

حمایت از حقوق مصرف کننده در مواجهه با قراردادهای تحمیلی توسط نمایندگان هوشمند

علی شاهرخ سلماسی^۱ / محمد غلامی علیایی^۲ / یوسف مولایی^۳

* نوع مقاله: پژوهشی / تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷ / تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۱۵

کدمقاله: JHVMN-۲۶۰۶-۱۳۸۷

چکیده

گسترش فناوری های هوش مصنوعی و استفاده از نمایندگان هوشمند در بسترهای دیجیتال، شیوه های سنتی انعقاد قرارداد را به طور قابل توجهی دگرگون کرده است. نمایندگان هوشمند به عنوان نرم افزارهایی که قادر به تصمیم گیری و انجام معاملات بدون مداخله مستقیم انسان هستند، در حوزه های تجارت الکترونیک، خدمات مالی و بازارهای آنلاین نقش فزاینده ای یافته اند. قراردادهای تحمیلی معمولاً قراردادهایی هستند که شرایط آن ها از پیش توسط یک طرف قدرتمندتر تعیین شده و مصرف کننده فرصت واقعی برای مذاکره یا تغییر مفاد آن ندارد. در محیط های مبتنی بر هوش مصنوعی، این مسئله پیچیده تر می شود؛ زیرا سرعت پردازش، خودکار بودن تصمیم گیری و عدم شفافیت الگوریتم ها می تواند عدم تعادل میان طرفین قرارداد را تشدید کند. پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی - تحلیلی به بررسی ابعاد حقوقی حمایت از مصرف کنندگان در مواجهه با قراردادهای تحمیلی ناشی از عملکرد نمایندگان هوشمند می پردازد. نتایج نشان می دهد که چارچوب های سنتی حقوق قراردادها برای پاسخ گویی کامل به چالش های ناشی از قراردادهای مبتنی بر هوش مصنوعی کافی نیستند و نیازمند بازنگری و تکمیل هستند. در این راستا، اصولی همچون شفافیت الگوریتمی، مسئولیت پذیری ارائه دهندگان فناوری، امکان نظارت انسانی و تقویت قواعد حمایت از مصرف کننده می تواند نقش مهمی در ایجاد تعادل قراردادی ایفا کند. همچنین تدوین مقررات خاص در حوزه معاملات خودکار و تعیین حدود مسئولیت طرفین می تواند از بروز سوءاستفاده های احتمالی جلوگیری کند.

واژگان کلیدی: نمایندگان هوشمند، قراردادهای تحمیلی، حقوق مصرف کننده، تجارت الکترونیک، هوش مصنوعی.

^۱. گروه حقوق، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران. Shahrokh. Sa@iau.ac.ir

^۲. گروه حقوق، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران. (نویسنده مسئول) Mm13591359@iau.ac.ir

^۳. گروه حقوق، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران. Yousef.molaei@iau.ac.ir



مقدمه

تحولات گسترده فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر موجب تغییرات بنیادین در شیوه‌های انجام معاملات و روابط قراردادی شده است. ظهور تجارت الکترونیک و گسترش سامانه‌های دیجیتال باعث شده است بسیاری از تعاملات اقتصادی که پیش‌تر به صورت حضوری و با دخالت مستقیم انسان انجام می‌شد، اکنون از طریق سیستم‌های خودکار و هوشمند صورت گیرد. در این میان، نمایندگان هوشمند به عنوان یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری هوش مصنوعی، نقش قابل توجهی در تسهیل و تسریع معاملات الکترونیکی ایفا می‌کنند. این نمایندگان نرم‌افزاری هستند که می‌توانند بر اساس داده‌ها و الگوریتم‌های از پیش طراحی‌شده، تصمیم‌گیری کرده و بدون نیاز به دخالت مستقیم انسان اقدام به انجام معاملات یا انعقاد قرارداد کنند. کاربرد گسترده نمایندگان هوشمند در حوزه‌های مختلفی مانند خریدهای آنلاین، معاملات مالی، خدمات دیجیتال و مدیریت زنجیره تأمین، موجب افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های مبادله شده است. با این حال، استفاده از این فناوری‌ها چالش‌های حقوقی جدیدی را نیز به همراه داشته است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، مسئله اعتبار و مشروعیت قراردادهایی است که به واسطه نمایندگان هوشمند منعقد می‌شوند و همچنین نحوه حمایت از حقوق طرفین، به ویژه مصرف‌کنندگان، در چنین قراردادهایی است. در بسیاری از موارد، قراردادهای منعقدشده در بسترهای دیجیتال به صورت قراردادهای استاندارد یا الحاقی تنظیم می‌شوند؛ به این معنا که شرایط قرارداد از پیش توسط ارائه‌دهنده خدمات یا فروشنده تعیین شده و مصرف‌کننده تنها امکان پذیرش یا رد آن را دارد. این نوع قراردادهای که در ادبیات حقوقی با عنوان قراردادهای تحمیلی شناخته می‌شوند، به دلیل عدم توازن قدرت میان طرفین همواره مورد توجه حقوق دانان و قانون‌گذاران قرار داشته‌اند. هنگامی که چنین قراردادهایی توسط نمایندگان هوشمند تنظیم یا اجرا شوند، مسئله پیچیده‌تر می‌شود؛ زیرا مصرف‌کننده ممکن است حتی از نحوه شکل‌گیری شرایط قرارداد یا عملکرد الگوریتم تصمیم‌گیرنده آگاهی کافی نداشته باشد. از سوی دیگر، سرعت بالای عملکرد سامانه‌های هوشمند و ماهیت خودکار تصمیم‌گیری در آن‌ها می‌تواند موجب شود مصرف‌کنندگان بدون بررسی دقیق شرایط قرارداد، به سرعت وارد تعهدات حقوقی شوند. علاوه بر این، پیچیدگی فنی الگوریتم‌های هوش مصنوعی و عدم شفافیت در نحوه عملکرد آن‌ها ممکن

است مانعی برای درک کامل مفاد قرارداد و آثار حقوقی آن ایجاد کند. در نتیجه، احتمال بروز شرایط ناعادلانه یا تحمیل تعهدات نامتوازن بر مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد. در حقوق سنتی قراردادهای، اصولی همچون آزادی قراردادهای، رضایت طرفین و تعادل قراردادی از ارکان اساسی محسوب می‌شوند. با این حال، در محیط‌های دیجیتال و به ویژه در قراردادهای مبتنی بر هوش مصنوعی، تحقق واقعی این اصول با چالش‌هایی مواجه است. برای مثال، رضایت آگاهانه مصرف‌کننده زمانی معنا پیدا می‌کند که وی از شرایط قرارداد و آثار آن آگاهی کافی داشته باشد؛ در حالی که در بسیاری از قراردادهای دیجیتال، مفاد قرارداد به صورت طولانی و پیچیده ارائه می‌شود و مصرف‌کننده عملاً فرصت یا توانایی لازم برای بررسی دقیق آن‌ها را ندارد. علاوه بر این، استفاده از نمایندگان هوشمند ممکن است پرسش‌هایی درباره مسئولیت حقوقی در صورت بروز خطا یا تخلف ایجاد کند. اگر نماینده هوشمند به دلیل نقص الگوریتم یا داده‌های نادرست تصمیمی اتخاذ کند که به زیان مصرف‌کننده منجر شود، تعیین مسئولیت میان طراح نرم‌افزار، ارائه‌دهنده خدمات یا کاربر سیستم می‌تواند دشوار باشد. از این رو، بسیاری از نظام‌های حقوقی در تلاش هستند تا با تدوین مقررات جدید یا تفسیر موسع قواعد موجود، چارچوبی مناسب برای تنظیم روابط قراردادی در عصر هوش مصنوعی فراهم کنند. در سطح بین‌المللی نیز توجه به حمایت از مصرف‌کنندگان در محیط‌های دیجیتال افزایش یافته است. سازمان‌های بین‌المللی و نهادهای قانون‌گذاری در کشورهای مختلف تلاش کرده‌اند با تصویب مقرراتی در حوزه تجارت الکترونیک، حفاظت از داده‌ها و مسئولیت پلتفرم‌های دیجیتال، تعادل میان نوآوری فناوری و حمایت از حقوق کاربران را برقرار کنند. با این حال، سرعت پیشرفت فناوری‌های هوش مصنوعی به گونه‌ای است که بسیاری از قواعد حقوقی موجود هنوز به طور کامل پاسخگوی چالش‌های جدید نیستند. با توجه به اهمیت روزافزون استفاده از نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی و نقش گسترده آن‌ها در شکل‌گیری قراردادهای دیجیتال، بررسی ابعاد حقوقی حمایت از مصرف‌کنندگان در مواجهه با قراردادهای تحمیلی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. این پژوهش درصدد است با تحلیل مبانی نظری و حقوقی مرتبط با قراردادهای تحمیلی و نمایندگان هوشمند، چالش‌های موجود در حمایت از مصرف‌کنندگان را شناسایی کرده و راهکارهایی برای تقویت حمایت‌های حقوقی در این زمینه ارائه دهد.

