

تحلیل کارکرد قاعده «هشدار» در مسئولیت ناشی از تولید

علیرضا باریکلو*

زینب حسامی شهرضایی**

چکیده

قاعده هشدار به‌عنوان یکی از قواعد مهم و پرکاربرد حقوقی، در حوزه مسئولیت ناشی از تولید نقش اساسی ایفا کرده است. با توجه به پیشرفت فنی و صنعتی جوامع امروز در حوزه تولید کالا و ورود خسارات ناشی از تولیدات معیوب و خطرناک، لزوم اهمیت و توجه به این قاعده بر کسی پوشیده نیست. این مقاله در صدد پاسخ به این سؤال است که کارکرد قاعده هشدار در مسئولیت تولید چیست؟ و آیا ارائه هشدار توسط عرضه‌کننده به مصرف‌کننده به صورت مطلق سبب سلب مسئولیت می‌شود؟ در حقوق تولید، به کارکرد این قاعده از حیث پیشگیری از ورود زیان، ایجابی و ایجاد وظیفه و مانعیت از مسئولیت استناد شده است. هرچند در حقوق اسلامی بیشتر به کارکرد سلبی آن توجه شده ولی می‌توان با تفسیر عقلایی از قاعده که مستند به روایت است نخست، کارکرد سلبی آن را محدود به خطر و عیب غیرقابل رفع کرد و فقط در این خطر استناد مانعیتی داشته باشد. همچنین به قرینه دلالت ادله لزوم حرمت جان و مال اشخاص، از قاعده هشدار وظیفه ایجابی هشدار دادن را استفاده کرد. در این مقاله ثابت شد قاعده هشدار ظرفیت کامل توجه وظایف تولیدکننده اعم از رفع عیب و هشدار دادن را نسبت به عیوب ذاتی دارا است.

واژگان کلیدی: پیشگیری، خطر ذاتی، عیب تولید، مسئولیت مدنی، هشدار.

* استاد گروه حقوق خصوصی دانشکده حقوق پردیس فارابی دانشگاه تهران

** دانشجوی دوره دکتری حقوق خصوصی پردیس فارابی دانشگاه تهران

مقدمه

قاعده هشدار که در فقه از آن به «تحدیر» یاد می‌کنند، یکی از قواعد مهم حقوقی است که در حوزه‌های مختلف قابل اعمال است. فقها در خلال مباحث مربوط به مسئولیت اشخاص نسبت به افعال خود، به این قاعده تحت عنوان «قد اعذر من حذر» استناد کرده‌اند (محقق داماد، ۱۳۸۰: ۲۳۵). به موجب این قاعده، هر کس قبل از اقدام به عملیات خطرناک و خطر ساز، به دیگران هشدار و آگاهی‌های لازم را به منظور اجتناب از خطر و حفظ جان و مال آن‌ها بدهد، در صورت بی‌توجهی مخاطب هشدار و وقوع حادثه و ایراد خسارت به وی، هشداردهنده مسئول جبران خسارت وارده نخواهد بود. یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین حوزه‌های اعمال این قاعده، حوزه تولید و مسئولیت عرضه‌کنندگان کالا است که مطابق آن عرضه‌کنندگان کالاهای ذاتاً خطرناک، مکلف و متعهد به ارائه هشدارهای لازم به کلیه مصرف‌کنندگان کالاهای تولیدی خود هستند. مسئولیت ناشی از خسارات کالا در حقوق کامن لا به صورت مفصل و همه‌جانبه مورد بررسی حقوق‌دانان و قضات قرار گرفته است. بخشی از این مسئولیت که ناظر بر تکلیف سازندگان و فروشندگان کالاهای خطرناک برای ارائه اطلاعات لازم در خصوص خطرات و زیان‌های احتمالی ناشی از استعمال کالا است، مبتنی بر قاعده هشدار است.

این مقاله در صدد پاسخ به این سؤالات است که کارکرد قاعده هشدار در مسئولیت تولید چیست؟ آیا ارائه هشدار توسط عرضه‌کننده به مصرف‌کننده به صورت مطلق سبب سلب مسئولیت می‌شود؟ قلمرو اعمال این قاعده در حوزه تولید تا کجاست؟ فرضیه مقاله این است که قاعده هشدار در عیب‌های غیرقابل کنترل قابل استناد است و علاوه بر جنبه سلبی، جنبه ایجابی و الزامی را نیز دارا است و به‌عنوان یکی از منابع ایجاد وظیفه برای عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات مورد توجه قرار گرفته است. کارکردهای این قاعده، با نگاهی به حقوق آمریکا به عنوان کشوری پیشرو در این حوزه تبیین می‌شود. برای این منظور ابتدا به تعریف هشدار و بیان انواع آن می‌پردازیم و سپس کارکرد سه‌گانه این قاعده و قلمرو آن در حقوق تولید مورد بررسی قرار

می گیرد.

۱. تعریف هشدار

هشدار فعل امر از «هش داشتن» است که به صورت اسم مصدر به کار می رود. هشدار دادن به معنی باخبر کردن، متوجه ساختن، مراقب و مواظب بودن است (دهخدا، ۱۳۷۷). در زبان عربی معادل هشدار واژه «تحدیر» از ماده «حذر» و به معنای ترساندن، جلوگیری از زیان و بیدار کردن است (واسطی زبیدی، ۱۴۱۴ ق: ۲۵۹؛ طریحی، ۱۴۱۶ ق: ۲۶؛ ابن منظور، ۱۴۱۴ ق: ۱۷۶). هشدار در اصطلاح نیز همان اعلان به موقع خطر و آگاهی دادن افراد نسبت به وضعیت خطرناک است (حکمت نیا، ۱۳۸۹: ۱۷۶)؛ به نحوی که اگر کسی پیش از انجام دادن کاری هشدار دهد، ولی مخاطب هشدار پروایی نکند و خسارتی به وجود آید، مسئولیتی متوجه هشداردهنده نیست (محقق داماد، ۱۳۸۰: ۲۳۵). در حقوق آمریکا هشدار ۱ هم به عنوان یک تکلیف و هم به عنوان دفاعی که عامل زیان برای گریز از مسئولیت می تواند به آن استناد کند مورد توجه قرار گرفته است و در تعریف هشدار گفته اند: «هشدار در واقع از پیش گفتن خطر ذاتی در یک فعالیت مشخص» است (جامپون جونوز، ۱۳۸۸: ۲۴۲). در قوانین موضوعه ایران هشدار تعریف نشده و به عنوان یکی از عوامل مانع مسئولیت شناخته نمی شود، هرچند در آیین نامه ها به این مقوله توجه شده است. واژه هشدار و راهنمایی معمولاً در کنار هم به کار می روند اما باید توجه داشت که کارکرد این دو با یکدیگر متفاوت است. بنابراین، هشدار عبارت است از ارائه اطلاعات لازم جهت مصرف یک محصول تولیدی و نیز آگاه کردن مصرف کننده از عوارض منفی غیرقابل کنترل آن.

۲. انواع هشدار

در تحلیل قاعده هشدار شناخت انواع هشدار مفید به نظر می رسد. مهم ترین ملاک در تشخیص انواع و مصادیق هشدار، ابزار و مخاطب آن است که هشدار به اعتبار

وسیله وصول آن به مخاطب، شامل هشدار دیداری، شنیداری و عملی است. این تقسیم، تقسیم جدیدی نیست و ریشه در آثار فقهای امامیه دارد (موسوی سبزواری، ۱۴۱۳: ۱۳۷). نظر به اینکه در حقوق تولید هشدار عملی کاربرد چندانی ندارد فقط دو نوع شنیداری و دیداری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۲. هشدار شنیداری

هشدار شنیداری، هشدار است که اطلاعات مربوط به وجود خطر به سمع شخص در معرض خطر رسانده شود و هشداردهنده در راستای آگاه‌سازی مخاطب از آواها و گاه کلام بهره می‌گیرد؛ مانند آنکه با ایجاد علائم صوتی همانند آژیر، بوق یا با صدای بلند و رسا اشخاص در معرض خطر اندازد و از وجود خطر مطلع شوند. برای مثال، در برخی از خودروها چنین تعبیه شده است که در صورت باز بودن درب خودرو یا بسته نشدن کمربند راننده یا سرنشین و یا بالا رفتن سرعت راننده از حداکثر مجاز که می‌تواند خطر آفرین باشد؛ به واسطه بوق ممتدی، مخاطب را مطلع می‌کند. در بیان فقها راجع به میدان تیر و نیز در فرض روایت راجع به بازی کودکان، به هشدار از نوع شنیداری اشاره شده است.

