

Rethinking Contractual Will in the Age of Intelligent Algorithms: A Comparative Study of Iranian Law and European Union Law

Abstract

The evolution of the digital environment and the expansion of recommender algorithms have challenged certain traditional assumptions concerning the concept of contractual will. It is not that the will has been fundamentally transformed; rather, digital platforms have provided a context for the emergence and intensification of pre-contractual cognitive manipulations that were rarely possible, or possible only with great difficulty, in physical environments. While classical private law presumes the validity of a contract based on "free and informed consent," targeted designs and cognitive manipulations arising from choice architecture demonstrate that user consent in online environments may be a product of perceptual steering and algorithmic decision-making, not merely the result of independent choice. In other words, the more these environments rely on human cognitive biases, the less likely it becomes that genuine consent, accompanied by true volition, will be formed.

Adopting an analytical-comparative approach and drawing on interdisciplinary literature (law, behavioral economics, and data studies), this article first explains how cognitive manipulation intervenes in the stages of will-formation and then examines the responses of European Union law and the United States. The findings show that instruments such as the Digital Services Act, the General Data Protection Regulation, and the Unfair Commercial Practices Directive restrict a significant range of manipulative designs through transparency obligations, prohibitions on deception, and a re-definition of valid consent — and, in some instances, have led to the invalidity or non-enforcement of contractual terms. Nevertheless, the prevailing approach remains regulatory rather than one of automatic contract nullification.

*In Iranian law, despite the existence of capacities such as the doctrines of *gharar* (uncertainty), *tadlis* (fraudulent inducement), *la-darar* (no-harm principle), and the option of lesion (*khiar ghabn*), there remains a clear gap in recognizing pre-contractual cognitive interference, because these institutions primarily address imbalance in the object of the contract or classical deception. Accordingly, the article first conceptualizes "induced consent" shaped by cognitive manipulation during the will-formation process and proposes that — alongside strengthening regulatory oversight over manipulative design — a 'cognitive lesion option' (*khiar-e ghabn-e shenakhti*), understood as a conceptual development of *khiar ghabn*, be reconsidered as a protective device to remedy harm caused by weakened autonomy and cognitive inequality. The study concludes that effective protection of contractual justice in the algorithmic context requires rethinking contractual will and intelligently combining freedom of contract with supportive and regulatory mechanisms*

Keywords: Will (intention); Cognitive manipulation; Contract; Dark patterns; Induced consent; Cognitive ghabn option

در انتظار انتشار | نسخه‌ی اولیه | ویراستاری نشده
Accepted | Awaiting Publication | Draft Version | Unedited

بازاندیشی در اراده قراردادی در **بستر** الگوریتم های هوشمند: مطالعه تطبیقی حقوق ایران و اتحادیه اروپا

چکیده

تحولات فضای دیجیتال و گسترش الگوریتم های توصیه گر، برخی مفروضات سنتی مفهوم اراده قراردادی را با چالش مواجه ساخته است؛ **نه انکه اراده را دگرگون کرده باشد، بلکه بسترهای دیجیتال بستری برای برای ظهور و تشدید دستکاری های شناختی پیش قراردادی فراهم آورده اند که در محیط های فیزیکی به ندرت و با دشواری امکان پذیر بود.** در حالی که حقوق کلاسیک، معتبر بودن قرارداد را بر فرض «اراده آزاد و آگاهانه» بنا می کند، طراحی های جهت دار و دستکاری های شناختی ناشی از معماری انتخاب، نشان می دهد که رضایت کاربران در بسترهای آنلاین، **ممکن است** محصول هدایت ادراکی و تصمیم سازی الگوریتمی است و نه صرفاً نتیجه انتخاب مستقل؛ به بیان دیگر هر قدر این محیط بیشتر بر سوگیری های شناختی انسان استوار باشد، امکان شکل گیری رضایت واقعی و توأم با طیب نفس کمتر می شود.

این پژوهش با رویکرد تحلیلی - تطبیقی و با اتکاء به ادبیات بین رشته ای (حقوق، اقتصاد رفتاری و مطالعات داده)، ابتدا سیر تأثیرگذاری دستکاری شناختی بر مراحل شکل گیری اراده را تبیین می کند و سپس واکنش **حقوق اتحادیه اروپا و ایالات متحده** را بررسی می نماید. یافته ها نشان می دهد که مقرراتی مانند قانون خدمات دیجیتال، مقررات عمومی حفظ داده ها و دستورالعمل رویه های تجاری ناعادلانه از طریق الزام به شفافیت، منع گمراه سازی و بازتعریف رضایت معتبر، دامنه قابل توجهی از این طراحی ها را محدود کرده و در مواردی، به بی اعتباری یا عدم اجرای شروط قراردادی منتهی شده اند؛ هرچند رویکرد غالب همچنان تنظیم گرانه است و نه بطلان خودکار قرارداد.

در حقوق ایران، با وجود ظرفیتهایی نظیر قواعد غرر، تدلیس، لاضرر و خیار غبن، خلأ آشکاری در شناسایی اختلالهای شناختی پیش قراردادی مشاهده می‌شود؛ زیرا این نهادها عمدتاً به عدم تعادل موضوع معامله یا فریبهای کلاسیک معطوفاند. بر همین اساس، مقاله ابتدا به تبیین مفهوم رضای القایی متأثر از دستکاری شناختی در مسیر شکل‌گیری اراده پرداخته و پیشنهاد می‌کند که ضمن تقویت تنظیم‌گری عمومی در حوزه طراحی‌های فریبنده، نهاد «خیار غبن شناختی» به‌مثابه ابزار حمایتی (در بستر توسعه مفهومی خیار غبن)، برای جبران آسیب ناشی از تضعیف اراده و نابرابری شناختی مورد بازاندیشی و توسعه قرار گیرد. نتیجه پژوهش آن است که حمایت مؤثر از عدالت قراردادی در **بستر** الگوریتمی، مستلزم باز اندیشی در اراده قراردادی و ترکیب هوشمندانه آزادی اراده با سازوکارهای حمایتی و تنظیم‌گرانه است.

کلیدواژه‌ها: اراده، دستکاری شناختی، قرارداد، الگوهای فریبنده، رضای القایی، خیار غبن شناختی

مقدمه

تحول محیط‌های معاملاتی در دهه‌های اخیر، به‌ویژه با گسترش پلتفرم‌های دیجیتال و به‌کارگیری الگوریتم‌های یادگیرنده، مناسبات سنتی شکل‌گیری قصد و رضایت در قراردادها را با پرسش‌های تازه‌ای مواجه ساخته است. در الگوی کلاسیک حقوق قراردادها، پای‌بندی به اصل آزادی اراده، ستون اصلی صحت و نفوذ معاملات تلقی می‌شد؛ به این معنا که هرگاه قصد انشاء وجود داشت و به ظاهر ابراز می‌شد، مفروض بر آن بود که تصمیم، آگاهانه و آزادانه اتخاذ شده است. اما پژوهش‌های نوین در اقتصاد رفتاری و روان‌شناسی شناختی نشان داده‌اند که طراحی محیط تصمیم‌گیری، چیدمان گزینه‌ها و به‌کارگیری «معماری‌های هدایت‌گر» می‌تواند رفتار کاربران را به‌گونه‌ای نظام‌مند تحت تأثیر قرار دهد، بی‌آنکه ساختار قراردادها نشانه‌های صریحی از اجبار یا فریب داشته باشند.

در واقع نقش الگوریتم‌ها و الگوهای طراحی فریبنده در پلتفرم‌های دیجیتال، مسئله‌ای را برجسته ساخته است که می‌توان آن را «رضای القایی» نامید؛ وضعیتی که در آن، مسیر شکل‌گیری رضایت متأثر از محرک‌های شناختی و اطلاع‌رسانی گزینشی هدایت می‌شود و در نتیجه بازتاب اراده‌ی آزاد و سنجیده‌ی متعاملین نیست. پرسش اساسی اینجاست که چنین وضعیتی، در چارچوب حقوق قراردادهای به‌ویژه در نظام حقوقی ایران و با الهام از منابع فقه امامیه چه جایگاهی دارد و چه ضمانت‌اجراهایی می‌تواند داشته باشد؟ آیا قواعد موجود همچون تدلیس، اکراه و غرر کفایت می‌کنند، یا نیازمند بازاندیشی مفهومی و نهادی هستیم؟

شایان ذکر است که ادعای این مقاله انکار اراده آزاد در فضای دیجیتال نیست. بیشتر کاربران در اغلب معاملات آنلاین اراده‌ای آزاد و آگاهانه دارند. آنچه این نوشتار بر آن تاکید دارد، وجود مواردی از طراحی‌های فریبنده است که در برخی شرایط خاص، فرایند تصمیم‌گیری را مختل می‌کنند.

این مقاله با تکیه بر رویکردی تحلیلی-تطبیقی، نخست به واکاوی نسبت «قصد و رضا» در بسترهای دیجیتال پرداخته و مفهوم «رضای القایی» را به‌مثابه نوعی اختلال در فرآیند تصمیم‌گیری تبیین می‌کند. سپس با بررسی ظرفیت‌های فقه امامیه و حقوق ایران، امکان توجیه ضمانت‌اجرایی مبتنی بر توسعه‌ی تحلیلی قواعد موجود از جمله ایده «خیار غبن شناختی» را به اختصار ارزیابی می‌نماید. لازم به ذکر است که پیشنهاد خیار غبن شناختی یک پیشنهاد استثنایی و مکمل است، نه قاعده‌ای عام برای ابطال تمام قراردادهای دیجیتال. همچنین کوشش شده تجارب و تحولات مقرراتی اتحادیه اروپا و برخی نظام‌های حقوقی غربی، به‌منظور ترسیم چارچوبی هنجاری برای مواجهه با این پدیده بررسی گردد. هدف نهایی پژوهش آن است که ضمن حفظ مبانی کلاسیک آزادی اراده، معیارهایی برای تمییز اراده ظاهری از اراده واقعاً آزاد و آگاهانه ارائه کند و نشان دهد چگونه می‌توان با کمترین مداخله، بیشترین صیانت از سلامت فرآیند اراده قراردادی را در عصر الگوریتم‌ها تضمین کرد.

