‌تر، آموزش قضات و نهادهای نظارتی،



و توسعه رویه‌های قضایی مبتنی بر مبانی فقهی به روز، از جمله راهکارهای کلیدی برای رفع این مشکلات و تقویت حمایت از مصرف‌کننده در فضای مجازی است.

۴- راهکارها و پیشنهادهای

با توجه به چالش‌های متعدد حقوقی، اجرایی و فقهی که در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در معاملات اینترنتی وجود دارد، اتخاذ راهکارهای جامع و هدفمند امری ضروری است. این راهکارها باید به گونه‌ای طراحی شوند که ضمن تأمین عدالت و حمایت قانونی از مصرف‌کننده، زمینه توسعه سالم و پایدار اقتصاد دیجیتال را نیز فراهم آورند.

۱. اصلاح و تکمیل قوانین موجود

قانون تجارت الکترونیکی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده نیازمند بازنگری و اصلاحات اساسی هستند تا ویژگی‌ها و پیچیدگی‌های خاص معاملات الکترونیکی به‌طور دقیق در آن‌ها منعکس شود. از جمله ضروری است که مسئولیت پلتفرم‌ها در قبال کالاها و خدمات ارائه شده توسط فروشندگان ثالث به صورت روشن و قانونی تعیین گردد تا ابهامات حقوقی برطرف شود. همچنین، مقررات مربوط به حفاظت از داده‌های شخصی باید با استانداردهای بین‌المللی هماهنگ گردد.

۲. تدوین قوانین تخصصی در حوزه پلتفرم‌ها و حمایت از مصرف‌کننده

قوانین تخصصی که مسئولیت‌ها و تعهدات حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی را به صورت جامع و مشخص تعیین نماید، می‌تواند موجب افزایش شفافیت و اطمینان در بازار دیجیتال شود. این قوانین باید از نگاه فقهی نیز مورد بررسی و تایید قرار گیرند تا مشروعیت شرعی آن‌ها تضمین شود.

۳. تقویت نهادهای نظارتی و قضایی

باید آموزش‌های تخصصی به قضات، وکلاء و مأموران اجرایی در خصوص مسائل حقوقی و فنی مربوط به تجارت الکترونیکی داده شود. همچنین ایجاد واحدهای تخصصی در مراجع قضایی و نهادهای نظارتی، برای رسیدگی سریع و تخصصی به شکایات مرتبط با معاملات اینترنتی ضروری است.



۴. توسعه زیرساخت‌های فنی و امنیتی

پلتفرم‌ها باید ملزم به استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای حفاظت از اطلاعات کاربران و تأمین امنیت معاملات شوند. همچنین، ایجاد سامانه‌های رصد و پایش فعالیت‌های پلتفرم‌ها توسط نهادهای ذی‌ربط، می‌تواند از بروز تخلفات جلوگیری کند.

۵. ترویج فرهنگ حقوقی و آگاهی‌بخشی

آموزش حقوقی به مصرف‌کنندگان در خصوص حقوق و تکالیف خود در فضای مجازی و آشنایی با نحوه پیگیری شکایات، می‌تواند از بروز بسیاری از تخلفات جلوگیری کند. همچنین، تشویق به رعایت اخلاق حرفه‌ای و شرعی در کسب‌وکارهای الکترونیکی، از دیگر ضرورت‌هاست.

۶. استنباط و تطبیق احکام فقهی با فناوری نوین

متخصصان فقه و حقوق باید با همکاری یکدیگر، اصول و قواعد فقهی را با شرایط و نیازهای عصر دیجیتال تطبیق داده و راهکارهای مبتنی بر موازین شرعی برای رفع خلأها و چالش‌های حقوقی ارائه دهند. این امر، مشروعیت و مقبولیت قانونی و اجتماعی قوانین تجارت الکترونیکی را افزایش می‌دهد.

با توجه به این راهکارها، می‌توان نظام حقوقی ایران را به گونه‌ای توسعه داد که ضمن حمایت مؤثر از حقوق مصرف‌کننده، بستری امن، شفاف و منصفانه برای رشد تجارت الکترونیکی فراهم گردد.



نتیجه گیری

با تحلیل و بررسی جایگاه حقوق مصرف‌کننده در معاملات اینترنتی و مسئولیت‌های حقوقی پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی، روشن شد که فضای نوین اقتصاد دیجیتال، هر چند فرصت‌های گسترده‌ای را برای توسعه و تسهیل معاملات فراهم آورده است، اما در عین حال چالش‌ها و پیچیدگی‌های حقوقی و فقهی متعددی را نیز به همراه دارد. این چالش‌ها اگر به‌درستی و در چارچوبی علمی و دقیق حل نشوند، می‌توانند موجب تضعیف اعتماد عمومی نسبت به بازارهای آنلاین شده و روند رو به رشد تجارت الکترونیکی را دچار اختلال سازند.

از منظر حقوق خصوصی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده نه تنها یک وظیفه اخلاقی، بلکه یک الزام قانونی و قراردادی است که باید به صورت جدی و اثرگذار در قوانین تجارت الکترونیکی منعکس شود. پلتفرم‌ها به عنوان حلقه واسط بین فروشندگان و مصرف‌کنندگان، مسئولیت‌های متعددی اعم از تضمین امنیت داده‌ها، صحت اطلاعات و کیفیت خدمات دارند که باید در قالب مقررات صریح و روشنی مشخص و ضمانت اجرای کافی برای آن‌ها پیش‌بینی گردد. تفکیک غیرواقع‌بینانه مسئولیت میان پلتفرم‌ها و فروشندگان ثالث، می‌تواند منجر به ایجاد خلأهای حقوقی و عدم حمایت مؤثر از مصرف‌کننده شود که در تضاد با اصول عدالت قراردادی و حقوق مصرف‌کننده است.