۲-۲. هشدار دیداری

هشدار دیداری عبارت از هشدار است که با نماد عینی و تصویر، نحوه استفاده از محصول یا عوارض بدن ناشی از استعمال آن برای مخاطب مجسم شود و ملاک جهت دریافت هشدار، به کارگیری قوه بینایی مخاطب هشدار است. در این نوع از هشدار، هشداردهنده به منظور مطلع کردن مخاطب از وجود خطر و جلوگیری از آن، از علائم، نمادها، نوشتار مانند ایجاد یا نصب علائم دیداری، برچسب‌های هشداردهنده و اختطاری روی برخی کالاها استفاده می‌کند.

ابزارهای به کار رفته باید به شیوه متعارف خطر احتمالی را به رؤیت مصرف‌کننده برسانند، به این ترتیب محل نصب محتوای هشداردهنده حائز اهمیت است، زیرا یکی از

شرایط تحقق قاعده هشدار، مؤثر واقع شدن هشدار در حق مخاطب هشدار است لذا نصب و درج چنین علائمی باید با قرائن و اماراتی همراه شود تا مشخص شود که مؤثر واقع شده است. نامناسب بودن رنگ، خط و زبان می‌تواند سبب بی‌اثر شدن این نوع هشدارها شود. برای مثال، روی برخی مواد خوراکی یا دارویی این عبارت درج شده است: «این محصول خوراکی جایگزین غذای اصلی کودک نخواهد شد». این عبارت باید با رنگ متمایز از رنگ جلد محصول و در قسمت مناسب درج شود تا توجه مصرف‌کننده را به خود جلب کند.

هشدار در هر کالایی حسب مورد متفاوت است. برای مثال، در خصوص کالایی که از کشور دیگر وارد می‌شود و به زبان بیگانه است، از راه ترجمه دفترچه راهنما و برچسب است، لذا اگر عرضه‌کننده، هشدارهای لازم و خطرات احتمالی را توسط برچسب الصاق کند و دفترچه راهنمای مربوط به نکات ایمنی را تحویل کند، لیکن به دست مصرف‌کننده نرسد برای مثال برچسب قبل از رسیدن به دست مصرف‌کننده جدا شود، ضمان همچنان بر عرضه‌کننده ثابت است (عسگری، ۱۳۹۴: ۱۹)، زیرا هشدار به مصرف‌کننده نرسیده و نقص در الصاق هشدار نتوانسته است مانع ضمان از باب تحذیر شود. لذا از باب قاعده تسبیب ضامن خسارات وارد شده است.

به دنبال پیشرفت تکنولوژی و تنوع و پیچیدگی محصولات تولیدی، خطرات ناشی از آن‌ها نیز متنوع شده است که با توجه به لزوم تناسب هشدار با خطر و اقتضائات زمانی و مکانی و وضعیت مخاطب، کیفیت و نوع هشدار نیز ممکن است متغیر باشد. برای مثال به‌وسیله پست الکترونیکی، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها صورت گیرد یا برای آگاه‌سازی نابینایان یا ناشنوایان، هشدارهای لرزشی، لمسی (پساوایی) به کارگرفته شود فلذا نباید انواع هشدار را محدود به موارد فوق دانست بلکه موارد ذکر شده نمونه‌های غالبی هستند که به لحاظ کثرت استعمال بیشتر با آن مواجه خواهیم بود.

حقوق تولید یکی از مهم‌ترین عرصه‌های کاربرد و استناد به قاعده هشدار در حقوق آمریکا به شمار می‌آید و به این منظور برچسب‌های اخطاری که نوعی هشدار

دیداری محسوب می‌شوند نقش مهم و کاربرد زیادی دارند. مؤسسه استاندارد امریکا با توجه به نقش و اهمیت واژه‌های اختطاری و هشداردهنده، تعاریفی را برای برخی از این اصطلاحات پرکاربرد ارائه داده است که در استانداردهای Z535.4 استانداردهای طراحی الگوی هشدار^۱ نیز تکرار شده است که به تبیین آن می‌پردازیم:

Danger: این اصطلاح بیانگر موقعیت خطرناک قریب الوقوع منجر به مرگ یا صدمه جسمی شدید است و در وضعیت‌های فوق‌العاده و بسیار مهم به کار می‌رود.

Warning: این اصطلاح نشانگر موقعیت خطرناک بالقوه‌ای است که می‌تواند منجر به مرگ یا صدمه جسمی شدید شود.

Caution: این واژه بیانگر موقعیت و حالت بالقوه خطرناک است که منجر به صدمه جزئی، سوختگی جزئی، گازگرفتگی منجر به کبودی، حساسیت‌های موقت شیمیایی مانند سوزش یا خارش می‌شود. در موقعیت‌های خطرناکی که صرفاً منجر به خسارات مالی به افراد می‌شود بدون آنکه احتمال ورود صدمات جسمی باشد نیز فقط از این واژه استفاده می‌شود (Goodden, 2009: 187). به‌هرحال، هشدار دیداری توسط نماد و شکل و تصویری که در منظر و مرآی مخاطب قرار داده می‌شود، محقق می‌شود.

۳. کارکرد هشدار در مسئولیت مبتنی بر تولید

مهم‌ترین مسئله در خصوص کارکرد قاعده هشدار در حقوق تولید که پاسخ به آن در آثار و نتیجه به‌کارگیری این قاعده اثرگذار خواهد بود، آن است که قاعده هشدار چه کارکردهایی در این حوزه دارد؟ آیا هدف از اعمال قاعده صرفاً رفع مسئولیت تولیدکننده در صورت ارائه هشدار مناسب و کافی است یا اینکه این قاعده کارکردهای فراتری دارد؟ به نظر می‌رسد قاعده هشدار کارکرد سه‌گانه‌ای در حیطه مسئولیت تولید دارد؛ به این معنا که این قاعده اولاً درصدد پیشگیری از ورود خسارت به مصرف‌کننده

۱. این استاندارد، نهایت پیشرفت در خصوص برجسب‌های هشداردهنده در حقوق امریکاست و به اندازه استانداردهای طراحی محصول و اتخاذ آخرین تدابیر ایمنی، برای اثبات اینکه تولیدات مطابق آخرین پیشرفت‌های صنعتی و به روز هستند، حیاتی و ضروری است.

است، ثانیاً، یک قاعده موجد حق است و متضمن تکلیف هشدار برای تولیدکننده و عرضه‌کننده کالا است که هر کدام مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳-۱. کارکرد پیشگیری^۱

کارکرد پیشگیرانه یکی از اساسی‌ترین نقش قاعده هشدار در حقوق تولید است، چون برای حقوق تولید دو هدف عمده، جلوگیری از وقوع حادثه زیان‌بار و جبران خسارت احتمالی می‌توان برشمرد که از این دو به دلیل عقلی پیشگیری مهم‌تر از جبران است. لذا هرچند برخی بر این باوراند که این دو هدف در امتداد یکدیگران د و با الزام تولیدکننده به جبران خسارت وارده به زیان‌دیده هزینه ارتکاب عمل افزایش یافته و نتیجتاً احتمال ارتکاب عمل زیان‌بار از وی کاهش می‌یابد و از این حیث جنبه پیشگیرانه و جنبه جبرانی نظام مسئولیت بر یکدیگر تفوقی ندارد (van Boom, 2004: 6). ولی جبران در صورتی نقش پیشگیری دارد که منافع حاصله تولیدکننده کمتر از غرامت پرداختی باشد اما پیشگیری به‌طور مستقیم و غیرمشروط در حقوق تولید ایفای نقش می‌کند. لذا هرگاه محصول جدیدی عرضه شود، احتمالاً برای استفاده‌کننده یا اشخاص دیگر مخاطراتی به وجود می‌آورد که امکان پیشگیری از آن در بادی امر غیرممکن است و از طرفی حفظ آرامش و حق حیات مصرف‌کننده نیز یکی از ارزش‌های والای انسانی است که از طریق پیشگیری بهتر از جبران خسارت می‌توان از آن حمایت کرد (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۱۷).

