



A Comparative Study of the Right to Access Information in the Pre-contractual Phase of Franchising from the Perspective of Islamic Jurisprudence (Fiqh) and Human Rights

Hamidreza Karimi¹, Jamshid Asgarramaki^{2*}, Meysam Eslami³

1. Department of Private Law, KI.C., Islamic Azad University, Kish, Iran.

2. Department of Private Law, VaP.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3. Department of Private Law, VaP.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original

Research

Pages: 67-84

Article history:

Received: 24 May 2026

Edition: 05 Jun 2026

Accepted: 20 Jul 2026

Published online: 23 Sep 2026

Keywords:

Franchise, Pre-Contractual Phase, Right to Access Information, Imami Jurisprudence, Human Rights, Information Disclosure, Informed Consent, Contractual Justice.

Corresponding Author:

Jamshid Asgarramaki

Address:

Iran, Tehran, Islamic Azad University, VaP.C., Department of Private Law.

Orchid Code:

0009-0007-5990-9736

Email:

Jamshid7142@iau.ac.ir

ABSTRACT

Background and Aim: The purpose of this article is to conduct a comparative study of the right to access information in the pre-contractual phase of franchising from the perspectives of Islamic jurisprudence (Fiqh) and human rights.

Materials and Methods: The present article is descriptive-analytical. The materials and data are qualitative, gathered through note-taking (library research and documentary analysis).

Ethical Considerations: In this article, the originality of the texts, honesty, and scientific integrity have been strictly observed.

Findings: Although the "right to access information" has not been explicitly addressed as an independent concept in Imami jurisprudence, traditional jurisprudential doctrines and rules such as the prohibition of *Gharar* (uncertainty/risk), the prohibition of *Tadlis* (deception/misrepresentation), the rule of *La Darar* (no harm), the prohibition of *Akl al-Mal be al-Batel* (unjust enrichment), and the rational consensus (*Binā' al-'Uqalā*) possess the capacity to support the disclosure of essential information and prevent the concealment of facts that influence contractual intent.

Conclusion: Based on the results of this study, the right to access information in the pre-contractual phase of franchising is recognizable and justifiable in Iranian law. The most appropriate model to realize this right is to impose a pre-contractual obligation on the franchisor to disclose essential information, coupled with clear remedies such as the right of rescission (termination), damages, and, in severe cases, the invalidity of the contract.

Cite this article as:

Karimi, H; Asgarramaki, H & Eslami, M. "A Comparative Study of the Right to Access Information in the Pre-contractual Phase of Franchising from the Perspective of Islamic Jurisprudence (Fiqh) and Human Rights". 2026.

دوره سوم، شماره سوم، پائیز ۱۴۰۵

بررسی تطبیقی حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش قراردادی فرانچایز از منظر فقه و حقوق بشر

حمیدرضا کریمی^۱، جمشید عسگررمکی^۲، میثم اسلامی^۳

۱. گروه حقوق خصوصی، واحد بین‌المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران.
۲. گروه حقوق خصوصی، واحد ورامین_پیشوا، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۳. گروه حقوق خصوصی، واحد ورامین_پیشوا، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: قرارداد فرانچایز از جمله قراردادهای نوین و پیچیده تجاری است که در آن، مرحله پیش‌قراردادی نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری رضایت طرفین دارد. هدف این مقاله بررسی تطبیقی حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز از منظر فقه و حقوق بشر است.

مواد و روش‌ها: مقاله حاضر توصیفی تحلیلی است. مواد و داده‌ها نیز کیفی است و از فیش‌برداری در گردآوری مطالب و داده‌ها استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی: در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

یافته‌ها: اگرچه در فقه امامیه «حق دسترسی به اطلاعات» به‌عنوان یک عنوان مستقل مطرح نشده است، اما قواعدی چون منع غرر، حرمت تدلیس، قاعده لاضرر، منع اکل مال به باطل و بنای عقلا، ظرفیت لازم برای حمایت از افشای اطلاعات اساسی و جلوگیری از پنهان‌سازی اطلاعات مؤثر در اراده قراردادی را دارند. همچنین، از منظر حقوق بشر، این حق را می‌توان با مفاهیمی چون کرامت انسانی، خودمختاری فردی، رضایت آگاهانه، عدالت قراردادی و حمایت از طرف ضعیف‌تر توجیه کرد.

نتیجه: بر اساس نتایج این تحقیق، حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز در حقوق ایران قابل شناسایی و توجیه است و مناسب‌ترین الگو برای تحقق آن، پذیرش تعهد فرانچایز به افشای اطلاعات اساسی پیش از انعقاد قرارداد، همراه با ضمانت اجراهای روشن مانند حق فسخ، جبران خسارت و در موارد شدید، بی‌اعتباری قرارداد است.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۸۴-۶۷

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۰۳

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۵/۰۳/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۹

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

فرانچایز، مرحله پیش‌قراردادی، حق دسترسی به اطلاعات، فقه امامیه، حقوق بشر، افشای اطلاعات، رضایت آگاهانه، عدالت قراردادی.

نویسنده مسئول:

جمشید عسگررمکی

آدرس پستی:

ایران، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ورامین_پیشوا، گروه حقوق خصوصی.

کد ارکید:

۰۰۰۹-۰۰۰۹-۵۹۹۰-۹۷۳۶

پست الکترونیک:

Jamshid7142@iau.ac.ir

۱. مقدمه

قرارداد فرانچایز از جمله قراردادهای نوین تجاری است که در دهه‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین ابزارهای گسترش شبکه‌های توزیع، خدمات و کسب‌وکار در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل شده است. این قرارداد، به‌ویژه در مرحله پیش‌قراردادی، بر مبنای تبادل حجم قابل توجهی از اطلاعات شکل می‌گیرد؛ زیرا تصمیم فرانچایزی برای ورود به رابطه قراردادی، عمدتاً مبتنی بر داده‌ها و اطلاعاتی است که از سوی فرانچایزر درباره وضعیت علامت تجاری، مدل کسب‌وکار، سودآوری، هزینه‌ها، محدودیت‌های قراردادی، آموزش، پشتیبانی و آینده اقتصادی فعالیت ارائه می‌شود. از همین‌رو، مرحله پیش‌قراردادی در فرانچایز را باید یکی از حساس‌ترین مراحل این رابطه حقوقی دانست؛ مرحله‌ای که در آن، عدم توازن اطلاعاتی میان طرفین می‌تواند رضایت قراردادی را مخدوش و زمینه سوءاستفاده، فریب یا ورود ضرر را فراهم سازد.

مسئله اصلی این پژوهش آن است که آیا در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز، برای فرانچایزی می‌توان «حق دسترسی به اطلاعات» قائل شد و در مقابل، آیا فرانچایزر به افشای اطلاعات اساسی و مؤثر بر تصمیم‌گیری طرف مقابل ملزم است یا خیر. این پرسش از آن جهت اهمیت دارد که در حقوق قراردادهای جدید، به‌ویژه در حوزه قراردادهای تجاری نامتقارن، دیگر نمی‌توان صرف رضایت ظاهری را برای اعتبار کامل توافق کافی دانست، بلکه رضایت زمانی معتبر و آزادانه تلقی می‌شود که بر پایه آگاهی کافی و اطلاعات صحیح شکل گرفته باشد. در بسیاری از نظام‌های حقوقی، این مسئله در قالب

«تعهد به افشا»، «حسن نیت در مذاکرات» و «مسئولیت پیش‌قراردادی» مورد بررسی قرار گرفته است، اما در فقه امامیه، این موضوع به‌صورت مستقیم ذیل عنوان «حق دسترسی به اطلاعات پیش‌قراردادی» مطرح نشده و باید مبنای آن از طریق قواعد عام فقه معاملات، مانند منع غرر، حرمت تدلیس، حرمت غش، قاعده لاضرر، ممنوعیت اکل مال به باطل، لزوم صدق و امانت و نیز بنای عقلا استخراج شود (انصاری، ۱۴۱۵ق، ۲۱۴؛ نجفی، ۱۳۶۷، ۹۸؛ موسوی بجنوردی، ۱۳۸۰، ۲۲۱).

اهمیت موضوع از چند جهت قابل تبیین است. نخست آن‌که قرارداد فرانچایز به دلیل ساختار خاص خود، از جمله قراردادهایی است که در آن عدم تقارن اطلاعاتی میان طرفین به‌صورت ساختاری وجود دارد؛ زیرا فرانچایزر نسبت به وضعیت واقعی برند، تجربه تجاری، میزان موفقیت شبکه، هزینه‌های پنهان، محدودیت‌های قراردادی و ظرفیت سودآوری اطلاعات بسیار گسترده‌تری در اختیار دارد. دوم آن‌که فقدان شفافیت در این مرحله می‌تواند به انعقاد قراردادی منجر شود که رضایت یکی از طرفین، به‌ویژه فرانچایزی، بر پایه تصور نادرست یا اطلاعات ناقص شکل گرفته باشد. سوم آن‌که در نظام حقوقی ایران، مقررات ویژه و روشنی درباره الزام به افشای اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز وجود ندارد و این خلأ می‌تواند موجب بروز اختلافات جدی عملی شود.

