



University of Tehran Press

Private Law

Online ISSN: 2423-6209

Home Page: <https://jolt.ut.ac.ir>

Misrepresentation Types: A Comparative Study Through the Iranian Consumer Protection Act and English Law

Farid Farahmand 

Department of Law, Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: dr.faridfarahmand@pnu.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:
Received April 05, 2022
Revised September 04, 2023
Accepted September 11, 2023
Published online April 29, 2024

Keywords:
English Law,
Mere-Puff,
Misrepresentation,
Statement of Opinion.

ABSTRACT

Misrepresentation, indeed, by some justifications, faces diverse meanings in Iran and English law. It has been decades that English law discovered the doctrine of "misrepresentation" from common sense. On the other hand, Iran's civil law, which gives little value to pre-contractual negotiations and has accepted the tort categories in a limited and inflexible manner, despite the fact that it ignored the general rule regarding misrepresentation of through the Civil code of Iran, nevertheless, the new perspective of the legislator in the Consumer act is that many of the types of statements that lead to misrepresentations such as mere-puff or silence have been encountered as actionable false advertisements. In this paper, the centralized question is within Art 19 and 7 of the Iranian Consumer Act which provides penalties for advertisers in contracts B2C. The author suggests the same common method regulations for Iran and proposes preventing from including puffs, future, intentions, and silence in the scope of misrepresentation. this study aims to evaluate the system's legal systems perspectives on the types of misrepresentation. Therefore, the types, for instance, puffing, silence and etc., have been examined in a comparative manner so the researchers may have looked at both legal systems.

Cite this article: Farahmand, F. (2024). Misrepresentation Types: A Comparative Study Through the Iranian Consumer Protection Act and English Law. *Private Law*, 20 (2), 335-346. DOI: <http://doi.org/10.22059/jolt.2023.355031.1007170>



© Farid Farahmand **Publisher:** University of Tehran Press.
DOI: <http://doi.org/10.22059/jolt.2023.355031.1007170>



شیوه‌های ارائه اطلاعات نادرست: مطالعه تطبیقی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران و حقوق انگلستان

فرید فرهمند

استادیار گروه حقوق، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: dr.faridfarahmand@pnu.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۲/۱۰

کلیدواژه:

ارائه اطلاعات نادرست،

اظهاریت،

اغراق،

حقوق انگلستان.

حقوق انگلیس سالیان متمادی است که نهاد «ارائه اطلاعات نادرست» را از برداشته‌های عرفی کشف کرده و آن را نظام‌مند ساخته است. در مقابل، حقوق ایران نهاد یادشده را صرفاً در باب تدلیس پذیرفته است و با وجود آنکه ضمانت اجراهای کامن‌لایی را برای ارائه اطلاعات در قانون مدنی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مورد پذیرش قرار نداده، به موجب مواد ۷ و ۱۹ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ضمانت اجرای جبران خسارت به نفع مصرف‌کنندگان وضع کرده است. به تبع آن، در آیین‌نامه ماده ۷ روش‌ها و شیوه‌های ارائه اطلاعات نادرست بیان شده که برخی از آن‌ها با موازین حقوقی سازگاری ندارد. پرسش اصلی جستار حاضر آن است که چه رفتارهایی اعم از فعل یا ترک آن می‌تواند مشمول ارائه اطلاعات نادرست شود و همچنین در مطالعه تطبیقی با حقوق انگلستان کدام‌یک از شیوه‌های احصاشده از ضمانت اجرای قانونی برخوردار است. پاسخ مختصر آن است که بعضی از رفتارهای بررسی‌شده مانند اغراق، اظهارنظر، بیان عقیده شخصی و همچنین بیان قصد آینده از شمول ارائه اطلاعاتی که دارای ضمانت اجراست خارج است. این جستار سعی دارد با روشی تطبیقی و رویکردی توصیفی-تحلیلی اشکالات آیین‌نامه ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را در پرتو موضوع پژوهش تبیین کند.

استناد: فرهمند، فرید (۱۴۰۲). شیوه‌های ارائه اطلاعات نادرست: مطالعه تطبیقی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایران و حقوق انگلستان. حقوق خصوصی، ۲۰ (۲) ۳۳۵-۳۴۶.
DOI: <http://doi.org/10.22059/jolt.2023.355031.1007170>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© فرید فرهمند

DOI: <http://doi.org/10.22059/jolt.2023.355031.1007170>

مقدمه

غالب مردم با مفهوم تبلیغات بسیار سروکار دارند و آن را به‌خوبی درک می‌کنند. تبلیغ در اصطلاح به معنای هر گونه ارائه غیرشخصی برای معرفی ایده‌ها، کالاها، یا خدمات توسط یک عامل معرفی‌کننده (مبلّغ) است که این کار را در برابر وجه معین انجام می‌دهد (قاسمی‌حامد و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۳). با توجه به تعریف یادشده، موضوع ارائه اطلاعات بدان سبب که می‌تواند در خصوص کالا و خدمات نباشد اعم از تبلیغات محسوب می‌شود. علاوه بر این در ماده ۱ آیین‌نامه ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان موضوع تبلیغ به ارائه اطلاعات در خصوص کالا و خدمات منحصر شده است و از این رو شاید بتوان گفت که مقصود مقنن از عبارت «ارائه اطلاعات خلاف واقع» مفهومی اعم از تبلیغات باشد. در مقابل، عموم مردم در مواجهه با مفهومی چون ارائه اطلاعات با استمداد از علم اجمالی سریع آن را درک و از آن گذر می‌کنند. درنگ در این موضوع موجد علم تفصیلی و درک عمیق در خصوص انواع «ارائه» و «اطلاعات» می‌شود؛ کاری که تاریخ آن در رویه قضایی انگلستان به سال ۱۸۸۱ و به پرونده «ریگارد علیه هارد»^۱ برمی‌گردد. در این پرونده خواهان (وکیل دادگستری) آگهی مبنی بر «شراکت حقوقی» منتشر می‌کند. در آگهی، خواهان به دنبال فردی بود تا به عنوان جانشین و شریک امور شرکت را به دست گیرد. مفاد قرارداد چنین تعیین شده بود که شریک دارایی خواهان را خریداری کند. از این رو خواننده بدو مفاد قرارداد را قبول کرد و پیرو آن جلسه مذاکره‌ای با خواهان ترتیب داده شد. در جلسه مذاکره، خواهان به خواننده اطلاع می‌دهد که میزان درآمد مؤسسه حقوقی وی ۳۰۰ پوند در سال است. بعد از این جلسه، خواننده به خواهان نامه‌ای نوشت و از میزان کار تکمیل شده در سه سال گذشته پرس‌وجو کرد. خواهان نیز اسنادی را نشان داد که بیانگر مبلغی حدود ۲۰۰ پوند در سال بود (و نه ۳۰۰ پوند) و به خواننده نیز فرصت کافی برای مطالعه اسناد را داد. خواننده متعاقباً با خرید شرکت موافقت کرد. اما بعداً معلوم شد که مؤسسه به میزان ۳۰۰ پوند سودآوری ندارد و بنابراین به دیگر تعهدات خود عمل نکرد. خواهان بدو دادخواست الزام به انجام دادن مفاد قرارداد تقدیم کرد و دادگاه بدوی به نفع وی رأی داد. اما قضاوت دادگاه تجدید نظر (قاضی جسل و بگگالی و لاش) رأی بدوی را نقض کردند و چنین استدلال کردند که «اعطای فرصت برای مطالعه اسناد» خواهان را از ضمانت اجرای ناشی از ارائه اطلاعات نادرست^۲ که همان قابلیت ابطال قرارداد است رها نمی‌سازد. بنابراین قرارداد به موجب همان ارائه اطلاعات نادرست که بدو صورت گرفته است باطل است. به هر حال تبلیغات نقش قابل توجهی در بالا بردن سطح آگاهی مشتری، تأثیر بر احساسات و تمایلات، و در نتیجه تصمیم‌گیری وی دارد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۸: ۳)؛ هرچند در علم حقوق موضوع آن‌گونه که مهندسان و مدیران بازرگانی می‌بینند بررسی نمی‌شود. تبلیغات صرفاً قسمی از اطلاعات است که عامل برانگیزاننده^۳ برای تصمیم‌گیری اشخاص است. حقوق انگلیس، ذیل دکتین ارائه اطلاعات نادرست، شیوه‌های مختلف ارائه که منجر به برانگیختن و جلب قصد طرف‌های معامله می‌شود را طرح می‌کند که یکی از آن شیوه‌ها تبلیغات است. در واقع تبلیغ خلاف واقع خود نوعی از ارائه اطلاعات نادرست است. اما حقوق مفهومی عام‌تر را مورد بررسی قرار می‌دهد و پس از وصول احکام آن مفهوم شروط و احکام مفهوم اخص را نیز تصدیق می‌کند. موضوع این جستار رفتارهای ارائه اطلاعات نادرست است که این بحث فارغ از ضمانت اجرا و اعتباربخشی به دکتین ارائه اطلاعات نادرست است.

