

Information Ethics: Legal Implications of Inequality in Economics

A. Bagheri Varge Saran¹, P. Akbarineh Ph.D.^{2*}

1. PhD Student, Dept. of Law, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tiriz, Iran.

2. Dept. of Law, Ahar Branch, Islamic Azad University, Ahar, Iran.

Abstract

Background: Equality in access to information is an important issue in the field of information ethics. Ethics in information technology is a branch of ethics science that focuses on the relationship between the creation, organization, dissemination and use of information, ethical standards and spiritual codes governing communication in the study community. Considering limited resources and unlimited human demands and the existential philosophy of institutions and legal laws, the most important goal of economics is the interpretation of resources. But due to inequality or asymmetry of information, sometimes the parties make an agreement with an unwanted result that not only destroys economic effects, but also creates economic information. Therefore, the present study has examined the rights of inequality in the economy by looking at the governing principles of ethics in information technology.

Conclusion: The challenges caused by the lack of information or the asymmetry of information in the economy are still important in economic relations and contracts. There is that from the legal point of view, the main reason for invalidity or termination of contracts is due to the certainty of information prior to this contract, and after that, the economic flow of information inequality causes exit from the market, and it may be due to excessive conditions, behavioral risk, bad and ultimately cause market failure.

Keywords: *Information Ethics, Information Inequality, Economics, Legal Works*

***Corresponding Author:** P. Akbarineh, Dept. of Law, Ahar Branch, Islamic Azad University, Ahar, Iran. Email: akbarineh.dr@gmail.com

How to cite: A. Bagheri Varge Saran, P. Akbarineh. Information ethics: legal implications of inequality in economics. *Ethics in Science and Technology*. 2024,19(07): 30-35.



Copyright © 2024 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

اخلاق اطلاعاتی: آثار حقوقی نابرابری اطلاعاتی در اقتصاد

علی باقری ورگه سران^۱، دکتر پروین اکبرینه^{۲*}

۱. دانشجوی دکتری، گروه حقوق، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

۲. گروه حقوق، واحد اهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اهر، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۵)

چکیده

زمینه: برابری در دستیابی به اطلاعات یک موضوع مهم در حوزه اخلاق اطلاعات است. اخلاق در فناوری اطلاعات شاخه‌ای از علم اخلاق است که بر رابطه بین ایجاد، سازمان‌دهی، انتشار و استفاده از اطلاعات، استانداردهای اخلاقی و کدهای معنوی حاکم بر ارتباطات در جامعه تمرکز دارد. نظر به منابع محدود و خواسته‌های نامحدود بشری و فلسفه وجودی نهادها و قواعد حقوقی، مهمترین مأموریت علم اقتصاد، تخصیص بهینه منابع می باشد. اما به دلیل نابرابری اطلاعات و یا عدم تقارن اطلاعات، بعضاً طرفین قرارداد با نتیجه ناخواسته ای مواجه می شوند که نه تنها آثار اقتصادی قراردادها از بین می رود، بلکه موجب اتلاف منابع نیز می گردد. از این رو مطالعه حاضر با نگاهی به اصول حاکم اخلاق در فناوری اطلاعات به بررسی آثار حقوقی نابرابری اطلاعاتی در اقتصاد پرداخته است.

نتیجه گیری: چالش‌های ناشی از عدم اطلاع دهی و یا عدم تقارن اطلاعات در اقتصاد، همچنان مسئله اساسی در روابط و قراردادهای اقتصادی می باشد. بطوری که از بعد حقوقی، مهمترین دلیل بطلان و یا فسخ قراردادها ناشی از نقص اطلاعات پیش قراردادی بوده است و از بعد اقتصادی جریان نابرابری اطلاعات موجب خروج بازار از تعادل شده و منجر به اشاعه شرط گراف، مخاطره رفتاری، انتخاب بد و نهایتاً موجب شکست بازار می گردد.