۱- مفهوم‌شناسی

۱-۱- مفهوم و ماهیت حقوق مصرف‌کننده

حقوق مصرف‌کننده به عنوان شاخه‌ای نوین از حقوق خصوصی، در پاسخ به تحولات اقتصادی و گسترش بازارهای انبوه شکل گرفته است. در روابط سنتی، فرض بر برابری نسبی طرفین قرارداد و امکان چانه‌زنی آزادانه بود؛ اما با توسعه تولید انبوه و شکل‌گیری بازارهای پیچیده، این فرض با تردید جدی مواجه شد. در چنین شرایطی، مصرف‌کننده غالباً در موضع ضعف اطلاعاتی و اقتصادی قرار می‌گیرد و نیازمند حمایت ویژه قانونی است (صادقی، ۱۳۹۹: ۲۳). در تعریف حقوق مصرف‌کننده گفته شده است که این شاخه از حقوق، مجموعه قواعدی است که با هدف حمایت از شخص حقیقی در مقام استفاده‌کننده نهایی از کالا یا خدمات، در برابر تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان حرفه‌ای وضع شده است (اسدی، ۱۴۰۰: ۴۱). عنصر اساسی در این تعریف، تمایز میان «مصرف‌کننده» و «تاجر یا حرفه‌ای» است؛ به این معنا که حمایت قانونی ناظر به رابطه‌ای است که در آن عدم توازن قدرت و اطلاعات وجود دارد. از منظر ماهیت حقوقی، حقوق مصرف‌کننده را می‌توان آمیزه‌ای از قواعد آمره و حمایتی دانست که در بسیاری موارد بر اصل آزادی قراردادها حاکم می‌شود. برخلاف حقوق سنتی قراردادهای که بر حاکمیت اراده تأکید دارد، در این حوزه قانون‌گذار با هدف برقراری عدالت قراردادی، محدودیت‌هایی بر اراده طرف قوی‌تر تحمیل می‌کند (حسینی، ۱۳۹۵: ۱۱۲). به بیان دیگر، حقوق مصرف‌کننده تلاشی است برای اصلاح عدم تعادل ساختاری در روابط قراردادی. در تحلیل مبانی نظری این شاخه، برخی نویسندگان به اصل انصاف و عدالت قراردادی اشاره کرده و آن را پشتوانه مداخله قانون‌گذار دانسته‌اند (شریفی، ۱۳۹۶: ۲۰۱). بر این اساس، هنگامی که شرایط قرارداد به صورت یک‌جانبه و از پیش تنظیم شده باشد و مصرف‌کننده امکان واقعی مذاکره نداشته باشد، دخالت قواعد حمایتی برای جلوگیری از تحمیل شروط ناعادلانه توجیه‌پذیر است. ماهیت حمایتی حقوق مصرف‌کننده در مقررات مربوط به تجارت الکترونیک نیز به روشنی قابل مشاهده است. در این حوزه، به دلیل ماهیت غیرحضوری معاملات و پیچیدگی فنی فرایندها، احتمال فریب یا ناآگاهی مصرف‌کننده افزایش می‌یابد؛ از این رو، الزام به ارائه اطلاعات شفاف و حق انصراف برای مصرف‌کننده پیش‌بینی شده است (ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۱۷۸). این تدابیر نشان می‌دهد که حقوق مصرف‌کننده صرفاً ناظر به جبران خسارت پس از وقوع زیان نیست، بلکه جنبه پیشگیرانه نیز دارد. برخی تحلیل‌ها، حقوق مصرف‌کننده را بخشی از حقوق عمومی اقتصادی دانسته‌اند؛ زیرا در آن، اراده فردی به طور

کامل تعیین کننده نیست و قواعد آمره نقش پررنگی دارند (نادری، ۱۳۹۶: ۱۵۴). در واقع، هدف اصلی این شاخه، حمایت از نظم عمومی اقتصادی و تضمین اعتماد عمومی به بازار است. بدون چنین حمایتی، رقابت سالم و شفافیت اقتصادی با مخاطره مواجه می‌شود. در حوزه فناوری‌های نوین و قراردادهای دیجیتال، اهمیت حقوق مصرف کننده دوچندان شده است. استفاده از سامانه‌های هوشمند و قراردادهای استاندارد ممکن است فاصله اطلاعاتی میان عرضه کننده و مصرف کننده را افزایش دهد و رضایت آگاهانه را با چالش مواجه سازد (موسوی، ۱۴۰۰: ۶۷). بنابراین، تقویت سازوکارهای حمایتی در این فضا ضروری است. از حیث مسئولیت مدنی نیز، حقوق مصرف کننده با توسعه مفهوم مسئولیت حرفه‌ای همراه بوده است. عرضه کنندگان کالا و خدمات در برابر عیوب و خسارات ناشی از محصولات خود، مسئولیتی فراتر از قواعد سنتی تقصیر دارند (امیری، ۱۳۹۷: ۲۰۹). این رویکرد بیانگر آن است که در روابط مصرفی، حمایت از طرف ضعیف تر بر اصل برابری شکلی مقدم شمرده می‌شود. در جمع بندی می‌توان گفت که حقوق مصرف کننده شاخه‌ای حمایتی، آمره و مبتنی بر عدالت قراردادی است که با هدف جبران عدم توازن قدرت و اطلاعات در روابط بازار شکل گرفته است. این شاخه با محدود ساختن نسبی اصل آزادی قراردادها و تحمیل تعهدات خاص بر عرضه کنندگان، در پی تضمین شفافیت، ایمنی و انصاف در معاملات است و در عصر دیجیتال و معاملات هوشمند، نقش بنیادین تری یافته است (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۲۲).