ضرورت دارد تا روش ارائه اطلاعات خلاف واقع به‌دقت مورد واکاوی قرار گیرد تا اگر قرار است برای آن ضمانت اجرایی بار شود بر مصادیق این نهاد وضع شود.

برخی از حقوقدانان (قنواتی و جاور، ۱۳۸۵) با مطالعه تطبیقی در حقوق انگلیس به شماری از شیوه‌های ارائه اطلاعات پرداخته‌اند؛ هرچند آثار ایشان با توجه به منابع قانونی جدید نیاز به بازنگری دارد. همچنین، بسیاری از شیوه‌های ارائه اطلاعات در این نوشته‌ها ذکر نشده است. بنابراین و با توجه به رویکرد تطبیقی موضوع بحث، پرسش اصلی چنین مطرح نظر قرار گرفته است که شیوه‌های ارائه اطلاعات نادرست که در آیین‌نامه ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اشاره شده است چه اشکالات حقوقی‌ای دارد.

1. Redgrave v Hurd (1881) 20 Ch D 1
 2. Misrepresentation
 3. Inducement

مفهوم‌شناسی: ارائه اطلاعات نادرست

در حقوق تعهدات، هر گاه سخن از شروط است منظور وظایف و تعهداتی است که هر طرف آن را به موجب قرارداد بر عهده می‌گیرد^۱ (Elliott & Quinn, 2015: 124). شروط بسیاری ممکن است در قرارداد گنجانده شود. لیکن هر آنچه در مذاکرات گفته و نوشته می‌شود شرط قراردادی نیست. شرط در حقوق انگلیس به سه دسته تقسیم می‌شود: ۱. شرط اساسی، ۲. شرط مهم، ۳. شرط نامعین یا غیرمسمی. ضمانت اجرای نقض شرط اساسی آن است که متعهدله می‌تواند همراه با اخذ خسارت قرارداد را فسخ کند و در مورد واراتی صرفاً می‌تواند خسارت مطالبه کند. در فرضی که مشخص نیست شرط باید اساسی تلقی شود یا مهم، دادگاه بر اساس اهمیت نقض تصمیم می‌گیرد که نقض رخ داده را نقض شرط اساسی یا نقض شرط مهم تلقی کند (Furmston & Tolhurst, 2016: 9.139). گاهی ماهیت عبارات صرفاً به منظور ارائه اطلاعات به مخاطب است یا آنکه اغراق^۲ محسوب می‌شود (McKendrick, 2017: 8.1). در بسیاری از کتب حقوق قراردادهای انگلیس تعریف مشخصی از شرط به عمل نیامده است و صرفاً به ویژگی‌ها و تمایز آن با قسیم دیگر خود (ارائه اطلاعات) پرداخته شده است. به هر حال به نظر می‌رسد تمایز اصلی میان این سه، به‌خصوص ارائه اطلاعات و شرط، در قصد طرفین قرارداد است (Oughton & Davis, 2000: 191). دادگاه‌ها در همین زمینه سنجش اهمیت اظهارات را برای تشخیص قصد طرفین ملاک قرار داده‌اند. اگر یک جمله آن قدر اهمیت داشته باشد که معامله برای آن انجام شود آن را شرط و اگر بدون آن نیز معامله صورت گیرد آن را ارائه اطلاعات تلقی می‌کنند. از خصوصیات دیگر شرط آن است که در قرارداد وارد می‌شود، به‌خلاف ارائه اطلاعات نادرست که در مفاد قرارداد درج نمی‌شود (Monaghan, 2013: 44). همچنین ارائه اطلاعات نادرست وارد قلمرو تراضی نمی‌شود. اما انگیزه طرف معامله را برای انشای قرارداد جلب می‌کند (Atiyah, 1971: 348). این دو مفهوم را به نحو دیگری نیز می‌توان متمایز ساخت. در مذاکرات قبل از قرارداد، ممکن است سخنانی رد و بدل شود که برخی از آنان در خصوص وصف یا واقعیتی است که وجود دارد یا حتی قرار است اتفاق بیفتد. این قسم از اظهارات را اطلاعات می‌گویند. اما، در مقابل، بعضی از اظهارات جنبه ایجاد یک تعهد را دارد که بدان اطلاق «شرط» می‌شود. به هر حال، این ویژگی نیز برای تعریف کفایت نمی‌کند. چون حقوق کاملاً تمایل زیادی برای تعریف به «نقض» و آثار پسینی قرارداد دارد^۳ و بسیاری از نویسندگان به جنبه دیگری از این دو مفهوم پرداخته و سعی کرده‌اند تا با شمارش آثار پسینی «شرط» و «اطلاعات نادرست» ماهیت آن دو را بیان کنند (Charman, 2007: 95). بنابراین، شرط را اظهاری دانسته‌اند که اگر بدان عمل نشود نقض قرارداد واقع می‌شود و ضمانت اجرای آن را دارد. درحالی‌که خلاف واقع درآمدن اطلاعات نادرست قرارداد را قابل ابطال^۴ می‌سازد و نقض قرارداد بر آن صادق نیست. کوتاه سخن اینکه دلیل این ضمانت اجرا در دیدگاه حقوق انگلیس آن است که اشتباه، اکراه، و ارائه اطلاعات نادرست به اراده طرفین خدشه وارد می‌کند (Oranburg, 2022: N. 12.A). برخی دیگر از نویسندگان دلیل برخورد وضعی با این نهادها را همسو با عدالت آیینی^۵ می‌دانند؛ گویی زیرشاخه‌ای از نهاد انصاف به شمار می‌رود (Austen-Baker & Zhou, 2022: 95). در حقوق ایران، ارائه اطلاعات نادرست در صورتی موجب مسئولیت مدنی است که داخل تراضی طرفین قراردادی شود یا دارای ارکان مسئولیت مدنی خارج از قرارداد باشد. تفاوت دو نظام حقوقی در این است که در نظام حقوقی انگلیس لزومی ندارد تا ارائه اطلاعات در قالب شرط قراردادی (صریح، ضمنی، تبانی) بگنجد تا آثار خود را از حیث بار اثبات، خسارت، و قابل ابطال بودن ایفا کند. لیکن در نظام حقوقی ایران اگر اطلاعات ارائه شده وارد و مؤثر در تراضی طرفین باشد آن‌گاه حق فسخ قرارداد به موجب اختیارات به متعهدله داده می‌شود. این پیشنهاد اخیر برگرفته از نظر غالب حقوقدانان ایرانی (صفایی، ۱۳۸۵: ۲۹۳) و نظر برخی از نویسندگان است که این راه حل را به همراه مسئولیت غیرقراردادی عرضه کنندگان تنها راهکار تلقی کرده‌اند (عادل و شمس‌الهی، ۱۳۹۵: ۵۷۵). درحالی‌که به نظر