کلیدواژگان: اخلاق اطلاعات، نابرابری اطلاعات، اقتصاد، آثار حقوقی

سر آغاز

فرصت رقابت^۱ کامل در اقتصاد رفاه، یک مدل اقتصادی، با چند ویژگی اساسی می‌باشد که یکی از ویژگی‌های آن، این است که تمام افراد حاضر در بازار، اطلاعات کاملی در اختیار دارند. عبارتی بازار رقابتی^۲ موقعیتی از فعالیت بازاری است که در آن عرضه کنندگان محصولات، متعدد بوده و در فعالیت بازاری با هم در رقابت هستند. در چنین بازاری، اطلاعات کامل طرفین و کارآمد بودن قراردادها مفروض است. بنابراین تا زمانی که بازار جنبه رقابتی خود را حفظ کرده و قراردادهای اقتصادی^۳ در موقعیت رقابتی منعقد می‌شود، نیازی به دخالت قضایی مطرح نمی‌شود. علی‌رغم این، به دلیل پیدایش تنوع در اقتصاد و تخصصی شدن موضوعات قراردادها و پیچیدگی انعقاد و اجرای آنها، عدم تعادل اطلاعات طرفین قرارداد به عنوان یک پیش‌فرض پذیرفته شده است. بر مبنای این نظریه، طرفی که در قراردادهای اقتصادی، آگاه‌تر و مطلع‌تر از طرف دیگر فرض شده، مکلف است اطلاعات خود نسبت به موضوع را در اختیار طرف ناآگاه قرار دهد.

از این رو، مطالعه حاضر با نگاهی به اصول حاکم اخلاق در فناوری اطلاعات به بررسی آثار حقوقی نابرابری اطلاعاتی در اقتصاد پرداخته است.

نقش اطلاعات^۴ در بازار

دو عرضه کننده یک نوع محصول را تصور کنید که یکی از آنها محصول خویش را با قیمت بالا و با تضمین کیفیت طولانی و دیگری محصول خود را با قیمت پایین و با تضمین کیفیت کوتاه مدت عرضه می‌نماید. چنانچه خریداران در مورد تضمین کیفیت دراز مدت ترجیح یکسانی داشته باشند، همه آنها مشتریان فروشنده نخست خواهند شد. که چنین قراردادهایی از معیار کارایی پارتو برخوردار است. و انتخاب خریداران، موجب می‌شود که یا فروشنده دوم از دور رقابت خارج و بازار را ترک کند و یا محصول خویش را با تضمین کیفیت طولانی مدت ارائه نماید. ولی اگر خریداران در خصوص تضمین کیفیت کالا، ترجیحات متفاوتی داشته باشند، بر اساس ترجیحات، برخی جزو

اخلاق اطلاعات^۵

حوزه اخلاق در فناوری اطلاعات پیشینه‌ای کوتاه اما مترقی دارد که در ۲۰ سال اخیر در ایالات متحده به رسمیت شناخته شده است. ریشه‌های این زمینه در کتابداری است و این ریشه‌ها در مقاله «جستجوی ریشه‌های تاریخی اخلاق اطلاعات در کتابداری و اطلاع‌رسانی» نشان داده شده است، اگرچه اکنون با توجه به مسائل اخلاقی در دیگر قلمروها شامل علوم کامپیوتری، اینترنت، رسانه‌ها، روزنامه‌نگاری^۶، سیستم‌های مدیریت اطلاعات^۷ و اقتصاد نیز توسعه یافته است (۵).

اخلاق اطلاعات می‌تواند به صورت توصیفی و رهایی بخش، نگرش‌ها و سنت‌های اخلاقی^۸ در حوزه علوم اطلاعات را در سطوح فردی و جمعی نقد کند که در این راستا رشد و گسترش ارزش‌های اخلاقی^۹ در حوزه اطلاع‌رسانی، تکوین ساختارهای جدید قدرت در حوزه اطلاع‌رسانی، اسطوره‌های اطلاعاتی، تناقض‌های موجود و کنش‌های اطلاعاتی و رشد و گسترش تعارض‌های اخلاقی در حوزه اطلاع‌رسانی باید مدنظر قرار گیرد (۶).

اخلاق در فناوری اطلاعات شاخه‌ای از علم اخلاق است که بر رابطه بین ایجاد، سازمان‌دهی، انتشار و استفاده از اطلاعات، استانداردهای اخلاقی و کدهای معنوی حاکم بر ارتباطات انسانی در جامعه تمرکز دارد. آنچه اکنون به عنوان اخلاق اطلاعات توضیح یافته مبتنی بر سنت اخلاقی غرب نسبت به اخلاق است و از سه ایده اصلی در آن سنت نشأت گرفته است: ۱. آزادی بیان^{۱۰}، ۲. آزادی دسترسی به اطلاعات^{۱۱}، ۳. آزادی نشر^{۱۲} (۷).