روش تحقیق در این مقاله توصیفی - تحلیلی و با رویکرد تطبیقی است. داده‌ها و مطالب مورد نیاز به شیوه کتابخانه‌ای و از طریق فیش‌برداری از منابع

قاعده لاضرر، منع اکل مال به باطل و بنای عقلا قابل استنباط است؛ همچنین در رهیافت حقوق بشری، می‌توان آن را بر پایه کرامت انسانی، آزادی انتخاب آگاهانه و حمایت از اراده آزاد توجیه کرد. بر این اساس، به نظر می‌رسد شناسایی تعهد به افشای اطلاعات پیش‌قراردادی در قرارداد فرانچایز نه تنها با مبانی فقهی ناسازگار نیست، بلکه در راستای عدالت قراردادی و حمایت از رضایت آگاهانه طرفین قرار دارد.

۲. مواد و روش‌ها

مقاله حاضر توصیفی - تحلیلی است. مواد و داده‌ها نیز کیفی است و از فیش‌برداری در گردآوری مطالب و داده‌ها استفاده شده است.

۳. ملاحظات اخلاقی

در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

۴. یافته‌ها

اگرچه در فقه امامیه «حق دسترسی به اطلاعات» به‌عنوان یک عنوان مستقل مطرح نشده است، اما قواعدی چون منع غرر، حرمت تدلیس، قاعده لاضرر، منع اکل مال به باطل و بنای عقلا، ظرفیت لازم برای حمایت از افشای اطلاعات اساسی و جلوگیری از پنهان‌سازی اطلاعات مؤثر در اراده قراردادی را دارند. همچنین، از منظر حقوق بشر، این حق را می‌توان با مفاهیمی چون کرامت انسانی، خودمختاری فردی، رضایت آگاهانه، عدالت قراردادی و حمایت از طرف ضعیف‌تر توجیه کرد.

فقهی، حقوقی و اسناد مرتبط گردآوری شده‌اند. در بخش فقهی، مبانی استنباطی موضوع با رجوع به منابع معتبر فقه امامیه و قواعد عمومی معاملات بررسی می‌شود و در بخش حقوق بشری، ظرفیت اصول و اسناد مرتبط با حق بر اطلاعات، کرامت انسانی، آزادی اراده و حمایت از اشخاص در برابر نابرابری اطلاعاتی تحلیل خواهد شد. در نهایت، با مقایسه دو رویکرد، امکان ارائه الگویی حقوقی برای حمایت از حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز در نظام حقوقی ایران ارزیابی می‌شود.

سؤال اصلی این پژوهش آن است که آیا در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز، حق دسترسی به اطلاعات را می‌توان بر مبنای فقه امامیه و اصول حقوق بشر به رسمیت شناخت و حدود و آثار این حق چیست. در کنار این پرسش، چند سؤال فرعی نیز مطرح می‌شود، مبانی فقهی تعهد فرانچایزر به افشای اطلاعات کدام است؛ آیا اصول حقوق بشر قابلیت حمایت از چنین حقی را در روابط خصوصی دارند؛ و ضمانت اجرای نقض این حق در نظام حقوقی ایران چه می‌تواند باشد.

فرضیه اصلی مقاله آن است که در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز، به دلیل عدم تقارن ساختاری اطلاعات، فرانچایزی از حق دسترسی به اطلاعات اساسی و مؤثر بر رضایت قراردادی برخوردار است و در مقابل، فرانچایزر به افشای اطلاعاتی که در تصمیم‌گیری طرف مقابل نقش بنیادین دارند، ملزم است. این حق در فقه امامیه، هرچند به صورت مستقل و تحت این عنوان تصریح نشده، اما از مجموع قواعدی همچون منع غرر، حرمت تدلیس و غش،

۵. بحث

۵-۱. حق دسترسی به اطلاعات در مرحله

پیش‌قراردادی فرانچایز از منظر قواعد فقهی

مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز از حیث فقهی واجد ویژگی خاصی است، زیرا در این مرحله هنوز عقد به‌طور نهایی واقع نشده، اما اراده یکی از طرفین، به‌ویژه فرانچایزی، بر پایه اطلاعاتی شکل می‌گیرد که طرف دیگر در اختیار او می‌گذارد یا از او پنهان می‌سازد. از این‌رو، اگرچه در فقه امامیه عنوان مستقلی با نام «حق دسترسی به اطلاعات پیش‌قراردادی» دیده نمی‌شود، ولی می‌توان از مجموعه‌ای از قواعد عام فقه معاملات، مبانی استواری برای شناسایی چنین حقی یا دست‌کم برای اثبات تعهد طرف آگاه‌تر به افشای اطلاعات مؤثر بر رضایت قراردادی استخراج کرد. مهم‌ترین این مبانی عبارت‌اند از منع غرر، حرمت تدلیس و غش، قاعده لاضرر، منع اکل مال به باطل، بنای عقلا، لزوم صدق و امانت و حمایت از اعتماد مشروع در روابط معاملاتی.

۵-۱-۱. منع غرر

۵-۱-۱-۱. منع غرر و ضرورت رفع جهالت مؤثر

قاعده نهی از غرر از بنیادی‌ترین مبانی فقهی در لزوم شفافیت و رفع ابهام از روابط معاوضی است. فقها در تبیین غرر، تعبیر متعددی به‌کار برده‌اند، اما قدر مشترک آن‌ها بازگشت به نوعی خطر، جهالت مؤثر، یا قرار گرفتن معامله در معرض فریب و نزاع است. شیخ انصاری در بحث بیع غرری، غرر را ناظر به جهالتی می‌داند که عرفاً موجب خطر و تغیر در معامله می‌شود (انصاری، ۱۴۱۵ق، ۲۸۴). محقق حلی، علامه حلی، شهید اول و شهید ثانی نیز در ابواب بیع

و شروط، بر آن‌اند که هرگاه جهالت به عوضین یا اوصاف اساسی به حدی باشد که عقد را در معرض منازعه یا ضرر قرار دهد، معامله با اشکال غرری مواجه می‌شود (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ۱۱؛ علامه حلی، ۱۴۱۳ق، ۴۷۱؛ شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ۱۹۱).

در قرارداد فرانچایز، محور اصلی معامله صرفاً واگذاری یک شیء معین یا انتقال یک حق ساده نیست، بلکه ورود فرانچایزگیرنده به یک منظومه اقتصادی و حقوقی پیچیده است که ارزش آن به عناصر ناملموسی چون اعتبار تجاری علامت، کارآمدی الگوی کسب‌وکار، میزان حمایت فنی و آموزشی، انحصار یا عدم انحصار قلمرو، کیفیت زنجیره تأمین و امکان واقعی بازگشت سرمایه وابسته است. از این‌رو، هرگاه این عناصر بنیادین به‌طور مبهم، ناقص یا خلاف واقع ارائه شوند، جهل حاصل صرفاً یک ابهام فرعی نخواهد بود، بلکه می‌تواند به جهل مؤثر در عوضین یا در منفعت عقلایی مورد انتظار از قرارداد بینجامد و همین امر زمینه انطباق با قاعده غرر را تقویت می‌کند.

اهمیت قاعده غرر در فرانچایز از آن جهت دوچندان است که تصمیم فرانچایزگیرنده غالباً بر پایه اطلاعات پیشینی ارائه‌شده از سوی فرانچایزدهنده اتخاذ می‌شود. اگر اطلاعات مربوط به سودآوری متعارف، هزینه‌های پنهان، میزان موفقیت شعب مشابه، شرایط فسخ، محدودیت‌های رقابتی، یا حدود پشتیبانی قراردادی روشن نباشد، رضای طرف مقابل بر مبنای ارزیابی مطمئن شکل نمی‌گیرد. در چنین وضعی، خطر معامله نه صرفاً ناشی از ریسک متعارف تجاری، بلکه ناشی از ابهام اساسی در موضوع تعهد و

۵-۱-۱-۲. تأثیر جهل به عناصر اساسی قرارداد

در فقه، همه انواع جهل موجب بطلان یا منع معامله نیست؛ آنچه مهم است، «جهالت مؤثر» است، یعنی جهالتی که به رکن اساسی عقد، ارزش اقتصادی عوضین، یا امکان انتفاع متعارف از موضوع معامله مربوط باشد. فقها در ابواب بیع، اجاره، صلح و جعاله، میان جهالت جزئی و جهالت مؤثر تفکیک کرده‌اند و تنها دومی را با صحت عقد ناسازگار دانسته‌اند (علامه حلی، ۱۴۱۳ق، ۴۷۳؛ فخرالمحققین، ۱۳۸۷ق، ۲۳؛ شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ۱۹۳). از این منظر، اگر یکی از طرفین نسبت به اوصافی جاهل باشد که بنای تراضی بر آن‌ها استوار شده، رضایت او رضای مبتنی بر علم کامل محسوب نمی‌شود.