۱. مفهوم اراده، قصد و رضا

لازمه انعقاد قرارداد معتبر، اراده است. اراده، ریشه در روان انسان داشته و مراد از اراده در اصل «حاکمیت اراده» اراده انشایی است. (شهیدی، ۱۳۹۵: ص ۵۵) «اراده» را در لغت به خواستن، خواهش، میل و قصد و آهنگ معنا نموده اند. (زبیدی، ۱۴۱۴ ه ق، ج ۴: ۴۶۶؛ راغب اصفهانی، ۱۴۲۷ ه ق: ۳۷۱؛ دهخدا، فرهنگ دهخدا، ۱۳۷۲، ج ۱: ۱۳۶۳) در معنای اصطلاحی اراده آورده شده است که اخطار قلبی است که قهرا بعد از حضور و تصدیق حاصل می شود و مقرون به عمل عضوی از اعضا بدن است. (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۰: ش ۲۶۸۳) در ماده ۱۹۰ قانون مدنی اراده متشکل از دو حالت درونی قصد و رضا تبیین شده است. مقصود از اراده گاه مجموع قصد و رضا و گاه تنها قصد انشاء می باشد. (شهیدی، ۱۳۹۵: ۵۵)

قصد در لغت به «درپیش گرفتن راه»، «برخورد دقیق تر به هدف» و «آوردن شیء مورد نظر» معنا شده است. (ابن منظور، ۱۴۱۴ ه ق، ج ۳: ۳۲۳؛ زبیدی، ۱۴۱۴ ه ق، ج ۵: ۱۸۹؛ راغب اصفهانی، ۱۴۲۷ ه ق: ۶۷۲؛ فیومی، ۱۳۹۸ ه ق، ج ۲: ۱۵۱) در تعریف اصطلاحی قصد گفته شده است که شوق موکدی است که به اعتبار درونی بودنش منشا عمل خارجی می شود. (التوحیدی التبریزی، بی تا، ج ۱: ۸۹). در

ه ق: ۳۵۶؛ فیومی، ۱۳۹۸، ج ۱: ۴۲۶) در اصطلاح «رضا» به تسلط داشتن فاعل بر فعل خویش تعبیر شده است که در مقابل آن فعل اکراهی و اجباری قرار دارد. (التوحیدی التبریزی، بی تا، ج ۳: ۲۸۱)

۲. تفکیک قصد و رضا و آثار آن در صحت و نفوذ

قصد و رضا در اکثر متون فقهی و حقوقی در زمره شروط متعاقدين قرار گرفته اند. البته برخی فقها، قصد و برخی قصد و رضا را از جمله مقومات قراردادها برشمرده اند.^۱ نظر مشهور فقیهان متأخر امامیه قائل به تفکیک قصد و رضا است. (قنوتی، عبدی پور و وحدتی شبیری، ۱۳۹۶: ۲۳۸) این تفکیک در باب بیع مکره و بیع فضولی نمایان است. در آراء فقهاء در باب شروط متعاقدين نیز رضا فی الواقع شرط صحت عقد است و نه مقوم آن. در تذکره الفقهاء براین مساله ادعای اجماع شده است. (حلی، ۱۴۱۴ ه ق، ج ۱۰: ۱۳) نویسندگان مکاسب نیز آن را رای مشهور فقهاء متقدم معرفی نموده است. (انصاری، ۱۴۱۵، ج ۳: ۳۲۸) حقوق مدنی ایران نیز، در بطن مواد ۱۹۰، ۱۹۱، ۱۹۵، ۱۹۹، و ۲۱۱ و ۲۰۳ و ۱۰۷۰، به تبع نظر مشهور متأخران تنظیم شده است. این نظریه مورد پذیرش مشهور حقوقدانان نیز واقع گردیده است. (امامی، ۱۳۸۷؛ شهیدی، ۱۳۸۳؛ کاتوزیان، ۱۳۸۷) تفکیک یا عدم تفکیک میان «قصد» و «رضا» نقش بنیادینی در تحلیل اعتبار قرارداد دارد. آنان که قائل به نظریه تفکیک هستند، قصد را ناظر بر آگاهی فاعل به ماهیت عمل حقوقی و انشاء اثر آن می دانند؛ به گونه ای که انشاءکننده بداند چه نوع عقدی را ایجاد می کند و معنای الفاظ یا اعمال او با مقصود انشایی تطابق داشته باشد. (انصاری، ۱۴۱۵ ق: ۸۵؛ محقق کرکی، ۱۴۰۸ ق: ج ۴، ص ۲۸۰). به نظر می رسد بر همین اساس، قانون مدنی

این مقاله بر نظریه تفکیک قصد و رضا استوار شده است.^۱

نظریه اول: نظریه قصد (نظریه مشهور در فقه امامیه)

بر اساس این نظریه که به "قاعدة تبعیة العقود للقصد" معروف است، قصد انشائی طرفین برای ایجاد التزام، تنها رکن و مبنای صحت عقد محسوب می شود و رضای باطنی شرط کافی است. مشهور طرفداران این نظریه: اغلب فقهای متقدم امامیه (مانند محقق حلی، علامه حلی و صاحب جواهر) قائل به این نظریه هستند.

نظریه دوم: نظریه قصد و رضا (نظریه غیر مشهور یا تفصیلی)

این نظریه که در میان برخی فقهای متأخر و اصولیون مطرح شده، معتقد است علاوه بر «قصد»، «رضا» نیز شرط تحقق عقد است. به عبارت دیگر، عقد تنها با انشاء (ایجاب و قبول لفظی) محقق نمی شود، مگر اینکه رضای حقیقی طرفین نیز در کنار آن احراز شود. برخی اصولیان متأخر مانند محقق خوئی و امام خمینی به نوعی قائل به لزوم تطابق قصد و رضا هستند. البته باید توجه داشت که این نظریه در مقابل نظریه «قصد فقط» قرار دارد، اما در عمل، فقهای امامیه هر دو عنصر را لازم می دانند؛ اختلاف در این است که آیا رضا مقوم ذات عقد است (نظریه دوم) یا شرط خارج از حقیقت عقد است (نظریه اول). برای دیدن دیدگاه های مختلف در خصوص قصد و رضا رجوع کنید به (صابری، ۱۳۹۲) و (کاظمی نجف آبادی، ۱۳۹۵)

در ماده ۱۹۵ بیان می‌کند که «اگر کسی در حال مستی یا بیهوشی یا در خواب معامله نماید، آن معامله به واسطه فقدان قصد باطل است».

در مقابل، رضا به طیب نفس، اختیار و نبود فشار ناروا تعبیر شده است. از این منظر رضا امری است فراتر از آگاهی به ماهیت عقد؛ یعنی کیفیت تصمیم‌گیری و میزان آزادی فرد در پذیرش تعهد را نشان می‌دهد. به همین دلیل، قانون مدنی در ماده ۱۹۹ می‌گوید: «رضای حاصل در نتیجه اشتباه یا اکراه موجب نفوذ معامله نیست». شهید اول در اللمعه الدمشقیه بیان می‌کند که عقد فاقد قصد، باطل است، اما عقد فاقد رضا به دلیل اکراه یا تدلیس صحیح ولی قابل فسخ است (شهید اول، بی‌تا: ۹۱). دکتر کاتوزیان نیز این تمایز را اساس نظام اعتبار قرارداد در حقوق ایران می‌داند (کاتوزیان، ۱۳۹۴: ج ۱، ص ۲۲۴). تلازمی میان شکل‌گیری قصد و رضا وجود ندارد. ممکن است قصد شکل بگیرد ولی رضا محقق نگردد. (برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به قنوانی، ۷۸: ۸۵-۱۰۷)

از منظر نظریه تفکیک برای نفوذ عقد وجود رضایت ضرورت دارد. ممکن است شخص قصد انشا داشته باشد ولی رضا نداشته باشد؛ همان ساختاری که در بیع مکره پذیرفته شده، جایی که قصد موجود است اما رضا مخدوش است و عقد در وضعیت عدم‌نفوذ قرار می‌گیرد تا با اجازه یا فسخ ترمیم شود.

در این چارچوب، رضایت امری عمدتاً فردی و درونی تلقی می‌شود که با بررسی ظواهر رفتار (ایجاب، قبول، امضا، کلیک) و احراز عدم اکراه و تدلیس آشکار، معتبر دانسته می‌شود. به نظر می‌رسد این تصویر بر پیش‌فرضی استوار است که در آن، تصمیم‌گیرنده در محیطی نسبتاً خنثی و متوازن دست به انتخاب می‌زند و اگر کاستی‌ای وجود دارد، در حد موارد استثنایی اکراه و فریب سنتی است، نه ساختاری و فراگیر.

پژوهش‌های جدید در اقتصاد رفتاری و روان‌شناسی شناختی این پیش‌فرض را به ویژه در معاملات در بستر الگوریتم‌های هوشمند به چالش کشیده‌اند. نظریه «معماری انتخاب» نشان می‌دهد که نحوه طراحی و چیدمان گزینه‌ها، ترتیب نمایش، پیش‌فرض‌ها، رنگ‌ها، پیام‌های هشدار و حتی میزان اصطکاک و دشواری تعبیه شده در مسیر انصراف، می‌تواند

رفتار افراد را به صورت قابل پیش‌بینی به جهتی خاص سوق دهد، بی‌آنکه ظاهراً قدرت انتخاب از آنان سلب شده باشد.^۱ در این نگاه، رضایت نه صرفاً نتیجه‌ی یک تصمیم درونی، بلکه محصول برهم‌کنش میان فرد و محیطی است که آگاهانه طراحی شده است. به عبارت دیگر، گاهی آنچه در ظاهر به صورت کلیک بر «می‌پذیرم» یا تیک‌زدن یک مربع بروز می‌کند، بیشتر بازتاب معماری تصمیم است تا ترجیح واقعی کاربر (Mathur et al., 2019; Luguri & Strahilevitz, 2021; brenncke, 2023). هر قدر این محیط بیشتر بر سوگیری‌های شناختی انسان استوار باشد، امکان شکل‌گیری رضایت واقعی و توأم با طیب نفس کمتر می‌شود. در خور ذکر و تأمل است که اگر قائل به تفکیک رضایت و قصد نباشیم، معماری انتخاب چنانکه به شکل مبسوط خواهیم دید به نحو قابل تأملی قصد را متأثر و حتی مخدوش می‌سازد و می‌تواند در مواردی ایده بطلان قرارداد را تقویت نماید. در این نوشتار مبنا را بر تفکیک قصد و رضا استوار نموده ایم. در ادامه به تلاش خواهد شد تصویر واضح تری از نحوه عملکرد الگوریتم‌های هوشمند و اثر گذاری آنان بر شکل‌گیری اراده پیش رو مخاطب قرار گیرد.