در میان این سه مولفه حق دسترسی به اطلاعات در مقاله حاضر اهمیت دارد. حق دسترسی به اطلاعات را می‌توان یکی از عناصر ضروری آزادی بیان دانست و از سوی دیگر مردم سالاری بدون تضمین حق آگاهی نمی‌تواند متضمن آینده‌ای روشن باشد. حق آگاهی دارای دو مفهوم مضیق و موسع می‌باشد. آزادی در جستجوی اطلاعات در مفهوم مضیق آن مد نظر قرار می‌گیرد در حالیکه در مفهوم موسع، حق دسترسی به اطلاعات ملاک نظر می‌باشد. امروزه به دلایل مختلف از جمله مبارزه با فساد، گسترش مشارکت شهروندان، بهبود کیفیت خدمات عمومی و ارتقای سطح زندگی افراد با آگاهی از اطلاعات کاربردی، حق دسترسی به اطلاعات اهمیت بسیار یافته است به طوری که کشورهای توسعه یافته عمدتاً از دهه ۱۹۸۰ میلادی به سمت آزادی اطلاعات حرکت نموده‌اند و کشورهای در حال توسعه نیز عموماً از دهه اول قرن بیست و یکم به تصویب قانون آزادی اطلاعات روی آورده‌اند (۸).

آثار حقوقی نابرابری اطلاعاتی در اقتصاد

برخلاف رقابت کامل، رقابت ناکامل بطور کلی بدین معنا است که قدرت در بازار بطور نامتسوی تقسیم شده است. شرکت‌ها در وضعیت رقابت ناکامل این قابلیت را دارند که «قیمت گذار» باشند بدین معنی که آن‌ها با در اختیار گرفتن بهره‌برگاری از قدرت بازار، به صورت

مشتریان فروشنده نخست و برخی جزو مشتریان فروشنده دوم قرار می‌گیرند و هر دو در بازار باقی می‌مانند. و چون مشتریان بر اساس ترجیحات متفاوت عمل می‌کنند، چنین قراردادهای نیز از معیار پارتو برخوردار هستند. و در اینجا نیز فرض دخالت قضایی مطلوب نیست (۱). پس در بازار رقابتی، فرض بر این است که طرفین دارای اطلاعات کافی بوده و در جهت ارتقای نفع شخصی، هر یک از طرفین می‌توانند اطلاعات را بدرستی پردازش کنند. رقابت کامل ساختار بازاری را توصیف می‌کند که در آن هیچ شرکت‌کننده‌ای آن قدر بزرگ نیست که قادر به تحصیل قدرت بازاری برای تعیین قیمت یک محصول یکسان باشد. عبارتی بازار رقابتی کامل هنگامی به وجود می‌آید که در آن تمامی شرکت‌کنندگان «گیرندگان قیمت» هستند و هیچ‌کدام از شرکت‌کنندگان نتواند بر قیمت محصولی که می‌خرد یا می‌فروشد تأثیر بگذارد (۲). یکی از خصوصیات اساسی بازار رقابت کامل، داشتن اطلاعات کامل طرفین قرارداد است. بطوری که هم خریدار و هم فروشنده از قیمت و کیفیت محصول اطلاعات کامل دارند (۳).

مطابق تحلیل اقتصادی قراردادهای، در بازاری که در آن رقابت کامل وجود دارد و طرفین قرارداد نیز دارای اطلاعات لازم می‌باشند، شروط قراردادی ناکارآمد جایگاهی ندارد. عبارتی در جایی که تعدادی فروشنده در مورد معامله با خریداران رقابت می‌کنند تنها شروط قراردادی کارآمد دوام می‌آورند در چنین بازاری، خریداران دارای اطلاعات کافی بوده و نسبت به نوع معامله و خطرات آن عالم هستند در بازار رقابتی شروط قراردادی که به مدت زیادی در قراردادهای دوام بیاورد، بدون تردید کارآمد است و رقابت در بازار ناخالص و ناکارآمد شروط را کنار می‌گذارد. در قرارداد کامل، احتمالات پیش‌بینی می‌شوند خطرات بصورت کارآمد بین طرفین تخصیص می‌یابد، کلیه اطلاعات لازم بین طرفین تبادل می‌شود و منابع بصورت مطلوب تخصیص می‌یابد. و به تبع آن، نیازی به مداخله دولت نیست و دولت به مفاد قرارداد منعقد احترام گذارده و بدون دخالت آنرا اجرا می‌کند. بنظر کاوز قرارداد زمانی کامل منعقد می‌شود که هزینه‌های معاملاتی صفر باشد زیرا هر حقی به شخصی تخصیص می‌یابد که بیشترین ارزش را نسبت به آن قائل است. و خطر هم به شخصی انتقال می‌یابد که با کمترین هزینه، آنرا تحمل می‌کند.