امروزه با پیشرفت دانش فنی کالاهای جدید به بازار عرضه شده‌اند که به مراتب نسبت به گذشته پیچیده‌تر هستند و غالباً استفاده از آن‌ها با داشتن دانش خاص و تکنولوژی مدرن ممکن است. عدم رعایت اصول صحیح بهره‌گیری از این محصولات، ممکن است موجب حوادث و سوانح خطرناکی برای استفاده‌کنندگان آن‌ها شود (شاکری، ۱۳۷۵: ۷۵). همچنین، برخی از این محصولات ترکیبات پیچیده و خطرناک دارند که ساخت و تولید آن نیازمند تخصص و حمایت کافی است. با توجه به این نکته که

مصرف‌کننده در بسیاری موارد، خصوصاً آن گاه که کالا پیچیده و خطرناک باشد، از ترکیبات و کیفیت تولید و نحوه استفاده از کالا اطلاعی ندارد. به‌علاوه در جامعه صنعتی، اغلب تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان از انواع امکانات و موقعیت‌های برتر اقتصادی، حقوقی، اجتماعی و سیاسی در مقایسه با مصرف‌کنندگان برخوردارند که زمینه را برای سوءاستفاده از عدم آگاهی و ضعف و اعتماد مصرف‌کننده فراهم می‌کند. یکی از طرق حمایت از مصرف‌کننده (به‌عنوان هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالایی را برای رفع نیاز خود یا اشخاص تحت تکفل یا تحت اداره خود می‌خرد، تهیه می‌کند یا از آن استفاده می‌کند و یا خدمتی را به این منظور مورد استفاده قرار می‌دهد)، پیشگیری از وقوع حوادثی است که از عواقب آن آسیب و خسارت به مصرف‌کننده وارد می‌شود. هشدار و تکلیف ارائه آن بر تولیدکننده، در کنار تکلیف به ارائه راهنمایی، بهترین تمهیدی است که برای حمایت از مصرف‌کننده می‌توان به کار برد تا از تضییع حقوق وی پیشگیری به عمل آورد. البته تولید کالای خطرناک را نباید با تولید کالا معیوبی که خطرآفرین شده است یکسان دانست. هرچند هر دو تولید از جهت خطرسازی مشابه با یکدیگرند و کالای معیوب نیز در اثر عیب در طرح یا تولید یا نقص اطلاعات، به‌صورت کالایی خطرناک درمی‌آید، لیکن خطر ناشی از کالای خطرناک ذاتی است و به بی‌احتیاطی و تقصیر در فرایند تولید ارتباطی ندارد، درحالی که خطر کالای معیوب عرضی و ناشی از بی‌مبالاتی در پرهیز از خطرهای احتمالی و تلاش در جهت تأمین ایمنی مصرف‌کنندگان است. امروز بسیاری از داروها آثار جنبی و منفی دارد که احترازناپذیر است و در ضرورت تولید و تجویز پزشک نسبت به آن‌ها هیچ تردیدی وجود ندارد، پس در چنین فرضی با ارتقاء سطح دانش مصرف‌کنندگان و آگاه‌سازی مردمی در امر پیشگیری از حوادث ناخواسته، باید مشارکت جست. به‌طور کلی می‌توان اطلاعات همراه کالاها را به ۳ دسته عمده تقسیم کرد:

نخست، اطلاعات مربوط به نام و مشخصات کالا، ترکیبات آن، شرکت سازنده و شماره پروانه که در ماده ۱۱ قانون مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی مصوب ۱۳۴۶ به آن اشاره شده است؛ دوم اطلاعات و راهنمایی‌های مهم و

ضروری مربوط به چگونگی استعمال و استفاده هرچه بهتر و بی خطرتر از کالا؛ سوم، تحذیر و اخطارهای مبنی بر اجتناب از خطرات کالا و چگونگی جلوگیری از بروز صدمه و زیان یا همان هشدارهای لازم (حکمت نیا، ۱۳۹۰: ۸۵).

همین کارکرد پیشگیرانه است که موجب تمایز هشدار از راهنمایی‌ها و سایر اطلاعات کالا می‌شود. در مواردی که به دلیل احتمال وجود خطراتی، شخص موظف به ارائه هشدار به مخاطبین خویش است، ارائه صرف راهنمایی و اطلاعات بدون هشدار در این زمینه فاقد اثربخشی لازم خواهد بود. برای مثال، در مورد خمیردندان‌هایی که استفاده روزانه یا بیش از دو بار در روز آن‌ها منجر به آسیب به دندان‌ها می‌شود، صرف اعلام آن که «بیش از دو بار در روز استفاده نکنید» کافی به نظر نمی‌رسد بلکه لازم است نسبت به خطرهایی نیز که در نتیجه استفاده بیش از حد از آن پدید می‌آیند هشدار داده شود (جعفری تبار، ۱۳۷۵: ۱۰۰) یا در مورد استفاده از کابل‌های سیم ضخیم برق در منزل، کافی نیست که گفته شود از این کابل‌ها در جریان برق استفاده نشود، بلکه باید از خطرهایی نیز که در نتیجه بکار بردن این سیم‌ها ایجاد می‌شود، مانند آتش گرفتن منزل و از کار افتادن تمام وسایل برقی که با ۲۲۰ ولت کار می‌کند هشدار داده شود. بنابراین هشدار برای جلوگیری از خطری است که ممکن است حادث شود اما راهنمایی در مورد نحوه استفاده بهتر از کالا یا خدماتی خاص خواهد بود (Overstake, 1972: 21).

در خصوص جنبه پیشگیرانه مسئولیت مدنی باید بین اشخاصی که تصادفی اقدام به عرضه کالا می‌کنند و اشخاصی که آن را حرفه خود قرار داده‌اند تفاوت قائل شد. گروه اول صرفاً در اثر بی‌اطلاعی، بی‌توجهی یا عدم احتیاط مرتکب فعلی می‌شوند که سبب ورود خسارت به اشخاص می‌شود و در اغلب موارد نیز این رفتارها ناشی از تصمیم‌گیری آگاهانه و ارزیابی سود و زیان رفتار نیست، فلذا نمی‌تواند اثر مهمی را در جلوگیری از چنین افعال زیانباری در برداشته باشد لیکن اگر خسارت ناشی از فعالیتی باشد که شخص یا اشخاص آن را به صورت مکرر انجام می‌دهند و به عبارتی آن را حرفه خود قرار داده‌اند، نظر به اینکه چنین رفتارهایی اغلب بر مبنای تحلیل هزینه فایده

و ارزیابی منافع و هزینه‌ها صورت می‌گیرد، موظف دانستن چنین افرادی می‌تواند موجب کاهش ارتکاب اعمال پرخطر و یا کاهش ریسک موجود در اعمال مذکور شود (van Boom, 2004: 3).

علی‌رغم پیشرفت‌های قانونی ایجادشده در خصوص مسئولیت تولید در حقوق امریکا رویکرد این کشور نیز به مسئولیت تولید، مستلزم آن بود که صدمات قبل از طرح دعوا ایجاد شده باشند. با رشد تولید انبوه، راهکارهای قانونی به دو دلیل ناکافی شناخته شد؛ اول به این دلیل که متضمن هزینه گزاف بوده و اغلب دادرسی‌های فردی بی‌نتیجه بودند و دوم آنکه به عنوان یک ابزار بازدارنده، نمی‌توانستند استانداردهای رفتاری موردنیاز برای حمایت و حفاظت از مردم در برابر کالاهای خطرناک را وضع کنند. بر اساس باور عمومی، همواره پیشگیری از زیان بهتر از در انتظار نشستن وقوع آن است و وضع بایدونبایدهای پیشگیرانه به نوعی عامل پیشرفت به شمار خواهد آمد، زیرا هدررفت‌های اجتماعی را به حداقل می‌رساند و لازمه آن حمایت از عموم از طریق بسط دادن دامنه مراقبت‌ها است فلذا هشدار از طریق وضع مقررات قانونی در حقوق موضوعه نیز موردتوجه قرار گرفت. بسیاری از این تکالیف قانونی ناظر به انواع برچسب‌ها و اظهارات احتیاطی موردنیاز برای محافظت از عموم بود که در سطح خرد، ناظر به یک محصول خاص و در سطح کلان «مانند قانون مواد غذایی، دارویی و لوازم آرایشی فدرال»، ناظر به کلیه کالاهایی بود که قواعد مفصلی جهت مقرر کردن حداقل معیارهای حاکم بر اظهارات احتیاطی مورد نیاز برای حمایت از عموم ارائه می‌دهد (Dillard, 1955: 169).