۱. گاه یک سری از شروطی که برای دیگر قراردادها استفاده می‌شود در قرارداد میان طرفین نیز عیناً درج می‌شود که اصطلاحاً به آن شروط رایج یا استاندارد (Boilerplate clauses) می‌گویند.

2. puff

۳. مثلاً ماده ۱ شرح جدید حقوق قراردادهای امریکا قرارداد را تعهد یا سلسله‌ای از تعهدات می‌داند که نقض آن‌ها دارای ضمانت اجراست و انجام دادن آن تعهدات از منظر قانون وظیفه به شمار می‌رود.

4. voidable

5. procedural fairness

می‌رسد موضوع در بازتعریف حقوقدانان از ماده ۱۸۳ قانون مدنی نهفته است. حقوق انگلیس، با تعریف قراردادگرایی، تعهدات را از بستر پیش از انعقاد به پس از نقض تسری داده است. به تعهدات پیش از عقد و تعهدات پس از نقض و مربوط به جبران خسارت تعهدات ثانویه اطلاق می‌شود؛ البته نه از این حیث که این تعهدات همواره قراردادی است. حقوق انگلیس مفهوم تعهد قراردادی و التزام ناشی از قرارداد و خارج قرارداد را به‌خوبی درک می‌کند و مطابق با تفسیری که از مبنای تعهد دارد آن را نوعی قرارداد اجتماعی تلقی می‌کند که قانون برای نقض آن ضمانت اجرا نهاده است. قریب به اتفاق نویسندگان کامن‌لا بر همین مینا و بر اساس پذیرش یکی از پنج تئوری موجد تعهد (اراده، اتکا، کارآمدی، انصاف، چانه‌زنی (Barnett, 1986: 271)) تعاریف عهده‌ای از قرارداد ارائه داده‌اند. مثلاً بعضی از حقوقدانان قرارداد را توافقی می‌دانند که تعهداتی را ایجاد می‌کند و آن تعهدات را قانون به رسمیت می‌شناسد و یا آن را الزام‌آور می‌داند (Treitel, 2003: 1). همچنین شرح جدید حقوق قراردادهای امریکا در ماده ۱ قرارداد را تعهد یا سلسله‌ای از تعهدات می‌داند که نقض آن‌ها دارای ضمانت اجراست و انجام دادن آن تعهدات از منظر قانون وظیفه به شمار می‌رود. برخی از نویسندگان تعریفی خوب از عبارت «Representation» ارائه داده‌اند و اذعان داشته‌اند این واژه به معنای دوباره حاضر کردن است. مثلاً سیاست‌مدار یا حقوقدان می‌گوید: «من رپرزن‌تیتور این ملت یا این آقا هستم»؛ یعنی من نماینده این ملت یا این آقا هستم. به این معنا که من دوباره ایده‌های ایشان را حاضر خواهم کرد. یا در لسان عامه وقتی این واژه به کار گرفته می‌شود یعنی نمایاندن و نشان دادن چیزی که واقعیت آن موجود بوده است. به عبارت دیگر، این واژه به معنای دوباره وجود بخشیدن است (Prendergast, 2000: 4). این معنای لغوی همان‌طور که بعضی دیگر بیان کرده‌اند (ŠIROVÁ, 2016: 200; Andrews, 2011: 238) می‌تواند از خصوصیات مهم در تعریف ارائه اطلاعات باشد. با واکاوی آرای قضایی، خصوصیتی برای ارائه اطلاعات نادرست یافت می‌شود و آن عبارت است از آنکه اظهارات طرف قرارداد راجع به امری در گذشته یا حال باشد. در سال ۱۹۱۹ آقای ویلکینسون دو زمین کشاورزی خود را به آقای بیست و به قیمت ۱۳۲۶۰ پوند می‌فروشد. ویلکینسون در طی مذاکرات به بیست می‌گوید با یک تیم خوب که دارای شش اسب است زمین حاضر این قابلیت را دارد که ۲۰۰۰ گوسفند را در خود جای دهد. پس از دو سال کشاورزی ناموفق، بیست به این نتیجه رسید که زمین نمی‌تواند ۲۰۰۰ گوسفند را پشتیبانی کند و او برای فسخ قرارداد و پس گرفتن ثمن قرارداد به دلیل اظهارات نادرست اقامه دعوا کرد. دادگاه بدوی در همین رابطه در سال ۱۹۲۷ به موجب رأی «بیست علیه ویلکینسون» اعلام داشت: «اظهارات راجع به زمین کشاورزی بدان خاطر که هر دو طرف قرارداد می‌دانستند که ویلکینسون سابقاً زمین را برای دامپروری استفاده نکرده است و تخمینی است ارائه اطلاعات نادرست به شمار نمی‌رود». دومین شرط آن است که برانگیختن قصد طرف مقابل باید به طور واقعی اتفاق بیفتد. از این رو هرگاه زیان‌دیده در معامله به نحوی مطلع باشد که اظهارات نادرست است، اما به دلایلی به آن‌ها توجه نکند، ارائه اطلاعات خلاف واقع دارای ضمانت اجرای حقوقی نیست (Radan et al., 2018: 272) و ذیل قاعده اقدام، هم در حقوق رومی-ژرمن و هم در کامن‌لا، بررسی می‌شود.