۳. تهدیدهای شناختی و ابزارهای فناورانه مؤثر بر اراده

چنانکه بیان شد، ظهور فناوری‌های شناختی و بهره‌گیری گسترده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین در طراحی واسط‌های کاربری، تبلیغات هدفمند و تصمیم‌سازی دیجیتال، تحولی بنیادین در شکل‌گیری اراده کاربران ایجاد کرده است. در زیر به نمونه‌هایی از دستکاری‌های شناختی می‌پردازیم.

۱.۳. طراحی‌های فریبنده^۲

^۱ برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به (Thaler & Sunstein, 2021 ; Zeilstra, 2024)

^۲ Dark Patterns

اصطلاح «الگوهای فریبنده» نخستین بار توسط **هری بریگنول**^۱ مطرح شد و به مجموعه‌ای از طراحی‌های دیجیتال اطلاق می‌شود که هدف آن‌ها تأثیرگذاری ناآگاهانه بر تصمیم کاربر، به نفع پلتفرم است. در مطالعه‌ای که توسط میچر^۲ و همکارانش صورت گرفته، بیش از ۱۱ هزار وبسایت فروشگاهی تحلیل و بالغ بر ۱۸۰۰ نمونه بالفعل از الگوهای فریبنده شناسایی شده است. این طراحی‌ها شامل پیام‌های اضطراری زمانی، دکمه‌های پیش‌تأیید شده، و روندهای پیچیده لغو اشتراک هستند (Mathur et al., 2019).

۳.۲. الگوریتم‌های پیشنهاد دهنده و شخصی‌سازی تبلیغات

الگوریتم‌های توصیه‌گر با تحلیل داده‌های رفتاری، سوابق مرورگر و علایق کاربران، آن‌ها را به سمت گزینه‌هایی هدایت می‌کنند که الزاماً با منافع واقعی‌شان همسو نیست. مطالعه دانشگاه آکسفورد نشان داده است که در مواجهه با طراحی‌های فریبنده، احتمال پذیرش خدمات نامطلوب توسط کاربران تا دو برابر افزایش می‌یابد. حتی در حالت الگوهای شدید فریبنده، این احتمال تا چهار برابر می‌رسد (Luguri & Strahilevitz, 2021).

۳.۳. واسط‌های کاربری و گزینه‌های پیش‌فرض

واسط‌های کاربری با استفاده از تکنیک‌هایی نظیر تنظیمات پیش‌فرض، رنگ‌های القایی، و محل قرارگیری گزینه‌ها، می‌توانند فرآیند انتخاب آگاهانه را مختل کنند. طبق یافته‌های یک پژوهش، حتی کاربران آگاه از وجود الگوهای فریبنده نیز نتوانستند در برابر تأثیر آن‌ها مقاومت نشان دهند. این مسئله نشان‌دهنده آن است که دستکاری شناختی ممکن است به‌صورت ساختاری در تضعیف اراده عمل کند (Bongard-Blanchy et al., 2021).

همچنین پژوهشی در حوزه سیاست‌گذاری عمومی رفتاری نشان داده است که بیش از ۹۷٪ از وبسایت‌ها حداقل یک الگوی فریبنده دارند و این طراحی‌ها به‌گونه‌ای سیستماتیک رضایت را مخدوش می‌سازند (Mathur et al., 2025). در نمونه‌ای جدی‌تر، طراحی سامانه

¹ Harry Brignull

² Mathur

نسخه‌پیچی در ایالات متحده به‌گونه‌ای صورت گرفته بود که تجویز داروهای اعتیادآور را به‌صورت ناخواسته افزایش می‌داد که از منظر حقوق سلامت نیز قابل تأمل است (Capurro & Velloso, 2021).

فناوری‌های شناختی مانند الگوریتم‌های یادگیری ماشین و طراحی‌های فریبنده بر پایه تحلیل داده‌های رفتاری کاربران عمل می‌کنند. داده‌هایی نظیر تاریخچه مرور، مدت‌زمان توقف بر صفحات، کلیک‌ها و حتی حرکات موس، به وسیله الگوریتم‌های پیش‌بینی‌گر پردازش شده و در لحظه، پیشنهادها و گزینه‌هایی به کاربر نمایش داده می‌شود که بیشترین احتمال انتخاب توسط او را دارند.

۴.۳. تکنیک‌های فنی

از منظر فنی، مهم‌ترین تکنیک‌های دستکاری شناختی عبارت‌اند از:

الف) ایجاد حس اضطرار زمانی^۱: استفاده از شمارش معکوس یا پیام‌هایی مانند «تنها دو مورد باقی مانده» برای تحریک تصمیم سریع و بدون تأمل (Mathur et al., 2019).

ب) گزینه‌های پیش‌فرض^۲: فعال‌سازی خودکار یک گزینه (مانند اشتراک پولی) به‌گونه‌ای که لغو آن نیازمند طی مراحل پیچیده باشد (Luguri & Strahilevitz, 2021).

ج) طراحی مبهم رابط کاربری^۳: تغییر رنگ دکمه‌ها، محل قرارگیری گزینه‌ها یا پنهان‌سازی اطلاعات مهم برای هدایت ذهن کاربر به انتخاب خاص (Bongard-Blanchy et al., 2021).

این سازوکارها بر سوگیری‌های شناختی انسان مانند «اثر پیش‌فرض»، «ترس از دست دادن» و «بار شناختی» تکیه دارند. مطالعات نشان داده‌اند که حتی کاربران آگاه از وجود

¹ Urgency Cues

² Pre-checked Defaults

³ Deceptive Interface Design

طراحی های فریبنده نیز در برابر این طراحی ها آسیب پذیرند (Bongard-Blanchy et al., 2021).

بدین ترتیب می توان گفت که رضایت حاصل از چنین محیط هایی در عمل کمتر بازتاب انتخاب آگاهانه است و بیشتر نتیجه دستکاری الگوریتمی و محیطی است.

۴. پیشنهاد، تعریف و تبیین «رضای القایی»

در این نوشتار مفروض می گیریم که قصد، به معنای آگاهی از انجام عمل حقوقی، در اغلب کنش های دیجیتال محقق است^۱؛ کاربر می داند که کلیک می کند، گزینه ای را فعال می سازد یا عضویت را می پذیرد. اما به نظر می رسد «رضا» که در حقوق ایران و فقه امامیه به معنای طیب نفس، اختیار واقعی و امکان ارزیابی متعارف است، در مواجهه با الگوریتم های هوشمند، نقطه ای آسیب پذیر در فرایند شکل گیری اراده است.

شایان توجه است که دستکاری شناختی ماهیتی بسیار متفاوت از القائات معمولی انسانی دارد. القائات معمولی انسانی به دلیل آشکار بودن و فقدان ساختار هدایتگر، هیچ گاه موجب عیب رضا در فقه و حقوق نشده اند^۲؛ اما دستکاری شناختی، چنانکه در بخش های قبل از نظر گذشت، بر خلاف آن ها، پدیده ای پنهان، ساختاری و مبتنی بر نابرابری شناختی است که بدون آگاهی کاربر مسیر تصمیم گیری او را تغییر می دهد. به نظر می رسد این نوع اثرگذاری نه از جنس ترغیب اجتماعی، بلکه از سنخ «تغییر شناختی» است.

گرچه در بسیاری از کنش های دیجیتال (مانند کلیک روی «خرید») پس از ورود به درگاه پرداخت قصد اضافه شدن خودکار کالا به سبد بدون اطلاع یا انشاء قابل احراز است، اما در برخی الگوهای فریبنده مانند (طراحی دکمه انصراف با عبارت تحقیرآمیز)، ممکن است کاربر نه تنها رضا، بلکه خود قصد انشاء را فاقد باشد؛ زیرا تصویری از ماهیت عمل حقوقی ندارد. در این موارد، قرارداد می تواند به طور مطلق باطل تلقی شود نه صرفاً قابل فسخ به خیار غبن شناختی. بنابراین، تفکیک میان «مخدوش شدن رضا» و «فقدان قصد» در طراحی های فریبنده ضروری است. این مقاله عمدتاً بر فرض وجود قصد متمرکز است و تخریب قصد نیازمند تحلیل جداگانه است.

مانند زمانی که معامله برای خشنودی مادر یا همسر منعقد می گردد^۲

در تحلیل فقهی و حقوقی اراده، می‌توان مراحل متعددی مانند تصوّر موضوع و طرف معامله، درک و تصدیق به فایده، تمایل و ترجیح عقلایی، عزم بر انجام معامله و در نهایت قصد انشاء و اظهار خارجی (ایجاب، قبول، امضاء، کلیک و مانند آن) را از هم تفکیک کرد. (امامی، ج ۱: ۱۸۰؛ کاتوزیان، ۱۳۹۴، حقوق مدنی، ج ۱: ۲۷۱؛ شهیدی: ۱۳۶-۱۳۷) در عیوب کلاسیکی مانند اکراه، تدلیس و اشتباه، معمولاً این «مقدمات اراده» است که دچار اختلال می‌شود.

در دستکاری‌های شناختی مبتنی بر معماری انتخاب و طراحی‌های فریبده نیز، یافته‌های ادبیات بین‌رشته‌ای نشان می‌دهد که مداخله دقیقاً در همین مراحل مقدماتی رخ می‌دهد. با هدایت توجه و فیلترکردن یا برجسته‌سازی گزینشی اطلاعات، بر «مرحله‌ی تصور و ادراک» اثر گذاشته می‌شود؛ کاربر گاهی فقط با بخشی از واقعیتِ معامله مواجه است (OECD, 2022).

با بهره‌گیری از الگوهایی نظیر پنهان‌سازی اطلاعات مهم، اطلاعات کم‌اهمیت بسیار زیاد (بمباران اطلاعاتی)، انتخاب پیش‌فرض‌ها و شیوه‌های خاص قاب‌بندی^۱، «مرحله‌ی تصدیق به فایده و ارزیابی سود و زیان» منحرف می‌گردد؛ به‌گونه‌ای که شخص گمان می‌کند معامله به نفع اوست، در حالی که این باور محصول چینش آگاهانه‌ی محیط تصمیم‌گیری است، نه سنجش مستقل و متوازن (Susser, Roessler, & Nissenbaum, 2019; Kozyreva, Lewandowsky, & Hertwig, 2020).