کارکرد هشدار، پیشگیرانه تلقی می‌شود، زیرا اولاً، هدف اصلی آن تضمین عدم وقوع حادثه و زیان است، یعنی اقدام مؤثر علیه عوامل یا فرآیندهایی آسیب‌زا یا حوادث علیه مصرف‌کننده محصول، نقش قاطع و تعیین‌کننده دارد و مانع تحقق ضرر و صدمه بر مصرف‌کننده محصولات صنعتی می‌شود و به همین دلیل باید قبل از وقوع فعل زیان‌بار انجام شود ثانیاً، جنبه جمعی داشته و مخاطب آن، همه افراد درگیر در وقوع حادثه هستند و عرضه‌کنندگان را از حیث تکلیف به هشدار و مصرف‌کنندگان از حیث توجه به آن دربر می‌گیرد. باید توجه داشت که کارکرد پیشگیرانه به لحاظ تأثیر

فراتر از بازدارندگی است، زیرا ملاک در بازدارندگی آن است که با تحمیل تکلیف جبران خسارت بر عرضه‌کننده‌ای که به تکلیف ارائه هشدار عمل نکرده است از طریق محاسبه سود و منفعت توسط عرضه‌کننده، مانع از انتخاب رفتار خطرآفرین توسط تولیدکننده و به تبع آن مانع وقوع حادثه زیان‌بار شویم، لیکن در کارکرد پیشگیرانه صرف نظر از این موضوع و مستقیماً به منظور آگاه کردن مصرف‌کننده از خطرات و خسارات احتمالی ناشی از محصول یا استفاده نامتعارف از آن و با فرض توجه وی به این هشدارها به منظور جلوگیری از ورود زیان به هشدار توجه می‌شود. به عبارتی در کارکرد پیشگیری به دنبال آن هستیم که در آغاز، آسیب و خسارتی واقع نشود فلذا ضمانت اجرای ناشی از آن دیگر موضوعیت ندارد.

۳-۲. مقایسه کارکرد پیشگیرانه با اصل احتیاط^۱

لازم است کارکرد پیشگیری از اصل احتیاط و یا اقدامات پیش‌دستانه متمایز شود، چون کارکرد پیشگیرانه تحت تأثیر تحول اندیشه‌ها به‌ویژه فیلسوف آلمانی هانس یوناس^۲ در حوزه مسئولیت مدنی وارد شد. ولی اولین بروز اصل احتیاط در رفتار، در عرصه محیط‌زیست بود با این شعار که «ما مسئول کردار خود هستیم وقتی می‌تواند بر محیط‌زیست تأثیرگذار باشد»؛ در راستای این اندیشه، با دو کارکرد مشابه و نزدیک به هم در باب مسئولیت مدنی روبه‌رو می‌شویم. کارکرد پیشگیری و اصل احتیاط که بین این دو تفاوت‌هایی وجود دارد.^۳

کارکرد احتیاطی یا اصل احتیاط یکی از اصول مهم حقوقی است که در دهه‌های اخیر جای خود را میان مباحث حقوقی باز کرده و از سوی حقوق‌دانان مورد توجه جدی قرار گرفته است و به تدریج در بعضی از اسناد بین‌المللی و قوانین داخلی وارد

1. The Precautionary Principle

2. Hans Jonas

۳. نشست حقوقی با عنوان حقوق مسئولیت مدنی و پارادایم‌های جدید آن، اصل احتیاط در قلمرو مسئولیت مدنی، دکتر پاتریس ژوردن استاد دانشکده حقوق دانشگاه پاریس (پانتئون-سوربن)، ۲۱ آبان ماه ۱۳۹۷، کانون وکلای اصفهان.

شد. ۱. آثار اعمال این اصل را در رویه قضایی بعضی از کشورها می توان مشاهده کرد. به تدریج، این اصل در حوزه های دیگری نظیر پزشکی، امور بهداشتی و علم ژن شناسی نیز مورد استفاده قرار گرفت. نتیجه عمل به اصل احتیاط، جلوگیری از خطرات احتمالی است که می تواند حیات انسانی را با ضررهای جبران ناپذیری روبه رو کند. این اصل بر این تئوری استوار بود که اگر اقدامی، به احتمال، سلامتی انسان و یا محیط زیست را مواجه با خطرانی کند، هر چند که در زیان بار بودن پیامدهای آن اقدام، از نظر علمی و فنی هیچ یقینی حاصل نشده باشد و خطر مضمون باشد، نباید در اتخاذ تصمیمی شایسته جهت احتراز از بروز آن پیامدها کوتاهی کرد (حیاتی، ۱۳۹۳: ۱۸۶-۱۸۸).

بنابراین، اصل احتیاط در نتیجه تعارض بین میل بشر به پیشرفت از یک سو و نگرانی او به دلیل از دست دادن امنیت از سوی دیگر، متجلی شده است (اگلیز و املی، ۱۳۸۸: ۱۲۸-۱۲۹). این اصل همواره با انتقاداتی روبه رو بوده است، زیرا اگر به درستی مورد استناد قرار نگیرد و در کاربرد آن زیاده روی شود، می تواند منجر به جلوگیری از پیشرفت و توسعه شود و در این میان کشورهایی که در حال توسعه هستند، در نتیجه اعمال این اصل در معرض آسیب بیشتری قرار دارند. از دیدگاه بعضی ارزیابی خطرات و احتیاط به منظور احتراز از آنها، رفتاری خردمندانه است؛ اما تبدیل آن به یک اصل، فاجعه است، زیرا به موجب این اصل نه تنها باید تحقیق واقع بینانه که لاقابل فریب به واقع باشد، به عمل آید بلکه به جهت سنگین بودن ضررهایی که ممکن است وارد آید، باید هیچ احتمالی را نادیده نگرفت.

اصل احتیاط توجه به خطر را حتی اگر از نظر علمی وقوع آن محرز نباشد، الزامی می نماید و افراد را متوجه رفتارهای مخاطره آمیز خود می کند. این تأکید می تواند نقش مؤثری در پیشگیری از خسارت داشته باشد، اما کارکرد عینی اصل احتیاط به این مورد محدود نمی شود بلکه در بعضی از نظام های حقوقی، طرح «دعوی پیشگیرانه» پیش بینی شده است که ذی نفع می تواند بر اساس آن از اقدامات خلاف اصل احتیاط جلوگیری

۱. در حیطه قانون گذاری دستورالعمل اروپایی سال ۲۰۱۴ در حوزه مسئولیت زیست محیطی، کشورها وظایفی را برای دولت در خصوص خسارات زیست محیطی مقرر کردند.

کند. منشأ تاریخی این رویکرد به حقوق روم برمی‌گردد. در این نظام حقوقی، طرح دعوی پیشگیرانه تجویز شده بود و به زیان‌دیده احتمالی اجازه می‌داد علیه عامل زیان احتمالی تدابیر پیشگیرانه اتخاذ کند. لذا طرح دعوی پیشگیرانه در حقوق آلمان قاعده‌ای عام محسوب می‌شود. در رویه قضایی این کشور برای پذیرش دعوی مزبور تحقق زیان و نیز اثبات تقصیر ضروری نیست بلکه به صرف وجود خطری جدی تصمیم مقتضی اتخاذ می‌کنند؛ در نظام‌های حقوقی دیگری مانند سوئیس، پرتغال، لهستان، مجارستان، اتریش و چک نیز به همین صورت تمسک به دعوی پیشگیرانه به‌منظور احتراز از بروز خسارت پیش بینی شده است (ژوردن، ۱۳۸۵: ۴۵). جبران خسارت پیشگیرانه ناظر به خطری است که می‌دانیم ممکن است ورود خساراتی را در برداشته باشد و یا سبب تشدید خسارت ایجاد شده شود. این جبران، نسبت به صرف خطر نیست بلکه ناظر به خسارت است، زیرا خود خطر موضوع جبران قرار نگرفته است بلکه خطر تنها علت است؛ اما مواردی وجود دارد که خطر موضوع جبران خسارت قرار می‌گیرد. این موارد را می‌توان در دو دسته جای داد:

نخست، خطر خسارت‌بار (خطر مصداقی از خسارت است): این مورد حاوی یک پارادوکس است؛ به این معنی که اگر بر این باور باشیم که جبران خسارت تنها در موردی امکان‌پذیر است که وقوع خسارت حتمی باشد، حال چگونه از خطری که خسارتش احتمالی است جبران خسارت می‌کنیم؟ لیکن این پارادوکس ظاهری است. در این موارد صرف وجود خطر خود خسارت محسوب می‌شود. برای مثال، گاه خطراتی وجود دارد که خسارت اقتصادی جزو ذات آن است و خطر باعث از بین رفتن یا کاهش ارزش اقتصادی آن می‌شود مانند خانه‌ای که در موقعیت خطرناک ساخته شده و قیمت پایین تری به لحاظ موقعیت خطرناک آن دارد و گاه نیز خطر نه به لحاظ اقتصادی بلکه به لحاظ معنوی مانند احساس اضطراب و نگرانی ناشی از خطر خسارت محسوب می‌شود.

