



۱۳۴۸

دانشگاه تهران

دانشکده حقوق و علوم سیاسی

موضوع:

مسئولیت مدنی ناشی از عدم ارائه هشدار و راهنمایی

دانشجو:

ملیحه رشیدی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر حسن جعفری تبار

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر علی اسلامی پناه ۱۱ / ۳ / ۱۳۸۹

جهت اطلاعات: بزرگ محلی بزرگ
تهران، خیابان...

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی

۱۳۶۸۵۹

بهار ۱۳۸۶



جمهوری اسلامی ایران
دانشگاه تهران

اداره کل تحصیلات تکمیلی

شماره
تاریخ
ردیف
.....

باسمه تعالی

تعهد نامه اصالت اثر

اینجانب متعهد می شوم که مطالب مندرج در این پایان نامه / رساله حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این پژوهش از آنها استفاده شده است ، مطابق مقررات ارجاع و در فهرست منابع و مآخذ ذکر گردیده است. این پایان نامه / رساله قبلاً برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است . در صورت اثبات تخلف (در هر زمان) مدرک تحصیلی صادر شده توسط دانشگاه از اعتبار ساقط خواهد شد .
کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به پردیس / دانشکده / مرکز دانشگاه تهران می باشد .

نام و نام خانوادگی دانشجو

امضاء

آدرس : خیابان انقلاب اول خیابان فخر وازی - پلاک ۵ کد پستی : ۱۳۰۴۵/۵۶۸

تلفن : ۶۸۹۷۳۶۸



دانشکده حقوق و علوم سیاسی

گروه آموزشی حقوق خصوصی و اسلامی

گواهی دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

هیات داوران پایان نامه کارشناسی ارشد آقای / خانم ملیحه رشیدی

در رشته حقوق خصوصی گرایش

با عنوان: مسئولیت مدنی ناشی از عدم ارائه راهنمایی و هشدار

را در تاریخ ۱۶/۲/۳۱

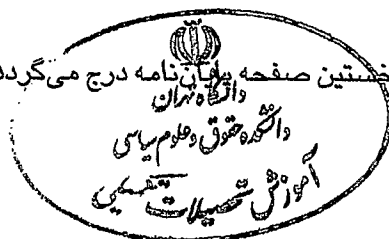
به عدد . به حروف

با نمره نهایی: ۱۶,۰۰۰

و درجه: ارزیابی نمود

ردیف	مشخصات هیات داوران	نام و نام خانوادگی	مراتبه دانشگاهی	دانشگاه یا موسسه	امضاء
۱.	استاد راهنما استاد راهنمای دوم (حسب مورد):	دکتر حسن جعفری تبار	استادیار	دانشکده حقوق و علوم سیاسی	
۲.	استاد مشاور	دکتر علی اسلامی پناه	استادیار	" "	
۳.	استاد مدعو (یا استاد مشاور دوم)	دکتر لعلیا جنیدی	استادیار	" "	
۴.	استاد مدعو				
۵.	نماینده کمیته تحصیلات تکمیلی گروه آموزشی:	دکتر سید عزت اله عراقی	استاد	" "	

تذکر: این برگه پس از تکمیل هیات داوران در نخستین صفحه پایان نامه درج می گردد.



درخت تو گر بار دانش بگیرد

به زیر آوری چرخ نیلوفری را

نگارنده بر خود فرض می داند که از تلاشهای بی شائبه و مساعدت
مجدانه اساتید ممتزج جناب آقای دکتر مسن جعفری تبار،
استاد راهنما و جناب آقای دکتر علی اسلامی پناه ، استاد مشاور و
سرکار خانم دکتر لعلیا جنیدی استاد داور این پایان نامه تقدیر و تشکر
نماید.

همه چیز در خدمت مشتری

مشتری مهمترین ناظر بر فعالیت های ما است.

مشتری در کار ما یک هدف زودگذر نیست

بلکه مشتری هدف و نهایت همه اقدامات ما است

او یک فرد خارجی در سازمان ما محسوب نمی شود

بلکه مشتری جزئی از سازمان ما است ما با خدمتی

که به مشتری ارائه می‌نماییم، به او لطف نمی‌کنیم

بلکه او از این طریق فرصتی برای ادامه کار به ما می‌دهد

و در حق ما لطف و التفات می‌نماید.