شيوه‌ها و قالب‌های ارائه اطلاعات نادرست

اغراق

در کنار اطلاعات نادرست، اظهاراتی در بازارها رایج است که صاحبان حرف از آن استفاده می‌کنند که اصطلاحاً بدان بازارگرایی^۱ گفته می‌شود. این قسم در حقوق انگلیس جزء نهاد ارائه اطلاعات نادرست به شمار نمی‌رود و ضمانت اجرای قابلیت ابطال قرارداد را ندارد (Bix, 2012: 44). مثلاً در پرونده «دیموک علیه هالت - ۱۸۶۶» خواهان متصرف زمینی بود که بر اساس حکم دادگاه به مزایده گذاشته شده بود. در تبلیغ مزایده، زمین چنین توصیف شده بود: حاصلخیز و سودآور. بعد از خرید زمین توسط «دیموک» معلوم شد برخی بندهای تبلیغات خلاف واقع بوده است و از آن میان یکی همان وصف حاصلخیز بودن زمین بود. قضات دادگاه تجدید نظر، قاضی ترنر و کیرنس، بیان کردند که این جمله «حاصلخیز و سودآور» صرفاً اغراق است. به عبارت دیگر، مراد ایشان آن است که در نگاه «ذهنی و عرفی» این عبارات در دیدگاه عرف واضح البطلان است.

نمونه‌ای از این بازارگرمی‌ها در تبلیغات مندرج روی بسته‌بندی مواد خوراکی مانند نوشابه‌ها و انرژی‌زها بسیار دیده و شنیده می‌شود. دلیل آنکه در حقوق انگلیس این عبارات بدون ضمانت اجرا دانسته شده و مسئولیت قراردادی و غیرقراردادی از باب تقلب بر آن بار نمی‌شود از آن جهت است که مصرف‌کنندگان اظهارات یادشده را اغراق صرف تلقی می‌کنند و بر مبنای آن تصمیم نمی‌گیرند (عادل و شمس‌الهی، ۱۳۹۵: ۵۷۵). به تعبیر نویسندگان کامن‌لا هیچ انسان متعارفی این‌گونه اظهارات را باور نمی‌کند (Graw, 2021: 58). محدوده شناخت اغراق از اطلاعات نادرست گرچه با معیار معین و عینی در حقوق انگلیس شناسایی نشده است، همواره در رویه قضایی ملاک عرفی و انسان متعارف قابل پذیرش است و هر معیاری که در رابطه با تمایز اغراق از اطلاعات نادرست دارای ضمانت اجرا^۱ بیان می‌شود از این چارچوب نباید فاصله بگیرد. به هر حال می‌توان گفت تشخیص ارائه اطلاعات نادرست از اغراق با سادگی همراه است. زیرا در اغراق بدهتی نهفته که عموم مردم از آن مطلع هستند و به خاطر صرف اغراق اقدام به معامله نمی‌کنند. در حقوق ایران، مفاد ماده ۱۹۱ قانون مدنی به خوبی بیانگر این موضوع است که اراده غیرجدی در شکل‌گیری عمل حقوقی موضوعیت ندارد. به عبارت دیگر اراده در فرضی که به صورت غیرجدی انشا شود. مثلاً به قصد شوخی یا اغراق باشد. قصد انشا از اظهارکننده صادر نمی‌شود و از این لحاظ مشمول ماده یادشده نیست.

سکوت

با اینکه ممکن است در روند مذاکرات منجر به قرارداد اظهارات گوناگونی از جانب طرفین، که اغراق نیز محسوب نمی‌شود، بیان شود، دارای ضمانت اجرا نیست و مشمول ماده ۱ قانون ارائه اطلاعات نادرست ۱۹۶۷ انگلستان^۲ و به تبع آن مشمول ضمانت اجرای موجود در ماده ۲ قانون یادشده نیست. این قانون ذیل ماده ۱ مقرر می‌دارد: «اگر شخصی بعد از آنکه به او اطلاعات نادرست داده شده است وارد قرارداد شود به شرطی که الف) ارائه اطلاعات نادرست شرطی از قرارداد باشد یا ب) به هر حال قرارداد متعاقب ارائه اطلاعات نادرست منعقد شود، مشمول مقررات این قانون می‌شود».

دلیل این مسئله آن است که عرف گاه تعهدی برای ارائه‌دهنده اطلاعات پیش‌بینی نمی‌کند. مانند آنکه شخصی در مقام فروش کالای خود سکوت کند و خریدار از سکوت او برداشت‌های متعدد کند. طبق قاعده‌ای کلی که سکوت کردن را برای طرفین معامله تجویز می‌کند، هیچ‌یک از متعاملین تعهدی به ارائه اطلاعات ندارند^۳ (https://lawpage.in/legal_language/nemo_tenetur_seipsum_accusare_1517412019) و نمی‌توان سکوت را علیه ایشان مورد استفاده قرار داد و چه‌بسا این موضوع، که تکلیفی به ارائه اطلاعات وجود ندارد، از بدیهیات حقوقی باشد (Richards, 2009: 220). این قاعده در رویه قضایی انگلستان نیز به موجب رأیی که در سال ۱۸۵۱ صادر شد (Keates v The Earl of Cadogan-10CB 591) مورد پذیرش قرار گرفته است. در این پرونده خواهان (مستأجر) قصد اجاره خانه خوانده را داشت. استحکام خانه بسیار ضعیف بود و با این حال خوانده در مذاکرات پیش‌قراردادی در این رابطه اطلاعاتی به خواهان ارائه نکرد. بعد از قرارداد اجاره، بسیاری از بخش‌های خانه فروریخت و خواهان تقاضای ابطال قرارداد را به سبب ارائه اطلاعات نادرست کرد. قاضی خوانده (موجر) را متعهد به ارائه اطلاعات ندانست و سکوت پیش از قرارداد را مجوز ابطال قرارداد تلقی نکرد. به نظر این دیدگاه با انصاف سازگار نیست.

با این همه، اعمال قاعده در مواردی محدود شده و جنبه اثباتی به خود گرفته است (Sifat & Karim, 2018: 73)؛ از جمله در موقعی که شخص در مقام بیان است و با این حال سکوت کرده است.^۴ تطبیق این قاعده در فقه اسلامی با قاعده «لاینبس لساکت قول و لکن السکوت فی معرض الحاجة بیان» همراه است (ضیایی و یزدان‌پرست، ۱۳۸۹: ۸۳) و از این حیث دو نظام حقوقی ایران و انگلستان در سمت و سویی واحد قرار دارند. همچنین در قراردادهایی که عدم صداقت و امانتداری در آن‌ها موجد

1. actionable misrepresentation
2. misrepresentation act 1967
3. nemo tenetur se ipsum accusare

۴. Qui tacet consentire videtur گفته می‌شود وقتی که توماس مور (۱۴۷۸-۱۵۲۵) در محاکمه از او پرسیده شد که چرا در برابر درخواست اعتراف به برتری پادشاه بر کلیسا سکوت کرده است، این قاعده گفته شده است (Oxfordreference.com).