در بازار رقابتی، جهت تعیین مفاد قرارداد و شروط ضمن آن، به مذاکره طرفین بسنده نمی‌شود، بلکه مفاد قرارداد و شروط آن نتیجه تعامل بسیاری از عرضه‌کنندگان و خریداران می‌باشد. به عبارتی طرفین در بازار رقابتی، در قیمت و شروط قراردادی نقش تعیین‌کننده‌ای ندارند. مثلاً الف کالایی را به ب با قیمت معین می‌فروشد و با تسلیم و تسلیم تعهدات طرفین انجام گرفته و معامله تمام می‌شود. در چنین صورتی اگر معامله بین طرفین واقع نشود. هیچ‌گونه ضرری متوجه طرفین نمی‌باشد. و هر یک از طرفین به سرعت می‌تواند شخص دیگری را جایگزین معامله نماید. به عبارتی مصرف‌کننده، همان کالا را با همان قیمت از فروشنده دیگر تهیه کند و فروشنده نیز می‌تواند کالای مورد عرضه را به همان قیمت به دیگری بفروشد (۴).

— مخاطره اخلاقی

مخاطره اخلاقی یا خطر رفتاری در شرایط نابرابری و عدم تقارن اطلاعاتی مطرح می‌شود پس در رابطه معاملاتی معمولاً یکی از عامل‌های اقتصادی دارای اطلاعاتی است که طرف مقابل آنها را در اختیار ندارد. در چنین موردی احتمال تغییر رفتار طرف قراردادی وجود دارد این اصطلاح در زمینه صنعت بیمه رایج است. بدین توضیح که بیمه‌گذار بعد از انعقاد بیمه، به پشتوانه قرارداد بیمه، در حفظ اموال خویش کاهلی می‌نماید. پس ملاحظه می‌شود که مخاطره اخلاقی ناظر به بعد از انعقاد عقد و در قراردادهای مستمر جریان دارد (۴). پس مانند انتخاب نامطلوب، مخاطره اخلاقی زمانی رخ می‌دهد که اطلاعات نامتقارن بین دو طرف وجود داشته باشد و تغییر در رفتار یک طرف پس از انجام معامله آشکار می‌شود. مخاطره اخلاقی خطری است که در یک معامله اقتصادی یکی از طرفین، قرارداد را با حسن نیت منعقد نکرده است یا جزئیات نادرستی در مورد دارایی‌ها، بدهی‌ها یا ظرفیت اعتباری خود ارائه کرده است (۹).

— انتخاب بد

ناظر به موردی است که فروشندگان اوصاف محصولات را می‌دانند ولی خریداران از آن آگاه نیستند بنابراین همواره این خطر وجود دارد که خریداران بدلیل نابرابری اطلاعاتی دست به انتخاب بد بزنند و محصولی را خریداری نمایند که از نظر قیمت و یا کیفیت، بر خلاف انتظار قراردادی بوده است. پس عدم تقارن اطلاعات می‌تواند منجر به انتخاب نامطلوب شود — فرایندی از بازار که در آن اختلال در دسترسی به اطلاعات، باعث می‌شود محصولات بد انتخاب شوند. و این انتخاب بد منجر به تنزل کیفیت کالا می‌شود (۱۰). پس انتخاب نامطلوب زمانی اتفاق می‌افتد که یکی از طرفین در مذاکرات قراردادی، اطلاعات مرتبطی داشته باشد که طرف دیگر فاقد آن است. عدم تقارن اطلاعات اغلب منجر به تصمیم‌گیری‌های بد می‌شود، مانند انجام تجارت بیشتر با بخش‌های کم‌سود یا ریسک‌پذیرتر بازار.