دوم، خطری که نمی‌دانیم خسارت‌بار است یا نه: چنین خطری را که کاملاً احتمالی و مظنون است، می‌توان جایگاه اصل احتیاط دانست. این گونه خطرات مظنون

در جامعه ای که هر روز به سمت پیشرفت و تکنولوژی حرکت می کند بسیار زیاد است و در این موقعیت ها همیشه این سؤال وجود دارد که چگونه قواعد مسئولیت مدنی و اقدامات احتیاطی جهت جلوگیری از خسارات ناشی از خطرات اعمال شود؟ هرچند در مواردی رویه قضایی موافق با اصل احتیاط رأی داده اند لیکن اغلب مخالفت هایی با صدور این احکام وجود دارد، زیرا هیچ اجماعی نسبت به این گونه خطرات بهداشتی و ناظر به سلامت افراد وجود ندارد و شاید بتوان جبران خسارت معنوی ناشی از اضطراب را در این موارد پذیرفت هرچند در این خصوص نیز ایراداتی وجود دارد از جمله آن که: اولاً اثبات این امر با مشکل مواجه است و ثانیاً بر فرض اثبات، با انفجار درخواست ها جهت جبران خسارت روبه رو خواهد شد و این سبب انحراف در مسئولیت مدنی خواهد شد و در نهایت غیرقابل اجرا خواهد بود.^۱

در نتیجه، موضوع مورد بحث با این سؤال مواجه است که کارکرد قاعده هشدار در مسئولیت تولید از نوع پیشگیرانه است یا از نوع احتیاطی یا به اصطلاح پیش دستانه؟ همان گونه که گفته شد دو کارکرد پیشگیری و احتیاط در عین حال که مشابه و نزدیک به هم هستند، بین آنها تفاوت هایی وجود دارد؛ به این نحو که هرچند هر دو کارکرد پیشگیری و احتیاط جنبه پیشگیرانه دارد لیکن احتیاط، کمی فراتر از پیشگیری و در واقع قبل از پیشگیری است یعنی جایی که خطر مظنون است نه آشکار. در پیشگیری خطر آشکار شده است و وقوع خطر و ورود خسارت ناشی از آن قریب الوقوع است ولی در احتیاط خطر آشکار نبوده و احتمالی است و چه بسا به لحاظ علمی این خطر هنوز کشف نشده باشد و شائبه هایی از وجود خطر وجود داشته باشد. پس قلمرو اعمال اصل احتیاط، «خطرهای احتمالی» است؛ اگر «خطر مسلم و قطعی» باشد از قلمرو اصل احتیاط خارج است. اگر حادثه ای واقعاً خطرناک باشد از پیشگیری صحبت می شود و متعاقب آن می توان گفت: احتیاط متمایز از «پیشگیری» است، زیرا در پیشگیری، غایت

۱. نشست حقوقی با عنوان حقوق مسئولیت مدنی و پارادایم های جدید آن، اصل احتیاط در قلمرو مسئولیت مدنی، دکتر پاتریس ژوردن استاد دانشکده حقوق دانشگاه پاریس ۱ (پانتئون- سوربن)، ۲۱ آبان ماه ۱۳۹۷، کانون وکلای اصفهان.

آن است که اقدام‌هایی صورت گیرد تا از خطری که خسارتی قابل پیش‌بینی در پی خواهد داشت، احتراز شود. حال آنکه در احتیاط، هدف آن است تا از مطلق خطر بروز خسارتی جلوگیری شود، حتی اگر «غیرقابل پیش‌بینی» باشد. در این حالت، نه نسبت به عدم خطر و نه نسبت به وجود خطر، اطمینان قطعی وجود ندارد. حال در بحث هشدار در خصوص کالاهای تولیدی، تردیدی وجود ندارد که تکلیف هشدار برای تولیدکننده و عرضه‌کننده در خصوص خطراتی است که اگرچه ورود زیان ناشی از آن احتمالی است، لیکن این خطرات مکشوف و قابل پیش‌بینی هستند.

۴. کارکرد سلبی قاعده هشدار

کارکرد سلبی قاعده هشدار در برابر کارکرد ایجابی و موجب حق است. این کارکرد مطابق با منطوق روایت «قد اعذر من حذر» است که منسوب به امام صادق (ع) در قضیه قضاوت حضرت علی (ع) (حرعاملی، ۱۴۰۳ق: ۵۰) و از موانع تحقق ضمان است. محمد بن فضیل از امام صادق (ع) نقل کرده است که در زمان امیرالمؤمنین (ع) کودکانی مشغول گردو بازی (فلاخن بازی) بودند یکی از آن‌ها گردویش را به طرف دوستش پرتاب کرد، گردو به دندان وی خورد و آن را شکست. مرافعه نزد امیرالمؤمنین (ع) برده شد؛ پرتاب‌کننده گردو استدلال کرد که وی پیش از پرتاب با گفتن مواظب باش به مجروح هشدار داده بود امیرالمؤمنین (ع) نیز با تعلیل قد اعذر من حذر (معذور است کسی که هشدار داده است)، پرتاب‌کننده را از قصاص معاف دانستند. ۱. مراد از عدم قصاص در اینجا عدم مسئولیت مدنی است، زیرا پرتاب‌کننده به علت نداشتن قصد و صغر سن قصاص نمی‌شود و با فرض صحت هشدار، مجنی علیه سبب اقوی از مباشر است.

این روایت هرچند حکایت از واقعه خاصی دارد ولی با توجه به این که امام علی

۱. قال کان صبیان فی زمن علی یلعبون باخطارهم فرمی احدهم الاخره بخطرہ فذق رباعیه صاحبه فرفع ذلک الی امیرالمؤمنین (ع) فاقام الرامی البینه قال حذار حذار، فدر عتہ قصاص ثم قال قد اعذر من حذر (حرعاملی، ۱۴۰۳: ۵۰).

(ع) در انتهای روایت حکم خود را مدلل به حکم کلی کرده‌اند. در عرف عقلا نیز سنت رایج آن است که هرگاه کسی بخواهد عملی را انجام دهد که احتمالاً خسارت ایجاد کند و موجب ضرر و زیان بر دیگران شود، قبل از انجام دادن کار با کلماتی نظیر خبردار، هشدار می‌دهد و پس از آن چنانچه بدون قصد و تقصیر عامل، خسارتی از ناحیه عمل وی به کسی ایجاد شود او را مسئول ورود خسارت بر مجنی علیه نمی‌دانند. این عرف عقلانی به استناد این روایت مورد تأیید شارع قرار گرفته است (محقق داماد، ۱۳۸۰: ۲۳۹). لذا در همه مواردی که شرایط لازم موجود باشد مانند استفاده مصرف‌کننده از محصولات صنعتی بدون توجه به هشدارهای سازنده، جاری خواهد شد. با توجه به مدلول حدیث فوق و همچنین ظهور عرفی، هشدار مانع مسئولیت است. منطوق قاعده تحذیر آن است که اگر کسی پیش از اقدام به کاری که احتمال دارد از انجام آن، خطری متوجه دیگری شود، هشدار دهد و دیگرانی را که در معرض آسیب وجود دارند، از وجود خطری که ممکن است منجر به ورود خسارت مالی و جانی شود مطلع کند، با وجود این، مخاطب یا شنونده به هشدار وی بی‌توجهی کند و ترتیب اثر ندهد و خود را در معرض خطر قرار دهد، هشداردهنده ضامن نیست (محقق داماد، ۱۳۸۰: ۲۳۵)، البته در مانعیت این قاعده شرایطی لازم است. به این ترتیب هرگاه عامل زیان که در موضوع بحث ما تولیدکننده یا عرضه‌کننده‌ای است که به دلیل تولید و عرضه کالایی که منجر به زیان شده، علی‌القاعده به طریق تسبیب مسئول خسارات تلقی می‌شود، پیش از وقوع حادثه، به نحو مؤثر، مصرف‌کننده یا زیان‌دیده را از احتمال خطر آگاه کند و زیان‌دیده، به‌رغم وصول هشدار و امکان احتراز از خطر، بی‌توجهی کند و یا خود، پذیرای آن شود، به دلیل ارائه هشدار و انذار مصرف‌کننده نسبت به خطرات و عیوب محصول تولیدی خود، نسبت به زیان‌ها و خسارات آن کالا که ناشی از خطر و عیب هشدار داده شده است، در برابر مصرف‌کننده از مسئولیت مبری خواهند بود و مصرف‌کننده نمی‌تواند جبران خسارت وارده را از تولیدکننده مطالبه کند، زیرا زیان‌دیده در این موارد قربانی بی‌دقتی و بی‌احتیاطی خویش شده است. قاعده هشدار در این معنی بیان‌کننده یک نوع معذوریت برای تولیدکننده است و تولیدکننده با اثبات ارائه هشدار می‌تواند از