حق قابلیت ابطال می‌شود، که اصطلاحاً به آن‌ها قراردادهای با حسن‌نیت^۱ اطلاق می‌شود، مانند قرارداد وکالت و بیمه، حقوق انگلیس کمی سختگیری به خرج داده و شخص ساکت را موظف به گفتار کرده است. در کامن‌لا، معمولاً به جای استفاده از این قواعد برای اشاره به موضوع از قاعده‌ای تحت عنوان «حق بازرسی مشتری»^۲ نام می‌برند. مقصود از این عبارت آن است که خریدار خود باید اقدام به بازرسی و آزمایش کالا کند (آقائی، ۱۳۷۸: ۲۱۶) و حتی در فرضی که کالا عیوب پنهان داشته باشد فروشنده تعهدی به اطلاع‌رسانی ندارد و مشتری در عوض حق بازرسی دارد (Monaghan, 2013: 67). از این جهت میان حقوق ایران و انگلیس تمایزی وجود دارد که جای تحقیق و بررسی آن باز است. در بند «ه» ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان «عدم ارائه اطلاعات دقیق، صحیح، و روشن کالاها و خدمات» در زمره اطلاعات نادرست دانسته شده است. دو فرض ممکن است در خصوص نگارش این بند در رویه ملاحظه شود: ۱. «دقیق» قید احترازی واژه «ارائه» باشد که در این صورت مقصود بند آن است که سکوت ضمانت اجرا دارد و ۲. «دقیق» قید احترازی اطلاعات باشد. در این فرض، سکوت به معنای ارائه نیست. به نظر می‌آید ظهور ماده در فرض دوم است. اما بند «ب» همین ماده مقرر داشته است که «ارتکاب فعل یا ترک فعل، که سبب مشتبه شدن یا فریب مخاطب از نظر کمیت یا کیفیت شود، نیز ارائه اطلاعات نادرست است که در نگاه اول به نظر می‌رسد مطلقاً مؤید فرض اول باشد. لیکن با تفسیری که از بند «ه» به عمل آمد و عدم تصریح به موارد سکوت در ماده ۲ به نظر می‌رسد قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و آیین‌نامه آن با حقوق انگلیس در خصوص شیوه ارائه اطلاعات نادرست همسوست.

عمل

ممکن است اطلاعات از طریق عمل، مانند اشاره کردن و دست تکان دادن، ارائه شود. این امر منجر نمی‌شود که ماهیت اطلاعات نادرست تغییر کند. اما به هر حال در حقوق انگلیس، وفق رویه قضایی، مشمول ضمانت اجرای مقرر در ماده ۲ قانون ارائه اطلاعات نادرست است. مثلاً در رأیی که در سال ۱۸۶۱ صادر شد (Walters v Morgan - 3 DF & G 718) دادگاه اعلام کرد دست تکان دادن، چشمک زدن، سر تکان دادن، یا لبخندی ساده که به قصد ایجاد انگیزش طرف معامله به انعقاد قرارداد انجام می‌شود دارای ضمانت اجرای ارائه اطلاعات است. در مقابل، «ارتکاب فعل» در بند «ب» ماده ۲ آیین‌نامه مورد تصریح قرار گرفته است و شامل فعل زبانی و غیرزبانی می‌شود. اما در حقوق انگلیس هرگاه عبارت «فعل» آورده می‌شود مقصود فعلی غیر از گفتار است؛ دقیقاً مانند واژه «عمل» در ماده ۱۹۳ قانون مدنی ایران. به نظر می‌رسد به همین خاطر است که ماده ۲ آیین‌نامه رویکردی جزایی به ارائه اطلاعات نادرست دارد و از این جهت از عبارت ارتکاب فعل استفاده کرده است، که اعم از عمل و گفتار می‌باشد. در این خصوص نیز میان حقوق انگلیس و ایران تفاوتی وجود ندارد.

اظهار نظر یا دیدگاه

گاه ارائه‌دهنده کالا یا خدمات نظر خود را ارائه می‌دهد. آیا در این صورت نیز باید مشمول ضمانت اجرای ارائه اطلاعات نادرست قرار گیرد؟ در حقوق انگلیس، اظهارنظری که صادقانه انجام می‌شود مجوزی برای ابطال قرارداد نیست (قنواتی و جاور، ۱۳۸۵: ۱۶۲). در رأیی که در سال ۱۹۲۷ صادر شد، دادگاه صراحتاً به این موضوع اشاره کرد. در این پرونده (بیست علیه ویلکسنسون) خواهان قصد داشت زمینی را به خواننده بفروشد. هر دو طرف می‌دانستند که زمین قبلاً برای پرورش گوسفند استفاده نشده بود. اما بیست در خصوص قابلیت زمین اظهار نظر کرد و گفت به نظرم این زمین قابلیت پرورش ۲۰۰۰ گوسفند را دارد. بعد از انعقاد قرارداد، خلاف این موضوع کشف شد و ویلکسنسون ابطال قرارداد را از دادگاه به سبب ارائه اطلاعات نادرست خواست و دادگاه اعلام داشت که وقتی اظهار نظر به صورت صادقانه صورت می‌گیرد جایی برای نهاد ارائه اطلاعات نادرست باقی نمی‌گذارد. شایان توجه است که نظر حرفه‌ای قاعده‌ی یادشده را منقلب می‌کند و ارائه اطلاعات نادرست را مجوز قابل ابطال شدن قرارداد می‌سازد (Vincent R & Shawn M, 2004: 534). متأسفانه، عموماً بند «ب» ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت

1. Uberrimae fidei
2. Caveat emptor

از حقوق مصرف‌کنندگان همه فرض‌های این بند از مقاله را دربرمی‌گیرد. از این رو برای عرضه‌کننده بهترین سیاست سکوت است؛ آن هم با تفسیری که از بند «ه» ماده ۲ به عمل آمد. بهتر بود آیین‌نامه میان اظهارنظر صادقانه و فریبکارانه تفاوت می‌گذاشت که لازمه آن تعریف فریب در ماده ۱ آیین‌نامه است. ثانیاً باید میان اظهارنظر حرفه‌ای و اظهارنظر غیر حرفه‌ای تفاوت گذاشته شود. یقیناً فرض علم بر متخصص بار می‌شود. اما در رابطه با غیرمتخصص بار اثبات بر عهده مصرف‌کننده است. مبنای پذیرش این استدلال تمایز اراده جدی از غیرجدی است. این تمایز آن‌قدر برای قانون‌گذار اهمیت داشته است که در ماده ۱۹۱ شالوده تشکیل قرارداد را قصد انشا تلقی کرده است. مؤید این موضوع که ایجاب و قبول به عنوان ارکان تشکیل‌دهنده قرارداد باید با اراده جدی انشا شوند ماده ۱۹۹ قانون مدنی است که رضای حاصل در نتیجه اشتباه را موجب نفوذ معامله ندانسته است. بنابراین، لزوم قصد انشا در هر یک از ارکان عقد به عنوان یک امر بدیهی در ابتدایی‌ترین مواد شرایط اساسی صحت معامله بیان شده است و مناقشه در آن در آثار حقوقدانان به چشم نمی‌خورد؛ مگر آنکه اشکالی در موضوع یا به عبارتی صغری مسئله شود که اساساً اظهارنظر یا دیدگاه مشمول قصد انشای قراردادی است. در این فرض باب مناقشه باز است و مرجع تشخیص آن عرف است. به نظر می‌رسد به هیچ‌وجه شخص اظهارنظرکننده در حین بیان عقیده، به‌ویژه نظر غیرتخصصی، قصد انشا ندارد. از این رو مسئولیت قراردادی برای وی متصور نیست.