با استفاده از سوگیری‌های شناختی شناخته‌شده (مانند تمایل به حفظ وضعیت موجود، اثر پیش‌فرض، ترس از دست‌دادن فرصت و شمارش معکوس‌های ساختگی)، «مرحله‌ی ترجیح و عزم» تحت تأثیر قرار می‌گیرد و تصمیم نهایی بیش از آن که محصول تأمل سنجیده باشد، واکنشی به این محرک‌های طراحی شده است. مطالعات درباره‌ی تلنگرهای دیجیتالی و معماری انتخاب در خرید آنلاین نیز نشان می‌دهد که بازطراحی محیط تصمیم‌گیری می‌تواند بدون

¹ framing

تغییر محتوای حقوقی معامله، رفتار کاربران را به شدت جابه‌جا کند. (Weinmann et al., 2019; Jachimowicz et al., 2016)

فرض کنید کاربر در سامانه خرید آنلاین بلیط هواپیما، پس از جستجو، قیمتی مشاهده می‌کند. در مرحله پرداخت، ناگهان پیامی ظاهر می‌شود: «تنها ۲ بلیط با این قیمت باقی مانده است - ۱۰ نفر در حال مشاهده». در حالی که این پیام ساختگی است و پس از اتمام تایمر، دوباره از صفر شروع می‌شود. کاربر تحت تأثیر «ترس از دست دادن» و بدون فرصت مقایسه، خرید را نهایی می‌کند. اینجا، هرچند قصد انشاء وجود دارد، اما رضا محصول معماری انتخاب فریبده است و نه ارزیابی آزادانه. این همان «رضای القایی» است.»

بر این اساس، می‌توان گفت در دستکاری شناختی، مقدمات لازم برای شکل‌گیری «رضای معتبر» در بستر یک معماری تصمیم‌مداخله‌گر تضعیف یا منحرف شده است. این امر می‌تواند توجیه‌گر شناسایی عیب در رضایت و ضرورت پیش‌بینی سازوکارهای جبرانی‌ای مانند حق فسخ، عدم نفوذ یا قابل ابطال بودن معامله در مواجهه با «رضای القایی» باشد.

بدین ترتیب منظور از «رضای القایی»، رضایی است که از درون و بر پایه سنجش مستقل شکل نمی‌گیرد، بلکه حاصل هدایت، جهت‌دهی یا تحریک شناختی است. این پدیده صرفاً نتیجه ضعف فردی نیست، بلکه ناشی از شرایطی است که طراحی محیط دیجیتال بر تصمیم‌گیری تحمیل می‌کند.

شایان ذکر است رضای القای مفهومی متمایز از اقناع مشروع تجاری است. تشخیص رضای القایی از اقناع تجاری مشروع، مستلزم سه معیار است:

۱. عدم تقارن شناختی ساختاری: به‌کارگیری نقاط ضعف شناختی کاربر (مانند اثر پیش‌فرض، بار شناختی زیاد، اضطراب کاذب) به‌گونه‌ای که کاربر عادی آگاه و با احتیاط معقول نتواند در برابر آن مقاومت کند؛

۲. پنهان بودن جهت‌دهی: کاربر به‌طور معقولی متوجه نباشد که طراحی محیط، تصمیم او را به نفع پلتفرم هدایت می‌کند (برخلاف تبلیغ صریح یا پیشنهاد شفاف)

۳. سودآوری برای طراح بدون افزایش رفاه واقعی کاربر: تغییر رفتار صرفاً به نفع عرضه‌کننده باشد، نه تسهیل تصمیم‌گیری مبتنی بر ترجیحات حقیقی کاربر.

بر این اساس، نمایش تخفیف با تایمر واقعی (در حالی که کاربر می‌داند فروشنده حق تغییر قیمت دارد) اقناع مشروع است، اما شمارش معکوس‌های ساختگی که پس از اتمام مجدداً شروع می‌شوند یا القای کمبود ساختگی موجودی کالا، دستکاری نامشروع محسوب می‌شود.»

۵. رویکرد نظام‌های حقوقی غرب در مواجهه با دستکاری شناختی و طراحی‌های فریبنده

در نظام‌های حقوقی غربی، هرچند اصطلاح «دستکاری شناختی»^۱ به‌عنوان یک عنوان فنی واحد و یکپارچه در همه متون قانونی به‌کار نرفته است، اما مفهوم آن یعنی مداخله غیرموجه در فرایند ادراک و تصمیم‌سازی افراد به‌تدریج در حقوق موضوعه، اسناد تفسیری و ادبیات حقوقی وارد شده و واکنش‌های حقوقی چندلایه‌ای را برانگیخته است. در این میان، اصطلاح «الگوهای فریبنده» جایگاه صریح‌تری در متون حقوقی یافته و به‌عنوان تجلی عینی دستکاری شناختی مورد توجه قرار گرفته است.

۵.۱. حقوق اتحادیه اروپا

¹ cognitive manipulation

مقصود در این قسمت بررسی مقررات فرادستی است که مستقیماً برای تمام کشورهای عضو الزام آور است.

در حقوق اتحادیه اروپا، مقرر قانون خدمات دیجیتال^۱ نخستین سند الزام آور است که به صراحت از طراحی فریبنده^۲ نام می برد. به ویژه در بند تفسیری ۶۷ این مقرر، الگوهای فریبنده به عنوان طراحی هایی معرفی می شوند که آزادی انتخاب کاربران را تضعیف می کنند. افزون بر این، ماده ۲۵ قانون خدمات دیجیتال به طور الزام آور مقرر می دارد که پلتفرم ها نباید رابط های کاربری خود را به گونه ای طراحی کنند که توان کاربران برای اتخاذ تصمیم آزادانه و آگاهانه را فریب دهند، دستکاری کنند یا مختل سازند (European Parliament & Council of the European Union, 2022). این مقرر، بدون ورود مستقیم به اعتبار قراردادهای فردی، نمونه ای روشن از مداخله تنظیم گرانه پیشینی برای بازآفرینی محیط تصمیم گیری سالم است.

در حوزه حفاظت از داده ها نیز، راهنمای رسمی هیئت حفاظت از داده اروپا (EDPB Guidelines 3/2022) به طور صریح اصطلاح الگوهای فریبنده را تعریف کرده و آن ها را مغایر با «رضایت آزاد و آگاهانه» موضوع ماده ۷ GDPR می داند. بر اساس ماده ۷ مذکور هرگاه رضایت به پردازش داده (که مبنای شکل گیری بسیاری از قراردادهای دیجیتال است) به واسطه الگوهای فریبنده اخذ شده باشد، این رضایت باطل تلقی می شود و به طور غیرمستقیم، پایه قراردادی متزلزل می گردد.^۳ (European Parliament & Council of the European Union, 2016).

در کنار این مقررات نوین، اسناد کلاسیک حقوق مصرف کننده اتحادیه اروپا نیز منطق دستکاری شناختی را با ادبیات سنتی خود پوشش می دهند. دستورالعمل رویه های تجاری ناعادلانه (UCPD) اگرچه از اصطلاح الگوهای فریبنده یا دستکاری شناختی را استفاده

¹ DSA

² Dark pattern

³ محسوب می شود و در رویه GDPR هر چند این راهنما به معنای قانون الزام آور نیست، اما تفسیر رسمی^۳ نهادهای نظارتی و اعمال ضمانت اجرای اداری نقش تعیین کننده دارد

نمی‌کند، اما با شناسایی «اقدامات گمراه‌کننده» (ماده ۶) و «پنهان‌سازی اطلاعات اساسی» (ماده ۷)، هر رفتاری را که موجب شود مصرف‌کننده تصمیمی بگیرد که در غیر این صورت نمی‌گرفت، ناعادلانه تلقی می‌کند (European Parliament & Council of the European Union, 2005). این معیار، از حیث تحلیلی، دقیقاً با منطق دستکاری شناختی در تصمیم‌گیری هم‌راستا است.

همچنین دستورالعمل حقوق مصرف‌کننده^۱ با تأکید بر شفافیت، قابل فهم بودن اطلاعات و منع برجسته‌سازی فریبنده، به‌طور غیرمستقیم با طراحی‌های هدایت‌گر مقابله می‌کند. به‌ویژه ماده ۸ این دستورالعمل بر ارائه روشن و غیرگمراه‌کننده اطلاعات پیش قراردادی تأکید دارد (European Parliament & Council of the European Union, 2011). این دستورالعمل مقرر می‌دارد که در صورت نقض این الزامات، مصرف‌کننده از حقوق گسترده‌تری برای انصراف یا فسخ برخوردار خواهد بود.

مجموعه این اسناد نشان می‌دهد که اتحادیه اروپا، علاوه بر تنظیم‌گری ساختاری، امکان تأثیرگذاری بر اعتبار رضایت و در نتیجه قابلیت فسخ یا بی‌اثر شدن قراردادهای مصرف‌کننده را نیز در چارچوب حقوق قراردادهای حفظ کرده است.

بازتاب توجه به نقش طراحی رابط در اعتبار رضایت در رویه‌های اجرایی اروپا به‌خوبی قابل مشاهده است. مرجع حفاظت از داده‌های فرانسه (CNIL) در اقدامات نظارتی خود درباره بنرهای کوکی تأکید کرده است که رضایت تنها زمانی معتبر است که کاربر بتواند پذیرش و رد کوکی‌ها را با سهولت یکسان انتخاب کند و طراحی رابط نباید از طریق برجسته‌سازی گزینه پذیرش یا دشوارسازی گزینه رد، اراده کاربر را به‌طور غیرمنصفانه به سمت انتخابی خاص هدایت کند. از این منظر، اعتبار رضایت صرفاً به وجود گزینه‌های انتخاب محدود نمی‌شود، بلکه کیفیت محیط اخذ رضایت و فقدان الگوهای فریبنده نیز در احراز آزادانه بودن آن نقش اساسی دارد (CNIL, 2024; Regulation (EU) 2016/679, 2016). همین رویکرد در برخی نظام‌های حقوقی دیگر نیز مشاهده می‌شود؛ برای نمونه، قانون حریم خصوصی ایالت

¹ CRD

کلرادو رضایتی را که از طریق dark patterns اخذ شده باشد، فاقد اعتبار قانونی می‌داند و آن را مبنای پردازش مشروع داده‌های شخصی تلقی نمی‌کند (Colorado Privacy Act, 2021). مجموعه این تحولات نشان می‌دهد که حقوق معاصر به تدریج از ارزیابی صرف اعلام اراده فراتر رفته و به شرایط شناختی و نحوه طراحی محیطی که رضایت در آن شکل می‌گیرد نیز توجه ویژه‌ای یافته است.