مهاتما گاندی

فهرست مطالب:

مقدمه	۱
فصل اول: مبانی تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی	۱۰
طرح مطلب	۱۱
گفتار اول : مسئولیت قراردادی	۱۸
مبحث اول - تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی به عنوان بخشی از تعهد به تسلیم میب	۱۹
بند اول- تسلیم و ارائه هشدار و راهنمایی	۲۱
بند دوم- تسلیم اجزاء و توابع میب	۲۲
مبحث دوم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر لزوم رعایت حسن نیت و انصاف	۲۵
بند اول- جایگاه حسن نیت در روابط قراردادی	۲۵
بند دوم- حسن نیت و ارائه هشدار و راهنمایی	۲۹
مبحث سوم - تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر نهاد تضمین	۳۱
بند اول- تضمین های صریح	۳۱
بند دوم- تضمین های ضمنی	۳۶
مبحث چهارم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر حکم عرف و قانون	۴۱
بند اول- عرف	۴۱
بند دوم - قانون	۴۴
گفتار دوم : مسئولیت غیر قراردادی	۴۶
مبحث اول- اظهارات خلاف واقع و ادعاهای گزاف تبلیغاتی	۵۰
مبحث دوم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر تئوری تقصیر	۶۰
مبحث سوم - تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر تئوری مسئولیت محض	۶۶
گفتار سوم: مبانی فقهی	۷۱
مبحث اول-تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر منع غش و تدلیس	۷۳
بند اول- تدلیس	۷۴
بند دوم- سکوت	۷۷
الف: سکوت صرف	۷۹
ب : کتمان حقیقت	۸۰
بند سوم- تدلیس و ارائه خدمات	۸۱
مبحث دوم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر قاعده لاضرر	۸۱
مبحث سوم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر قاعده تحذیر	۸۳

- مبحث چهارم- تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی مبتنی بر قاعده (من له الغنم فعلیه الغرم) ۸۹
- فصل دوم: حدود و قلمرو تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی ۹۱
- گفتار اول: شرایط، حدود و محتوای تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی ۹۲
- مبحث اول- شرایط ارائه هشدار و راهنمایی ۹۲
- بند اول - آگاهی متعهد ۹۳
- بند دوم- جهل متعهدله ۹۸
- مبحث دوم - محتوای تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی ۱۰۱
- بند اول- راهنمایی ها ۱۰۱
- بند دوم- هشدارها ۱۰۲
- الف- هشدار نسبت به خطرات آینده ۱۰۲
- ب- هشدار نسبت به عیوب ۱۰۶
- مبحث سوم - حدود تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی ۱۰۸
- گفتار دوم: اشخاص ملزم به ارائه هشدار و راهنمایی ۱۰۹
- مبحث اول - عرضه کنندگان کالاها ۱۱۰
- بند اول- تولید کنندگان ۱۱۰
- بند دوم- توزیع کنندگان ۱۱۴
- بند سوم- خرده فروشان ۱۱۵
- بند چهارم- فروشندگان کالاهای دست دوم ۱۱۸
- بند پنجم- مصادیقی از کالاهای خطرناک ۱۲۰
- الف: کالاهای قابل اشتعال ۱۲۰
- ب: کالاهای سمی و زهردار ۱۲۱
- ج: فراورده های دارویی ۱۲۲
- مبحث دوم- عرضه کنندگان خدمات ۱۲۵
- بند اول- تعمیرکاران ۱۲۶
- بند دوم- پزشکان ۱۲۸
- بند سوم- شهرداریها ۱۳۶
- گفتار سوم - شرایط هشدار مؤثر و روشهای ارائه آن ۱۳۹
- مبحث اول- شرایط هشدار مؤثر ۱۴۰
- بند اول - شرایط کیفی ۱۴۱
- الف- ضرورت ارائه هشدار بطور کامل ۱۴۱
- ب - ضرورت ارائه هشدار متناسب با خطر ۱۴۲
- ج- ضرورت ارائه هشدار متناسب با نوع مخاطبین ۱۴۳

۱۴۶	د- ضرورت رعایت برجستگی و سهولت توجه
۱۴۶	ه- ضرورت وصول هشدار به مخاطبین
۱۴۸	بند دوم - شرایط کمی
۱۴۸	الف- خودداری از ارائه اطلاعات به نحو مختصر و کوتاه
۱۴۹	ب- پرهیز از ارائه هشدارهای بیش از حد
۱۵۱	مبحث دوم - روشهای ارائه هشدار و راهنمایی
۱۵۲	بند اول- روشهای سمعی (شنیداری)
۱۵۴	بند دوم- روشهای بصری (دیداری)
۱۵۶	الف- واژه های اختطاری
۱۵۷	ب- ترکیب رنگ زمینه و متن
۱۵۸	بند سوم- روش عملی
۱۶۱	موخره
۱۶۹	فهرست منابع