در فرانچایز، عناصر اساسی قرارداد محدود به مبلغ اولیه یا حق امتیاز نیست. اطلاعات مربوط به سابقه واقعی کسب‌وکار، نرخ موفقیت یا شکست شعب، هزینه‌های پنهان راه‌اندازی، حدود انحصار قلمرو، الزامات خرید انحصاری، کیفیت آموزش، نوع پشتیبانی، میزان کنترل فرانچایزر بر عملیات، شرایط فسخ و تمدید، و محدودیت‌های رقابتی، همگی می‌توانند در زمره عناصری باشند که اراده فرانچایزی بر مبنای آن‌ها شکل می‌گیرد. اگر این عناصر برای طرف مقابل مجهول بمانند یا به‌نحو گمراه‌کننده ارائه شوند، جهالت حاصل صرفاً یک نقص اطلاعاتی ساده نیست، بلکه جهالتی است که مستقیماً بر تعادل معاوضه و ارزیابی سود و زیان اثر می‌گذارد. از این حیث، می‌توان استدلال کرد که بخش مهمی از اطلاعات پیش‌قراردادی در فرانچایز، در حکم اوصاف اساسی موضوع معامله‌اند، نه اطلاعات فرعی و زائد.

آثار اقتصادی قرارداد است؛ یعنی همان وضعیتی که منطق فقهی منع غرر در پی پیشگیری از آن است.

با این حال، باید میان «ریسک متعارف تجاری» و «غرر فقهی» تفکیک کرد. هر قرارداد فرانچایز ذاتاً با درجه‌ای از عدم قطعیت نسبت به سود آینده همراه است و این مقدار از عدم قطعیت، لزوماً موجب غرری شدن معامله نیست. آنچه از منظر فقهی مسئله‌ساز می‌شود، پنهان بودن یا نامعلوم بودن عناصر اساسی‌ای است که عرف تجاری آن‌ها را برای ارزیابی عقلانی قرارداد لازم می‌داند. بنابراین، اگر چارچوب حقوق و تعهدات، قلمرو فعالیت، میزان حمایت، ساختار هزینه‌ها و شرایط بهره‌برداری از نشان تجاری به نحو شفاف تبیین شود، صرف احتمال عدم موفقیت اقتصادی نباید به‌تنهایی موجب الحاق قرارداد به معاملات غرری تلقی گردد.

بر این مبنا، قاعده غرر در تحلیل فرانچایز کارکردی تنظیمی و حمایتی پیدا می‌کند: از یک‌سو، فرانچایزدهنده را به افشای اطلاعات مؤثر و رفع ابهام از ارکان اقتصادی و حقوقی قرارداد ملزم می‌سازد؛ و از سوی دیگر، معیاری در اختیار قاضی یا داور قرار می‌دهد تا میان ابهام‌های قابل اغماض و ابهام‌های مفسد رضایت تمایز نهد. در نتیجه، هرچه فرانچایز به‌عنوان قراردادی نوین و مرکب توسعه می‌یابد، ضرورت بازخوانی قاعده غرر نیز بیشتر می‌شود؛ زیرا این قاعده می‌تواند ابزاری فقهی برای تضمین شفافیت، انصاف قراردادی و حمایت از رضایت آگاهانه در روابط فرانچایزی باشد.

۵-۱-۱-۳. قابلیت استناد قاعده غرر در فرانچایز

ممکن است ایراد شود که قاعده غرر در فقه عمدتاً در عقود معوض سنتی مانند بیع اعمال شده و تسری آن به قراردادهای پیچیده و ترکیبی امروزی، از جمله فرانچایز، روشن نیست. با این حال، با ملاحظه مبنای قاعده، چنین محدودیتی دشوارپذیر است. مناط منع غرر، حمایت از رضایت آگاهانه، جلوگیری از نزاع و جلوگیری از ورود به تعهدات مخاطره‌آمیز بر اثر جهل مؤثر است؛ این مناط در فرانچایز نه تنها منتفی نیست، بلکه به دلیل پیچیدگی فنی و اطلاعاتی قرارداد، پررنگ‌تر است. به‌ویژه آنکه بسیاری از فقها در تحلیل قواعد معاملات، بر عرف عقلایی و مقاصد واقعی تراضی تکیه کرده‌اند، نه صرف قالب‌های تاریخی عقود (نائینی، ۱۴۰۸ق، ۲۶۶؛ اصفهانی، ۱۴۱۸ق، ۶۷).

بر این مبنای، اگر فرانچایزر پیش از انعقاد قرارداد، اطلاعات اساسی درباره قابلیت سوددهی شبکه، وضعیت حقوقی علامت تجاری، بدهی‌ها یا دعاوی مرتبط، محدودیت‌های شدید عملیاتی، یا هزینه‌های واقعی بهره‌برداری را افشا نکند و فرانچایزی بر پایه تصور ناقص یا خلاف واقع اقدام به انعقاد قرارداد نماید، می‌توان گفت رضایت او در فضایی غرری شکل گرفته است. حتی اگر نتیجه این تحلیل در همه موارد بطلان عقد نباشد، دست‌کم می‌توان از قاعده غرر به‌عنوان مبنایی برای لزوم رفع جهالت مؤثر در مرحله پیش‌قراردادی و بالتبع، لزوم افشای اطلاعات اساسی استفاده کرد. از این‌رو، قاعده غرر در فرانچایز صرفاً یک بحث نظری نیست، بلکه می‌تواند سنگ‌بنای

فقهی حق فرانچایزی بر دریافت اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری آگاهانه باشد.

۵-۱-۲. حرمت تدلیس، غش و کتمان حقیقت
تدلیس در فقه معاملات از مهم‌ترین مبانی مسئولیت اطلاعاتی در روابط خصوصی است (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ۸۳؛ علامه حلی، ۱۴۱۳ق، ۵۱۲؛ شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ۳۶۳؛ نجفی، ۱۳۶۷، ۲۷۹). در قرارداد فرانچایز، تدلیس می‌تواند به‌صورت ارائه آمار غیرواقعی از سودآوری، پنهان‌سازی نرخ بالای شکست واحدهای مشابه، اغراق درباره میزان حمایت آموزشی و عملیاتی، یا نمایش گزینشی موفقیت‌های شبکه بدون افشای شکست‌های مهم رخ دهد. از منظر فقهی، ملاک تدلیس، ایجاد ظاهر فریبنده‌ای است که اراده طرف مقابل را جهت می‌دهد؛ بنابراین، ابزار تحقق آن منحصر به وصف شفاهی یا عیب ظاهری در مبیع نیست، بلکه اطلاعات اقتصادی، تجاری و سازمانی نیز می‌توانند موضوع تدلیس قرار گیرند.

۵-۱-۲-۱. غش و فریب اطلاعاتی

قاعده حرمت غش نیز مبنای مهمی در منع فریب اطلاعاتی است. در متون روایی، غش در معامله به‌شدت نکوهش شده و فقها آن را از مصادیق رفتار حرام در دادوستد دانسته‌اند (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ۲۸۳؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ۳۶۵). هرچند غش در نمونه‌های کلاسیک بیشتر ناظر به اختلاط کالای خوب و بد یا پوشاندن عیب مادی بوده، ولی روح حکم، منع هرگونه فریب دادن طرف معامله در آن چیزی است که برای تصمیم‌گیری او مؤثر است. امام خمینی نیز در مباحث معاملات، بر لزوم اجتناب از

هر رفتاری که موجب فریب و اغواء طرف معامله شود تأکید دارد (خمینی، ۱۴۲۱ق، ۴۸۷).