۲-۱- مفهوم قرارداد و اصل آزادی قراردادها

قرارداد در نظام حقوقی ایران به عنوان مهم ترین ابزار تنظیم روابط خصوصی اشخاص شناخته می‌شود و مبنای آن توافق اراده‌هاست. به موجب ماده ۱۸۳ قانون مدنی، قرارداد عبارت است از این که یک یا چند نفر در مقابل یک یا چند نفر دیگر تعهد بر امری نمایند و مورد قبول آنان باشد. دکترین حقوقی نیز قرارداد را توافقی الزام آور می‌داند که به وسیله اراده اشخاص ایجاد شده و به حکم قانون حمایت می‌شود (شریفی، ۱۳۹۶: ۴۵). بر این اساس، عنصر اساسی در هر قرارداد، تراضی و انشای تعهد است و بدون توافق واقعی، رابطه حقوقی الزام آور شکل نمی‌گیرد (خالقی، ۱۳۹۴: ۷۲). اصل لزوم قراردادهای از نتایج مستقیم پذیرش ماهیت حقوقی و الزام آور قرارداد است؛ به این معنا که پس از تحقق صحیح ارکان عقد، طرفین ملزم به اجرای مفاد آن هستند و نمی‌توانند به طور یک جانبه از تعهدات خود عدول کنند (شریفی، ۱۳۹۶: ۱۱۸). این اصل تضمین کننده ثبات معاملات و امنیت حقوقی در روابط

اقتصادی است. اصل آزادی قراردادهای از مهم‌ترین جلوه‌های حاکمیت اراده در حقوق خصوصی محسوب می‌شود. مطابق ماده ۱۰ قانون مدنی، قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد کرده‌اند، در صورتی که مخالف صریح قانون نباشد نافذ است. حقوقدانان این اصل را مبنای مشروعیت بسیاری از قراردادهای نوین دانسته‌اند (شریفی، ۱۳۹۶: ۶۴). آزادی قراردادهای سه بعد اساسی است: آزادی در انعقاد یا عدم انعقاد قرارداد، آزادی در انتخاب طرف قرارداد و آزادی در تعیین شرایط و مفاد آن. با این حال، این آزادی مطلق نیست و در چارچوب قانون، نظم عمومی و اخلاق حسنه محدود می‌شود. به ویژه در قراردادهای الحاقی که شرایط آن از پیش توسط یک طرف تنظیم می‌شود، امکان اعمال واقعی اراده برای طرف ضعیف‌تر کاهش می‌یابد (حسینی، ۱۳۹۵: ۸۹). در چنین مواردی، برخی نویسندگان بر ضرورت مداخله قانون‌گذار برای جلوگیری از شروط ناعادلانه تأکید کرده‌اند (صادقی، ۱۳۹۹: ۱۰۲). در بستر تجارت الکترونیک، مفهوم قرارداد از حیث شکل دگرگون شده ولی از نظر ماهیت حقوقی تغییری نکرده است. قراردادهای الکترونیکی نیز مبتنی بر تراضی‌اند، هرچند این تراضی از طریق داده‌پیام و ابزارهای دیجیتال اعلام می‌شود (ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۱۳۳؛ طاهری، ۱۳۹۸: ۷۵). بنابراین، اصل آزادی قراردادهای در این حوزه نیز جریان دارد، اما شرایط فنی محیط دیجیتال ممکن است بر کیفیت رضایت اثر بگذارد. در قراردادهای مبتنی بر سامانه‌های هوشمند، اعلام اراده ممکن است توسط نرم‌افزار یا نماینده هوشمند انجام شود. تحلیل‌های حقوقی نشان می‌دهد که عملکرد این سامانه‌ها به استفاده‌کننده یا بهره‌بردار آن‌ها منتسب می‌شود و در نتیجه، آثار قرارداد به شخص انسانی بازمی‌گردد (قاسمی، ۱۴۰۱: ۹۴). با این حال، پیچیدگی فنی الگوریتم‌ها می‌تواند موجب کاهش شفافیت و افزایش عدم تقارن اطلاعاتی شود (اسدی، ۱۴۰۰: ۱۲۱). از منظر مسئولیت مدنی، آزادی قراردادهای مانع اعمال قواعد جبران خسارت در صورت ورود زیان ناشی از تقصیر یا نقص فنی نیست (امیری، ۱۳۹۷: ۱۴۷). بنابراین، حتی در قراردادهای دیجیتال نیز اصل جبران خسارت و حمایت از زیان‌دیده برقرار است (خالقی، ۱۳۹۴: ۱۵۶). در جمع‌بندی می‌توان گفت که قرارداد همچنان بر پایه توافق اراده‌ها استوار است و اصل آزادی قراردادهای به عنوان رکن بنیادین حقوق خصوصی در فضای سنتی و دیجیتال معتبر باقی مانده است؛ اما این اصل در مواجهه با

قراردادهای الحاقی و فناوری‌های نوین باید در پرتو قواعد حمایتی و محدودیت‌های قانونی تفسیر شود تا تعادل قراردادی حفظ گردد (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۱۰)

۱-۳- مفهوم قراردادهای الحاقی یا تحمیلی

قراردادهای الحاقی یا تحمیلی به آن دسته از قراردادها گفته می‌شود که شرایط و مفاد آن‌ها به طور یک‌جانبه توسط یک طرف، که معمولاً از قدرت اقتصادی، فنی یا سازمانی بیشتری برخوردار است، از پیش تنظیم می‌شود و طرف دیگر - که غالباً مصرف‌کننده است - تنها حق قبول یا رد کامل آن را دارد، بدون آن که امکان واقعی برای مذاکره یا تغییر مفاد قرارداد داشته باشد (حسینی، ۱۳۹۵: ۵۸). در این نوع قراردادها، ساختار رابطه حقوقی به گونه‌ای است که اراده طرف ضعیف‌تر نقش صوری پیدا می‌کند و عملاً آزادی قراردادی به حداقل می‌رسد. بر اساس تحلیل‌های حقوقی، قرارداد الحاقی زمانی شکل می‌گیرد که سه عنصر عمده وجود داشته باشد: اول، تنظیم یک‌جانبه شروط قرارداد؛ دوم، فقدان امکان چانه‌زنی مؤثر برای طرف مقابل؛ و سوم، شکل‌گیری قرارداد در بستری که مصرف‌کننده چاره‌ای جز پذیرش آن ندارد (صادقی، ۱۳۹۹: ۸۷). در چنین وضعیتی، رضایت به معنای واقعی وجود ندارد و مصرف‌کننده صرفاً برای بهره‌مندی از کالا یا خدمات، خود را ناچار به پذیرش شرایط از پیش تعیین‌شده می‌بیند. ماهیت تحمیلی این نوع قراردادها سبب شده است که بسیاری از نظام‌های حقوقی به محدود کردن آزادی قراردادها در این حوزه متمایل شوند. در ادبیات حقوقی، قراردادهای الحاقی به عنوان نمونه‌ای از عدم توازن قدرت و اطلاعات شناخته می‌شوند و به همین دلیل، مقررات حمایتی به منظور جلوگیری از سوءاستفاده طرف قوی‌تر وضع شده است (شریفی، ۱۳۹۶: ۱۳۹). در این چارچوب، شیوه تحلیل شرطی که به زیان مصرف‌کننده باشد، متفاوت بوده و امکان ابطال یا بی‌اثر شدن آن وجود دارد. در فضای تجارت الکترونیک، اهمیت مفهوم قراردادهای الحاقی دوچندان شده است؛ زیرا بسیاری از قراردادهای اینترنتی نظیر موافقت‌نامه‌های نصب نرم‌افزار، شرایط استفاده از پلتفرم‌ها و خریدهای آنلاین، به صورت استاندارد و غیرقابل مذاکره ارائه می‌شوند (ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۱۶۳). محیط دیجیتال موجب تسهیل ارائه این قراردادها شده و مصرف‌کننده غالباً بدون مطالعه دقیق مفاد، آن‌ها را می‌پذیرد؛ زیرا فرآیند فنی سیستم، پذیرش را به عنوان شرط دسترسی به خدمت تعریف کرده است. از منظر تحلیل اقتصادی حقوق، قراردادهای الحاقی دارای کارکردهایی مثبت نیز هستند؛ زیرا هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهند و امکان ارائه خدمات گسترده را فراهم می‌کنند. با این حال، همین کارکردها ممکن است زمینه اعمال شروط ناعادلانه را نیز فراهم سازند. به همین