خود سلب مسئولیت کند. به این ترتیب این قاعده به مثابه یک قاعده شکلی در معنای عام است که خواننده در مقام دفاع از خود و به منظور سلب مسئولیت می‌تواند به آن استناد کند؛ صرف نظر از اینکه قاعده هشدار را متضمن وظیفه‌ای برای تولیدکننده (هشداردهنده) مبنی بر ارائه هشدار و در مقابل آن متضمن حقی برای مصرف‌کننده (مخاطب هشدار) مبنی بر دریافت هشدار نسبت به خطرات کالا بدانیم یا نه. اساساً قاعده تحذیر یک ابزار دفاعی است که خواننده دعوا (کسی که دیگری را به نحوی در معرض خطر و آسیب ناشی از آن قرار داده است) می‌تواند با تمسک به آن در جریان دادرسی خود را از قید مسئولیت در برابر خواهان (زیان‌دیده) برهاند یا آنکه بار اثبات عدم کفایت هشدار را بر دوش خواهان قرار دهد. لذا در حقوق انگلیس و امریکا که به موجبات معافیت از مسئولیت مدنی دفاع گفته می‌شود، خواننده با طرح دفاع قابل قبول می‌تواند به طور کلی یا نسبی از مسئولیت معاف شود.

نظام حقوق آمریکا یکی از نظام‌های حقوقی کامن لا بوده و ادامه‌دهنده رویه قضایی آن محسوب می‌شود. هشدار در نظام حقوقی کامن لا قدمت بیشتری از حقوق آمریکا داشته و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ چنانچه احکام قدیمی در رویه قضایی دادگاه‌های کامن لا به چشم می‌خورد که نشان‌گر جایگاه هشدار در رفع مسئولیت است. به عنوان مثال در پرونده وست وود علیه اداره پست،^۱ که یکی از احکام قدیمی و معروف در مورد کارمندی از اداره پست است که از در آسانسوری که بیشتر مواقع بسته بود و بر روی آن اختاری با این مضمون به چشم می‌خورد: «فقط متصدی صلاحیت‌دار آسانسور حق ورود به این محوطه را دارد»، با قصد رفتن به پشت بام و هواخوری وارد شد، ولی به محض ورود به این منطقه ممنوع، حفره‌ای از زیر پایش باز شد و در آن سقوط کرد و کشته شد. دادگاه استیناف انگلستان دعوای بازماندگان او را برای مطالبه خسارت مردود و در رأی خود اعلام کرد که خواننده تصور نمی‌کرده است متوفی بدون هیچ وظیفه‌ای وارد اتاق آسانسور شود، زیرا او قصد داشته برای هواخوری از طریق نادرست به پشت بام برود و به هشدار صریح خواننده

1. Westwood v. post office.the times newspaper, 24 october, 1972

توجه نکرده است. البته در حقوق انگلیس تأثیر هشدار یا شرط عدم مسئولیت در انتفای مسئولیت مدنی به میزان نقش «پذیرش ارادی خطر» نیست. بند ۳ ماده ۲ قانون شروط ناعادلانه قرارداد انگلیس مقرر کرده است: «زمانی که یک شرط ضمن عقد یا یک هشدار، متضمن سقوط یا تحدید مسئولیت ناشی از تقصیر است، نباید صرف قبولی این شرط یا هشدار یا آگاهی شخص از وجود آن به منزله پذیرش ارادی خطر از ناحیه او تلقی شود» (Brown, 1989:149). بنابراین، در کارکرد سلبی قاعده هشدار حقوق اسلامی چندان تفاوت و اختلافی با حقوق تولید معاصر ندارد و فقط موضوع قلمرو مانعیت است که مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۵. قلمرو کارکرد سلبی قاعده هشدار

استناد به کارکرد سلبی قاعده هشدار با این پرسش روبه‌رو است که آیا تمسک به هشدار به‌عنوان یک دفاع جهت سلب مسئولیت تولیدکننده با آن اطلاقی که در روایت مستند قاعده وجود دارد موجه است؟ آیا تمسک به این دفاع در مسئولیت تولیدکننده و عرضه‌کننده کالا که علی‌الاصول بر مسئولیت بدون تقصیر مبتنی است، پذیرفتنی است؟ برای پاسخ دقیق به این سؤال به نظر می‌رسد باید بین مفاد و محتوای هشدار تفکیک قائل شد و هریک را جداگانه بررسی کرد. هشدارها از مهم‌ترین اطلاعاتی هستند که فروشنده و عرضه‌کننده باید در اختیار خریدار قرار دهد تا مصرف‌کننده یا اشخاص ثالث را از نتایج نامطلوب آن‌ها رهایی بخشد. خطرات موجود در کالا و نتایج نامطلوبی که ممکن است مصرف‌کننده با آن روبه‌رو شود، خطرات جانبی ناشی از استعمال نا به‌جا و نادرست کالا، زیان‌های احتمالی حاصل از استعمال کالا و نیز آثار ناشی از عدم توجه به اخطارها و هشدارهای ارائه‌شده در این بخش قرار می‌گیرند. هشدارها همچنین شامل بیان عیوب کالا نیز می‌شوند، زیرا در بسیاری موارد عیوب موجود در کالا خطراتی را برای مصرف‌کننده به همراه دارد.

۵-۱. عیوب قابل رفع

عرضه کننده مکلف است در خصوص عیوب کالاها هشدارهای لازم را به مصرف کنندگان ارائه کنند، زیرا در بسیاری موارد استفاده از کالای معیوب می تواند خطراتی را برای آن ها یا اشخاص ثالث به همراه داشته باشد که لازم است هشدارهای لازم در این خصوص جهت احتراز از خطرات احتمالی ارائه شود.

در خصوص تعریف عیب، از سوی فقها و حقوق دانان تعاریف گوناگونی ارائه شده است. مشهورترین معیاری که فقها در تبیین عیب معرفی کرده اند معیار زیادی یا نقصان مبیع نسبت به نوع خود است. این تعریف در مورد اموالی که ضابطه معینی در تولیدشان وجود داشته باشد مثل عیب موجود در حیوانات کاربرد دارد و لیکن امروزه با تحولات صنعتی و تولید کالاهای پیچیده فنی این معیار نمی تواند راهگشا باشد. ملاک برخی حقوق دانان در تعریف عیب، نقص در ارزش و انتفاع کالا است. در بند د ماده ۱ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان ایران، این معیار برای تعریف عیب مورد پذیرش قرار گرفته و مقرر شده: «منظور از عیب در این قانون، زیاده، نقیصه یا تغییر حالتی است که موجب کاهش ارزش اقتصادی کالاها یا خدمات و یا عدم امکان انتفاع متعارف از آن ها گردد». هر کالا فایده و مصرفی دارد که به منظور استفاده از آن مورد معامله قرار می گیرد، نقصی که آن فایده مطلوب را از بین ببرد یا از آن چنان بکاهد که اگر خریدار آگاه می شد، از خرید کالا منصرف می شد یا بهای کم تری می پرداخت، عیب محسوب می شود. برای مثال در فروش وسایل فنی، عدم ارائه اطلاعات لازم در خصوص نحوه صحیح مصرف و به کار انداختن ایمن دستگاه سبب می شود که خریدار نتواند از آن استفاده کند و یا در صورت استفاده ممکن است در معرض خطرات احتمالی قرار بگیرد فلذا چنین کالایی به دلیل فقدان انتفاع متعارف، معیوب محسوب می شود. قانون مدنی ایران تشخیص عیب را به عرف و اگذار کرده است.^۱

در حقوق آمریکا بیشتر پیشرفت هایی که در مسئولیت سازندگان و فروشندگان کالا

۱. ماده ۴۲۶ قانون مدنی در این خصوص مقرر می دارد: «تشخیص عیب بر حسب عرف و عادت می شود و بنابراین ممکن است بر حسب ازمنه و امکانه مختلف شود».