بر این اساس، در فرانچایز، «غش اطلاعاتی» می‌تواند به‌صورت دست‌کاری داده‌ها، ارائه پیش‌بینی‌های غیرواقع‌بینانه به‌جای واقعیت‌های مستند، استفاده از گزاره‌های تبلیغی در لباس اطلاعات فنی، یا سکوت نسبت به ریسک‌های مهم بروز کند. از منظر فقهی، تفاوتی نمی‌کند که فریب از طریق کالای معیوب تحقق یابد یا از طریق داده‌های معیوب؛ در هر دو صورت، حقیقتی که باید مبنای تراضی باشد، تحریف شده است. همین نکته یکی از مستحکم‌ترین مبانی فقهی برای شناسایی تعهد فرانچایزر به صداقت اطلاعاتی در مرحله پیش‌قراردادی است. به بیان دیگر، در قرارداد فرانچایز، موضوع اعتماد طرف مقابل تنها «اراده اعلام‌شده» فرانچایزر نیست، بلکه «درستی تصویر اقتصادی و فنی» ای است که از فرصت تجاری ارائه می‌کند. هرگاه فرانچایزر با بزرگ‌نمایی سود، پنهان‌سازی نرخ شکست شعب مشابه، کتمان هزینه‌های واقعی راه‌اندازی و بهره‌برداری، یا عرضه اطلاعات تبلیغاتی به‌جای داده‌های قابل اتکا، ذهن فرانچایزگیرنده را به ارزیابی نادرست سوق دهد، تراضی حاصل‌شده از پشتوانه آگاهی واقعی تهی می‌شود. در چنین وضعی، غش اطلاعاتی صرفاً یک تخلف اخلاقی یا نقض تعهد قراردادی نیست، بلکه از منظر فقهی می‌تواند اخلال در سلامت رضا و مخدوش‌کردن مبنای مشروع معامله تلقی شود؛ زیرا آنچه باید موضوع علم و اطمینان متعاملین باشد، عمداً یا بر اثر تقصیر، به‌صورت ناقص یا تحریف‌شده منتقل شده است. از همین‌رو، می‌توان تعهد به افشای صادقانه و کامل

اطلاعات اساسی را در فرانچایز، نه صرفاً الزامی عرفی یا تجاری، بلکه مقتضای مستقیم منع غش و لزوم شکل‌گیری رضایت آگاهانه در معاملات دانست.

۵-۱-۲-۲. سکوت گمراه‌کننده و کتمان مؤثر

یکی از مسائل دقیق این بحث، حکم سکوت است. آیا صرف سکوت، در جایی که طرف مقابل پرسشی مطرح نکرده، می‌تواند مبنای مسئولیت یا ضمان باشد؟ پاسخ فقهی به‌نظر می‌رسد وابسته به ماهیت اطلاعات و میزان اتکای عرفی طرف مقابل باشد. در فقه، گرچه اصل بر آن است که هر طرف باید در معامله متعارف احتیاط خویش را به‌کار گیرد، اما در مواردی که سکوت، همراه با اوضاع و احوالی است که موجب فریب عرفی طرف مقابل می‌شود، یا سکوت ناظر به امری است که بنای معامله بر آشکار بودن آن است، می‌توان آن را در حکم تدلیس یا غش دانست (نجفی، ۱۳۶۷، ۲۸۱). همین تحلیل را می‌توان در کلمات فقهای متأخر درباره صدق، امانت و لزوم پرهیز از فریب نیز مشاهده کرد (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ۵۴۸؛ سبحانی، ۱۴۱۴ق، ۳۱۲).

در فرانچایز، سکوت درباره برخی اطلاعات ممکن است از جنس سکوت خنثی نباشد، بلکه «سکوت گمراه‌کننده» باشد؛ یعنی سکوت نسبت به واقعیتی که فرانچایزر می‌داند اگر آشکار شود، فرانچایزی یا از انعقاد قرارداد منصرف می‌شود یا با شرایط دیگری رضایت می‌دهد. برای مثال، عدم افشای این‌که چند شعبه مشابه در یک سال اخیر تعطیل شده‌اند، یا این‌که علامت تجاری موضوع اختلاف قضایی است، یا آن‌که هزینه‌های واقعی بسیار فراتر از برآورد اولیه است، می‌تواند مصداق کتمان مؤثر باشد. در چنین مواردی، با اتکا به ملاک‌های تدلیس و غش، می‌توان

سکوت را نیز واجد اثر فقهی دانست و آن را ناقض تعهد به صداقت و شفافیت تلقی کرد.

۵-۱-۳. قاعده لاضرر و منع اکل مال به باطل

۵-۱-۳-۱. ورود زیان از رهگذر پنهان‌سازی اطلاعات

قاعده لاضرر از قواعد بنیادین فقه امامیه است که در قلمرو معاملات نیز نقشی گسترده دارد. بر پایه این قاعده، حکم شرعی یا رفتار حقوقی‌ای که موجب ورود ضرر ناروا به دیگری شود، قابل نفی یا تحدید است (نراقی، ۱۴۱۷ق، ۵۴؛ بجنوردی، ۱۳۸۰، ۲۴۷). در تحلیل مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز، پنهان‌سازی اطلاعات اساسی می‌تواند مستقیماً به ورود ضرر مالی سنگین به فرانچایزی منجر شود؛ زیرا او با اعتماد به اطلاعات ناقص، سرمایه‌گذاری، تجهیز محل، استخدام نیرو، اخذ وام، یا ترک فرصت‌های دیگر را بر عهده می‌گیرد. اگر این تصمیم‌ها بر پایه تصور غیرواقعی شکل گرفته باشند، زیان حاصل صرفاً ناشی از ریسک تجاری عادی نیست، بلکه نتیجه اخلال در فرآیند سالم تصمیم‌گیری است.

قاعده لاضرر در اینجا دو کارکرد دارد، نخست، کارکرد پیشگیرانه؛ بدین معنا که از آن می‌توان برای اثبات لزوم افشای اطلاعاتی استفاده کرد که کتمان آن‌ها عرفاً ضرر آفرین است. دوم، کارکرد جبرانی؛ یعنی در صورت ورود ضرر، مبنایی برای مسئولیت و جبران خسارت فراهم می‌آورد. برخی از فقها و اصولیان در تبیین دلالت قاعده لاضرر، بر نفی مشروعیت رفتارهایی تأکید کرده‌اند که نتیجه آن‌ها اضرار به غیر است، حتی اگر در قالب اولیه، عنوان مستقلی نداشته باشند (آخوند خراسانی، ۱۴۰۹ق،

۳۸۱؛ نائینی، ۱۴۰۸ق، ۵۵۸). این برداشت، در حوزه تعهدات اطلاعاتی پیش‌قراردادی بسیار راهگشاست.

۵-۱-۳-۲. اخذ عوض در پرتو اطلاعات ناقص

منع اکل مال به باطل نیز از مهم‌ترین مبانی قرآنی برای نفی مشروعیت تحصیل مال از طریق فریب، پنهان‌سازی حقیقت یا اخلال در رضایت واقعی طرف مقابل است. آیه «لا تأکلوا أموالکم بینکم بالباطل» (نساء، ۲۹) در ادبیات فقهی به‌صورت گسترده در تحلیل مشروعیت اسباب تملک و مبادلات مالی مورد استناد قرار گرفته است. فقها این آیه را ناظر به هر نوع تملک فاقد سبب مشروع یا همراه با فریب و ظلم دانسته‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۱۷۴؛ فاضل مقداد، ۱۴۰۴ق، ۱۸).

در قرارداد فرانچایز، اگر فرانچایزر وجه اولیه، حق امتیاز مستمر یا سایر عوض‌های قراردادی را در حالی دریافت کند که رضایت فرانچایزی بر پایه اطلاعات نادرست یا ناقص شکل گرفته است، این پرسش جدی مطرح می‌شود که آیا چنین تملکی به معنای دقیق فقهی، مشروع و منزّه از بطلان یا شائبه باطل است. هرچه نقش اطلاعات پنهان‌شده در اراده فرانچایزی بنیادی‌تر باشد، استناد به منع اکل مال به باطل تقویت می‌شود؛ زیرا مال در ظاهر با تراضی گرفته شده، اما این تراضی، آمیخته به فریب یا جهل مؤثر بوده است. از این‌رو، منع اکل مال به باطل می‌تواند نه‌فقط مبنای اخلاقی، بلکه مبنای حقوقی لزوم شفافیت و صداقت در روابط پیش‌قراردادی باشد. به تعبیر دقیق‌تر، در چنین فرضی اشکال تنها به «شیوه تحصیل مال» باز نمی‌گردد، بلکه به «مبنای استحقاق» آن مربوط می‌شود؛ یعنی فرانچایزر مالی را مطالبه و تملک می‌کند که مشروعیت آن وابسته

مشهود. بنابراین، شفافیت اطلاعاتی در این قرارداد، بخشی از عدالت معاوضی است، نه امری حاشیه‌ای.

فقهایی که در تحلیل معاملات بر منع ظلم، لزوم تراضی واقعی و نفی اسباب نامشروع تملک تأکید کرده‌اند، به‌طور ضمنی از این پیوند حمایت می‌کنند (طباطبایی یزدی، ۱۴۱۹ق، ۳۴؛ خویی، ۱۴۱۲ق، ۳۵۶). به بیان دیگر، در بستر فرانچایز، شفافیت اطلاعاتی شرط تحقق تراضی عادلانه است و هرچه اطلاعات پنهان‌شده اساسی‌تر باشند، فاصله قرارداد از عدالت معاوضی بیشتر می‌شود.