— شکست بازار

مفهوم «شکست بازار»^{۱۵} در اقتصاد رفاه مورد بحث می‌باشد، اصولاً زمانی که عرضه با تقاضا برابری کند و عرضه‌کنندگان متعدد در بازار فعالیت داشته باشند و شرایط رقابت کامل در بازار حاکم باشد، بازار کارایی خواهد داشت. اما چنانچه کالاها بصورت کارآمد تخصیص نیابد یا با شرایط مطلوب تولید و عرضه نشود و یا منافع عمومی تامین نگردد، اصطلاحاً بازار دچار شکست شده است.

نظر به اینکه عامل اصلی شکست بازار، فقدان اطلاعات کامل می‌باشد. بطوری که اطلاعات نامتقارن امکان فریب کاری را بالا برده و مبادله را با انتخاب نامطلوب و مخاطره اخلاقی مواجه می‌نماید (۱۱)، طرفداران اصل بازار آزاد معتقدند که تعهد به اطلاع‌دهی راه‌حل ایده‌آلی برای حل مشکل توزیع نابرابر اطلاعات در بازار است. فرض اصلی این رویکرد این است که عدم تقارن اطلاعات ممکن است به شکست بازار منجر شود (۱۲). براساس این فرض، در مواردی که اطلاعات طرفین نابرابر

نامتناسب قادر شده‌اند که بر قیمت کالاها تأثیر بگذارند (۳). علی‌رغم این، در مواردی که در بازار نابرابری اطلاعاتی حاکم است و اصطلاحاً بازار از تعادل خارج شده است، موجب اشاعه شرط گزاف، مخاطره اخلاقی و انتخاب بد شده و نهایتاً منجر به شکست بازار می‌گردد که هر یک از موارد مزبور تشریح می‌گردد:

— اشاعه شرط گزاف

شرط گزاف شرطی است بصورت ناعدلانه، به نفع کامل احدی از طرفین و به ضرر کامل طرف دیگر. شرط گزاف در واقع شرط تحمیلی یکی از طرفین قرارداد که از توانایی اقتصادی و اطلاعاتی بالایی برخوردار است، می‌باشد. به عبارتی طرف قراردادی که در موقعیت برتری قرار دارد، از موقعیت موجود سوءاستفاده و امتیاز گزافی را به نفع خود کسب می‌نماید.

در مواردی که شرطی بطور اساسی نسبت به یکی از طرفین قرارداد غیر منصفانه باشد، در حقوق کامن‌لاو نظریه خلاف وجدان بودن قراردادهای وسیله مناسبی برای جبران حقوقی چنین قراردادهایی می‌باشد (۴).

برخی از نویسندگان، قرارداد خلاف وجدان را به دو نوع «شکلی» و «ماهوی» دسته‌بندی نموده‌اند. منظور از نوع شکلی قرارداد خلاف وجدان، همان نارسایی‌ها و ایرادات مربوط به فرایند انعقاد عقد است و منظور از قرارداد خلاف وجدان به مفهوم ماهوی ناظر به مرحله بعد از انعقاد عقد و مربوط به پیامد معامله و آثار آن می‌باشد. از نظر اقتصادی، در مواردی که بدلیل نارسایی بازار، قرارداد معیوبی منعقد شود، دادرسی یا باید قرارداد را لازم‌الاجرا بدارد و یا آنرا به دلیل خلاف وجدان بودن، باطل اعلام نماید.

اصلاح چنین قراردادی از لحاظ اقتصادی بدلیل ایجاد «انگیزه فرصت‌طلبی»^{۱۳}، «مخاطره اخلاقی» و «انتخاب بد» مثبت بنظر نمی‌رسد. بعلاوه اصلاح قرارداد، امنیت معاملاتی را به مخاطره انداخته و هزینه‌های معاملاتی را افزایش می‌دهد.

عده‌ای از نظریه پردازان معتقدند که؛ نظریه شروط گزاف بدلیل تقابل با رفتارهای فرصت‌طلبانه، دارای توجیه اقتصادی است. برخی هم معتقدند که هزینه‌های اجتماعی این نظریه بیشتر از منافع آن می‌باشد. مثلاً در جایی که قراردادی با علم و آگاهی و بدون اشتباه یا تقلب منعقد می‌شود دادن وسیله جبران به یکی از طرفین به استناد نظریه مزبور، کارآمد نمی‌باشد (۴).