این رویه‌ها نشان می‌دهند که دادگاه‌های اروپایی به تدریج از تفسیر تنظیم‌گرانه صرف به سمت شناسایی اثر قراردادی مستقیم دستکاری (ابطال یا قابلیت فسخ) حرکت می‌کنند؛ امری که می‌تواند الهام‌بخش نظام حقوقی ایران برای بومی‌سازی خیار غبن شناختی

۵.۲. ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده آمریکا به عنوان یکی از پیشروترین کشورهای جهان در عرصه فناوری و اقتصاد دیجیتال، سیاست‌های تنظیم‌گری داخلی خود را بر مبنای اصول بازار آزاد و رقابت عادلانه تنظیم کرده است. (بهادری جهرمی، ۱۴۰۵، ۵۷-۵۸)

در حقوق ایالات متحده، اگرچه مفاهیمی مانند دستکاری شناختی و الگوهای فریبنده به عنوان نهادهای مستقل تقنینی شناسایی نشده‌اند، اما قوانین ایالتی و رویه اجرایی تحولات مهمی داشته است.

قوانین حریم خصوصی در سطح ایالتی از جمله قانون حریم خصوصی مصرف‌کننده کالیفرنیا (CCPA) و قانون حریم خصوصی کلرادو (CPA) به صراحت مقرر داشته‌اند که «رضایت حاصل از طراحی‌های فریبنده معتبر نیست» و استفاده از الگوهای فریبنده ممنوع است (State of California, 2018; State of Colorado, 2021). کالیفرنیا در تعریف خود، الگوی فریبنده را «رابط کاربری طراحی‌شده با اثر قابل ملاحظه بر تضعیف یا مختل‌سازی خودمختاری، تصمیم‌گیری یا انتخاب کاربر» معرفی کرده است.

مهم‌ترین چالش پیش‌روی تنظیم‌گری طراحی‌های فریبنده در آمریکا، محدودیت‌های ناشی از متمم اول قانون اساسی است. از آنجا که طراحی رابط کاربری می‌تواند نوعی «بیان» تلقی شود، دادگاه‌ها در مواجهه با قوانین منع‌کننده الگوهای فریبنده، آنها را به‌عنوان تحدید آزادی بیان تجاری (Commercial Speech) مورد بررسی قرار می‌دهند.

دیوان عالی آمریکا در پرونده Central Hudson (۱۹۸۰) چهار معیار برای تحدید مجاز بیان تجاری وضع کرده است: (۱) وجود منافع قابل ملاحظه دولتی، (۲) ارتباط مستقیم تحدید با آن منافع، (۳) تحدید نباید بیش از حد وسیع باشد، و (۴) وجود راه‌کارهای کم‌تعدی‌کننده‌تر. بر این اساس، برخی از مقررات ضد طراحی‌های فریبنده با این چالش مواجه شده‌اند که آیا منافع دولتی به اندازه کافی قابل ملاحظه است و آیا تحدید از حد لازم فراتر نمی‌رود.

در پرونده NetChoice, LLC v. Bonta (۲۰۲۳) که به قانون طراحی متناسب با سن کالیفرنیا (CAADCA) مربوط می‌شد، دادگاه ناحیه ای مقررر منع الگوهای فریبنده را به دلیل ابهام و نگرانی از نقض متمم اول، تا حدی متوقف کرد. دادگاه تجدیدنظر حوزه نهم ضمن تأیید برخی بخش‌ها، بر ضرورت شفاف‌سازی دامنه شمول قانون تأکید کرد. این پرونده نشان می‌دهد که آینده قانونگذاری در حوزه طراحی‌های فریبنده در آمریکا به شدت با نحوه تفسیر دادگاه‌ها از متمم اول گره خورده است.

در سطح فدرال، بخش پنجم قانون کمیسیون تجارت فدرال (FTC Act) رفتارهای «فریبنده یا غیرمنصفانه» را ممنوع می‌کند و مبنای اصلی مداخله دولت در برابر طراحی‌های دستکاری‌کننده محسوب می‌شود (Federal Trade Commission, 1914). رویه اخیر FTC نشان از عزم این نهاد برای مقابله با طراحی‌های فریبنده دارد؛ از جمله در پرونده علیه آمازون (۲۰۲۳) که به اتهام استفاده از الگوهای فریبنده در فرآیند ثبت‌نام و لغو اشتراک منجر به صدور حکم ۲٫۵ میلیارد دلاری شد. همچنین در پرونده علیه Epic Games (سازنده Fortnite)، FTC این شرکت را به استفاده از الگوهای فریبنده در دریافت رضایت بدون ابراز صریح متهم کرد که به جریمه ۲۴۵ میلیون دلاری انجامید.

اما نهادهای اجرایی نیز از محدودیت متمم اول مصون نیستند. در سال ۲۰۲۵، کمیسیون تجارت فدرال به بهانه «سانسور فناوری» تلاش کرد از اختیارات خود برای مداخله در نحوه تصمیم‌گیری محتوایی پلتفرم‌ها استفاده کند؛ این اقدام با انتقاد شدید ناظران حقوقی مواجه شد که آن را نقض متمم اول و تلاش برای «اجبار بیان» از سوی دولت ارزیابی کردند.

مجموعه این تحولات نشان می‌دهد که حقوق آمریکا در مواجهه با دستکاری شناختی در وضعیت دوگانگی قرار دارد: از یک سو، قوانین ایالتی و رویه FTC با جدیت به دنبال تحدید طراحی‌های فریبنده هستند؛ از سوی دیگر، متمم اول و سنت قضایی حمایت از آزادی بیان تجاری، محدودیت‌های ساختاری جدی ایجاد کرده‌اند. در نتیجه رویکرد غالب در آمریکا، همانند اتحادیه اروپا، تنظیم‌گرانه است و به ندرت به بطلان خودکار قراردادهای می‌انجامد. به نظر می‌رسد نظام حقوقی ایران که فاقد محدودیت‌های مشابه متمم اول است ظرفیت بیشتری برای پذیرش ضمانت‌اجراهای مستقیم قراردادی (مانند خیار غبن شناختی) دارد.

۶. ظرفیت‌ها و چالش‌های حقوق ایران در مواجهه با دستکاری شناختی

در حقوق ایران نیز، هرچند به‌طور مستقیم به «الگوهای فریبنده» یا مداخلات شناختی پرداخته نشده، اما برخی مقررات و رویه‌های موجود ظرفیت تحلیل این موضوع را دارند. برای نمونه، در قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، اصولی همچون ضرورت شفافیت اطلاعات (مواد ۳۳ تا ۳۷) و حمایت از مصرف‌کننده (مواد ۳۸ و ۴۰) پیش‌بینی شده که می‌تواند در مواجهه با طراحی‌های فریبنده و اطلاعات گمراه‌کننده کاربست داشته باشد. همچنین، آیین‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۳۹۷) و بخش‌هایی از قانون جرایم رایانه‌ای (۱۳۸۸) ناظر بر رفتارهای فریبنده در فضای دیجیتال‌اند.

با وجود تصویب «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده» (۱۳۸۸) و آیین‌نامه اجرایی آن، که تکالیفی مانند ارائه اطلاعات «صحیح، واضح و کامل» (ماده ۲)، منع «روش‌های فریبنده» (ماده ۳) و جلوگیری از «گمراهی مصرف‌کننده در تشخیص مشخصات اصلی کالا یا خدمت» (ماده ۴) را مقرر کرده‌اند، این مقررات به‌تنهایی برای مواجهه با پدیده‌های نوین اثرگذاری شناختی در قراردادهای دیجیتال کافی نیستند. زیرا ساختار این قوانین عمدتاً نظارتی و

تعزیراتی است؛ یعنی هدف آن‌ها حمایت عمومی و پیشگیری از فریب در بازار است، نه ایجاد ضمانت اجرای قراردادی مانند حق فسخ. در نتیجه، حتی اگر عرضه‌کننده از طراحی‌های شناختی یا معماری انتخاب برای هدایت ادراک و رفتار مصرف‌کننده استفاده کند، ضمانت اجرای مستقیم آن در این قانون اغلب به شکل جریمه یا برخورد صنفی است و نه بی‌اعتباری یا قابلیت فسخ معامله.

از سوی دیگر، مقررات موجود ناظر بر موضوع معامله هستند: شفافیت قیمت، ویژگی‌ها، اوصاف کالا و نحوه عرضه. اما پدیده‌هایی مانند الگوریتم‌های هدایتگر و طراحی‌های فریبنده، یا سازوکارهای تحمیل «بار شناختی» زائد، نه موضوع معامله را مبهم می‌کنند و نه همیشه به صورت اطلاعات نادرست بروز می‌یابند؛ بلکه در سطحی عمیق‌تر، فرآیند شکل‌گیری اراده را دچار اختلال می‌کنند. این همان حوزه‌ای است که قانون مدنی و قانون حمایت از مصرف‌کننده هنوز برای آن سازوکار مشخصی پیش‌بینی نکرده‌اند.

مقررات موجود ایران نشان می‌دهند که قانونگذار اصل حمایت از اراده غیرمغلوب و منع فریب را پذیرفته است؛ اما این مقررات ضمانت اجرای قراردادی ایجاد نمی‌کنند.

چنانکه گفته شد، تهدیدهای شناختی، برخلاف اکراه و تدلیس سنتی که از سوی اشخاص معین و با ابزارهای مستقیم اعمال می‌شدند، از طریق سازوکارهای فناورانه، غیرفردی و پنهان عمل می‌کنند. این ابزارها نه با اجبار صریح و نه با فریب آشکار، بلکه با دستکاری در فرایند تصمیم‌گیری و هدایت نامحسوس ادراک و انتخاب، نوعی «رضای القایی» تولید می‌کنند؛ رضایی که در ظاهر بیان می‌شود اما محصول ارزیابی آزادانه و متعارف نیست. در چنین وضعیتی، اراده قراردادی شکل گرفته، از معیارهای لازم برای اعتبار حقوقی فاصله دارد.