۵-۱-۴. بنای عقلا، امانت، صدق و وفای به اعتماد مشروع

۵-۱-۴-۱. عرف تجاری و افشای اطلاعات اساسی

یکی از مهم‌ترین منابع فهم تعهدات ضمنی در فقه معاملات، بنای عقلا و عرف متعارف تجاری است. فقها در موارد فراوان، حدود تعهدات، کیفیت ایفای تعهد، تشخیص عیب، معیار فریب و حتی تعیین پاره‌ای از شروط ضمنی را به عرف واگذار کرده‌اند (نائینی، ۱۴۱۸ق، ۲۷۴؛ اصفهانی، ۱۴۱۸ق، ۷۲). در روابط تجاری پیچیده امروز، عرف عقلایی اقتضا می‌کند طرفی که اطلاعات اساسی و انحصاری درباره موضوع قرارداد دارد، آن بخش از اطلاعات را که برای تصمیم‌گیری طرف مقابل حیاتی است، افشا کند. این عرف، به‌ویژه در قراردادهایی که مبتنی بر انتقال دانش، مدل کسب‌وکار و وابستگی بلندمدت‌اند، قوی‌تر است.

در فرانچایز، انتظار عقلایی آن است که فرانچایزر حداقل اطلاعات بنیادی درباره پیشینه شبکه،

به تحقق رضایت معتبر و آگاهانه طرف مقابل است. اگر این رضایت بر اثر کتمان واقعیت‌های اساسی، ارائه اطلاعات گمراه‌کننده یا سکوت نسبت به ریسک‌های تعیین‌کننده شکل گرفته باشد، عوض دریافتی هرچند در صورت ظاهری قرارداد موجه جلوه می‌کند، در منطق فقهی با تزلزل در سبب مشروع تملک مواجه می‌شود. در این چارچوب، منع اکل مال به باطل نشان می‌دهد که شفافیت اطلاعاتی در فرانچایز صرفاً یک الزام حسن‌نیت‌آمیز یا تعهد جانبی نیست، بلکه به هسته مشروعیت معاوضه مربوط است؛ زیرا هرجا مال در پرتو رضایی تحصیل شود که حقیقتاً بر علم مؤثر و ارزیابی صحیح مبتنی نبوده، احتمال دخول معامله در قلمرو اکل مال به باطل تقویت می‌شود و همین امر، مبنایی نیرومند برای مسئولیت پیش‌قراردادی، حق فسخ، یا حتی بی‌اعتباری برخی آثار مالی قرارداد فراهم می‌آورد.

۵-۱-۳-۳. پیوند میان شفافیت و عدالت معاوضی

فقه معاملات، هرچند بر آزادی قراردادی استوار است، اما این آزادی را در چارچوب عدالت معاوضی و سلامت رضایت طرفین می‌پذیرد. عدالت معاوضی اقتضا می‌کند که عوض و معوض در بستری از آگاهی متعارف و ارزیابی غیر مغشوش مبادله شوند. هرگاه یکی از طرفین به سبب انحصار اطلاعاتی، تصویری خلاف واقع از ارزش یا سودمندی مورد معامله ارائه دهد، تعادل معاوضه مخدوش می‌شود. در فرانچایز، این امر به مراتب جدی‌تر است؛ زیرا ارزش موضوع قرارداد، تا حد زیادی به اطلاعات و پیش‌بینی‌های تجاری وابسته است، نه صرف یک شیء مادی

داده‌هایی که فرانچایزر در مرحله پیش‌قراردادی عرضه می‌کند، صرفاً ابزار تبلیغاتی نیست، بلکه مبنای اعتماد مشروع طرف مقابل است و همین امر، بار فقهی صداقت اطلاعاتی را افزایش می‌دهد.

۵-۱-۴-۳. امکان استنباط تعهد پیش قراردادی از سیره عقلایی

ممکن است گفته شود تا پیش از انعقاد عقد، تعهد الزام‌آوری وجود ندارد و هر طرف صرفاً در حال مذاکره است؛ اما این تلقی با تحولات فقهی و حقوقی در باب مقدمات عقد و لوازم عرفی تراضی قابل بازنگری است. هرگاه در بنای عقلایی معاملات، مرحله پیش‌قراردادی بخشی از فرآیند متعارف شکل‌گیری رضایت تلقی شود و رفتارهای طرفین در آن مرحله دارای آثار تعیین‌کننده باشد، می‌توان برخی الزامات را نه به‌عنوان تعهد قراردادی نهایی، بلکه به‌عنوان تکلیف معاملاتی پیشینی شناسایی کرد. این الزامات ممکن است از جنس حرمت فریب، لزوم صدق، منع اضرار، یا احترام به اعتماد مشروع باشند.

در واقع، سیره عقلایی امروز در قراردادهای پیچیده و اطلاعات‌محور، مرحله افشای پیش‌قراردادی را جزئی از فرآیند سالم معامله می‌داند. فقه امامیه نیز با توجه به امضای بنای عقلا در حوزه معاملات، ظرفیت آن را دارد که این تحول را بپذیرد. بدین ترتیب، می‌توان از سیره عقلایی برای استنباط این نتیجه استفاده کرد که فرانچایزر، پیش از انعقاد قرارداد، مکلف است اطلاعات اساسی و غیرقابل دسترس مؤثر بر تصمیم فرانچایزی را افشا کند و ترک این امر، در صورت تأثیر بر رضایت طرف مقابل، واجد آثار فقهی است.

وضعیت حقوقی برند، هزینه‌های اصلی، شرایط بهره‌برداری، محدودیت‌های قراردادی و نوع حمایت‌های فنی را روشن سازد. در غیر این صورت، مذاکرات از منظر عقلایی سالم و منصفانه تلقی نمی‌شود. چون فقه در بسیاری از حوزه‌ها بنای عقلایی را امضا کرده، می‌توان گفت تعهد به افشای اطلاعات اساسی در فرانچایز، دست‌کم تا حدی، بر پایه سیره عقلایی نیز قابل اثبات است.

۵-۱-۴-۲. اعتماد متعارف فرانچایزی به داده‌های فرانچایزر

در روابط فرانچایز، فرانچایزی معمولاً به داده‌ها و اطلاعاتی که فرانچایزر ارائه می‌کند اعتماد می‌نماید؛ نه از سر سهل‌انگاری، بلکه به این دلیل که فرانچایزر منبع اصلی و غالباً انحصاری اطلاعات مربوط به شبکه، تجربه عملی، عملکرد شعب، الگوهای کسب‌وکار و ظرفیت‌های سودآورانه است. این اعتماد، در بسیاری از موارد، عرفاً موجه و مشروع است. در فقه نیز هر جا یکی از طرفین بر پایه اعتماد مشروع و متعارف اقدام کند و طرف دیگر با سوءاستفاده از این اعتماد، واقع را پنهان یا تحریف نماید، زمینه مسئولیت یا دست‌کم ایجاد خیار فراهم می‌شود.

این تحلیل را می‌توان با مفاهیم امانت و صدق نیز تقویت کرد. هرچند رابطه فرانچایزر و فرانچایزی در معنای خاص فقهی، لزوماً عقد امانت نیست، اما از حیث اخلاق معاملاتی و الزامات ناشی از صداقت، نوعی موقعیت اعتمادآفرین میان آن‌ها شکل می‌گیرد. فقیهان در ابواب مختلف، از جمله بیع، شرکت و وکالت، بر لزوم صدق و ممنوعیت خیانت در مواضع اعتماد تأکید کرده‌اند (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ۳۰۹؛ نراقی، ۱۴۱۷ق، ۱۱۲). از این‌رو، می‌توان گفت

۵-۲. آثار فقهی نقض تعهد اطلاعاتی

۵-۲-۱. خیار تدلیس

روشن‌ترین اثر فقهی نقض تعهد اطلاعاتی در مرحله پیش‌قراردادی، خیار تدلیس است. هرگاه فرانچایزر از طریق بیان خلاف واقع، ارائه تصویر فریبنده، یا کتمان اطلاعات اساسی، فرانچایزی را به انعقاد قرارداد ترغیب کرده باشد، برای طرف فریب‌خورده حق فسخ ثابت می‌شود. این اثر در فقه امامیه ریشه‌ای روشن دارد و در منابع متعدد به رسمیت شناخته شده است (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ۸۳؛ نجفی، ۱۳۶۷، ۲۷۹؛ خمینی، ۱۴۲۱ق، ۵۲۶). اهمیت خیار تدلیس در فرانچایز آن است که بسیاری از تصمیمات تجاری در این حوزه بر پایه اعتماد به داده‌های تخصصی و انحصاری اتخاذ می‌شود و در صورت کشف خلاف، بقای قرارداد با عدالت معاملاتی سازگار نیست.