دلیل، دکتربین حقوقی تأکید دارد که کارآمدی اقتصادی نباید مانع حفاظت از طرف ضعیف قرارداد شود (نادری، ۱۳۹۶: ۱۱۹). در بستر فناوری‌های نوین، به‌ویژه زمانی که قراردادهای به وسیله سامانه‌ها یا نمایندگان هوشمند منعقد می‌شوند، ماهیت الحاقی بودن تشدید می‌شود. دلیل این امر آن است که شرایط قرارداد در قالب الگوریتم به سیستم تزریق می‌شود و امکان هرگونه مذاکره از سوی مصرف‌کننده از میان می‌رود (موسوی، ۱۴۰۰: ۷۴). در این حالت، نقش اراده انسانی در فرایند انعقاد قرارداد به حداقل رسیده و اهمیت قواعد حمایتی بیشتر نمایان می‌شود. برخی تحلیل‌های حقوقی، ماهیت تحمیلی این قراردادها را ناشی از برتری دانشی و فنی عرضه‌کنندگان دانسته‌اند. مصرف‌کننده نه تنها امکان تغییر شروط را ندارد، بلکه حتی ممکن است از مفاد و آثار حقوقی آن‌ها نیز آگاهی کافی نداشته باشد (اسدی، ۱۴۰۰: ۹۸). این عدم تقارن اطلاعاتی، اصلی‌ترین دلیل لزوم مداخله قواعد حمایتی در حوزه قراردادهای الحاقی است. در مجموع، قراردادهای الحاقی یا تحمیلی از منظر حقوق خصوصی به عنوان استثنایی بر اصل آزادی قراردادهای تلقی می‌شوند. در این قراردادها، اراده مصرف‌کننده نه منشأ واقعی تعهد، بلکه صرفاً ابزار شکلی تحقق قرارداد است. به همین دلیل، برای جلوگیری از تضییع حقوق مصرف‌کننده، اعمال کنترل‌های قانونی، محدود کردن شروط ناعادلانه و توسعه مقررات حمایتی ضروری است (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۰۵).

۲- جایگاه نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی

نمایندگان هوشمند به عنوان یکی از دستاوردهای مهم فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، نقش فزاینده‌ای در ساختار معاملات الکترونیکی یافته‌اند. این نمایندگان نرم‌افزارهایی هستند که قادرند با تحلیل داده‌ها، یادگیری الگوها و اجرای عملیات پیچیده، وظایف معاملاتی را بدون نیاز به مداخله مستقیم انسان انجام دهند. در ادبیات حقوقی، نماینده هوشمند ابزار یا واسطه‌ای تلقی می‌شود که اراده و هدف کاربر را در محیط دیجیتال اجرا می‌کند؛ هرچند سازوکار تصمیم‌گیری آن مبتنی بر الگوریتم و پردازش خودکار است (دادگر، ۱۴۰۱: ۶۶). جایگاه نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی از دو جنبه قابل بررسی است: نخست، جنبه کارکردی که ناظر بر نقش عملی آن‌ها در ایجاد، تحلیل و اجرای معاملات است؛ و دوم، جنبه حقوقی که به قابلیت انتساب اعمال و تصمیمات آن‌ها به اشخاص انسانی می‌پردازد. از نظر کارکردی، این نمایندگان می‌توانند وظایفی همچون جست‌وجوی کالا و خدمات، مذاکره خودکار بر سر قیمت، بررسی شرایط قرارداد، انتخاب بهترین گزینه از میان پیشنهادهای و حتی انعقاد خودکار قرارداد را انجام دهند (کریمی، ۱۳۹۷: ۱۴۳). این

توانایی‌ها موجب افزایش سرعت مبادلات، کاهش هزینه‌های معاملاتی و تسهیل تعاملات پیچیده شده است. با این حال، پیچیدگی فنی نمایندگان هوشمند سبب طرح پرسش‌های حقوقی مهمی شده است. یکی از مسائل اساسی، امکان انتساب تصمیمات و رفتارهای این سیستم‌ها به انسان است. تحلیل‌های حقوقی نشان می‌دهد که نماینده هوشمند فاقد شخصیت حقوقی مستقل بوده و اقدامات آن به کاربر، طراح یا بهره‌بردار سیستم منتسب می‌شود؛ زیرا عملکرد آن مبتنی بر دستورالعمل‌ها و تنظیمات انسانی است (قاسمی، ۱۴۰۱: ۵۸). بنابراین، آثار حقوقی معاملات انجام‌شده توسط نماینده هوشمند در نهایت متوجه شخصی است که از آن استفاده می‌کند. نکته مهم دیگر، شفافیت تصمیم‌گیری در این سامانه‌هاست. بسیاری از نمایندگان هوشمند بر پایه الگوریتم‌های یادگیری ماشین فعالیت می‌کنند که قابلیت توضیح‌پذیری محدود دارند. این امر می‌تواند زمینه‌ساز بروز عدم تقارن اطلاعاتی میان ارائه‌دهنده خدمات و مصرف‌کننده شود و ضرورت تنظیم مقررات حمایتی را تقویت کند (اسدی، ۱۴۰۰: ۱۰۷). در بستر تجارت الکترونیک، نقش نمایندگان هوشمند به سطحی فراتر از ابزار صرف ارتقا یافته است. این سامانه‌ها به‌ویژه در قراردادهای استاندارد یا پیچیده، عملاً بر روند انعقاد قرارداد اثر مستقیم می‌گذارند و حتی می‌توانند رفتار معاملاتی مصرف‌کننده را هدایت یا محدود کنند. در برخی تحلیل‌ها، این نقش هدایت‌گرانه به عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌های حقوقی عصر هوش مصنوعی مطرح شده است؛ زیرا ممکن است مسیر تصمیم‌گیری مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار دهد و بر رضایت آگاهانه او خدشه وارد کند (موسوی، ۱۴۰۰: ۹۲). در تجارت الکترونیک مبتنی بر داده، نمایندگان هوشمند در مدیریت حجم انبوه اطلاعات و ایجاد پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده نیز نقش مهمی دارند. این در حالی است که استفاده گسترده از داده‌های رفتاری و ترجیحات کاربر، نیازمند رعایت اصول شفافیت و حفاظت از داده‌هاست تا حقوق مصرف‌کننده دچار خدشه نشود (ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۱۹۱). به‌طور کلی، نمایندگان هوشمند جایگاه ویژه‌ای در ساختار معاملات الکترونیکی یافته‌اند و به عنوان ابزارهای پیشرفته تصمیم‌گیری، سرعت، دقت و کارایی فرآیندهای معاملاتی را افزایش داده‌اند. با این حال، از نظر حقوقی، جایگاه آن‌ها همچنان به عنوان «ابزار اجرای اراده انسان» تعریف می‌شود و نه «فاعل مستقل حقوقی». از این رو، ضرورت تدوین قواعد حمایتی، تعیین حدود مسئولیت و ارتقای شفافیت عملکرد این سیستم‌ها بیش از پیش احساس می‌شود تا تعادل حقوقی در معاملات الکترونیکی حفظ گردد (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۴۸).