شیوه جبران خسارت ناشی از غیرمنصفانه بودن قراردادها در سیستم‌های حقوقی متفاوت است. مثلاً همانطوری که در بالا بیان شد؛ در حقوق کامن‌لاو، به استناد شرط خلاف وجدان بودن، قرارداد را از ابتدا باطل میدانند ولی در سیستم حقوقی اروپایی ممکن است که شرط از ابتدا باطل باشد و یا شرط مزبور بر اساس مفاد قرارداد تعدیل شود، و در بعضی از قوانین کشورها نیز حق فسخ شناسایی شده است. پس ضمانت اجرای قراردادهای غیرمنصفانه (خلاف وجدان) نوع می‌باشد. بطلان قرارداد، تعدیل قضایی یا قراردادی و فسخ قرارداد.

است، ممکن است طرفین قراردادی منعقد نمایند که در صورت دارا بودن اطلاعات مورد نظر، چنین قراردادی منعقد نمی‌شود (۱۳). علی‌رغم این، شکست بازار دلایل دیگری از جمله رقابت ناسالم و دستکاری بازار نیز دارد که بدلیل عدم ارتباط به موضوع منتخب، از تشریح آن امتناع می‌شود.

یکی از دلایل توجه به افشای اجباری و تعهد به اطلاعی دهی، ماهیت «کلی» پارادایم اطلاعاتی است. طرفداران اصل بازار آزاد معتقدند که تعهد به اطلاع‌دهی راه حل ایده‌آلی برای حل مشکل توزیع نابرابر اطلاعات در بازار است. فرض اصلی این رویکرد این است که عدم تقارن اطلاعات ممکن است به شکست بازار منجر شود (۱۲). بازارها در موقعیت‌های ایده‌آل (رقابت کامل، دسترسی کامل طرفین معامله به اطلاعات بازار و غیره)، منابع را به صورت بهینه توزیع می‌کنند. در این وضعیت، تنظیم معاملات توسط دولت، فقط در شرایطی مثل شکست بازار، که کارکرد عادی بازار مختل شده، مجاز خواهد بود. از میان مواردی که معمولاً موجب شکست بازار می‌شوند، می‌توان از فقدان فراگیر اطلاعات، هزینه‌های معاملاتی گزاف و انحصارگری نام برد. پس شکست بازار به معنای ناکارایی و نارسایی بازارهای خصوصی، بدلیل بروز معضلات ناشی از معاملات بازار آزاد و ناتوانی آنها در تخصیص بهینه منابع می‌باشد (۱۳). بنابراین در مواردی که روابط قراردادی تعادلی، از روابط قراردادی بهینه (نقطه کارا) منحرف شود و بازار در دستیابی به کارایی تخصیصی منابع ناکارآمد باشد اصطلاحاً شکست بازار مطرح می‌شود (۳). عبارتی، در موردی که فرضی از فروض اساسی بازار کامل فراهم نیست کارکرد بازار ناکارآمد می‌باشد. در چنین مواردی اصطلاحاً شکست بازار مطرح می‌شود. که در جهت هدایت بازار، اقتصاددانان معتقدند که با هدف بازگرداندن کارایی به بازار، باید در آن دخالت نمود. هرچند شکست بازار عوامل متعددی دارد. اما عمده دلیل شکست بازار، اطلاعات ناقص یا انحصار اطلاعاتی می‌باشد. اقتصاددانان ضمن اشاره به دست نامرئی و تنظیم خودکار بازار هرگونه دخالت و دستکاری در بازار را موجب شکست بازار و خروج آن از جریان عادی می‌دانند بر اساس تحلیل اقتصادی، مبنای حقوقی تحدید اصل آزادی قراردادی، ناکارآمدی بعضی از شروط قراردادی است. که چنین موقعیتی، در صورت بالا بودن هزینه‌های معاملاتی و یا ناقص بودن قراردادها، دخالت دولت در قراردادها را در جهت افزایش کارایی، تجویز می‌نمایند (۴). مثلاً در جایی که اطلاعات طرفین نامتقارن باشد آزادی قراردادی موجب کاهش و تحدید آن موجب افزایش کارایی قراردادها می‌شود. و یا اگر روند بازار از حالت رقابت خارج شود و جنبه انحصاری داشته باشد، تحدید اصل آزادی قراردادی می‌تواند موثر باشد. از دید اقتصادی، نقطه زمان مداخله شایسته در بازار، زمان نارسایی آن است. معمولاً نارسایی بازار در ارتباط با مصرف‌کنندگان، بدلیل عدم تقارن اطلاعات است (۱۰). اطلاعات ناقص در مورد قیمت یا کیفیت، در تصمیمات شخص موثر است و عدم وجود اطلاعات به مذاکره و قرارداد ناکارآمد منجر می‌گردد.