۵-۲-۲. خیار غبن در صورت ارتباط

در برخی موارد، پنهان‌سازی اطلاعات ممکن است به عدم تعادل فاحش اقتصادی میان عوضین بینجامد و از این رهگذر، زمینه خیار غبن را نیز فراهم سازد. البته غبن در فقه دارای شرایط خاص خود است و صرف هر نابرابری مالی برای تحقق آن کافی نیست؛ اما اگر اطلاعات پنهان‌شده مستقیماً سبب شود فرانچایزی عوضی به مراتب بیش از ارزش واقعی منافع مورد انتظار بپردازد، امکان استناد به خیار غبن نیز قابل بررسی است (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ۴۵۶؛ نجفی، ۱۳۶۷، ۳۵۵؛ خویی، ۱۴۱۲ق، ۱۱۹). در فرانچایز، این وضعیت زمانی محتمل است که مثلاً فرانچایزر ارزش اقتصادی شبکه را به گونه‌ای غیرواقعی بالا نشان داده باشد و طرف مقابل بر همین مبنا حق امتیاز سنگینی پرداخت کند.

۵-۲-۳. حق فسخ

ر خیارات خاص، می‌توان در مواردی از حق فسخ به معنای عام نیز سخن گفت؛ به‌ویژه اگر معلوم شود رضایت طرف مقابل به نحو اساسی معیوب بوده یا شرط ضمنی بنایی صداقت و شفافیت نقض شده است. در فقه، شروط بنایی و ارتکازی در صورتی که مبنای تراضی باشند، می‌توانند در تحلیل آثار عقد نقش ایفا کنند. اگر شفافیت اطلاعاتی در فرانچایز را از لوازم بنایی این نوع قرارداد بدانیم، نقض آن می‌تواند در موارد مقتضی، زمینه انحلال رابطه را فراهم کند. این تحلیل، به‌ویژه در جایی قوت می‌گیرد که ادامه قرارداد پس از کشف حقیقت، متضمن تحمل زیان سنگین یا وابستگی ناروا برای فرانچایزی باشد.

۵-۲-۴. ضمان و جبران خسارت

یکی از مسائل مهم، امکان مطالبه خسارت ناشی از فریب یا کتمان اطلاعات است. در فقه امامیه، هرچند قالب‌های سنتی ضمان بیشتر بر اتلاف، تسبیب، ید و استیفا متمرکز بوده‌اند، اما ظرفیت کافی برای تحلیل خسارات ناشی از رفتارهای اطلاعاتی زیان‌بار نیز وجود دارد؛ خصوصاً با تکیه بر قواعد تسبیب، لاضرر و منع اضرار. اگر فرانچایزر با ارائه اطلاعات خلاف واقع یا سکوت گمراه‌کننده، سبب ورود خسارت‌های قابل انتساب به فرانچایزی شده باشد، استناد به ضمان او قابل دفاع است. این خسارات می‌تواند شامل هزینه‌های راه‌اندازی، پرداخت‌های اولیه، هزینه تجهیز، زیان ناشی از ترک فرصت‌های جایگزین و برخی خسارات تبعی قابل پیش‌بینی باشد. شماری از فقهای متأخر در توسعه قلمرو ضمان به اسباب عرفی

ورود زیان، موضعی انعطاف‌پذیرتر اتخاذ کرده‌اند (بجنوردی، ۱۳۸۰، ۵۸؛ مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ۱۷).

۵-۲-۵. امکان بطلان در موارد غرری شدید

در نهایت، در مواردی که جهل و ابهام نسبت به عناصر اساسی قرارداد به حدی باشد که اساس تراضی را مخدوش سازد، می‌توان از امکان بطلان سخن گفت. این نتیجه بیش از همه بر پایه قاعده غرر قابل طرح است. اگر موضوع تعهدات فرانچایزر، قلمرو حقوق واگذار شده، میزان و نوع منافع مورد انتظار، یا شرایط اصلی بهره‌برداری چنان مبهم یا پنهان باشد که عقد را در نگاه عرفی به معامله‌ای مخاطره‌آمیز و مجهول تبدیل کند، صحت آن با اشکال مواجه می‌شود. البته باید میان صرف تخلف از افشای برخی اطلاعات و جهالت ویران‌کننده تمایز گذاشت؛ زیرا همه موارد نقض تعهد اطلاعاتی به بطلان نمی‌انجامند و در بسیاری از موارد، خیار یا ضمان نتیجه مناسب‌تری است. با این حال، در فرض غرر شدید، بطلان همچنان یک امکان فقهی معتبر باقی می‌ماند.

از مجموع قواعد فقهی مورد بررسی می‌توان به این نتیجه رسید که هرچند فقه امامیه اصطلاح مستقلی برای «حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز» وضع نکرده است، اما از رهگذر منع غرر، حرمت تدلیس و غش، قاعده لاضرر، منع اکل مال به باطل، بنای عقلا، لزوم صدق و احترام به اعتماد مشروع، می‌توان به روشنی از وجود مبانی کافی برای شناسایی چنین حقی یا دست‌کم برای اثبات تعهد فرانچایزر به افشای اطلاعات اساسی سخن گفت.

۵-۳. تحلیل حق دسترسی به اطلاعات از منظر حقوق بشر

در ادبیات سنتی حقوق بشر، حق دسترسی به اطلاعات بیشتر در رابطه با دولت و اطلاعات عمومی مطرح بوده و عمدتاً از آزادی بیان و حق دریافت اطلاعات فهمیده شده است (کلاپم، ۲۰۰۶، ۳۵۰؛ موبری، ۲۰۰۴، ۲۰۱-۲۰۵). از سوی دیگر، اطلاعات در رویکردهای جدید حقوق بشری صرفاً یک موضوع مستقل نیست، بلکه مقدمه‌ای برای تحقق خودمختاری فردی به‌شمار می‌رود. شخص بدون دسترسی کافی به اطلاعات، توان انتخاب آزادانه و تصمیم‌گیری آگاهانه در امور مهم اقتصادی را از دست می‌دهد. در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز نیز فرانچایزی بدون اطلاع از وضعیت واقعی قرارداد، هزینه‌ها، محدودیت‌ها و ریسک‌ها، هرچند ظاهراً دست به انتخاب می‌زند، اما این انتخاب فاقد شرایط لازم برای خودمختاری واقعی است. به همین دلیل، دسترسی به اطلاعات در این مرحله را باید یکی از پیش‌شرط‌های اعمال اراده آزاد در حیات اقتصادی دانست.

این مسئله با کرامت انسانی نیز پیوند مستقیم دارد. کرامت اقتضا می‌کند انسان به‌عنوان فاعلی آگاه و صاحب انتخاب شناخته شود، نه ابزاری در خدمت منافع طرف آگاه‌تر. هرگاه شخص در نتیجه پنهان‌سازی یا تحریف اطلاعات به پذیرش تعهدی اقتصادی سوق داده شود که در صورت اطلاع کافی آن را نمی‌پذیرفت، شأن انسانی او در مقام تصمیم‌گیرنده نادیده گرفته شده است. بنابراین، شفافیت اطلاعاتی در قراردادهای پیچیده‌ای مانند فرانچایز تنها یک ضرورت اقتصادی نیست، بلکه

پاسخی به اقتضائات کرامت انسانی نیز هست (بایولول و براون اسورد، ۲۰۱۹، ۳۱-۲۷؛ گریفین، ۲۰۰۸، ۳۶-۳۳).

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های قرارداد فرانچایز، وجود عدم تقارن اطلاعاتی ساختاری میان طرفین است. فرانچایزر به اطلاعاتی دسترسی دارد که فرانچایزی غالباً نمی‌تواند به‌سادگی یا با هزینه معقول به آن‌ها دست یابد؛ مانند سوابق واقعی شبکه، داده‌های عملکرد، ریسک‌های پنهان، محدودیت‌های عملیاتی و میزان موفقیت یا شکست واحدهای مشابه. از این جهت، نابرابری اطلاعاتی در این رابطه تصادفی نیست، بلکه بخشی از ساختار آن است. بنابراین، آزادی قراردادی در چنین وضعی اگر صرفاً به معنای آزادی صوری برای پذیرش یا رد قرارداد فهمیده شود، نمی‌تواند پاسخ‌گوی واقعیت نابرابری باشد (ویلهمسون، ۲۰۲۱، ۹۶-۹۹؛ هاوِلز، ۲۰۰۵، ۳۵۵-۳۵۲).