۳- راهکارهای حقوقی حمایت از مصرف کننده

تحولات ناشی از گسترش تجارت الکترونیک و به کارگیری سامانه‌های هوشمند در انعقاد و اجرای قراردادها، ضرورت بازاندیشی در سازوکارهای حمایتی از مصرف کننده را دوچندان کرده است. در محیط دیجیتال، عدم تقارن اطلاعاتی، پیچیدگی فنی فرایندها و سرعت بالای مبادلات می‌تواند موقعیت مصرف کننده را تضعیف کند و زمینه تحمیل شروط ناعادلانه را فراهم آورد. از این رو، راهکارهای حقوقی باید به گونه‌ای طراحی شوند که ضمن حفظ کارایی و نوآوری فناوری، عدالت قراردادی و امنیت حقوقی مصرف کننده را تضمین نمایند (صادقی، ۱۳۹۹: ۱۴۵). یکی از نخستین راهکارها، تقویت ماهیت آمره مقررات حمایتی است. در بسیاری از روابط مصرفی، اتکای صرف به اصل آزادی قراردادهای نمی‌تواند تعادل واقعی ایجاد کند؛ زیرا مصرف کننده غالباً فاقد امکان مذاکره مؤثر است. بنابراین، پیش‌بینی قواعد الزام‌آور در خصوص شروط غیرمنصفانه، شیوه اطلاع‌رسانی و ضمانت اجراهای مؤثر، از مهم‌ترین ابزارهای حمایت به شمار می‌رود (حسینی، ۱۳۹۵: ۱۳۴). این رویکرد، آزادی قراردادی را در چارچوب عدالت و انصاف هدایت می‌کند. افزون بر آن، ایجاد سازوکارهای پیشگیرانه در کنار ضمانت اجراهای پسینی ضروری است. حمایت از مصرف کننده نباید صرفاً به جبران خسارت پس از وقوع زیان محدود شود، بلکه باید با نظارت بر طراحی سامانه‌ها و استانداردسازی فرایندهای معاملاتی، از بروز تخلف جلوگیری کند (امیری، ۱۳۹۷: ۲۱۴). در این زمینه، نقش نهادهای نظارتی و تنظیم‌گر اهمیت ویژه‌ای دارد. همچنین توسعه نظام‌های حل و فصل اختلافات الکترونیکی می‌تواند دسترسی مصرف کننده به عدالت را تسهیل کند. در معاملات دیجیتال که غالباً فرامرزی هستند، هزینه و پیچیدگی طرح دعوا ممکن است مانع پیگیری حقوق شود؛ بنابراین، پیش‌بینی سازوکارهای ساده و کم‌هزینه برای رسیدگی به شکایات ضروری است (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۶۱).

۴- نقش قوانین حمایت از مصرف کننده در معاملات الکترونیکی

قوانین حمایت از مصرف کننده در بستر معاملات الکترونیکی کارکردی مضاعف دارند؛ زیرا علاوه بر رفع عدم توازن اقتصادی، باید با چالش‌های ناشی از غیرحضور بودن قراردادهای و پردازش خودکار داده‌ها نیز مقابله کنند. در این حوزه، الزام به ارائه اطلاعات پیش‌قراردادی، تعیین هویت عرضه کننده و تضمین حق انصراف از مهم‌ترین ابزارهای قانونی محسوب می‌شود (ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۱۸۲). ماهیت

غیرحضوری معاملات الکترونیکی سبب می‌شود مصرف‌کننده امکان ارزیابی مستقیم کالا یا خدمات را نداشته باشد. از این رو، قانون‌گذار با تحمیل تعهدات اطلاع‌رسانی گسترده بر عرضه‌کننده، می‌کوشد خلأ ناشی از فقدان ارتباط حضوری را جبران کند (طاهری، ۱۳۹۸: ۹۷). این تعهدات شامل اعلام ویژگی‌های اساسی کالا، قیمت نهایی، هزینه‌های جانبی و شرایط فسخ است. از سوی دیگر، در قراردادهای استاندارد آنلاین، شروط به صورت از پیش تنظیم‌شده ارائه می‌شود و مصرف‌کننده اغلب بدون مطالعه دقیق آن‌ها را می‌پذیرد. قوانین حمایتی با پیش‌بینی امکان بی‌اعتباری شروط ناعادلانه، تعادل قراردادی را تضمین می‌کنند (موسوی، ۱۴۰۰: ۸۴). این سازوکار سبب می‌شود حتی در صورت پذیرش شکلی قرارداد، امکان نظارت قضایی بر مفاد آن وجود داشته باشد. افزون بر این، مسئولیت عرضه‌کنندگان در قبال امنیت داده‌ها و صحت عملکرد سامانه‌ها از دیگر جلوه‌های نقش قوانین حمایتی است. در صورتی که نقص فنی یا ضعف امنیتی موجب ورود خسارت به مصرف‌کننده شود، قواعد مسئولیت مدنی قابلیت اعمال دارند (امیری، ۱۳۹۷: ۲۲۹). بدین ترتیب، حمایت از مصرف‌کننده در معاملات الکترونیکی ترکیبی از قواعد قراردادی و مسئولیت مدنی است. با گسترش روزافزون استفاده از هوش مصنوعی و نمایندگان هوشمند در انعقاد قراردادها، به ویژه در حوزه تجارت الکترونیک، نگرانی‌های جدیدی در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان پدید آمده است. این نمایندگان، که قادر به انجام معاملات به صورت خودکار و بدون دخالت مستقیم انسان هستند، ممکن است در فرآیند مذاکره و انعقاد قرارداد، شرایطی را بر مصرف‌کننده تحمیل کنند که به ضرر وی تمام شود. ماهیت پیچیده الگوریتم‌های هوشمند و عدم شفافیت کامل در نحوه تصمیم‌گیری آن‌ها، ارزیابی منصفانه بودن شرایط قرارداد را برای مصرف‌کننده دشوار می‌سازد. این امر، ضرورت بازنگری و تقویت چارچوب‌های حمایتی از مصرف‌کنندگان را در این فضای نوین دوچندان می‌کند. قوانین حمایت از مصرف‌کننده، ستون فقرات حفظ تعادل در روابط تجاری، به ویژه در بستر معاملات الکترونیکی، محسوب می‌شوند. این قوانین با هدف جبران عدم تقارن اطلاعاتی و قدرت چانه‌زنی میان مصرف‌کننده و عرضه‌کننده، مقرراتی را در خصوص اطلاع‌رسانی شفاف، حق انصراف از معامله، ممنوعیت درج شروط غیرمنصفانه، و مسئولیت عرضه‌کننده در قبال کالای معیوب یا خدمات ناقص وضع کرده‌اند. در معاملات الکترونیکی، که تعاملات فیزیکی غایب است، این قوانین اهمیت ویژه‌ای می‌یابند. آن‌ها چارچوبی را برای ایجاد اعتماد و امنیت در فضای مجازی فراهم می‌کنند و اطمینان می‌دهند که مصرف‌کنندگان، حتی در هنگام خرید از طریق نمایندگان هوشمند، از حقوق اساسی خود محروم نخواهند شد. این قوانین باید به گونه‌ای تفسیر و اجرا شوند که بتوانند با چالش‌های ناشی از فناوری‌های نوین مانند قراردادهای تحمیلی توسط هوش مصنوعی نیز مقابله کنند.