اظهار راجع به مقررات

به طور کلی و تحت عنوان قاعده‌ای عام و مورد قبول نظام‌های رومی-ژرمن و کامن‌لا فرض حقوقی آن است که جهل به قانون عذر نیست.^۱ از این رو اگر شخصی در رابطه با مقرره‌ای اطلاعات نادرستی به دیگری بدهد باید بر این باور بود که ضمانت اجرای ارائه اطلاعات نادرست را در پی نخواهد داشت. لیکن اخیراً رویه‌ای در کامن‌لا شکل گرفته است که تمایزی میان اشتباه در موضوع و قانون قائل نمی‌شود (Kleinwort Benson Ltd v Birmingham CC-1996 4 All ER 733) و چون خصوصیتی در رابطه با اشتباه و ارائه اطلاعات نادرست وجود ندارد همین شباهت در حکم را به نهاد ارائه اطلاعات نادرست تسری داده است (Pankhania v Hackney-2002 EWHC 2441 Ch). گرچه در نگاه اول شمول بند «الف» ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی، که به صورت مطلق و عام استفاده از مطالب گمراه‌کننده را ارائه اطلاعات نادرست پنداشته است، بر مصداق بیان‌شده کافی است، با وجود فرض علم به قانون، بسیار بعید است که در رویه قضایی چنین امری پذیرفته شود. شایان توجه است که قضات دادگاه‌های انگلیس با بینش نوین به قاعده «عذر نبودن جهل به قانون» حدود اعمال آن را در دکترین «اشتباه» و «ارائه اطلاعات نادرست» محدود ساخته‌اند که امری شایسته تحسین است. چون در قرن حاضر فرض علم به همه مقررات با اشکالات زیادی مواجه شده که نمی‌توان آن را به صورت مطلق پذیرا بود. علاوه بر این، عدم پذیرش این فرض نیز تالی فاسدهایی در پیش دارد که بسیاری از نویسندگان بدان اشاره کرده‌اند (Kansra, 2020: 1-4). اما به نظر بهترین راهکار عدم پذیرش قاعده در فرض ارائه اطلاعات نادرست است. زیرا در این مورد قطع وجود دارد که عناصر دیگری نیز در عدم آگاهی و جهل شخص دخالت پیدا کرده است.

ایهام

گاهی اوقات، اشخاص عباراتی را به کار می‌برند که اصطلاحاً بدان ایهام گفته می‌شود. این عبارات در درک شنونده آن حداقل دو وجه معنایی دارند. به عبارتی، شنونده می‌تواند از آن دو تفسیر یا برداشت کند. اما، در مقابل، گوینده آن صرفاً یک برداشت را به طور جدی قصد کرده است. این قسم از ارائه استثنائی بر سکوت است که عموماً بدون ضمانت اجراست؛ بدین تعبیر که گویی شخص در نصف دیگر سخن خود سکوت کرده، اما همان نصفی که بیان کرده آن‌قدر گمراه‌کننده است که ذهن طرف مقابل را به سمت اشتباه سوق می‌دهد و در عین حال گویا و پویاست. ایهام‌ها ممکن است در قالب عمل باشند. مثلاً در پرونده «Schneider v Heath 3 Camp 506 1813» دادگاه ارائه خلاف واقع را روا دانست. زیرا خوانندگان برای آنکه خواهان

1. ignorantia juris non excusat

متوجه عیوب قایق نشود قایق را کمی به زیر آب فروبردند. همچنین ممکن است ایهام در قالب گفتار باشد، مانند پرونده «Dimmock v Hallet 1866 LR 2 CH APP 21» که موجر در این پرونده می‌خواست عین مستأجره را به فروش رساند و به خریدار گفت اجاره‌بها در حال حاضر ۲۹۰ پوند است. این جمله درست بود، اما دیگر نگفت که ۱. مستأجر تخلیه نمی‌کند و اظهارنامه تخلیه برای وی ارسال شده و ۲. مستأجر جدید اجاره کمتری پرداخت خواهد کرد. این نوع از اظهارات بی‌تردید ذیل بند «الف» ماده ۲ آیین‌نامه ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و از این حیث تبویب انگلیسی که ناشی از نگرش‌های عینی و نظام ادله قانونی کامل‌لا است ذیل عناوین عام قانون ایرانی می‌گنجد و دو نظام حقوقی با یک‌دیگر همخوانی دارند.

اظهارات راجع به قصدهای آینده

به نظر می‌رسد مهم‌ترین قسم اظهارات راجع به آینده همین قسم باشد. زیرا شباهت زیادی با شرط دارد. به طور کلی اظهارات راجع به آینده دارای ضمانت اجرای ارائه اطلاعات نادرست نیست (Krauss, 2019: 2.1). گاهی اوقات، شخص ارائه‌دهنده کالا از قصد خود برای امری اطلاع‌رسانی می‌کند. این اظهار همان‌طور که پیش‌تر گفته شد ۱. وارد قصد طرفین نمی‌شود و ۲. ممکن است به طور مستقیم به کالا یا خدمات مرتبط نشود. رویه قضایی انگلیس ناظر بر آن است که اگر اظهار یادشده صادقانه قید شده باشد ارائه اطلاعات دارای ضمانت اجرا نخواهد بود. مثالی که می‌توان زد خدمات پس از فروش است؛ آن هم در فرضی که مستقیم به خود فروش یا خدمات مرتبط نشود. «الف» به «ب» می‌گوید: «من قصد دارم بعد از فروش این ماشین به شما به محله شما نقل مکان کنم و اگر ماشین خراب شد من در خدمت شما هستم». «الف» در این مثال صرفاً قصد خود را صادقانه با «ب» به اشتراک می‌گذارد و قصد برانگیختن «ب» به معامله یا گمراه کردن وی را ندارد. بعد از دو روز از معامله «الف» از قصد خود بازمی‌گردد؛ واقعیتی که اگر کثیرالتفاق نباشد محتمل است. اما در مقابل این رویکرد ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مشخص نکرده است که ارائه اطلاعات نادرست در خصوص چه امری است. همچنین در آیین‌نامه ماده ۷ که توقع دقت بیشتری بود قید ارائه اطلاعات نادرست بیان نشده است. شاید اشکال شود که موضوع در خصوص کالا و خدمات است و نیازی به قید و توصیف نیست؛ درحالی که مقنن از دو عبارت دارای دو مفهوم متباین- تبلیغ و ارائه اطلاعات نادرست- استفاده کرده است و گاه آن را برای کالا و خدمات به کار برده است (مانند بند «ج»، «س»، «ک»، و «ه» ماده ۲ آیین‌نامه) و در برخی از مواد بدون این قید استفاده کرده است (ماده ۲ و ۳). چه‌بسا ایراد وارد باشد. اما به هر حال قصد شخصی از قصد تجارخانه باید تفکیک شود و صادقانه بودن و نبودن آن نیز در ضمانت اجرای ماده ۷ آیین‌نامه و نزد سازمان تعزیرات باید ملاحظه شود.