در این چارچوب، حمایت از طرف ضعیف‌تر اهمیت پیدا می‌کند. فرانچایزی، به‌ویژه اگر شخص حقیقی یا بنگاه کوچک باشد، معمولاً از حیث تجربه، تخصص، دسترسی به مشاوره حقوقی و قدرت چانه‌زنی در موقعیتی پایین‌تر از فرانچایزر قرار دارد. این وضعیت او را در معرض فریب اقتصادی و پذیرش شروط ناعادلانه قرار می‌دهد. به همین دلیل، شناسایی حق دسترسی به اطلاعات نه یک امتیاز اضافی، بلکه ابزاری ضروری برای کاهش آسیب‌پذیری و حمایت از طرف ضعیف‌تر است (میکلیتس، ۲۰۲۱، ۹-۵).

علاوه بر این، اسناد نرم و مقررات فراملی مرتبط با حمایت از مصرف‌کننده، شفافیت تجاری و منع اعمال گمراه‌کننده نیز بر ضرورت ارائه اطلاعات صحیح،

کافی و غیرگمراه‌کننده تأکید دارند. اگرچه فرانچایز دقیقاً در قلمرو سنتی قراردادهای مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرد، اما منطق حمایت از انتخاب آگاهانه و منع سوءاستفاده اطلاعاتی در آن نیز قابل اعمال است. همچنین، اسناد تخصصی مربوط به فرانچایز در سطح بین‌المللی نیز بر ضرورت افشای پیش‌قراردادی و ارائه سند افشا تأکید کرده‌اند. این مجموعه نشان می‌دهد که در نظم حقوقی معاصر، اطلاعات به‌طور فزاینده بخشی از شرایط بازار منصفانه و رضایت معتبر تلقی می‌شود (ماده ۱۱ و ۱۲ دستورالعمل‌های سازمان ملل متحد برای حمایت از مصرف‌کننده؛ ماده ۲۵-۱۹ اصول قراردادهای تجاری بین‌المللی؛ ماده ۷ دستورالعمل شماره EC/۲۹/۲۰۰۵ پارلمان و شورای اروپا).

چالش دوم، تعارض احتمالی میان حق دسترسی به اطلاعات و محرمانگی تجاری است. فرانچایزر معمولاً دارایی‌های فکری و اطلاعات اختصاصی مهمی در اختیار دارد و افشای بی‌ضابطه آن‌ها می‌تواند به رقابت مشروع و منافع اقتصادی او آسیب بزند. از این‌رو، حق اطلاعاتی فرانچایزی نباید مطلق تلقی شود، بلکه باید به اطلاعاتی محدود گردد که برای تصمیم‌گیری آزاد و آگاهانه لازم و اساسی‌اند. این محدودسازی با منطق تناسب نیز سازگار است؛ زیرا حمایت از خودمختاری طرف ضعیف‌تر نباید به نابودی منافع مشروع طرف دیگر بینجامد (الکسی، ۲۰۲۲، ۶۹-۶۶). در نتیجه، راه‌حل مناسب آن است که میان اطلاعات لازم برای ارزیابی ورود به قرارداد و اطلاعات اختصاصی مربوط به اجرای قرارداد تفکیک شود.

۵-۴. مطالعه تطبیقی و ارائه الگوی پیشنهادی

برای حقوق ایران

۵-۴-۱. نقاط اشتراک فقه و حقوق بشر

نخستین نقطه اشتراک فقه و حقوق بشر در این حوزه، حمایت از اراده آگاهانه در فرآیند انعقاد قرارداد است. در هر دو رویکرد، رضایت زمانی معتبر و قابل اعتناست که بر پایه آگاهی کافی از مفاد، آثار و شرایط اساسی قرارداد شکل گرفته باشد. از این جهت، پنهان‌سازی اطلاعات مؤثر یا ابهام در عناصر بنیادین رابطه قراردادی، با صحت اراده و عدالت معاملاتی ناسازگار است.

نقطه اشتراک دوم، منع فریب و سوءاستفاده از ناآگاهی طرف مقابل است. هم در فقه و هم در رویکرد حقوق بشری، بهره‌برداری از برتری اطلاعاتی برای تحمیل تعهدات ناعادلانه یا القای تصور نادرست از واقعیت قرارداد، امری غیرقابل پذیرش تلقی می‌شود. در هر دو نظام، اصل بر آن است که طرف آگاه‌تر نباید از موقعیت برتر خود برای گمراه کردن یا استثمار طرف دیگر استفاده کند.

سومین اشتراک، ضرورت شفافیت حداقلی در روابطی است که با عدم تقارن اطلاعاتی همراه‌اند. هرچند زبان و مبانی دو نظام متفاوت است، اما نتیجه عملی آن‌ها در این بخش به یکدیگر نزدیک می‌شود؛ بدین معنا که در روابط پیچیده‌ای چون فرانچایز، حداقلی از افشای اطلاعات برای شکل‌گیری رضایت معتبر و جلوگیری از اختلافات بعدی ضروری است.

۵-۴-۲. نقاط افتراق

با وجود این همگرایی، فقه و حقوق بشر از حیث مبنا تفاوت دارند. در فقه، تحلیل این مسئله بیشتر بر پایه

تکلیف، حرمت فریب، لزوم صداقت و مشروعیت معامله استوار است؛ درحالی‌که در حقوق بشر، تأکید اصلی بر حق فرد بر آگاهی، خودمختاری و برخورداری از شرایط منصفانه تصمیم‌گیری قرار دارد. به بیان دیگر، فقه بیشتر از زاویه الزام طرف آگاه‌تر سخن می‌گوید، اما حقوق بشر از منظر استحقاق اطلاعاتی طرف ضعیف‌تر.

تفاوت دوم به قلمرو و زبان مفهومی مربوط می‌شود. فقه کلاسیک از مفاهیمی مانند غرر، تدلیس، غبن، غش و غرور استفاده می‌کند، درحالی‌که حقوق بشر از مفاهیمی چون کرامت انسانی، رضایت آگاهانه، خودمختاری، آسیب‌پذیری و برابری واقعی بهره می‌گیرد. از این‌رو، اگرچه گاه نتیجه نهایی مشابه است، اما چارچوب تحلیلی و ادبیات مفهومی آن‌ها متفاوت باقی می‌ماند.

سومین تفاوت در ضمانت اجراها دیده می‌شود. در فقه و حقوق مدنی ایران، نقض شفافیت اطلاعاتی معمولاً از طریق نهادهایی مانند تدلیس، غبن، فسخ، بطلان یا مسئولیت مدنی قابل پیگیری است؛ اما در رویکردهای جدید تنظیمی، افزون بر ضمانت اجراهای پسینی، ابزارهای پیشینی مانند الزام قانونی به افشا، سند افشای استاندارد و مهلت تفکر نیز پیش‌بینی می‌شود.

۵-۴-۳. الگوی پیشنهادی برای تنظیم حق

دسترسی به اطلاعات در فرانچایز

با توجه به ویژگی‌های قرارداد فرانچایز و شدت عدم تقارن اطلاعاتی در مرحله پیش‌قراردادی، مناسب‌ترین الگو برای حقوق ایران، شناسایی تعهد قانونی افشای پیش‌قراردادی است. بر اساس این الگو،

رویکرد حقوق بشری نیز حق دسترسی به اطلاعات را می‌توان در پیوند با کرامت انسانی، آزادی اراده، رضایت آگاهانه و حمایت از طرف ضعیف‌تر تبیین کرد؛ بنابراین، هم از منظر فقهی و هم از منظر حقوق بشری، شناسایی این حق در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز قابل دفاع و موجه است.

یافته‌های تحقیق نشان داد که فرانچایز به سبب پیچیدگی ساختار قراردادی، ماهیت اطلاعات‌محور و نابرابری ساختاری میان طرفین، از جمله قراردادهایی است که در آن بدون دسترسی کافی به اطلاعات اساسی، اراده‌ای آگاهانه و رضایتی معتبر شکل نمی‌گیرد. فرانچایز معمولاً از اطلاعاتی برخوردار است که برای تصمیم‌گیری اقتصادی فرانچایزی نقشی تعیین‌کننده دارند و عدم افشای آن‌ها می‌تواند به تحریف رضایت، برهم خوردن تعادل قراردادی و ورود زیان به طرف ضعیف‌تر بینجامد. از این‌رو، حمایت از شفافیت پیش‌قراردادی در فرانچایز نه صرفاً یک خواسته اخلاقی، بلکه یک ضرورت حقوقی و انصاف‌محور است.