۵- اصل شفافیت و اطلاع‌رسانی در قراردادهای هوشمند

شفافیت یکی از ارکان بنیادین حمایت از مصرف‌کننده در محیط‌های مبتنی بر هوش مصنوعی است. در قراردادهای هوشمند که با استفاده از کدهای برنامه‌نویسی اجرا می‌شوند، پیچیدگی فنی می‌تواند مانع درک کامل مفاد قرارداد توسط مصرف‌کننده شود (زارعی، ۱۳۹۷: ۷۳). بنابراین، اصل شفافیت اقتضا می‌کند که مفاد قرارداد و نحوه عملکرد سامانه به زبان ساده و قابل فهم ارائه گردد. اطلاع‌رسانی مؤثر نه تنها شامل بیان شروط قراردادی، بلکه شامل توضیح درباره منطق تصمیم‌گیری سامانه‌های خودکار نیز می‌شود. اگر الگوریتمی بر اساس داده‌های رفتاری مصرف‌کننده پیشنهاد خاصی ارائه می‌دهد، مصرف‌کننده باید از این فرآیند آگاه باشد (اسدی، ۱۴۰۰: ۱۳۱). این امر به تحقق رضایت آگاهانه کمک می‌کند. شفافیت همچنین در حوزه قیمت‌گذاری پویا و پیشنهادهای شخصی‌سازی شده اهمیت دارد. چنانچه سامانه هوشمند بر اساس تحلیل داده‌ها قیمت متفاوتی برای کاربران مختلف تعیین کند، عدم شفافیت می‌تواند مصداق رفتار تبعیض‌آمیز تلقی شود (نادری، ۱۳۹۶: ۱۷۲). از این رو، افشای معیارهای کلی تصمیم‌گیری ضروری است. شفافیت نه تنها ابزار حمایت فردی، بلکه عامل تقویت اعتماد عمومی به بازار دیجیتال است. هرچه مصرف‌کنندگان از سازوکارهای تصمیم‌گیری آگاهی بیشتری داشته باشند، احتمال بروز اختلاف و بی‌اعتمادی کاهش می‌یابد (جعفری، ۱۳۹۹: ۲۷۵). اصل شفافیت و اطلاع‌رسانی، یکی از پایه‌های اساسی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده، در حوزه قراردادهای هوشمند اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. قراردادهای هوشمند، که به طور خودکار توسط نرم‌افزارها اجرا می‌شوند، غالباً پیچیدگی‌های فنی و حقوقی قابل توجهی دارند. این پیچیدگی‌ها، در صورت عدم شفافیت کافی، می‌تواند منجر به سوء تفاهم و یا حتی سوءاستفاده شود. اصل شفافیت حکم می‌کند که تمام اطلاعات لازم و مرتبط با قرارداد، از جمله ماهیت، شرایط، هزینه‌ها، و پیامدهای احتمالی، باید به زبانی روشن، قابل فهم و در دسترس مصرف‌کننده قرار گیرد. این اصل ایجاب می‌کند که حتی اگر طرف قرارداد یک نرم‌افزار هوشمند است، اطلاعات بنیادین باید به گونه‌ای ارائه شود که مصرف‌کننده بتواند از حقوق و تعهدات خود آگاه گردد. این شامل اطلاع‌رسانی در مورد نحوه عملکرد الگوریتم، داده‌هایی که مورد استفاده قرار می‌گیرند، و معیارهای اتخاذ تصمیم توسط نماینده هوشمند است. نقض اصل شفافیت و اطلاع‌رسانی می‌تواند اعتبار قرارداد را زیر سوال ببرد و مصرف‌کننده را در جایگاه زیان‌دیده قرار دهد، از این رو، الزام به رعایت این اصل، برای ایجاد یک رابطه تجاری منصفانه و پایدار ضروری است.

۶- نظارت قانونی بر عملکرد سامانه‌های هوشمند

با توجه به نقش گسترده سامانه‌های هوشمند در فرآیندهای معاملاتی، نظارت قانونی بر طراحی و بهره‌برداری از آن‌ها اهمیت اساسی دارد. این نظارت می‌تواند شامل تعیین استانداردهای فنی، ارزیابی ریسک و الزام به انجام آزمون‌های پیش از بهره‌برداری باشد (دادگر، ۱۴۰۱: ۱۱۸). یکی از چالش‌های اصلی در این حوزه، مسئله «قابلیت توضیح‌پذیری» الگوریتم‌هاست. اگر تصمیمات سامانه برای مصرف‌کننده یا حتی نهاد ناظر قابل درک نباشد، امکان ارزیابی عدالت و صحت آن محدود می‌شود (کریمی، ۱۳۹۷: ۱۵۸). بنابراین، قانون‌گذار می‌تواند عرضه‌کنندگان را ملزم به مستندسازی و ثبت منطق تصمیم‌گیری نماید. نظارت قانونی همچنین می‌تواند به صورت مستمر و پسینی اعمال شود. ایجاد سازوکارهای بازرسی دوره‌ای و دریافت گزارش‌های شفاف از عملکرد سامانه‌ها، احتمال بروز تخلف را کاهش می‌دهد (موسوی، ۱۴۰۰: ۹۳). این رویکرد به ویژه در حوزه‌هایی مانند خدمات مالی یا سلامت اهمیت بیشتری دارد. نظارت قانونی بر عملکرد سامانه‌های هوشمند، چالشی نوظهور اما حیاتی در حقوق معاصر است. با توجه به استقلال نسبی این سامانه‌ها در اتخاذ تصمیم و اجرای قراردادهای، ایجاد سازوکارهایی برای نظارت و کنترل فعالیت آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد. این نظارت باید اطمینان حاصل کند که سامانه‌های هوشمند در چارچوب قوانین و مقررات موجود عمل کرده و حقوق طرفین، به ویژه مصرف‌کنندگان، را نقض نمی‌کنند. نظارت قانونی می‌تواند شامل الزام به ثبت و نگهداری سوابق تصمیم‌گیری سامانه‌ها، امکان حسابرسی عملکرد آن‌ها، و تعیین مسئولیت در صورت بروز خطا یا تخلف باشد. بدون نظارت مؤثر، این سامانه‌ها می‌توانند به ابزاری برای تحمیل اراده یا شرایط ناعادلانه تبدیل شوند. بنابراین، تدوین چارچوب‌های نظارتی مشخص، تعیین نهادهای مسئول برای نظارت، و ایجاد فرآیندهای شفاف برای رسیدگی به شکایات احتمالی، گام‌های اساسی در جهت تضمین اجرای عادلانه قراردادهای هوشمند و حفظ اعتماد عمومی به این فناوری‌ها خواهد بود. این نظارت باید به گونه‌ای طراحی شود که ضمن حفظ مزایای هوش مصنوعی، از پیامدهای منفی آن جلوگیری نماید.

۷- تعیین مسئولیت طراحان و ارائه‌دهندگان فناوری

تعیین مسئولیت در قبال خسارات ناشی از عملکرد سامانه‌های هوشمند یکی از مهم‌ترین ابعاد حمایت از مصرف‌کننده است. در صورتی که تصمیم یا اقدام خودکار منجر به زیان شود، باید مشخص گردد