موضع مبنایی نظام حقوقی ایران

همواره نهاد ارائه اطلاعات نادرست در حقوق ایران ذیل مواد ۴۳۸ تا ۴۴۰ قانون مدنی (خیار تدلیس) مورد واکاوی قرار می‌گیرد. بی‌تردید در حیطة آثار و محدوده اعمال بین این دو نهاد اختلاف آشکاری وجود دارد. اما بسیار بعید به نظر می‌رسد که آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان (مصوب هیئت وزیران (۱۳۹۱)) در مقام بیان یک زیرساخت حقوقی یا به عبارت دیگر یک نهاد حقوق مدنی باشد. چند دلیل این مدعا را تقویت می‌کند. اولاً جایگاه بیان نهادهای حقوق مدنی مانند اختیارات در قانون مصوب مجلس است که آرای ایشان به عنوان نمایندگان ملت توانایی تصویب چنین نهادهایی را دارد و تمایل حقوقدانان تا کنون بر همین منوال بوده که نهادهای مادر حقوقی را از قوانین غیرمادر اقتباس نکنند؛ مثلاً ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک (مصوب مجلس (۱۳۸۲)) که تمایل اکثریت بر عدم اقتباس خیار مجزا و نوین از این ماده است. ثانیاً مقام بیان آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ بیان تفسیر ماده ۴۳۸ قانون مدنی است و نهایت امر فرض تفسیر را منقلب می‌سازد. به نظر نویسندگان این اندراج فرض تفسیر اشتباه مقنن است؛ بدین سبب که با توجه به مطالب بیان‌شده چنین فرضی در عالم واقع وجود ندارد. مثلاً امروزه همه اشخاص با عباراتی چون کاملاً بهداشتی و صد درصد تضمینی آشنا هستند و وقتی به این موارد نمی‌دهند، مگر آنکه گفته شود فرض تفسیر از جهت مصلحت وضع شده است که اطلاق این موارد خلاف مصلحت است، مخصوصاً در خصوص خرده‌فروشان. بنابراین همان‌طور که برخی از نویسندگان اشاره کرده‌اند (کاتوزیان، ۱۳۹۵: ۳۳۳) مصادیقی که بیان شد، مانند ایهام

در فرض علم گوینده به گمراه شدن طرف قرارداد، موضوع تدلیس قرار می‌گیرد. حال با وجود بند «ه» ماده ۲ آیین‌نامه ماده ۷ فرض تقصیر منقلب می‌شود و اصل عدم علم جای خود را به ظهور علم داشتن فروشنده می‌دهد و بار اثبات علم نداشتن وفق ماده ۱۲۵۷ قانون مدنی بر عهده تبلیغ‌کننده است. اما این تفسیر از ماده ۲ آیین‌نامه کاملاً به ضرر خرده‌فروشان و اشخاص ثالث غیردخیل در تبلیغ است. به همین سبب، در مقام شک، اصل اثبات علم در رابطه با خرده‌فروشان، اشخاص ثالث، و دلالتان باید حاکم باشد.

نتیجه

ارائه اطلاعات خلاف واقع در صورتی که اغراق، اظهارنظر غیرمتخصص، و اظهار مربوط به قصد آینده باشد دارای ضمانت اجرایی مقرر در خصوص ارائه متقلبانه، مقصرانه، یا غیرمقصرانه نیست. رویکرد عینی در حقوق انگلیس سبب شده است علاوه بر موارد یادشده محدوده اعمال قاعده «عذر نبودن جهل به قانون» در فرض ارائه اطلاعات نادرست در رابطه با جهل به قانون نیز محدود شود. اما ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و به تبع آن، ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان (۱۳۹۱) با بیان مبهم خود نه‌تنها میان اغراق و ارائه اطلاعات نادرست تفاوتی قائل نشده‌اند، بلکه (به طور کلی) اظهارنظر اگر سبب گمراهی خریداران کالا یا خدمات شود را دارای ضمانت اجرا تلقی شده است. منع کردن اشخاص حقیقی یا حقوقی از اعمال و گفتارهایی که بازارگرمی محسوب می‌شود، درحالی‌که پوچ بودن آن‌ها در نگاه عرف به صورت آشکارا نمایان است، از حیث حقوق حریم خصوصی تصمیم‌گیری، اقتصادی و اخلاقی صحیح به نظر نمی‌رسد. بنابراین بند «د» و «ج» از ماده ۲ آیین‌نامه یادشده که اغراق را نوعی ارائه اطلاعات نادرست می‌داند مهم‌ترین اختلاف مبنایی میان نظام حقوقی ایران و انگلستان در رابطه با شیوه‌های ارائه اطلاعات نادرست است. پیشنهاد می‌شود جهت درک صحیح برداشت‌های عرفی و نیاز جامعه و اقتصاد به تبلیغات فراتر از واقع نیازهای آینده جامعه حقوقی در تعدیل قاعده «عذر نبودن جهل به قانون» و عدم جواز تنبیه شخصی که بدون تقصیر نظر خود را بیان کرده است و متخصص نبوده (وفق ماده ۱ ماده قانون مسئولیت مدنی و مبنای تقصیر) مواد زیر در اصلاح آیین‌نامه ماده ۷ قید شود:

۱. اطلاعات و تبلیغات فراتر از واقع و اغراق در خصوص کالا یا خدمات در صورتی که کذب بودن آن‌ها در نگاه عرف واضح باشد از شمول آیین‌نامه خارج است.
۲. اظهارنظر شخص غیرمتخصص در رابطه با کالا یا خدمات عرضه‌شده توسط تجارتخانه خود یا تجارتخانه شخص ثالث اصولاً تابع این آیین‌نامه نیست؛ مگر آنکه قصد فریب دادن وی ثابت شود.
۳. «ارائه اطلاعات نادرست» موضوع این آیین‌نامه صرفاً در خصوص کالا و خدمات است و اظهارنظر در رابطه با قانون یا قصد آینده شخصی را دربر نمی‌گیرد.