چکیده:

ماحصل پیشرفتهای علمی جوامع بشری، افزایش تولید کالاهای متعدد و ارائه خدمات متنوع به مصرف کنندگان به منظور پاسخ گوئی به نیازهای رو به رشد آنان بوده است که این مهم حمایت از قشر مذکور در برابر صدمات ناشی از استعمال ناآگاهانه محصولات فوق را با به کارگیری روشهای مختلف تئوری و عملی، بیش از پیش مطرح می نماید.

در این راستا نظریه پردازان علم حقوق به منظور تحمیل تعهد به آگاه سازی شامل ارائه اطلاعات مؤثر به لحاظ کمی و کیفی در خصوص عیوب و خطرات موجود در محصولات عرضه شده و نحوه استعمال آنها بر عهده عرضه کنندگان کالاها و خدمات، ابزارهای مختلف حقوقی و اخلاقی را به کار گرفته اند.

چنانکه در صورت وجود رابطه قراردادی مستقیم تکلیف فوق را بخشی از تعهد به تسلیم و یا مبتنی بر تئوری تضمین و یا لازمه پای بندی به اصل اخلاقی لزوم رعایت حسن نیت و انصاف و تبعیت از حکم عقل و عرف عملی دانسته اند و در غیر این صورت تئوری تقصیر، تضمین غیرقراردادی، اظهارات خلاف واقع و مسئولیت محض و حتی مطلق را به خدمت گرفته اند.

بدلیل پیوند عمیق میان حقوق کشور ایران با تعالیم فقه اسلامی حقوقدانان ما در اثبات وجود چنین تعهدی به قواعد فقهی نظیر قاعده لاضرر، من له الغنم فعلیه الغرم، و از همه مهمتر قاعده تحذیر و نیز تئوری تدلیس تمسک جسته اند.

به منظور تعیین حدود تعهد به آگاه سازی (ارائه هشدار و راهنمایی) استفاده توأمان از معیارهای نوعی و شخصی مناسب دانسته شده و آگاهی متعهد و جهل متعهد له شروط اصلی تحقق آن تلقی گردیده اند. در اجرای تکلیف مورد بحث از روشهای مختلف دیداری، شنیداری و عملی استفاده می شود که در این میان دو روش اول به عنوان شیوه های مناسب جهت ارائه اطلاعات، مورد پذیرش قرار گرفته اند. و در نهایت تخلف از انجام این تکلیف مسئولیت جبران خسارات وارده به ذینفع را برای متخلف به همراه خواهد داشت.

مقدمه

رشد برق آسای علوم، فنون، صنایع و تکنولوژی بر تمامی مظاهر زندگی انسان چیره شده است. پیشرفتهای صنعتی و علمی، در کنار افزایش روزافزون تعداد جمعیت بشری و در نتیجه پیچیده تر شدن زندگی اجتماعی، افزایش و تنوع نیازهای آدمیان را به همراه داشته است که از جمله آنها می توان نیاز افراد به برخورداری از اطلاعات در زمینه های مختلف، جهت اتخاذ تصمیمات و تعیین نحوه عملکردهایشان را نام برد که رفع آن لازمه تداوم زندگی مناسب تر در جوامع نوین می باشد. زیرا برخلاف گذشته در حال حاضر با توجه به پیشرفت جوامع و پیچیدگی زندگی بشری، افراد قادر نیستند که به تنهایی تمامی اطلاعات مورد نیاز خود را بدست آورند و در این زمینه نیازمند حمایت و یاری می باشند. اهمیت ارائه اطلاعات تا بدان حد است که یکی از ملاکهای تعیین میزان رشد و توسعه کشورها، توان اطلاع رسانی آنها به مردم می باشد. در پاره ای موارد، ارائه اطلاعات به عنوان یک تعهد اصلی بر عهده برخی افراد یا نهادها قرار می گیرد چنانکه وظیفه اصلی اداره هواشناسی اطلاع رسانی در خصوص تحولات آب و هوایی و هشدار دهی در مورد خطرات ناشی از تغییرات جوی است. همچنین رسانه های جمعی، نظیر رادیو، تلویزیون و روزنامه ها در راستای انجام تکلیف مذکور، اقدام به فعالیت می نمایند. در موارد دیگر اطلاع رسانی به عنوان وظیفه ای فرعی در کنار سایر تعهدات و وظایف اصلی