برداشت حاضر از نهادهای سنتی فقهی-حقوقی (مانند غبن، غرر، تدلیس، اکراه، اشتباه، اجبار) یا ناظر به «موضوع معامله» است، یا ناظر به «نقص شدید و آشکار قصد یا رضایت». این تلقی، «اختلال نرم و تدریجی در اراده» را که در دستکاری شناختی رخ می‌دهد، پوشش نمی‌دهند. شایسته است نظام حقوقی ایران این تمایز را به صورت نهادی به رسمیت بشناسد و میان رضای واقعی و رضای القایی تفکیک قائل شود. پذیرش این تفکیک، مبنایی برای

طراحی یا بازنگری قواعد حمایتی مستوجب حق فسخ، غیرنافذ بودن معامله یا قابلیت ابطال آن را فراهم می‌سازد؛ نویسنده، نهاد «خیار غبن شناختی» را پیشنهاد می‌نماید. بر پایه این نهاد، هرگاه اراده متعاقد تحت اثرگذاری پنهان، شناختی و غیرطبیعی شکل گرفته باشد، وی خواهد توانست از قرارداد خارج شود. در چنین چارچوبی، خیار غبن شناختی پاسخی به چالش‌های نوظهور فضای دیجیتال خواهد بود و امکان تضمین آزادی تصمیم‌گیری را فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد این خیار در بستر توسعه تحلیلی خیار غبن و با بهره‌گیری از ظرفیت قواعد فقهی، به‌ویژه لاضرر و در موارد مقتضی غرر و با الهام از نظریه‌های نوین حقوق تطبیقی، قابل استنباط باشد.^۱ (Luguri & Strahilevitz, 2021; Brenncke, 2023) در این میان، قاعده غرور نیز با هدف حمایت از شخصی که در اثر فریب متحمل زیان شده است، می‌تواند در تبیین برخی آثار جبرانی ناشی از دستکاری شناختی مؤید این تحلیل باشد (صفایی و اصولی، ۱۴۰۵، ص. ۱۹۹).

این خیار همچنین پیوند مناسبی با مواد ۱۹۰، ۱۹۵، ۱۹۹ و ۲۱۱ قانون مدنی دارد. موادی که قصد و رضا را شرط اساسی عقد می‌دانند.

خیار شناختی به‌عنوان یک نهاد تحلیلی پیشنهادی، ناظر به وضعیتی است که در آن، هرچند قصد انشای عقد وجود دارد و اکراه به‌معنای سنتی نیز محقق نشده است، اما فرآیند شکل‌گیری رضایت در نتیجه مداخلات شناختی ساختاری نظیر معماری انتخاب هدایت‌گر، پنهان‌سازی گزینشی اطلاعات، یا بهره‌برداری از سوگیری‌های شناختی به‌گونه‌ای مختل شده که رضایت حاصله را نمی‌توان بیانگر اراده آزاد و آگاهانه متعاقد دانست؛ بلکه چنانکه بیشتر

بهرمکنشی در محیط‌های دیجیتال زمانی ناموجه تلقی می‌شود که: نخست، ویژگی‌های شناختی کاربر^۱ قابلیت بهم‌کنشی داشته باشد؛ دوم، این ویژگی‌ها آگاهانه و هدفمند در طراحی به کار گرفته شوند؛ سوم، طراح یا ارائه‌دهنده از آن منتفع گردد؛ و چهارم، پیامد این فرایند، تحریف ارادی تصمیم آگاهانه باشد. در چنین وضعیتی، آزادی ظاهری کاربر باقی است، اما رضایت او محصول یک معماری تصمیم «هدایت‌گر» است، نه محصول تأمل آزاد و بازاندیشانه. تبیین این منطق به فهم رویکرد مقرراتی اتحادیه اروپا کمک می‌کند: تمرکز بر محدودسازی طراحی‌های فریبده و بازطراحی فرایند تصمیم، بیش از آنکه به سمت بطلان مطلق قراردادها برود، ناظر به پیشگیری از نقض خودمختاری و تضمین شکل‌گیری (Brenncke, 2023) رضای معتبر است.

توضیح داده شد «رضای القایی» است. در این فرض، اختلال نه در اصل انشاء، بلکه در «کیفیت رضایت» رخ داده است.

از منظر فقه امامیه، هرچند عنوان مستقلی تحت نام «خیار شناختی» شناخته نشده، اما مبانی آن را می‌توان در توسعه تحلیلی نهادهای موجود جست‌وجو کرد. قاعده «لاضرر» به‌عنوان قاعده‌ای حاکم، هرگونه الزام قراردادی مستلزم ضرر نامتعارف و غیرقابل پیش‌بینی را نفی می‌کند؛ به‌ویژه در مواردی که این ضرر نتیجه اخلال در ادراک و تصمیم‌گیری متعاقد باشد، نه صرف نابرابری اقتصادی عوضین. همچنین، تحلیل موسع از تدلیس ساختاری نشان می‌دهد که فریب، لزوماً محدود به اظهار خلاف واقع صریح نیست، بلکه می‌تواند از طریق طراحی محیط تصمیم‌گیری و جهت‌دهی پنهان به ترجیحات نیز محقق شود؛ امری که در معاملات دیجیتال به‌طور فزاینده مشاهده می‌شود.

خیار شناختی از این حیث، نه جایگزین خیارات سنتی و نه معرفی یک خیار جدید است، بلکه توسعه مفهومی آن‌هاست و کارکرد آن در پرکردن خلأیی است که در آن، نه اگر به‌معنای فقهی قابل احراز است و نه تدلیس کلاسیک، اما رضایت به‌نحو مؤثر و غیر قابل انکاری تحت تأثیر مداخله آگاهانه و سودجویانه طرف مقابل یا پلتفرم واسطه شکل گرفته است. اثر حقوقی این خیار، نه بطلان مطلق عقد، بلکه ایجاد حق فسخ برای طرف متضرر است؛ امری که با منطق حمایت از رضایت واقعی و اصل لزوم قراردادها سازگارتر است.

از حیث کارکرد عملی، اعمال خیار شناختی مستلزم احراز سه عنصر است: نخست، وجود طراحی یا مداخله شناختی مؤثر در فرآیند تصمیم‌گیری؛ دوم، نقش علی این مداخله در شکل‌گیری رضایت؛ و سوم، تحقق ضرر یا التزام نامتعارف ناشی از این رضایت مخدوش. چنین چارچوبی، امکان اعمال محتاطانه و موردی این خیار را فراهم می‌کند و از تبدیل آن به ابزاری برای بی‌ثبات‌سازی قراردادها جلوگیری خواهد کرد.

چنانکه بیان شد در دستکاری شناختی، قصد انشاء ممکن است وجود داشته باشد، اما رضا به معنای طیب نفس و اختیار واقعی مخدوش شده است. این وضعیت از حیث تأثیر بر اراده، شباهت ساختاری با پدیده‌های سنتی‌ای مانند غبن، تدلیس و نجش دارد، با این تفاوت

که ابزار مداخله در اینجا نه دروغ صریح یا اجبار ظاهری، بلکه طراحی پنهان و ساختاری محیط تصمیم‌گیری است.

آنچه در این نوشتار دنبال می‌شود، معرفی خیار جدیدی در عرض خيارات دوازده‌گانه نیست؛ به ویژه آنکه مشهور فقهاء خيارات را حصري دانسته‌اند. بلکه استدلال بر آن است که خیار غبن به عنوان یک نهاد فقهی-حقوقی شناخته‌شده، ظرفیت توسعه مفهومی به گونه‌ای را دارد که بتواند پدیده نوین دستکاری شناختی را نیز در بر گیرد. در خیار غبن سنتی، موضوع «غبن» عبارت است از «تفاوت فاحش میان عوضین» و شرط تحقق آن «جهل مغبون به قیمت واقعی» است. اما با تأمل در مبنای قاعده‌ای که این خیار بر آن استوار است - یعنی قاعده «لاضرر» - درمی‌یابیم که مناط و ملاک حکم، اعم از «جهل به قیمت واقعی» است.

قاعده «لاضرر و لاضرار فی الاسلام» به عنوان یکی از قواعد بنیادین فقه امامیه، لزوم هر عقدی را که مستلزم ضرر نامتعارف و غیرقابل تحمل باشد، نفی می‌کند (آخوند خراسانی، ۱۴۲۶ق، ص ۳۸۰؛ انصاری، ۱۴۱۵ق، ص ۴۲۸). این قاعده در فقه، مبنای اثبات خیار غبن قرار گرفته است. از این رو، برای تشخیص قلمرو خیار غبن، باید به مبنای آن - یعنی قاعده لاضرر - بازگشت و پرسید: ملاک و مناطی که قاعده لاضرر را در موارد مختلف جاری می‌سازد چیست؟

با بررسی موارد متعدد فقهی از جمله غبن، تدلیس و نجش، می‌توان دریافت که مناط مشترک قاعده لاضرر در این موارد عبارت است از: «جهل طرف معامله به عاملی مؤثر در تصمیم‌گیری که در صورت آگاهی، رضایت واقعی شکل نمی‌گرفت، مشروط به آنکه این جهل موجب تحمل ضرر نامتعارف گردد». در غبن، این عامل «قیمت واقعی» است. در تدلیس، «واقعیت پنهان‌شده» است. در نجش - که در روایت معروف «لا تناجشوا» بر حرمت آن تأکید شده و شیخ انصاری در مکاسب محرمه (نوع رابع، مسأله ۲۳) از آن به عنوان یکی از انواع فریب در معامله یاد کرده است - خریدار جاهل به ماهیت صوری رقابت بوده و تحت تأثیر

این جهل، به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی تن می‌دهد (حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۲، ص ۴۲۹).

اکنون پدیده نوین «دستکاری شناختی» در فضای دیجیتال را با همان مناط می‌سنجیم. کاربر در این فضا جاهل است به «معماری انتخاب هدایت‌گر»؛ او نمی‌داند که گزینه‌های پیش‌فرض، رنگ‌ها، پیام‌های هشدار یا شمارش معکوس‌های ساختگی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که تصمیم او را به نفع پلتفرم سوق دهند. این جهل نیز در صورت احراز می‌تواند موجب تحمل ضرر نامتعارف (چه مالی و چه غیرمالی) برای کاربر گردد. بنابراین همان مناطی که در غبن سنتی، تدلیس و نجش موجب جریان قاعده لاضرر و اثبات حق فسخ می‌شود، در دستکاری شناختی نیز وجود دارد.

نتیجه آنکه خیار غبن - به عنوان یک نهاد فقهی - با توسعه مفهومی خود، می‌تواند مواردی را که رضایت طرف قرارداد تحت تأثیر جهل به معماری انتخاب هدایت‌گر شکل گرفته و این جهل موجب ضرر نامتعارف گردیده است، در بر گیرد. این «خیار غبن شناختی» چیزی جز همان خیار غبن نیست؛ تنها قلمرو آن بر اساس بازگشت به مبنای خود (قاعده لاضرر) و کشف مناط مشترک، توسعه یافته است..