که مسئولیت بر عهده چه شخصی است: طراح الگوریتم، عرضه‌کننده سامانه یا کاربر آن (دادگر، ۱۴۰۱: ۱۴۲). برخی تحلیل‌ها بر مسئولیت حرفه‌ای طراحان و توسعه‌دهندگان تأکید دارند؛ زیرا آن‌ها با دانش تخصصی خود سامانه را طراحی کرده‌اند و باید استانداردهای ایمنی و دقت را رعایت کنند (امیری، ۱۳۹۷: ۲۴۱). در مقابل، در مواردی که کاربر تنظیمات سامانه را تغییر داده یا داده‌های نادرست وارد کرده باشد، مسئولیت ممکن است متوجه وی گردد. در هر حال، برای حمایت مؤثر از مصرف‌کننده، باید اصل جبران خسارت تضمین شود و ابهام در تعیین مسئولیت مانع احقاق حق نشود (خالقی، ۱۳۹۴: ۱۸۹). پیش‌بینی بیمه‌های تخصصی برای فعالیتهای مبتنی بر هوش مصنوعی نیز می‌تواند راهکاری مکمل باشد. یکی از پیچیده‌ترین مباحث حقوقی در حوزه قراردادهای هوشمند، تعیین مسئولیت در قبال خطاها، نقص‌ها، یا سوءاستفاده‌های ناشی از عملکرد این سامانه‌ها است. در غیاب یک عامل انسانی مستقیم در لحظه انعقاد یا اجرای قرارداد، این پرسش مطرح می‌شود که چه کسی باید پاسخگوی پیامدهای منفی احتمالی باشد؟ اصل کلی این است که مسئولیت باید بر عهده طراحان، توسعه‌دهندگان، یا ارائه‌دهندگان این فناوری‌ها قرار گیرد. این مسئولیت می‌تواند ناشی از قصور در طراحی، عدم رعایت استانداردهای امنیتی، ارائه اطلاعات نادرست در مورد قابلیت‌های سامانه، یا عدم پیش‌بینی خطرات محتمل باشد. تعیین دقیق میزان و دامنه مسئولیت این افراد یا شرکت‌ها نیازمند بررسی جزئیات فنی و حقوقی هر مورد است. ممکن است مسئولیت به صورت مستقیم، تضامنی، یا بر اساس میزان تقصیر تقسیم شود. شفاف‌سازی این موضوع از طریق قوانین و مقررات، به ایجاد اطمینان در میان مصرف‌کنندگان کمک کرده و انگیزه‌ای برای ارائه‌دهندگان فناوری جهت توسعه سامانه‌های ایمن‌تر و قابل اعتمادتر فراهم می‌آورد. این امر مستلزم تدوین قواعد روشن در خصوص استانداردهای لازم‌الاجرا برای طراحی و پیاده‌سازی سامانه‌های هوشمند است.

۸- حق اعتراض و مداخله انسانی در تصمیمات خودکار

یکی از نوآورانه‌ترین ابزارهای حمایتی در محیط دیجیتال، پیش‌بینی حق اعتراض مصرف‌کننده به تصمیمات کاملاً خودکار است. هنگامی که تصمیمی مانند رد درخواست، تعیین قیمت یا فسخ قرارداد صرفاً توسط الگوریتم اتخاذ می‌شود، مصرف‌کننده باید امکان درخواست بررسی انسانی داشته باشد (اسدی، ۱۴۰۰: ۱۴۹). این حق، تجلی اصل کرامت انسانی و لزوم نظارت بر فناوری است. تصمیمات خودکار ممکن است بر اساس داده‌های ناقص یا تحلیل نادرست اتخاذ شوند؛ بنابراین، مداخله انسانی می‌تواند خطاهای احتمالی را اصلاح کند (قاسمی، ۱۴۰۱: ۱۲۳). تجربه نظام‌های حقوقی پیشرو نشان

می‌دهد که پیش‌بینی چنین حقی به افزایش اعتماد عمومی به فناوری کمک کرده است. افزون بر آن، الزام به ارائه توضیح درباره منطق تصمیم، مکمل حق اعتراض محسوب می‌شود (نادری، ۱۳۹۶: ۱۸۱). حمایت مؤثر از مصرف‌کننده در عصر سامانه‌های هوشمند مستلزم رویکردی چندلایه است که شامل تقویت قوانین حمایتی، تضمین شفافیت، اعمال نظارت قانونی، تعیین دقیق مسئولیت و پیش‌بینی حق اعتراض و مداخله انسانی می‌شود. تنها با چنین رویکردی می‌توان تعادلی پایدار میان نوآوری فناوری و عدالت قراردادی برقرار ساخت. در جهانی که سامانه‌های هوشمند به طور فزاینده‌ای در تصمیم‌گیری‌های خودکار نقش ایفا می‌کنند، حفظ حق اعتراض و امکان مداخله انسانی امری ضروری است. مصرف‌کنندگان نباید در برابر تصمیمات الگوریتمی که ممکن است نادرست، ناعادلانه، یا مغایر با منافع آن‌ها باشد، بی‌پناه بمانند. این حق به معنای امکان به چالش کشیدن تصمیمات اتخاذ شده توسط ماشین و درخواست بازنگری توسط یک عامل انسانی است. وجود این سازوکار، تضمین‌کننده عدالت و انصاف در فرآیندهای خودکار است و از ایجاد تبعات منفی ناشی از خطاهای احتمالی هوش مصنوعی جلوگیری می‌کند. ایجاد کانال‌های مشخص برای ثبت اعتراضات و اطمینان از بررسی مؤثر آن‌ها توسط انسان، گامی مهم در جهت اعتمادسازی و پذیرش فناوری‌های هوشمند است. این حق، همچنین به شناسایی نقاط ضعف و کاستی‌های سامانه‌های خودکار کمک کرده و فرصتی برای بهبود مستمر آن‌ها فراهم می‌آورد. بنابراین، تضمین حق اعتراض و فراهم کردن امکان مداخله انسانی، نه تنها از حقوق مصرف‌کننده محافظت می‌کند، بلکه به ارتقاء کیفیت و مسئولیت‌پذیری سامانه‌های هوشمند نیز یاری می‌رساند.

نتیجه گیری

تحولات فناوری در حوزه هوش مصنوعی و گسترش استفاده از نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی، ساختار سنتی روابط قراردادی را دستخوش تغییرات اساسی کرده است. این فناوری‌ها با ایجاد امکان انجام معاملات سریع، خودکار و گسترده، فرصت‌های اقتصادی قابل توجهی فراهم آورده‌اند؛ اما در عین حال چالش‌های حقوقی مهمی نیز به همراه داشته‌اند. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، مسئله حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مواجهه با قراردادهای تحمیلی است که از طریق سامانه‌های هوشمند شکل می‌گیرند. قراردادهای تحمیلی در محیط‌های دیجیتال به دلیل ماهیت استاندارد و غیرقابل مذاکره خود، همواره خطر ایجاد عدم توازن در روابط قراردادی را در پی دارند. هنگامی که این قراردادها با استفاده از نمایندگان هوشمند تنظیم یا اجرا می‌شوند، احتمال تشدید این عدم توازن افزایش می‌یابد. دلیل این امر آن است که تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر الگوریتم‌های پیچیده و سرعت بالای پردازش داده‌ها ممکن است امکان بررسی دقیق شرایط قرارداد را از مصرف‌کننده سلب کند. در نتیجه، مصرف‌کنندگان ممکن است بدون آگاهی کامل از مفاد قرارداد یا آثار حقوقی آن، تعهداتی را بپذیرند که به زیان آن‌ها باشد. یکی از مهم‌ترین مسائل در این زمینه، مسئله شفافیت در عملکرد نمایندگان هوشمند است. بسیاری از سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی از الگوریتم‌های پیچیده‌ای استفاده می‌کنند که برای کاربران عادی قابل درک نیستند. این موضوع می‌تواند منجر به نوعی عدم تقارن اطلاعاتی میان ارائه‌دهندگان خدمات و مصرف‌کنندگان شود. در چنین شرایطی، مصرف‌کنندگان ممکن است نتوانند نحوه شکل‌گیری شرایط قرارداد یا معیارهای تصمیم‌گیری سیستم را به درستی درک کنند. از سوی دیگر، مسئله مسئولیت حقوقی در قبال عملکرد نمایندگان هوشمند نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در صورتی که نماینده هوشمند به دلیل نقص فنی، خطای الگوریتمی یا داده‌های نادرست اقدام به انعقاد قراردادی زیان‌بار برای مصرف‌کننده کند، تعیین شخص مسئول می‌تواند پیچیده باشد. در این زمینه، برخی دیدگاه‌ها مسئولیت را متوجه طراح یا تولیدکننده نرم‌افزار می‌دانند، در حالی که برخی دیگر ارائه‌دهنده خدمات یا کاربر سیستم را مسئول تلقی می‌کنند. بنابراین، تدوین مقررات روشن برای تعیین حدود مسئولیت هر یک از این اشخاص ضروری به نظر می‌رسد. علاوه بر این، حمایت مؤثر از مصرف‌کنندگان در برابر