و به منظور اجرای هر چه بهتر و کاملتر آنها، بر افراد تحمیل می شود. اطلاع رسانی به عنوان یک تعهد تبعی بیشتر در خصوص عرضه کنندگان کالاها و خدمات مطرح می باشد بدین معنی که آنان موظفند در کنار محصولات عرضه شده خود، اطلاعات لازم در خصوص آنها را به مشتریان ارائه نمایند. مسلماً تخلف از اجرای تعهد به آگاه سازی، موجبات مسئولیت متخلفین را فراهم می آورد. مسئولیت فوق شامل زیانهای وارده به کسانی است که از رهگذر عدم اجرای تعهد مذکور متضرر شده اند (مسئولیت مدنی) و در مواردی نیز در برگیرنده مجازاتهای است که از جانب قانونگذار در این خصوص تعیین گردیده (مسئولیت کیفری).

قلمرو بحث:

در این مقال بر آنیم تا تعهد به ارائه اطلاعات را به عنوان یک تعهد تبعی که بر عهده عرضه کنندگان کالاها و خدمات قرار می گیرد مورد بررسی قرار دهیم و آثار و نتایج نادیده انگاشتن این تکلیف را از دیدگاه مسئولیت مدنی بیان کنیم. توضیح اینکه بدنبال تحولات علمی و صنعتی و در جهت پاسخگویی به نیازهای نوین جوامع بشری، کالاها و خدمات گوناگون و پیچیده ای پا به عرصه وجود نهاده اند. به نحوی که امروزه کالاهای مختلف، چه تولیدات داخلی و چه واردات خارجی اعم از کالاهای خوراکی، بهداشتی، آرایشی، محصولات صنعتی، پوشاک، لوازم خانگی و غیره در رنگها و مدلها و جنسهای مختلف بازار مصرف را انباشته ساخته اند.

در عرضه کالاها و خدمات، ابتکار، رقابت و سلاقی مختلف عرضه کنندگان، عواملی است که می توانند بر پیچیدگی بازار مصرف بیفزایند. برخی از کالاهای ارائه شده، ترکیبات و ساختاری پیچیده و

خطرناک دارند و ساخت آنها نیازمند برخورداری از مهارت‌های لازم می باشد. بنابراین در بسیاری موارد مصرف کنندگان قادر به کشف خطرات موجود در آنها نبوده و حتی به دلیل پیچیدگی کالاهای فوق، نسبت به نحوه استعمال آنها نیز از آگاهی لازم برخوردار نیستند و همین امر در مورد خدمات گوناگون که ممکن است عرضه آنها مخاطرات و زیان‌هایی را برای مصرف کننده در بر داشته باشند، مطرح است.

با وصفی که از بازار مصرف به عمل آمد، لزوم حمایت از مصرف کنندگان امری بدیهی جلوه می کند چرا که در قمار تولید و مصرف، برندگان اصلی، عرضه کنندگان می باشند که سود سرشاری را از عرضه محصولات خود به مصرف کنندگان تحصیل می نمایند. حال آنکه مصرف کنندگان علاوه بر تحمل هزینه های مربوط به تهیه کالاها و خدمات مورد نیاز خود، در بسیاری موارد به جهت عدم برخورداری از دانش کافی نسبت به خطرات موجود در کالاها و یا نتایج استفاده از خدمات و نیز چگونگی بهره برداری از آنها، دچار صدمات و خسارات جانی، مالی و حتی در پاره ای موارد، خسارات معنوی به انحاء مختلف گردیده و در نتیجه هزینه های مضاعفی را نیز متحمل می شوند. مسلماً یکی از مهمترین اهرم‌های مناسب جهت حمایت از مصرف کنندگان این است که آنان به نحوی شایسته از اطلاعات مربوط به کالاها و خدمات عرضه شده بهره مند گردند. از این رو برای نخستین بار در سال ۱۹۶۲ حقوق جدیدی به نام "حقوق مصرف" با سخنرانی جان اف کندی، اعلام موجودیت کرد. وی در سخنرانی خود ضمن تأکید بر لزوم قانونگذاری جدید و اقدام هماهنگ، چهار حق را به عنوان "حداقل" برای مصرف کننده به رسمیت شناخت. این حقوق عبارتند از:

- ۱- حق برخورداری از ایمنی،
- ۲- حق برخورداری از اطلاعات کامل،
- ۳- حق برخورداری از حمایت دولت،
- ۴- حق انتخاب.