در نارسایی بازار علاوه بر اینکه تعادل اطلاعاتی طرفین قرارداد از چرخه عادی خارج می‌شود بلکه زمینه ایجاد انحصار را فراهم می‌سازد که به موجب آن، قراردادهایی به شکل استاندارد و با لحاظ شروط طرف قوی به طرف ضعیف تحمیل می‌شود و طرف ضعیف نیز امکان تعدیل شروط ارائه شده را نداشته و چاره‌ای جز رد یا قبول کلیه مفاد قرارداد را ندارد. ملاحظه می‌شود که منشا اصلی و اساسی ایجاد انحصار، رقابت ناکامل است. معمولاً در ارائه کالا یا خدمات، بحث انحصار (که در آن برای یک کالا تنها یک فروشنده وجود دارد) مطرح است. ولی ممکن است انحصار بصورت چندگانه (که در آن برای یک کالا تنها چند فروشنده بخصوص وجود دارند) نمود پیدا کند، برخلاف موارد غالب، ممکن است انحصار خریدار (که در آن برای یک کالا تنها یک خریدار وجود دارد)، وجود داشته باشد (۲). یکی از موارد ایجاد انحصار، دخالت دولت در بازار می‌باشد. بدین توضیح که با وضع مقررات، هیچ رقیبی در تولید محصولی، نمی‌تواند وارد بازار شود. عبارتی فقط به بنگاه خاصی اجازه فعالیت در زمینه خاصی داده می‌شود. در این صورت «انحصار قانونی» موجب موقعیت مسلط می‌شود (۱۴). در حقیقت اشخاصی که از قدرت معاملاتی برتری برخوردارند، خصوصاً تولیدکنندگان با تغییر ساختار بازار از حالت رقابتی به حالت انحصاری، از مصرف‌کنندگان بهره‌برداری می‌نمایند که چنین قدرت بازاری به «نظریه بهره‌برداری» موسوم می‌باشد (۲). پس عرضه کالا یا خدمات بصورت انحصاری، منجر به فروپاشی تعادل معاملاتی فی‌مابین عرضه کننده و مصرف‌کننده شده و نتیجتاً مصرف‌کننده بطور مسلم در موضع ضعفتری قرار می‌گیرد (۱۵). یکی از اشکال مهم بازارهای انحصاری این است که عملاً موجب ناکارآمدی واحدهای اقتصادی شده و برای تولیدکننده و یا عرضه کننده انحصاری وضعیت اقتصادی مسلط ایجاد می‌نماید و به تبع آن معمولاً چنین شرکت‌هایی از وضعیت مسلط سوءاستفاده می‌نمایند (۳). که در چنین موقعیتی، در جهت تعدیل این نابرابری، مداخله قانونی و وضع مقررات حمایت‌گرایانه ضروری است. که معمولاً وظیفه تعدیل این نابرابری بر عهده «حقوق رقابت» می‌باشد. وظیفه و کارکرد اصلی حقوق رقابت محافظت از رقابت و جلوگیری از بروز رفتارهای ضد رقابتی است. در نتیجه، مقررات زیربنایی آن به جای اثر ایجابی، ماهیتی سلبی، منع کننده و بازدارنده دارد (۱۶).

نتیجه‌گیری

حق دسترسی به اطلاعات علاوه بر اینکه یک حق اساسی بشر و وسیله ای برای اعمال سایر حقوق بشر است، باید در خدمت شهروندان، نهادها، بخش مدنی باشد و به عنوان ابزاری پیشگیرانه برای مبارزه با فساد عمل کند. چالش‌های ناشی از عدم اطلاع دهی و یا عدم تقارن اطلاعات در اقتصاد، همچنان مسئله اساسی در روابط و قراردادهای اقتصادی می‌باشد. با بررسی آثار اطلاعات و اهمیت آن در اقتصاد، ملاحظه می‌شود که مهمترین دلیل بطلان و یا فسخ قراردادهای اقتصادی، ناشی از عدم وجود اطلاعات کامل و منطبق طرفین یا یکی از آنها در زمان انعقاد آن می‌باشد. که این امر برخلاف اصل ثبات و