بر پایه‌ی این تحلیل، مناسب‌ترین الگو برای تنظیم این رابطه، پذیرش تعهد به افشای اطلاعات اساسی در مرحله پیش‌قراردادی است. مقصود از این تعهد آن است که فرانچایزر مکلف باشد اطلاعاتی را که نوعاً در تصمیم‌گیری طرف مقابل مؤثرند، پیش از انعقاد قرارداد به‌صورت روشن، صحیح و قابل ارزیابی ارائه کند. این الگو از یک‌سو با مبانی فقهی سازگار است، زیرا به رفع غرر، پیشگیری از تدلیس و حمایت از رضایت واقعی کمک می‌کند و از سوی دیگر با الزامات عدالت قراردادی و معیارهای نوین حمایت از طرف ضعیف‌تر هماهنگ است. در عین حال، این تعهد

فرانچایزر باید پیش از انعقاد قرارداد، اطلاعات اساسی و مؤثر در تصمیم‌گیری فرانچایزی را به‌صورت روشن، صحیح و غیر گمراه‌کننده در اختیار او قرار دهد. حداقل اطلاعات لازم‌الافشا می‌تواند شامل وضعیت حقوقی علامت تجاری، سوابق تجاری فرانچایزر، هزینه‌های اولیه و مستمر، محدودیت‌های قلمرو، تعهدات آموزشی و پشتیبانی، شرایط فسخ و تمدید، و نیز اطلاعات واقعی درباره عملکرد شبکه یا واحدهای مشابه باشد. این اطلاعات باید در قالب سندی منظم و مشخص ارائه شود تا از انتقال ناقص، پراکنده یا مبهم داده‌ها جلوگیری گردد.

در کنار این امر، پیش‌بینی مهلت تفکر برای فرانچایزی نیز ضروری است تا وی بتواند پس از دریافت اطلاعات، با فرصت کافی و دور از فشارهای روانی یا تجاری، درباره ورود به قرارداد تصمیم بگیرد. همچنین، برای تضمین اثربخشی این نظام، باید ضمانت اجرای مدنی و قراردادی مناسبی مانند حق فسخ، جبران خسارت و بی‌اعتباری شروط مبتنی بر اطلاعات خلاف واقع یا سکوت گمراه‌کننده پیش‌بینی شود.

۶. نتیجه

پژوهش حاضر در پاسخ به این پرسش اصلی که آیا می‌توان حق دسترسی به اطلاعات در مرحله پیش‌قراردادی فرانچایز را از منظر فقه امامیه و حقوق بشر شناسایی و توجیه کرد، به این نتیجه می‌رسد که پاسخ مثبت است. هرچند این حق در فقه سنتی با همین عنوان مطرح نشده، اما مجموعه‌ای از قواعد و اصول فقهی بر لزوم رفع جهالت مؤثر، منع فریب، جلوگیری از ورود ضرر ناروا و صیانت از رضایت صحیح در معاملات دلالت دارند. از سوی دیگر، در

نباید به افشای بی حد و مرز همه اطلاعات منجر شود، بلکه باید به اطلاعات اساسی و مؤثر محدود بماند تا میان ضرورت شفافیت و حفظ محرمانگی تجاری تعادل برقرار شود.

همچنین روشن شد که شناسایی این تعهد بدون پیش‌بینی ضمانت اجراهای روشن و مؤثر، به حمایت واقعی از طرف ضعیف‌تر نمی‌انجامد. از این رو، لازم است نقض تعهد اطلاعاتی، حسب مورد، بتواند آثاری مانند حق فسخ، جبران خسارت، بی‌اعتباری برخی شروط یا در موارد شدید، بی‌اعتباری قرارداد را در پی داشته باشد. تنها در این صورت است که تعهد به افشا از سطح یک توصیه اخلاقی فراتر می‌رود و به یک الزام حقوقی واقعی و کارآمد تبدیل می‌شود.

در نتیجه، پیشنهاد می‌شود قانون‌گذار ایرانی با توجه به ماهیت خاص قرارداد فرانچایز، مقرراتی ویژه برای تعهدات اطلاعاتی پیش‌قراردادی وضع کند و در آن قلمرو اطلاعات لازم‌الافشا، معیار اساسی بودن اطلاعات، زمان و شیوه افشا و ضمانت اجراهای تخلف را به روشنی مشخص سازد. همچنین، رویه قضایی نیز می‌تواند تا زمان تصویب مقررات خاص، با تفسیر موسع و هدفمند قواعد عمومی فقهی و حقوقی، در جهت حمایت از رضایت آگاهانه، جلوگیری از سوءاستفاده اطلاعاتی و برقراری تعادل قراردادی گام بردارد. حاصل چنین رویکردی آن خواهد بود که آزادی قراردادی در فرانچایز نه بر پایه نابرابری اطلاعاتی، بلکه بر بنیاد شفافیت، انصاف و انتخاب آگاهانه استوار شود.

۷. سهم نویسندگان

نگارش متن توسط نویسندگان و نظارت علمی و اصلاحات نهایی توسط نویسنده مسئول صورت گرفت.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

منابع

الف. منابع عربی

- آخوند خراسانی، محمد کاظم، *کفایه الأصول*، قم، مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۰۹ق.
- اصفهانی، محمدحسین (کمپانی)، *حاشیه المکاسب*، جلد سوم، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، ۱۴۱۸ق.
- انصاری، مرتضی، *المکاسب*، جلد اول، قم، کنگره جهانی بزرگداشت شیخ انصاری، ۱۴۱۵ق.
- بجنوردی، سید محمد موسوی، *القواعد الفقهیه*، جلد اول و دوم، قم، نشر الهادی، ۱۳۸۰.
- حر عاملی، محمد بن حسن، *و سائل الشیعه*، جلد هفدهم، قم، مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۰۹ق.
- خمینی، روح‌الله، *کتاب البیع*، جلد اول، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ۱۴۲۱ق.
- خویی، سید ابوالقاسم، *مصابح الفقاهه*، جلد اول، قم، انصاریان، ۱۴۱۲ق.
- سب‌حانی، جعفر، *قواعد فقهیه*، جلد اول، قم، مؤسسه الإمام الصادق، ۱۴۱۴ق.
- شهید ثانی، زین‌الدین بن علی، *مسالك الأفهام إلى تنقیح شرائع الإسلام*، جلد سوم، قم، مؤسسه المعارف الإسلامیه، ۱۴۱۳ق.

ب. منابع لاتین

- Alexy, R, *The Structure of Rights*, Oxford: Oxford University Press, 2002.
- Beyleveld, D & Brownsword, R, *The Importance of Human Dignity*, Cambridge: Cambridge University Press, 2019.
- Brownsword, R, *Contract Law, Co-Operation, and Good Faith*, Cambridge University Press, 2019.
- Clapham, A, *Human Rights: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press, 2006.
- Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 Concerning Unfair Business-to-Consumer Commercial Practices in the Internal Market, *Official Journal of the European Union*, L 149/22, 2005.
- Griffin, J, *On Human Rights*, Oxford: Oxford University Press, 2008.
- Micklitz, H. W, *The Politics of Judicial Co-operation in the EU, Sunday Trading, Equal Treatment and Consumer Protection*, Cambridge University Press, 2008.
- Mowbray, A, *The Rights of Children*, London: Jessica Kingsley Publishers, 2004.
- UNIDROIT, *Guide to International Master Franchise Arrangements* (2nd ed.), International Institute for the Unification of Private Law, 2007.
- United Nations Conference on Trade and Development, *UN Guidelines for Consumer Protection*, United Nations, 2015.
- Wilhelmsson, T, "Varieties of Welfarism in European Contract Law", *European Law Journal*, 10(6), 2021.

- طباطبایی، سید محمدحسین، *المیزان فی تفسیر القرآن*، جلد چهارم، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۷ق.
- طباطبایی یزدی، سید محمدکاظم، *العروة الوثقی*، جلد دوم، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، ۱۴۱۹ق.
- علامه حلی، حسن بن یوسف، *تذکره الفقهاء*، جلد ۱، قم، مؤسسه آل البيت، ۱۴۱۳ق.
- فاضل مقداد، مقداد بن عبدالله، *کنز العرفان فی فقه القرآن*، جلد دوم، تهران، مرتضوی، ۱۴۰۴ق.
- فخرالمحققین، محمد بن حسن، *ایضاح الفوائد فی شرح اشکالات القواعد*، جلد دوم، قم، اسماعیلیان، ۱۳۸۷ق.
- مجلسی، محمدباقر، *بحار الأنوار*، جلد هفتاد و سوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی، ۱۴۰۳ق.
- محقق حلی، جعفر بن حسن، *شرائع الإسلام فی مسائل الحلال والحرام*، جلد دوم، قم، استقلال، ۱۴۰۸ق.
- مکارم شیرازی، ناصر، *القواعد الفقهیة*، جلد اول و دوم، قم، مدرسه الإمام علی بن أبی طالب، ۱۴۱۱ق.
- موسوی بجنوردی، سید محمد، *القواعد الفقهیة*، قم: نشر الهادی، ۱۳۸۰.
- نائینی، محمدحسین، *منیة الطالب*، جلد اول و دوم، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، ۱۴۰۸ق.
- نجفی، محمدحسن، *جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام*، جلد ۲۳ و ۲۷، تهران، دارالکتب الإسلامیة، ۱۳۶۷.
- نراقی، احمد، *عوائد الایام*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۴۱۷ق.