قرنها پیش از این «ژوستین» حق برخورداری از اطلاعات و ایمنی را در الواح ۱۲ گانه خود به رسمیت شناخته بود.^۱

اطلاعاتی که لزوماً باید به مصرف کنندگان ارائه شوند، از ۳ بخش تشکیل می شوند:

- ۱- اطلاعات ساده که حاوی مطالبی در خصوص نحوه ساخت کالا و فرمولها و روشهایی که کالا بر اساس آن تهیه شده و یا چگونگی ارائه خدمات می باشد. اطلاعات فوق بیشتر جنبه اخباری داشته و بیان آنها می تواند در ارتقاء سطح دانش مصرف کنندگان مؤثر باشد و در مواردی نیز تصمیم گیری آنها را در خصوص استفاده یا عدم استفاده از کالاهای فوق، تحت تأثیر قرار دهد.
- ۲- راهنمایی ها که شامل دستورالعملهای مربوط به چگونگی استعمال کالاهای ارائه شده و نحوه گریز از خطرات آن می باشد.

- ۳- هشدارها که در بر گیرنده خطرات موجود در کالاها یا خدمات عرضه شده و نتایج بی توجهی نسبت به اخطارهای ارائه شده، می باشند. همچنین آشکار ساختن عیوب پنهان موجود در کالاها نیز در زمره هشدارهای لازم الارائه قرار می گیرد. زیرا در بسیاری موارد عیوب موجود در کالاها می تواند مخاطراتی را برای مصرف کننده به همراه داشته باشد و قطعاً به همین دلیل در قرون وسطی، پیشه وران و تولید کنندگان مواد غذایی مکلف بودند تا در انظار عمومی به تولید کالای خود پردازند تا مصرف کنندگان از سلامت تولیدات، اطمینان داشته باشند.

^۱ -مهرانگیز امیدی-علیرضا سعادت‌مند، نگاهی به حقوق مصرف کننده، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۴، ص ۱۳، به نقل از: دکتر هادی اسماعیلی زاده، رساله دکتری حمایت از حقوق مصرف کنندگان در حقوق ایران و فرانسه

به لحاظ نقش و اهمیت هشدارها و راهنمایی های ارائه شده در خصوص کالاها جهت تأمین و حفظ سلامت، امنیت و منافع مصرف کنندگان، بحث خود را حول محور این دو قسم اطلاعات لازمه ارائه ادامه می دهیم.

علی رغم ریشه کهنی که تکلیف به آگاه سازی از آن برخوردار است، حقوقدانان کامن لا، تا مدت‌ها تحت تأثیر دکترین بگذار خریدار خود بدانند^۱، به عنوان یکی از قواعد قدیمی حاکم بر این نظام، معتقد بودند که فروشنده الزامی ندارد تا خریدار را از عیوب و کمبودهای مبیع آگاه نماید بلکه این خریدار است که باید با تکیه بر دانش و مهارت خود بهترین انتخاب را انجام دهد^۲. به تدریج با توسعه جوامع و افزایش میزان کالاهای خطرناک، ضرورت های اجتماعی و اقتصادی گوناگونی لزوم ارائه اطلاعات به مصرف کنندگان را ایجاب نمودند. از نظر اجتماعی حق برخورداری از امنیت و سلامت و از نظر اقتصادی، زیانهای وارده بر مصرف کنندگان که بطور غیر مستقیم هزینه های فراوانی را بر جامعه جهت ترمیم و جبران خسارات وارده بار می نماید، مهمترین عوامل توجیه کننده تعهد به آگاه سازی می باشند همچنین نقش مبانی اخلاقی از جمله لزوم رعایت حسن نیت و انصاف در توسعه این تعهد را نباید نادیده گرفت. چنانکه پیامبر اسلام (ص) قرن‌ها پیش، خودداری از افشای عیوب مبیع را تحت عنوان غش و تدلیس ممنوع اعلام نمودند. بدیهی است با تعاریف به عمل آمده از عیب، خطر نیز می تواند چهره ای از عیب کالا تلقی گردد. در کشور ما نیز به منظور حمایت از مصرف کنندگان، لایحه ای توسط هیأت ویزان در تاریخ ۱۳۷۲/۰۸/۲۸ تصویب شده و به مجلس شورای اسلامی ارسال گردید. سرانجام پس از ۱۲ سال کلیات آن در تاریخ ۱۳۸۴/۰۳/۳۱ و جزئیات آن در تاریخ ۱۳۸۵/۰۴/۰۳، از تصویب مجلس