بنابراین، خیار غبن شناختی به عنوان مکمل این ابزارها پیشنهاد می‌شود تا حق فسخ مستقیم برای کاربر فراهم آید.

بدین ترتیب اگر صرفاً تصمیم ضعیف یا غیر عقلایی گرفته شده باشد ولی طراحی هدایت‌گر موثر نبوده خیار جاری نیست. این خیار در جایی محقق می‌شود که هدایت شناختی و عدم تعادل به شکلی نامتعارف قابل احراز باشد. بار اثبات در چنین ادعایی بر عهده مدعی است و دادگاه‌ها می‌توانند از کارشناس فنی (UI/UX/ داده کلوی) بهره بگیرند.

به موازات خیار غبن شناختی پیشنهادات و راهکارهای دیگری نیز می‌توان ارائه نمود که مختصراً به بررسی آنها می‌پردازیم:

حق انصراف (الزامات آیین‌نامه تجارت الکترونیک): در برخی معاملات از راه دور، مصرف‌کننده ظرف ۷ روز حق انصراف دارد (ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک). این حق می‌تواند بخشی از موارد «رضای القایی» را پوشش دهد، اما محدود به کالا/خدمات خاص است و شامل همه قراردادهای دیجیتال نمی‌شود.

مسئولیت مدنی: در صورت اثبات تقصیر (طراحی فریبنده) و ضرر، کاربر می‌تواند بر اساس ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی مطالبه خسارت کند. اما این راهکار، فسخ قرارداد را ممکن نمی‌سازد و صرفاً جنبه جبرانی دارد.

رقابت غیرمنصفانه: استفاده از طراحی فریبنده می‌تواند مصداق «رویه تجاری فریبنده» ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده باشد و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان می‌تواند جریمه اعمال کند. اما این نیز ضمانت‌اجرای قراردادی (فسخ) ایجاد نمی‌کند.

با توجه به ساختار حقوقی ایران، به نظر می‌رسد پاسخ به دستکاری‌های شناختی را نمی‌توان صرفاً در سطح قراردادهای خصوصی یا صرفاً در سطح سیاست‌گذاری عمومی جست‌وجو کرد. هنگامی که رضایت متعاقد تحت تأثیر طراحی‌های شناختی هدایت‌گر شکل گرفته و نتیجه آن، اختلال در عدالت معاوضی و تحمیل ضرر نامتعارف است، مقتضی است که حقوق خصوصی ابزار مناسبی برای رهایی فرد فراهم کند. در این چارچوب، توسعه‌ی تحلیلی نهادهایی مانند «خیار غبن» و طرح «خیار غبن شناختی» می‌تواند امکان فسخ قرارداد را در مواردی که رضایت به‌صورت القایی و غیرمتوازن شکل گرفته است، فراهم آورد و از الزام اشخاص به پایبندی به تعهداتی که محصول رضایت معیوب‌اند جلوگیری کند.

با این حال، کارآمدی این رویکرد فرد محور به تنهایی کافی نیست؛ زیرا دستکاری شناختی غالباً ماهیتی ساختاری و تکرارشونده دارد و در مقیاس گسترده توسط پلتفرم‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات دیجیتال اعمال می‌شود. در چنین مواردی، علاوه بر اعطای حق فسخ به زیان‌دیده، مداخله حاکمیتی در قالب قواعد آمره، الزامات شفافیت، ممنوعیت طراحی‌های فریبنده، نظارت بر الگوریتم‌ها و پیش‌بینی ضمانت‌اجراهای اداری و اقتصادی ضرورت می‌یابد. بنابراین، جمع میان دو سطح «حمایت فردی» و «حفاظت جمعی از طریق تنظیم‌گری»

می‌تواند الگوی متوازن‌تری برای مواجهه با تهدیدهای شناختی در نظام حقوقی ایران فراهم آورد؛ الگویی که ضمن صیانت از آزادی اراده، مانع از تثبیت الگوهای رفتاری استثماری در بازار دیجیتال می‌شود.

نتیجه‌گیری

تحلیل انجام‌شده نشان می‌دهد که اراده قراردادی، مفهومی صرفاً صوری و وابسته به کلیک‌کردن، امضا یا پذیرش ظاهری نیست، بلکه به فرایندی تدریجی از ادراک، سنجش، ترجیح و تصمیم‌گیری آگاهانه متکی است. دستکاری‌های شناختی مبتنی بر معماری انتخاب و طراحی‌های فریبنده در محیط‌های دیجیتال، این فرایند را در سطوح مختلف مختل می‌کنند؛ از برجسته‌سازی گزینشی اطلاعات تا القای فوریت‌های ساختگی و تنظیم پیش‌فرض‌های جهت‌دار. در چنین بستری، «اراده ظاهری» می‌تواند حاصل محیطی باشد که به‌طور هدفمند برای هدایت رفتار طراحی شده است، نه برآیند اراده آزاد و سنجیده طرف قرارداد.

بررسی تطبیقی نشان داد که حقوق اتحادیه اروپا و ایالات متحده، هرچند با منطق‌ها و ابزارهای متفاوت، در حال حرکت به سمت محدودسازی طراحی‌های فریبنده هستند. مقرراتی مانند قانون خدمات دیجیتال، مقررات عمومی حفظ داده‌ها و دستورالعمل رویه‌های تجاری ناعادلانه با تأکید بر شفافیت، منع گمراه‌سازی و اعتبار رضایت، دستکاری‌های شناختی را در سطحی تنظیم‌گرانه مهار می‌کنند و در مواردی، امکان بی‌اعتبار شدن رضایت یا عدم اجرای شروط قراردادی را فراهم می‌سازند. با وجود این، هنوز قاعده‌ای عام برای «بطلان خودکار» همه قراردادهای ناشی از دستکاری شناختی شکل نگرفته و رویکرد غالب، ترکیبی از کنترل مقرراتی و داوری موردی است.

در حقوق ایران نیز مبانی قابل توجهی برای حمایت از اراده آزاد وجود دارد؛ از ممنوعیت غرر و تدلیس تا قواعدی مانند لا ضرر و نهادهایی نظیر خیار غبن. با این حال، این ابزارها بیش از آنکه ناظر به «اختلال در فرایند شکل‌گیری اراده» باشند، عمدتاً به عدم تعادل موضوع معامله یا فریب‌های کلاسیک توجه دارند. از این‌رو، دستکاری شناختی که نه الزاماً متقلبانه به

معنای سنتی است و نه همیشه منجر به زیان آشکار مالی می‌شود، در چارچوب‌های موجود به‌طور مستقیم قابل تحلیل نیست.

بر این مبنا، مقاله استدلال می‌کند که تکمیل این خلأ، نیازمند رویکردی دوگانه است: نخست، توسعه‌ی دکرین قراردادی از طریق طرح توسعه مفهومی نهادهایی مانند «خیار غبن شناختی» که به زیان ناشی از تضعیف اراده و نابرابری شناختی توجه کند؛ و دوم، تقویت تنظیم‌گری عمومی برای منع طراحی‌های فریبنده، ارتقای شفافیت و تضمین رضایت آگاهانه. چنین تلفیقی، نه نفی آزادی قراردادی، بلکه بازخوانی آن در پرتو واقعیت‌های محیط دیجیتال و پویایی قدرت الگوریتمی است. در نهایت، پذیرش این نگاه می‌تواند به شکل‌گیری رژیمی متوازن‌تر در حمایت از مصرف‌کننده و عدالت قراردادی بینجامد؛ رژیمی که هم بر خودمختاری فردی تأکید دارد و هم نسبت به ساختارهایی که آن را تهدید می‌کنند، بی‌تفاوت نمی‌ماند.

منابع و مأخذ

فارسی:

- بهادری جهرمی، ع. (۱۴۰۵). مطالعه تطبیقی رویکردهای ایران و آمریکا در اعمال حکمرانی نسبت به پلتفرم‌های داخلی و خارجی. فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی، ۹(۳۰)، ۴۸-۸۰.
<https://doi.org/10.22034/law.2025.2056319.1631>
جعفری لنگرودی، م. ج. (۱۳۷۰). ترمینولوژی علم حقوق (چاپ پنجم). گنج دانش.
جعفری لنگرودی، م. ج. (۱۳۸۶). الفارق: دایرةالمعارف عمومی حقوق (ج. ۱، چاپ اول).
جعفری لنگرودی، م. ج. (۱۳۸۸). وسیط در ترمینولوژی حقوق (چاپ اول). گنج دانش.
دهخدا، ع. ا. (۱۳۷۲). فرهنگ دهخدا. دانشگاه تهران.
راغب اصفهانی، ح. (۱۳۸۷). المفردات فی غریب القرآن (غ. خسروی حسینی، مترجم؛ چاپ چهارم). المكتبة المرتضوية لإحياء آثار الجعفرية.
شهیدی، س. م. (۱۳۹۵). تشکیل قراردادهای و تعهدات. انتشارات مجد.
صابری، ح.، آهنگران، م. ر.، و صادقی بهمنی، س. (۱۳۹۲). بازپژوهی فقهی - حقوقی پیرامون تفکیک قصد از رضا. آموزه‌های فقه مدنی، (۷)، ۲۷-۵۲.

صفایی، س. ح. و اصولی، پ. (۱۴۰۵). شرایط و آثار فریب و غرور در تحقق ضمان قهری؛ مطالعه تطبیقی در حقوق اسلام، ایران، انگلیس و فرانسه. فصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق تطبیقی، ۹(۳۰)، ۱۹۱-۲۱۸.

<https://doi.org/10.22034/law.2025.2040894.1456>

قنواتی، ج. (۱۳۷۸). رابطه قصد و رضا در اعمال حقوقی با تأکید بر دیدگاه امام خمینی (ره). روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۰(۸۵-۱۰۷).

قنواتی، ج.، عبدی‌پور، ا. و وحدتی شبیری، س. ح. (۱۳۹۶). حقوق قراردادهای در فقه امامیه. انتشارات سمت.

کاتوزیان، ن. (۱۳۹۴). حقوق مدنی: قواعد عمومی قراردادهای (ج. ۱). نشر میزان.

کاظمی نجف‌آبادی، ع. (۱۳۹۵). تحولات فقهی و تأثیر آن بر مفهوم قصد و رضایت. فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۴۹(۲)، ۳۱۱-۳۲۸. <https://doi.org/10.22059/jzfil.2017.62590>

یثربی، س. ع. م. و محمودی، ج. (۱۳). اثبات حکم با قاعده لاضرر. پژوهش‌های فقهی، ۱۴(۱)، ۱۰۵-۱۲۵. <https://doi.org/10.22059/jorr.2018.236798.1007745>

عربی:

ابن منظور، محمد بن مکرم. (۱۴۱۴هـ.ق). لسان العرب (ط. ۳). دار الفکر.