قراردادهای تحمیلی مبتنی بر نمایندگان هوشمند مستلزم تقویت قواعد حقوقی موجود در حوزه حمایت از مصرف‌کننده است. یکی از مهم‌ترین اقدامات در این زمینه، الزام ارائه‌دهندگان خدمات دیجیتال به رعایت اصل شفافیت در ارائه شرایط قرارداد است. اطلاعات مربوط به شرایط قرارداد باید به گونه‌ای ارائه شود که برای مصرف‌کننده قابل فهم و دسترس‌پذیر باشد. همچنین، ایجاد امکان نظارت انسانی بر تصمیم‌گیری‌های سامانه‌های هوشمند می‌تواند نقش مهمی در جلوگیری از بروز شرایط ناعادلانه داشته باشد. در بسیاری از موارد، پیش‌بینی سازوکاری برای مداخله انسانی در فرآیند تصمیم‌گیری یا امکان اعتراض مصرف‌کننده به تصمیمات خودکار می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی به فناوری‌های هوشمند کمک کند. می‌توان گفت که توسعه فناوری‌های هوش مصنوعی و استفاده از نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی امری اجتناب‌ناپذیر است و مزایای فراوانی برای اقتصاد دیجیتال به همراه دارد. با این حال، برای بهره‌برداری مؤثر از این فناوری‌ها و جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی، لازم است نظام‌های حقوقی با تحولات فناوری هماهنگ شوند و چارچوب‌های قانونی مناسبی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تدوین شود. تنها در این صورت است که می‌توان تعادلی منطقی میان توسعه فناوری و حفظ عدالت قراردادی برقرار کرد.

پیشنهادهای

۱. تقویت چارچوب‌های قانونی حمایت از مصرف‌کننده در عصر هوش مصنوعی.
۲. تدوین دستورالعمل‌های شفاف‌سازی برای قراردادهای هوشمند.
۳. ایجاد سازوکارهای نظارتی مؤثر بر عملکرد سامانه‌های هوشمند تجاری.
۴. تعیین مسئولیت مدنی روشن برای طراحان و ارائه‌دهندگان فناوری‌های هوشمند.
۵. تضمین حق اعتراض مصرف‌کننده و امکان مداخله انسانی در تصمیمات خودکار.



منابع

۱. ابراهیمی، محمد (۱۳۹۸)، حقوق تجارت الکترونیک، انتشارات میزان، تهران.
۲. احمدی، علی (۱۴۰۰). بررسی تطبیقی ایجاب و قبول در حقوق ایران و فرانسه. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.
۳. اسدی، علی (۱۴۰۰)، مبانی حقوق مصرف کننده در فضای مجازی، انتشارات دادگستر، تهران.
۴. ایروانی، علی (۱۳۹۹). "نقش عرف در تکمیل ایجاب و قبول در حقوق ایران". مجله حقوقی دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی، دوره ۵۵، شماره ۳، صص ۱۲۱-۱۴۵.
۵. حسینی، سید حسن (۱۴۰۰). "نقش عرف در تکمیل ایجاب و قبول در حقوق ایران". مجله حقوقی دادگستری، دوره ۸۵، شماره ۱۱۳، صص ۵۵-۷۸.
۶. دادگر، سعید (۱۴۰۱)، هوش مصنوعی و مسئولیت حقوقی، انتشارات خرسندی، تهران.
۷. رحیمی، فاطمه (۱۳۹۸)، حمایت از مصرف کننده در تجارت الکترونیک، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران.
۸. رضایی، مریم (۱۴۰۰). تاثیر شرایط غیرارادی بر تشکیل قرارداد در حقوق ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی.
۹. زارعی، محمد (۱۳۹۷)، تحلیل حقوقی قراردادهای هوشمند، مجله پژوهش های حقوقی، تهران.
۱۰. زارعی، بهنام (۱۳۹۸). مسئولیت مدنی ناشی از ایجاب و قبول در حقوق ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
۱۱. سلیمانی، علی (۱۴۰۰)، چالش های حقوقی هوش مصنوعی در قراردادها، مجله حقوق فناوری اطلاعات، تهران.
۱۲. شریفی، حمید (۱۳۹۶)، اصول حقوق قراردادها، انتشارات میزان، تهران.
۱۳. صادقی، ناصر (۱۳۹۹)، حقوق مصرف کننده، انتشارات سمت، تهران.
۱۴. طاهری، محمد (۱۳۹۸)، تجارت الکترونیک و نظام حقوقی آن، انتشارات دادگستر، تهران.
۱۵. قاسمی، لیلا (۱۴۰۱)، بررسی حقوقی نمایندگان هوشمند در معاملات الکترونیکی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۱۶. کریمی، احمد (۱۳۹۷)، مبانی حقوق فناوری اطلاعات، انتشارات میزان، تهران.



-
۱۷. موسوی، رضا (۱۴۰۰)، قراردادهای الکترونیکی و حمایت از مصرف‌کننده، مجله مطالعات حقوقی، تهران.
۱۸. نادری، حسین (۱۳۹۶)، حقوق فناوری اطلاعات، انتشارات جنگل، تهران.
۱۹. نادری، سارا (۱۴۰۱). تحلیل ماهیت و شرایط ایجاب در حقوق ایران با نگاهی به قراردادهای بین‌المللی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی.



Protection of consumer rights in the face of contracts imposed by intelligent agents

Ali Shahrokh Salmasi^۱ / Mohammad Gholami Oliaei^۲ / Yousef Moulaei^۳

Article Number: JHVMN-۲۶۰۶-۱۳۸۷

Abstract

The expansion of artificial intelligence (AI) technologies and the use of intelligent agents in digital platforms have significantly transformed traditional methods of contract formation. Intelligent agents—software capable of making decisions and executing transactions without direct human intervention—have come to play an increasingly important role in e-commerce, financial services, and online marketplaces. Contracts of adhesion are typically agreements where terms are pre-determined by a more powerful party, leaving the consumer with no genuine opportunity to negotiate or alter the provisions. This issue becomes more complex in AI-driven environments, as processing speeds, automated decision-making, and algorithmic opacity can exacerbate the imbalance between contracting parties. Adopting a descriptive-analytical approach, this study examines the legal dimensions of consumer protection regarding contracts of adhesion resulting from the operations of intelligent agents. The findings indicate that traditional contract law frameworks are insufficient to fully address the challenges posed by AI-based contracts and require revision and supplementation. In this context, principles such as algorithmic transparency, the accountability of technology providers, the possibility of human oversight, and the strengthening of consumer protection rules can play a vital role in establishing contractual balance. Furthermore, formulating specific regulations for automated transactions and defining the limits of liability for the parties involved can help prevent potential abuses.

Keywords: Intelligent agents, contracts of adhesion, consumer law, e-commerce, artificial intelligence.

^۱ Department of Law, Shabestar Branch, Islamic Azad University, Shabestar, Iran. Shahrokh.Sa@iau.ac.ir

^۲ Department of Law, Shabestar Branch, Islamic Azad University, Shabestar, Iran. (Corresponding Author) Mm۱۳۵۹۱۳۵۹@iau.ac.ir

^۳ Department of Law, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran. Yousef.molaei@iau.ac.ir