^۱ Doctrine of Caveat Implore (Let The Buyer Be Ware)

^۲ -دکتر حسن جعفری تبار، مسئولیت مدنی سازندگان و فروشندگان کالا، نشر دادگستر، چاپ اول، مهرماه ۱۳۷۵، ص ۶۴، شماره ۲۳

گذشت. در هر دو مصوبه مذکور، به لزوم ارائه اطلاعات در خصوص نحوه استفاده از کالاها و بکارگیری نتایج خدمات و خطرات جنبی ناشی از استعمال نادرست کالاها و خدمات از جانب عرضه کنندگان، به مصرف کنندگان تأکید شده است.

سوالات مورد بحث:

در اثنای این تحقیق قصد داریم که به سوالات زیر پاسخ دهیم:

- ۱- اصولاً با بهره گیری از کدام مبانی حقوقی می توان تعهد به آگاه سازی را توجیه نمود؟
- ۲- وجود رابطه قراردادی چه نقشی بر تحمیل تعهد فوق بر طرفین قرارداد دارد؟
- ۳- در صورت فقدان چنین رابطه مستقیمی چگونه می توان اشخاص ثالث را تحت پوشش تکلیف فوق قرار داده و عرضه کنندگان کالاها و خدمات را ملزم به اطلاع رسانی به آنان نمود؟
- ۴- جایگاه این بحث در فقه و نظام حقوقی ما چگونه است؟
- ۵- شرایط تحقق تعهد به آگاه سازی چیست؟
- ۶- محتوا، حدود و نحوه اجرای این تعهد به چه صورت می باشد؟
- ۷- تعهد به آگاه سازی بر عهده چه کسانی قرار می گیرد؟
- ۸- روشهای اجرای تعهد مذکور کدامند؟

فرضیات مورد بحث:

۱- به نظر می رسد در راستای اثبات تعهد به آگاه سازی، در صورت وجود رابطه قراردادی مستقیم که غالباً میان فروشندگان کالاها به عنوان یکی از حلقه های زنجیره توزیع و یا سازندگان که خود، فروشنده می باشند با خریدار بلافصل (مصرف کننده نهایی) برقرار می شود، می توان مبانی قراردادی را به خدمت گرفت. در اینگونه موارد تعهد به تسلیم کالا یکی از مهمترین مبانی قراردادی موجد تعهد به آگاه سازی تلقی می شود. در کنار مبانی حقوقی که در خلال مباحث آتی بدانها اشاره می شود، مبانی اخلاقی از جمله لزوم رعایت حسن نیت و انصاف که ردپای آن به وضوح در نظام حقوقی ما دیده می شود، همچنین ضرورت خودداری از غش و تدلیس که در فقه و حقوق ما جایگاه خاصی دارد، نقش مهمی در اثبات وجود این تعهد ایفا می نمایند.

۲- در صورت فقدان چنین رابطه ای قواعد عام مسئولیت مدنی، به راحتی پاسخگوی نیاز به تأیید تعهد به آگاه سازی در مقابل اشخاص ثالث، جهت حمایت هر چه بیشتر از مصرف کنندگان و زیان دیدگان می باشد. در این زمینه نظریه تقصیر، بیش از سایر مبانی غیر قراردادی مورد توجه قرار گرفته است همچنین جهت رفع مشکلات مربوط به اثبات تقصیر راه حلهایی ارائه گردیده که در جایگاه خود بدانها خواهیم پرداخت. در نهایت می توان گفت، تئوری مسئولیت محض در صورتی که مترادف با مسئولیت مطلق تلقی نگردد، قادر است نقش مهمی در اثبات وجود تعهد به آگاه سازی ایفا نماید تا از این رهگذر حمایت مناسب تری از مصرف کنندگان به عمل آمده و گامی مؤثر جهت جبران خسارتهای ناروا و دست یافتن به عدالت، چنانکه مفاد قاعده لاضرر مؤید آن است، برداشته شود.