الخراسانی، محمد کاظم بن حسین. (۱۴۲۶هـ.ق). کفایة الأصول: حاشیة علی الرسائل، مطبوع فی هامش الرسائل، مبحث الأصول العملية، قاعدة لا ضرر. مؤسسة آل البيت (ع) لإحياء التراث.

الأنصاري، مرتضى. (۱۴۱۴هـ.ق). رسائل فقهیة (ط. ۱). انتشارات باقری.

الأنصاري، مرتضى. (۱۴۱۵هـ.ق). کتاب المکاسب (ط. ۶). مجمع الفکر الإسلامی.

التوحیدی التبریزی، میرزا محمد علی. (د.ت.). مصباح الفقاهة فی المعاملات: تقرير أبحاث السيد أبي القاسم الموسوی الخوئي. د.ن.

الحلی، حسن بن یوسف بن مطهر. (۱۴۱۴هـ.ق). تذکرة الفقهاء. مؤسسة آل البيت.

الزبيدي، محمد بن محمد مرتضى. (۱۴۱۴هـ.ق). تاج العروس من جواهر القاموس. دار الفکر.

الفيومي، أحمد بن محمد. (۱۳۹۸هـ.ق). المصباح المنير. دار الهجرة.

المحقق الكركي، علي بن حسين. (۱۴۰۸هـ.ق). جامع المقاصد (ج. ۴). مؤسسة آل البيت لإحياء التراث أهل البيت.

النراقي، المولى أحمد. (۱۴۰۸هـ.ق). عوائد الأيام (ط. ۳). منشورات مكتبة بصيرتي.

انگلیسی:

Brenncke, M. (2023). A theory of exploitation for consumer law: Online choice architectures, dark patterns, and autonomy violations. Journal of Consumer Policy, 46(4), 843–872. <https://doi.org/10.1007/s10603-023->

[09554-7](#)

- Colorado General Assembly. (2021). Colorado Privacy Act, Colo. Rev. Stat. §§ 6-1-1301–1313.
- European Parliament & Council of the European Union. (2011). Directive 2011/83/EU on consumer rights (Consumer Rights Directive). Official Journal of the European Union, L 304, 64–88. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>
- European Parliament and Council of the European Union. (2016). Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation). Official Journal of the European Union, L 119, 1–88.
- European Parliament & Council of the European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065>
- Federal Trade Commission. (1914). Federal Trade Commission Act (FTC Act), 15 U.S.C. §§ 41–58. United States Congress. <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/chapter-2>
- Jachimowicz, J. M., Duncan, S., Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2019). When and why defaults influence decisions: A meta-analysis of default effects. *Behavioral Public Policy*, 3(2), 159–186. <https://doi.org/10.1017/bpp.2018.43>
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43–109. <https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. G., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), Article 81, 1–32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- UK Government. (2008). The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 2008/1277). <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2008/1277/contents>
- Weinmann, M., Schneider, C., & vom Brocke, M. (2016). Digital nudging. *Business & Information Systems Engineering*, 58(6), 433–436.

<https://doi.org/10.1007/s12599-016-0453-1>

Zeilstra, R. (2024). Nudging and the safeguards of the rule of law. *German Law Journal*, 25(5), 750–771. <https://doi.org/10.1017/glj.2024.30>

فرانسوی:

Commission nationale de l'informatique et des libertés. (2024). Refuser les cookies doit être aussi simple que les accepter. <https://www.cnil.fr/fr/refuser-les-cookies-doit-etre-aussi-simple-que-les-accepter>

Refences:

Al-Hilli, H. ibn Y. ibn M. (1414 AH). *Tadhkirat al-fuqaha. Mu'assasat Al al-Bayt*. [In Arabic]

Al-Khurasani, M. K. ibn H. (1426 AH). *Kifayat al-usul: Hashiyah 'ala al-rasa'il, matbu' fi hamish al-rasa'il, mabhath al-usul al-'amaliyyah, qa'idat la darar. Mu'assasat Al al-Bayt li-Ihya' al-Turath*. [In Arabic]

Al-Muhaqqiq al-Karaki, A. ibn H. (1408 AH). *Jami' al-maqasid* (Vol. 4). *Mu'assasat Al al-Bayt li-Ihya' Turath Ahl al-Bayt*. [In Arabic]

Al-Naraqi, A. (1408 AH). *'Awa'id al-ayyam* (3rd ed.). *Manshurat Maktabat Basirati*. [In Arabic]

Al-Tawhidi al-Tabrizi, M. A. (n.d.). *Misbah al-fiqahah fi al-mu'amalat: Taqir abhath al-Sayyid Abu al-Qasim al-Musawi al-Khoei*. n.p. [In Arabic]

Al-Zabidi, M. ibn M. M. (1414 AH). *Taj al-'arus min jawahir al-qamus*. *Dar al-Fikr*. [In Arabic]

Ansari, M. (1414 AH). *Rasa'il fihiyyah* (1st ed.). *Baqeri Publications*. [In Arabic]

Ansari, M. (1415 AH). *Kitab al-makasib* (6th ed.). *Majma' al-Fikr al-Islami*. [In Arabic]

Bahadori Jahromi, A. (2026). A comparative study of Iranian and American approaches to exercising governance over domestic and foreign platforms. *Journal of Research and Development in Comparative Law*, 9(30), 48–80. <https://doi.org/10.22034/law.2025.2056319.1631>[In

Persian]

- Brenncke, M. (2023). A theory of exploitation for consumer law: Online choice architectures, dark patterns, and autonomy violations. *Journal of Consumer Policy*, 46(4), 843–872. <https://doi.org/10.1007/s10603-023-09554-7>
- Colorado General Assembly. (2021). Colorado Privacy Act, Colo. Rev. Stat. §§ 6-1-1301–1313.
- Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL). (2024). Refuser les cookies doit être aussi simple que les accepter. <https://www.cnil.fr/fr/refuser-les-cookies-doit-etre-aussi-simple-que-les-accepter>. [In French]
- Dehkhoda, A. A. (1372). Dehkhoda dictionary. University of Tehran. [In Persian]
- European Parliament & Council of the European Union. (2011). Directive 2011/83/EU on consumer rights (Consumer Rights Directive). *Official Journal of the European Union*, L 304, 64–88. EUR-Lex: Directive 2011/83/EU
- European Parliament and Council of the European Union. (2016). Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation). *Official Journal of the European Union*, L 119, 1–88.
- European Parliament & Council of the European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 on a single market for digital services (Digital Services Act). *Official Journal of the European Union*, L 277, 1–102. EUR-Lex: Regulation (EU) 2022/2065
- Federal Trade Commission. (1914). Federal Trade Commission Act (FTC Act), 15 U.S.C. §§ 41–58. United States Congress. 15 U.S.C. Chapter 2
- Fayyumi, A. ibn M. (1398 AH). *Al-Misbah al-munir*. Dar al-Hijrah. [In Arabic]
- Ibn Manzur, M. ibn M. (1414 AH). *Lisan al-‘Arab* (3rd ed.). Dar al-Fikr. [In Arabic]
- Jachimowicz, J. M., Duncan, S., Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2019). When and why defaults influence decisions: A meta-analysis of default effects. *Behavioural Public Policy*, 3(2), 159–186.

<https://doi.org/10.1017/bpp.2018.43>

- Jafari Langroudi, M. J. (1370). Terminology of law (5th ed.). Ganj-e Danesh. [In Persian]
- Jafari Langroudi, M. J. (1386). Al-Fariq: General encyclopedia of law (Vol. 1, 1st ed.). [In Persian]
- Jafari Langroudi, M. J. (1388). Wasit in legal terminology (1st ed.). Ganj-e Danesh. [In Persian]
- Katouzian, N. (1394). Civil law: General rules of contracts (Vol. 1). Mizan. [In Persian]
- Kazemi Najafabadi, A. (2017). Review of the concept of intention and consent based on jurisprudential developments. *Fiqh and Fundamentals of Islamic Law*, 49(2), 311–328.
<https://doi.org/10.22059/jjfil.2017.62590> [In Persian]
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43–109.
<https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. G., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), Article 81, 1–32.
<https://doi.org/10.1145/3359183>
- Qanavati, J. (1378). The relationship between intention and consent in legal acts with emphasis on Imam Khomeini's viewpoint. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, (20), 85–107. [In Persian]
- Qanavati, J., Abdipour, E., & Vahdati Shabiri, S. H. (1396). Contract law in Imamiyyah jurisprudence. *SAMT*. [In Persian]
- Raghib Isfahani, H. (1387). *Al-Mufradat fi gharib al-Qur'an* (G. Khosravi Hosseini, Trans.; 4th ed.). *Al-Maktabah al-Murtazawiiyah li-lhya' Athar al-Ja'fariyyah*. [In Persian]
- Saberi, H., Ahangaran, M. R., & Sadeghi Bahmani, S. (1392). A jurisprudential and legal re-examination of the distinction between intention and consent. *Teachings of Civil Jurisprudence*, (7), 27–52. [In Persian]
- Safaii, S. H., & Ousoli, P. (2026). Conditions and effects of deception and trickery in the realization of tortious liability: A comparative study in Islamic, Iranian, English and French law. *Journal of Research and*

- Development in Comparative Law, 9(30), 191–218.
<https://doi.org/10.22034/law.2025.2040894.1456> [In Persian]
- Shahidi, S. M. (1395). Formation of contracts and obligations. Majd Publications. [In Persian]
- UK Government. (2008). The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 2008/1277). UK Legislation
- Weinmann, M., Schneider, C., & vom Brocke, J. (2016). Digital nudging. Business & Information Systems Engineering, 58(6), 433–436.
<https://doi.org/10.1007/s12599-016-0453-1>
- Yathrebi, S. A. M., & Mahmudi, J. (2018). Proving the judgment by no-harm rule. Jurisprudential Research, 14(1), 105–125.
<https://doi.org/10.22059/jorr.2018.236798.1007745> [In Persian]
- Zeilstra, R. (2024). Nudging and the safeguards of the rule of law. German Law Journal, 25(5), 750–771. <https://doi.org/10.1017/glj.2024.30>

پایرونی در انتظار انتشار | نسخه‌ی اولیه | ویراستاری نشده
Accepted | Awaiting Publication | Draft Version | Unpublished