حاصل شده، نه به دلیل تغییر نوع معیار مسئولیت، بلکه به جهت گسترش و اصلاح مفهوم عیب بوده است؛ به این نحو که افزون بر عیب در محصول تولیدی، طراحی غلط کالا و نبود هشدار و راهنمایی نیز از عیوب کالا شمرده شده است. از این منظر کالا ممکن است در نفس طراحی و نوع خود معیوب باشد که در این صورت تمامی مصادیق تولید شده معیوب‌اند و یا در نتیجه خطایی در جریان تولید آن حادث شود که در این مورد تنها یک یا چند مورد خاص از محصول دچار عیب شده‌اند. همچنین در مواردی همراه نبودن راهنمایی و هشدار لازم و کافی با کالا می‌تواند چهره‌ای از عیب کالا محسوب شود. عرضه‌کننده‌ای که کالا را با ساختار معیوب و خطرناک ارائه می‌کند مسئول است و در صورت غیرقابل احتراز بودن عیب مذکور، لازم است این وضعیت را به اطلاع مصرف‌کنندگان برساند.

در حقوق ایران، عدم هشدار سبب معیوب تلقی شدن کالا نیست به نحوی که اگر هشدار و راهنمایی با کالا ارائه شود آن را سالم و در صورت فقدان آن کالا را معیوب بدانیم بلکه کالا در صورت عدم ارائه هشدار سالم است و لیکن تولیدکننده به جهت تسبیب مسئول خسارات خواهد بود و در صورت ارائه هشدار به تعهد خود عمل کرده است و از این حیث مسئولیتی ندارد. لیکن در خصوص عیوب مبیع، نمی‌توان صرف هشدار تولیدکننده را سبب رفع ضمان از او دانست، زیرا هشدار رافع خطای تولیدکننده نیست. اگر به هر دلیل کالای تولیدی معیوب باشد و سازنده برای سلب مسئولیت خود از خسارات احتمالی، مصرف‌کنندگان را از عیوب آن آگاه کند از مسئولیت مبری نیست. برای مثال اگر در کارخانه اتومبیل‌سازی، سیستم جعبه‌دنده یا فرمان اتومبیل با درجه حرارت پائینی جوش داده شود؛ به طوری که در اثر مقاومتی اندک خواهد شکست و موجب خسارت شود؛ بنابراین اگر عرضه‌کننده می‌تواند با انتخاب گونه‌ای دیگر از طراحی کالا از خطرهای آن بکاهد، ارائه دستورالعمل‌ها و هشدارهای فراوان بی‌اثر است و البته تشخیص این مسئله به عنوان امری موضوعی بر عهده دادگاه خواهد بود (Stoppa, 1992: 223). به عبارت دیگر، هشدار تعهدی اضافی است و سازنده کالای معیوب نمی‌تواند کالای خود را فقط با هشدار به کالایی سالم بدل کند. برای مثال،

خواننده‌ای که دستگاه توستری را به قیمت نصف بازار عرضه می‌کند و بر روی آن هشدار می‌دهد که برای صرفه اقتصادی، سیم‌های برق را بدون پوشش رها کرده و مشتری باید از دستکش استفاده کند و دستگاه را به آب نزند، چنانچه خواهان دچار برق‌گرفتگی شود بی‌گمان می‌تواند خسارت خود را بر مبنای مسئولیت محض از خواننده مطالبه کند و دادگاه هرگز وجود هشدار را مجوزی برای وجود عیب نخواهد دانست.

همچنین است اگر هشدار ناظر به عیبی در تولید باشد؛ پس اگر تولیدکننده صابون احتمال می‌دهد که در برخی کالاهایش خرده‌شیشه باشد کافی نیست که به خریداران به این صورت هشدار دهد: یک هزارم درصد احتمال می‌رود که شیشه در صابون باشد؛ مواظب باشید که دست‌هایتان را نبرید (Emanuel, 1999: 347). در این موارد نمی‌توان به صرف هشدار، سازنده را از مسئولیت بری دانست، زیرا طبیعت این محصول مقتضی چنین عیبی نیست. به همین دلیل در ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ مقرر شده: «کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، منفرداً یا مشترکاً مسئول صحت و سلامت کالا و خدمات عرضه‌شده مطابق با ضوابط و شرایط مندرج در قوانین و یا مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات هستند». بنابراین عرضه‌کنندگان نمی‌توانند با ارائه هشدار از این مسئولیت قانونی شانه خالی کنند به خصوص که این قانون جنبه حمایتی داشته و مقررات آن آمره است و امکان تراضی خلاف آن نیز وجود ندارد. همان‌طور که وضع هرگونه شرط عدم یا تحدید مسئولیت نسبت به مقررات آن از سوی عرضه‌کننده بی‌اعتبار است در خصوص هشدار که چنین شرط و توافقی وجود ندارد به طریق اولی نمی‌توان حکم به رفع مسئولیت نسبت به مطلق عیوب کالا کرد.

اکتفا به هشدار برای رفع مسئولیت به صورت مطلق، سبب سوءاستفاده از آن و خود ضامن آور است. عامل زیان قبل از اینکه به هشدار پردازد باید تمامی مقررات مربوط به عمل زیان‌بار را رعایت کند در غیر این صورت گرچه هشدارهای لازم را داده باشد، همچنان مسئول است؛ یعنی قاعده هشدار نباید مورد سوءاستفاده قرار گیرد و موجب تهدید فضای عمومی جامعه شود. در وقوع یک حادثه، عوامل زیادی دخیل

هستند که رعایت احتیاطات و مقررات مربوطه می‌تواند از وقوع حادثه جلوگیری کند و هشدار باید بعد از انجام کلیه مقررات مربوطه و انجام احتیاطات لازم صورت گیرد (اکبری، ۱۳۹۶: ۱۴۹). بنابراین، در خصوص عیوبی که امکان رفع آن وجود دارد چنین دفاعی از عرضه‌کننده پذیرفته نخواهد بود. در حقوق آمریکا نیز هنگامی که یک محصول خطر بزرگی را ایجاد می‌کند که آن خطر می‌تواند از طراحی آن با هزینه معقول، از بین برود، همراهی محصول با هشدار، هرچند مؤثر و کافی نمی‌تواند مانع از مسئول دانستن تولیدکننده شود. به علاوه، زمانی که محصول هیچ فایده متعارفی ندارد اما خطر قابل توجهی از آسیب شخصی را به همراه دارد فروشنده باید به خاطر هر خسارت ناشی از ورود آن به بازار، صرف نظر از هشدارهایی که ممکن است همراه آن باشد، مسئول شناخته شود (Stuart, 1987: 222). بنابراین عیوب قابل رفع از قلمرو قاعده هشدار خارج است و تولیدکننده باید این‌گونه عیوب را رفع و سپس محصول را به بازار عرضه کند.

۵-۲. عوارض ذاتی و عیوب غیرمکشوف

برخی از خطرات یا عوارض محصولات، ذاتی و اجتناب‌ناپذیرند؛ به این معنی که عرضه کالا بدون آن خطرات به هر دلیل از جمله نقص نوآوری در زمان عرضه آن ممکن نیست مانند دارویی که علیرغم مفید بودن در درمان بیماری خاص، عوارضی نیز به همراه دارد که به‌ناچار باید آن را تقبل و تحمل کند. عرضه‌کننده مکلف است هشدارهای لازم نسبت به چنین خطراتی را در زمان انتقال آن به مصرف‌کننده، به وی ارائه کند و در این مورد است که در صورتی که مصرف‌کننده در نتیجه بی‌توجهی به هشدار متحمل خسارتی شود، عرضه‌کننده مسئول نخواهد بود. البته ممکن است کاربرد کالایی گاه خطرناک باشد اما زایل کردن هرگونه خطر کالا با از کار انداختن و بی‌فایده ساختن آن برابر باشد. این موارد نیز خطر ذاتی و اجتناب‌ناپذیر است لیکن نسبت به آن تعهد و تکلیفی به هشدار وجود ندارد، زیرا چنان خطری نه‌تنها عیب نیست و از این جهت، مسئولیتی متوجه عرضه‌کننده نیست بلکه خطر چنان بدیهی و آشکار است که از

مصرف‌کننده انتظار می‌رود از آن مطلع باشد و آنچه سبب حمایت از مصرف‌کننده به‌عنوان طرف ناآگاه می‌شود در این موارد وجود ندارد. برای مثال، می‌توان چکش را گونه‌ای ساخت که در برخورد با انگشت شست به آن صدمه‌ای نزنند، اما به‌احتمال قوی، این محصول دیگر چکش نیست.