۳- به نظر می رسد معیار اساسی جهت تعیین حدود و محتوای تعهد به آگاه سازی، عرف و عادت است البته در این زمینه توجه به اوضاع و احوال هر مورد در صورت امکان، لازم است. در حقیقت معیار نوعی و شخصی در این مورد توأمان بکار برده می شوند.

۴- شرایط اساسی تحمیل تعهد به آگاه سازی، آگاهی متعهد (آگاهی واقعی یا مفروض) و جهل متعهد له می باشد.

۵- در میان شیوه های مختلف ارائه هشدار و راهنمایی (سمعی، بصری و عملی) دو شیوه نخست به عنوان روشهای قابل قبول محسوب شده و از میان آنها نیز روشهای بصری بیشترین کاربرد را دارند.

۶- تعهد به آگاه سازی به نوعی بر عهده تمامی افراد دخیل در زنجیره تولید و توزیع، قرار می گیرد. ولی حدود و شرایط تحمیل تعهد فوق بر همه مکلفین یکسان نیست. چنانکه تولید کنندگان کالاها، مسئولان اصلی اجرای تعهد به آگاه سازی تلقی می شوند و سایر افراد بر حسب نحوه دخالت در عرضه کالاها و خدمات و میزان تصرف و تغییری که در آنها ایجاد می کنند، همچنین امکان کسب اطلاع و اشرافی که نسبت به محصولات عرضه شده دارند، در این خصوص مسئولیت داشته و ملزم به اطلاع رسانی می باشند.

هدف تحقیق :

برخلاف اهمیت ارائه هشدارها و راهنمایی های لازم، جهت جلوگیری از ورود زیان به مصرف کنندگان و علی رغم تعیین تکلیف قانونگذار در این خصوص، در کشور ما عملاً بطور غالب، بویژه در خصوص ارائه خدمات، این مسأله مغفول گذارده می شود. چنانکه بسیاری از کالاها فاقد هشدارهای

کافی و وافی می باشند. حتی در مواردی فروشندگان کالاها بویژه نمایندگیهای فروش کالاهای خارجی، کاتالوگها و بروشورهای راهنمای استفاده از آنها را که به زبان خارجی و عموماً غیر قابل فهم برای مصرف کنندگان می باشد، به مشتریان ارائه نموده و تحویل دفترچه های راهنمای ترجمه شده به زبان فارسی که قطعاً لازم است همراه کالا به مشتری داده شود را منوط به پرداخت مبلغی علاوه بر ثمن معامله می نمایند، در صورتی که وارد کنندگان نیز به عنوان طیفی از عرضه کنندگان کالاها، ملزم به ارائه اطلاعات به مصرف کنندگان می باشند.

در مورد ارائه کنندگان خدمات این اهمال، بیشتر مشهود است چنانکه پزشکان بدون اینکه خود را ملزم به ارائه اطلاعات کافی در خصوص نحوه معالجه و خطرات آن بدانند، صرفاً به اخذ رضایت نامه ای ساده از بیمار که در اغلب موارد، فردی عادی و غیر حرفه ای می باشد، اکتفا می نمایند. حال آنکه خواهیم دید چنین رضایت نامه ای نمی تواند معتبر تلقی شود. با عنایت به کاستی های موجود، بر آن شدیم تا بصورت جامع و مانع مسأله تعهد به آگاه سازی را مورد بررسی قرار دهیم، باشد که از رهگذر این تحقیق و سایر تتبع های آتی، لزوم ارائه هشدار و راهنمایی در عمل نیز جایگاه واقعی خود را بیابد. در راستای نیل بدین مقصود، در فصل نخست مبانی تعهد به ارائه هشدار و راهنمایی را در سه گفتار تحت عنوان مبانی قراردادی، مبانی قهری و مبانی فقهی مورد بررسی قرار می دهیم، سپس در فصل دوم شرایط، حدود و محتوای این تعهد را در گفتار اول مطالعه می کنیم. آنگاه در خصوص افرادی که انجام چنین تعهدی را بر عهده دارند، همچنین مصادیقی از کالاهای خطرناک و نیز خدماتی که لزوم ارائه هشدار در مورد آنها بیشتر مطرح می باشد، ذیل گفتار دوم سخن می گوئیم. در نهایت گفتار سوم را به بررسی شرایط یک هشدار مؤثر و روشهای ارائه آن، اختصاص می دهیم.

فصل اول

مبانی تعهد به ارائه هشدار و راه‌نمایی