منابع

- صفایی، سید حسین (۱۳۸۵). قواعد عمومی قراردادها. تهران: میزان.
- آقائی، بهمن (۱۳۷۸). فرهنگ حقوقی بهمن. تهران: گنج دانش.
- ضیایی، محمدعادل و یزدان‌پرست، یونس (۱۳۸۹). دلالت سکوت بر اراده. فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۴۳(۱)، ۷۹-۱۱۷.
https://jjfil.ut.ac.ir/article_22572.html (Accessed on 14 November 2022)
- عادل، مرتضی و شمس‌الهی، محسن (۱۳۹۵). مسئولیت ناشی از تبلیغات خلاف واقع. مطالعات حقوق تطبیقی، ۷(۲)، ۵۶۹-۵۹۹.
https://jcl.ut.ac.ir/article_60694.html (Accessed on 14 November 2022)
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ اخلاصی، امیر و طلوعی، پدram (۱۳۸۸). بررسی نقش تبلیغات بر روی افزایش فروش شرکت‌ها و ارائه مدلی ریاضی جهت سنجش تأثیر آن بر روی سودآوری. مدیریت بازاریابی، ۷(۴)، ۱-۱۶.
https://jommm.srbiau.ac.ir/article_2842_b7bca293384a0bb55231bf9a0b072f5d.pdf (Accessed on 13 November 2022)
- قاسمی‌حامد، عباس؛ نبی، زهره و آقابابایی، فهیمه (۱۳۹۶). ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های حاکم بر تبلیغ در فضای مجازی در چارچوب حقوق مصرف. تحقیقات حقوقی، ۲۰(۷۷)، ۹۱-۱۱۵.
https://lawresearchmagazine.sbu.ac.ir/article_56508_cfae7f787913b7d4be02412b26b52ba8.pdf (Accessed on 1 November 2022)
- قنواتی، جلیل و جاویر، حسین (۱۳۸۵). مطالعه تطبیقی سوءعرضه قابل تعقیب در حقوق انگلیس، ایران، و فقه امامیه. پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۱۰(۳)، ۱۵۹-۱۸۶.
https://clr.modares.ac.ir/browse.php?a_id=2995&sid=20&slc_lang=fa (Accessed on 10 November 2022)
- Adel, M. & Shamsollahi, M. (2016). *Civil liability for false advertisement. Comparative Law Review*, 7(2), 569-599. doi: 10.22059/jcl.2016.60694. (in Persian)
- Aqaei, B. (1999). *Bahman Legal Encyclopedia*. Ganj-Danesh. (in Persian)
- Atiyah, *Misrepresentation, Warranty and Estoppel*, Albertha Law R, VOL9, NO: 2, (1971). p: 348;
<https://doi.org/10.29173/alr2165>.
- Andrews, Neil, *Contract Law*. (2011). 1st ed, UK: Cambridge.
- Austen, R-B. & Zhou, Q. (2022). *Understanding Contract Law*. Routledge. DOI: 10.4324/9781003159667 P.95
- Barnett, R. E. (1986). A Consent Theory of Contract, 86 *Colum. L. Rev.* 269.
<https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/1551>
- Brian, H. Bix. (2012). *Contract Law Rules, Theory and Context*. Cambridge University Press.
- Charman, Mary. (2007). *Contract Law*. Willan Publishing.
- Elliott, Catherine, Quinn, Frances. (2015). *Contract Law*, 10th ed, UK: Pearson Press
- Farhangi, A., Ekhlasi, A., & Toluei, P. (2009). Assessment of the Effects of Advertising on Increasing Sales and a Mathematical Model for Determination of this Impact on Profitabilit. *Journal of Marketing Management*, 4(7), 1-16. (in Persian)
- Furmston, M. & Tolhurst, G. (2016). *Contract Formation: Law and Practice*. International Commercial Law Publication.
- Graw, S. (2021). *An Introduction to the Law of Contract*. Thomson Reuters.
- Ghasemi-Hamed, A., Nabi, Z., & Aghababaei, F. (2017). Limitations on advertisement in cyberspace (Challenge, Study, Conclusion). *Journal of Law Research*, 77(20), 91-115.
https://lawresearchmagazine.sbu.ac.ir/article_56508_cfae7f787913b7d4be02412b26b52ba8.pdf (Accessed on 1 November 2022). (in Persian)
- Katoozian, N. (2017). *Civil Law*. Mizan Publication.
- Kansra, D. (2020). Rethinking the maxim ignorantia juris non excusat. *Academia Letters*, Article 43, 1-4.
<https://doi.org/10.20935/AL43>
https://www.researchgate.net/publication/348241612_Rethinking_the_maxim_ignorantia_juris_non_excusat/citation/download. Last visited on: 12/1/2022
- McKendrick, E. QC. (2017). *Contract Law*. Palgrave.
- Michael, M. K. (2019). *Common Law Fraudulent Misrepresentation and Negligent Misrepresentation*. Minneapolis e-publication.
- Monaghan, Ch. & Monaghan, N. (2013). *Beginning contract law*. Routledge.
- Oughton, D. & Martin, D. (2000). *Source Book on Contract Law*. Cavendish Pub Limited.
- Prendergast, Ch. (2000). *The triangle of representation*. Columbia University Press.
- Peter Radan, John Gooley, Ilija Vickovich (2018). *Principles of Australian Contract Law Cases and Materials*. LexisNexis Butterworths. (Australia)
- Qanawati, J. & Java, H. (2006). *Comparative Study of Actionable Misrepresentation in English. Iranian and Islamic Law*. CLR, 10 (3), 159-186. URL: <http://clr.modares.ac.ir/article-20-2995-fa.html>. (in Persian)

- Richards, P. (2009). *Law of Contract*. Pearson.
- Seth, C. O. (2022). *Contract Law Rules, Cases, and Problems*. E-Book Edition, ISBN 978-1-387-76166-1, N: 12.A Accessed on 12/1/2022
- Safaei, S.H. (2006). *Contract Law Principles*. Tehran: Mizan Publication. (in Persian)
- Sifat, I. & Karim, R. (2018). Treatment of Silence as Misrepresentation in Contracts: A Critical Comparative Analysis of Common Law and Islamic Jurisprudence. *International Journal of Law and Management*.
- Šírová, L. (2016) *Misrepresentation under English Contract Law and Its Comparison to Slovak Contract Law*. *International and Comparative Law Review*, Vol. 16, No. 2, 197–208. DOI: 10.1515/iclr-2016-0024.
- Treitel, Guenter Heinz, *Treitel on The Law of Contract*. (2003). Sweet & Maxwell.
- Vincent, R., Johnson and Shawn M. Lovorn. (2004). Misrepresentation by Lawyers about Credentials or Experience, 57 *Okl. L. Rev.* 529 <https://commons.stmarytx.edu/facarticles>. Last visited on: 11/29/2022
- Ziaie, M. A. & Yazdanparast, Y. (2010). *Implication of Silence to Will*. *Jurisprudence the Essentials of the Islamic Law*, 43(1), 79-117. (in Persian)

Case Law

- Bisset v Wilkinson [1927] AC 177
- Dimmock v Hallett (1866-67) LR 2 Ch App 21
- Keates v The Earl of Cadogan-1851 10CB 591
- Kleinwort Benson Ltd v Birmingham CC -1996 4 All ER 733
- Redgrave v Hurd (1881) 20 Ch D 1
- Schneider v Heath 1813 3 Camp 506
- Pankhania v Hackney -2002 EWHC 2441 Ch
- <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100505881#:~:text=silence%20means%20consent%20proverbial%20saying,king%27s%20supremacy%20over%20the%20Church.> (Accessed on 21November 2022)
- https://lawpage.in/legal_language/nemo_tenetur_seipsum_accusare_1517412019 (Accessed on 23November 2022)
- isrepresentation Act-1967
- Restatement Second of Contracts-1981