واژه نامه

1. Competition	رقابت
2. Competitive market	بازار رقابتی
3. Economic contracts	قراردادهای اقتصادی
4. Role of information	نقش اطلاعات
5. Information ethics	اخلاق اطلاعات
6. Journalism	روزنامه نگاری
7. Information management	مدیریت اطلاعات
8. Ethical traditions	سنت های اخلاقی
9. Ethical values	ارزش های اخلاقی
10. Freedom of speech	آزادی بیان
11. Freedom of access to information	آزادی دسترسی به اطلاعات
12. Freedom of publication	آزادی نشر
13. Opportunism	فرصت طلبی
14. Moral hazard	مخاطره اخلاقی
15. Market failure	شکست بازار

پایداری قراردادها می باشد. لذا در جهت ایجاد امنیت و ارتقای کارایی و تخصیص بهینه منابع، شایسته است نه تنها اطلاع رسانی به ویژه اطلاع رسانی پیش قرارداد با عنوان یک اصل در روابط قراردادی شناسایی شود، بلکه در جهت ایجاد انگیزه در کسب اطلاعات و ارتقای کارایی اقتصادی قراردادها، تا حد ممکن اطلاعات و افشای آن طبقه بندی، ساده سازی و شخصی سازی شود تا موجب شفافیت بازار، گسترش رقابت، انتخاب بهتر، تناسب سازی رابطه کیفیت و قیمت گردد.

ملاحظه های اخلاقی

در این پژوهش مروری با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاق امانت داری علمی رعایت و حق معنوی مولفین آثار محترم شمرده شده است.

References

1. Ansari M. Economic analysis of contract law. 1st ed. Iran/Tehran: Javedaneh Publication. 2014. (In Persian).
2. Zaribaf SMA. Critical Analysis of the Nature of Economics (A Value Theoretic Approach). qjerp 2008; 16 (46) :33-61.
3. Salimi F. Interaction of consumer rights and competition rights. 1st ed. Iran/Tehran: Majd Publication. 2014. (In Persian).
4. Ghasemi, M., Sedighi Safaei, S. Economic analysis of contract law from information economics' perspective. Private Law, 2021; 18(2): 541-560. doi: 10.22059/JOLT.2022.335507.1007055
5. Rahnama A, Jahan J. Explaining and analyzing the relationship between moral and religious education and information and communication technology. Ethics in Science and Technology 2023; 18 (3) :10-17. Dor: 20.1001.1.22517634.1402.18.3.2.3
6. Esmaili M, Jandaghi G, Khosravi A, Ghasemi A. Designing conceptual model of ethics in technology transfer. Ethics in Science and Technology 2022; 17 (2) :187-191. Dor: 20.1001.1.22517634.1401.17.2.24.6
7. Chaparak A, Mosavi A, Alasti K. What is ethics of science and technology? Ethics in Science and Technology 2019; 14 (3) :1-6. Dor: 20.1001.1.22517634.1398.14.3.1.4
8. Bashir H, Harati Nik M. Conceptual model of cultural-ethical solutions of information technology. Ethics in Science and Technology 2011; 6 (1) :25-34. Dor: 20.1001.1.22517634.1390.6.1.3.6
9. Hendel I, Lizzeri A. Adverse selection in durable goods markets. The American Economic Review, 1999; 89(5), 1097-1115.
10. Weber F. The law and economics of enforcing European consumer law. 2nd ed. Tehran: Majd. 2017.
11. Alaodini A. Competition rights. 1st ed. Iran/Tehran: Majd Publication. 2012. (In Persian).
12. Twigg-Flesner C. Research handbook on EU consumer and contract law. 1st ed. Tehran: Mjad. 2017.
13. Bix B. A dictionary of legal theory. Translated by Imani A. 1st ed. Tehran: Nameh Hasti. 2011. (In Persian).
14. Pakbaz S. Abuse of the dominant economic situation in competition law. 3rd ed. Tehran: Mizan Publication. 2015. (In Persian).
15. Asadollahi S. Analysis of the regulation of program rules in the protection of consumer rights: Economic rights in public policy. 2nd ed. Tehran: Mizan Publication. 2016. (In Persian).
16. Ghaffari Farsani B. Competition rights and the guarantee of its civil enforcement. 1st ed. Tehran: Mizan Publication. 2014. (In Persian).