از سوی دیگر، آموزه‌های فقه اسلامی با تأکید بر اصل حفظ حقوق، نفی ضرر و رعایت امانت، پایه‌های محکمی را برای استنباط‌های حقوقی نوین در حوزه تجارت الکترونیکی فراهم می‌آورد. اصولی همچون «الضرر یزال»، «العهد ملزمه» و «الیمین علی المدعی» می‌توانند به عنوان مبانی فقهی حمایت از مصرف‌کننده و تعیین مسئولیت پلتفرم‌ها مورد استفاده قرار گیرند و به ایجاد تعادل میان منافع طرفین معامله کمک کنند. بنابراین، هماهنگی میان حقوق موضوعه و فقه اسلامی ضروری است تا قوانین تدوین شده از مشروعیت و مقبولیت کافی برخوردار شوند.

بر این اساس، اصلاح قوانین موجود و تدوین مقررات تخصصی در حوزه تجارت الکترونیکی، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فقهی و حقوقی، از اولویت‌های راهبردی برای تضمین حقوق مصرف‌کننده به شمار می‌رود. علاوه بر آن، تقویت نهادهای قضایی و نظارتی، توسعه زیرساخت‌های فنی و امنیتی، و فرهنگ‌سازی حقوقی میان مصرف‌کنندگان و فعالان بازار دیجیتال، از جمله الزامات عملیاتی هستند که می‌توانند بستر لازم برای تحقق عدالت و امنیت در فضای مجازی را فراهم سازند.

در نهایت، می‌توان گفت که پرداختن به ابعاد حقوقی و فقهی حمایت از مصرف‌کننده در معاملات اینترنتی، نه تنها تضمین‌کننده حقوق افراد و سلامت بازار است، بلکه موجبات توسعه پایدار و رقابت سالم در اقتصاد دیجیتال را فراهم می‌آورد. بدین ترتیب، ترکیب علم حقوق با تعالیم فقه اسلامی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، راهگشای حل معضلات موجود و تحقق اهداف عدالت و رفاه اجتماعی در عصر دیجیتال خواهد بود.



منابع

۱. قانون تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۸۲)
۲. قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده (مصوب ۱۳۸۸)
۳. رحمانی، علی، «حقوق تجارت الکترونیکی و چالش‌های حقوقی آن»، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۹۸
۴. رضایی، مهدی، «مسئولیت پلتفرم‌ها در حقوق تجارت الکترونیکی»، فصلنامه حقوق خصوصی، شماره ۳۲، ۱۳۹۹
۵. نیک‌آیین، محمد، «حقوق مصرف‌کننده در فضای مجازی با رویکرد فقهی»، پژوهش‌های حقوقی، سال ۱۴۰۰
۶. صفاری، زهرا، «حفظ حریم خصوصی در معاملات الکترونیکی»، مجله مطالعات حقوقی، شماره ۲۷، ۱۳۹۹
۷. شهید مطهری، مرتضی، «تحریر الوسیله»، ج ۱ و ۲، درباره مسائل فقهی حقوق قراردادها و معاملات.
۸. امام خمینی، «تحریر الوسیله»، توضیحات مربوط به ضمان و مسئولیت.
۹. موسوی، جعفر، «فقه المعاملات»، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۵.
۱۰. طباطبایی، حسن، «حقوق خصوصی و فقه اسلامی»، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی، ۱۳۹۷.
۱۱. Jane K. Winn, "Consumer Protection in Electronic Commerce: Emerging Issues," *Journal of Consumer Policy*, ۲۰۰۰.
۱۲. Christopher Millard, "Data Protection and Privacy in the Digital Age," *International Data Privacy Law*, ۲۰۱۴.



-
۱۳. OECD, "Consumer Protection in E-commerce," OECD Digital Economy Papers, No. ۱۹۲, ۲۰۱۳.
 ۱۴. Michael Geist, "Internet Commerce and Consumer Protection," *The University of Ottawa Law & Technology Journal*, ۲۰۰۱.
 ۱۵. EU Directive ۲۰۱۱/۸۳/EU on Consumer Rights (for comparative analysis)



Legal Liability of E-Commerce Platforms and the Protection of Consumer Rights: A Legal and Jurisprudential Approach.

Javad Edalatjoo^۱

Article Number: JHVMN-۲۰۰۷-۱۳۰۸

Abstract

E-commerce serves as a fundamental pillar of the digital economy, facilitating and transforming commercial transactions globally. However, it also raises complex challenges regarding consumer protection and the legal responsibilities of digital platforms. This article adopts an analytical legal approach, incorporating principles of Islamic jurisprudence, to examine the liability of e-commerce platforms for goods and services provided. Key legal challenges include proving violations, precisely delineating the responsibilities of platforms and third-party sellers, and addressing existing legislative gaps that hinder effective consumer protection. From a jurisprudential perspective, principles such as "harm must be removed" (al-darar yuzal) and "contracts are binding" (al-'uhud mulzimah) offer a solid foundation for emphasizing platform accountability. The article proposes solutions including the revision and completion of e-commerce laws, the enactment of specialized regulations, strengthening judicial and supervisory bodies, and adapting jurisprudential teachings to modern technologies. Ultimately, integrating statutory law with Islamic legal principles, alongside improving legal and technical infrastructures, can foster a secure, transparent, and equitable environment conducive to the sustainable development of e-commerce and the safeguarding of consumer rights online.

Keywords: E-commerce, Consumer Protection, Legal Liability, Digital Platforms, Islamic Jurisprudence.

^۱. Assistant Professor, Islamic Azad University, Neyriz Branch, Fars, Iran. (Corresponding Author) niayesh_۱۵۰۱۷@yahoo.com