علاوه بر خطرات ذاتی، مواردی نیز وجود دارد که عرضه‌کننده در زمان عرضه کالا به بازار از خطرات موجود در آن مطلع نیستند و در واقع بعد از عرضه کالا به وجود آن عیوب و خطرات واقف می‌شوند یا خطرات با توجه به علم روز در کالا شناخته شده است، در این موارد نیز مکلف است مصرف‌کنندگان را از این خطرات مطلع کند (جعفری تبار، ۱۳۹۶: ۱۰۵). بنابراین تعهد فروشنده به ارائه هشدار به صرف انتقال آن پایان نمی‌یابد و این موضوع در خصوص مواد دارویی و غذایی و وسایل نقلیه بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

از جمله نمونه مقررات و قوانینی که به مسئله لزوم هشدار در خصوص خطرات آتی یا غیرمکشوف در زمان عرضه، پرداخته قانون مسئولیت تولید ایالت نیوجرسی^۱ است. مطابق این قانون چنانچه تولیدکننده تمامی هشدارهای موجود در حیطة دانش بشری را در هنگام عرضه کالا، ارائه کند، وظیفه وی در زمینه هشدار ساقط نمی‌شود و صرف ارائه هشدار در زمان عرضه کالا را نمی‌توان به‌عنوان یک دفاع مطلق^۲ تلقی کرد. بنابراین اگر ثابت شود که عرضه‌کننده از خطرات تازه کشف‌شده مربوط به کالا به‌طور واقعی یا مفروض اطلاع داشته است و با وجود آن از ارائه هشدارهای لازم به مصرف‌کنندگان خودداری کرده است، مسئول جبران خسارات وارده به آن‌ها خواهد بود. البته این تعهد (هشدار نسبت به خطرات آتی) مفهوم جدیدی در زمان تصویب قانون مذکور نبوده است، زیرا پیش از این، دادگاه عالی ایالتی در پرونده‌ای^۳ مقرر کرده بود که گرچه ممکن است تولیدکننده اطلاعات جامع و کاملی نداشته باشد که تکلیف ارائه هشدار را بر او تحمیل کند، دانشی که متعاقباً در آینده برای او حاصل می‌شود، ممکن است وی

-
1. New Jersey product liability
 2. Absolute defense
 3. Feldman v. Iederle

را متعهد کند که اقدام‌های مؤثری جهت آگاه‌سازی خریداران و مصرف‌کنندگان به انجام رساند و در این صورت است که وی از مسئولیت در مقابل آنان مبری می‌شود. همچنین در پرونده ای دیگر،^۱ که خواهان هنگام تخلیه برف از ماشین برف‌روب در اثر تماس با تسمه‌های دستگاه، انگشتانش قطع و در شکایت خود علیه سازنده دستگاه بیان داشته که ماشین خریداری‌شده مدل قدیمی بوده که در تولیدات بعدی اصلاحاتی صورت گرفته است؛ به این نحو که هنگام تمیز کردن محفظه آن، تیغه‌های دستگاه به‌طور خودکار متوقف می‌شود. ولی سازنده در پاسخ به درخواست خواهان مبنی بر ارائه هشدارهای لازم در خصوص کالای خریداری‌شده، وی را در جریان نقص موجود در طراحی کالای فوق و خطرات ناشی از آن، همچنین تغییرات حاصله بعدی که سبب افزایش ایمنی کالا شده‌اند قرار نداده و تنها دفترچه راهنمای قدیمی را برای وی ارسال کرده است. دادگاه در این مورد خوانده را به سبب نقص در ارائه هشدار و راهنمایی مسئول شناخت.^۲

برخی ایالات امریکا، تعهد به ارائه اطلاعات پس از فروش کالا را مورد پذیرش قرار نداده‌اند با این توجیه که اصولاً پذیرش چنین تعهدی فروشنده را مکلف به شناسایی تمامی خریداران، به‌منظور اطلاع‌رسانی به آنها می‌کند که انجام آن را اگر غیرممکن ندانیم لااقل مشکلات زیادی به همراه خواهد داشت (Patterson, 1998: 4). پذیرش این نظر چندان منطقی به نظر نمی‌رسد، زیرا اجرای تعهد مذکور در مورد

1. Dixon v. Jacobsen manufacturing co.15 seeley arose from the plaintiff's 1987.

۲. به یک پرونده دیگر در مورد خطرات آبی اشاره می‌کنیم: در سال ۱۹۸۶ خواهان در نتیجه استفاده از ماشینی که ساخت سال ۱۹۶۵ بوده است دچار آسیب می‌شود، زیرا ترمزدستی ماشین فاقد محافظ جهت جلوگیری از تماس دست کاربر با چرخ‌دنده‌های تعبیه‌شده در آن، هنگام کشیدن ترمز بوده است. شرکت تولیدکننده از سال ۱۹۷۵ به بعد عیب موجود در کالای خود را کشف کرد و در جهت رفع آن محافظی را در ساخت ماشین مذکور به کار برد. دادگاه در این پرونده دعوی خواهان را رد کرد، زیرا تولیدکننده در پاسخ به درخواست وی مبنی بر ارائه هشدارهای لازم در خصوص بهره‌برداری از کالا ضمن ارسال بروشورهای مربوطه، آمادگی خود را جهت اعزام نماینده‌ای به‌منظور کنترل دستگاه و ارائه اطلاعات در خصوص تغییرات حاصله در ساختار آن، اعلام کرده بود ضمن اینکه هیچ دلیلی مبنی بر عدم کفایت هشدارهای ارائه‌شده توسط خواهان به دادگاه ارائه نشد. seeley v.

Cincinnati shaper co.14

مصرف‌کنندگان شناخته‌شده امکان‌پذیر است و در مورد سایرین نیز می‌توان از طریق اعلان عمومی و درج آگهی جهت ارائه هشدار استفاده کرد. بنابراین در هر مرحله‌ای که عیب غیرمکشوف در زمان عرضه، آشکار و نمایان شود، تولیدکننده باید اقدام به هشدار کند و در صورت عدم هشدار، مسئول خسارت وارده به مصرف‌کننده خواهد بود.

۶. کارکرد ایجابی قاعده هشدار

یکی از ابعاد مهم کارکرد قاعده هشدار، تبیین کارکرد ایجابی آن است. در اینکه آیا قاعده هشدار می‌تواند واجد کارکرد ایجابی و تعهدآور نیز باشد تردید وجود دارد و برخی قاعده هشدار را صرفاً متضمن حکم به رفع مسئولیت می‌دانند، بدون اینکه در این خصوص واجد الزامی باشد؛ بنابراین ضروری است این جنبه از کارکرد قاعده نیز بررسی شود. به نظر می‌رسد کارکرد قاعده هشدار به‌عنوان یک قاعده ماهوی، ایجادکننده وظیفه و التزام برای عرضه‌کننده است. قواعد حقوقی به لحاظ طبیعت و کارکرد آن‌ها به قواعد ماهوی و شکلی تقسیم می‌شوند. قاعده ماهوی یا موجد حق ناظر به آن دسته قواعدی حقوقی است که به اصل وجود حق و بُعد مقابل آن یعنی وجود تکلیف و یا استیفای حق و اجرای آن مربوط می‌شود و حق موضوع قاعده نیز یکی از انواع حقوق فردی است؛ یعنی حقی که در راستای مصالح مادی و معنوی بخشی از افراد جامعه (مصرف‌کننده) در برابر فروشنده ایجاد شده است و در نوع جزئی‌تر می‌توان آن را از نوع حق مصونیت یعنی مصونیت جان و مال دانست. حق ایمنی و حق آموزش و دریافت اطلاعات از جمله حقوق فردی شناخته‌شده برای مصرف‌کنندگان است که قاعده هشدار با کارکرد ایجابی خود درصدد حمایت از این حقوق است.

این کارکرد از قاعده هشدار در حقوق تولید آمریکا مورد توجه جدی‌تری قرار گرفته و وظیفه هشدار، بیشترین حجم از دعاوی جدید مسئولیت تولید را به خود اختصاص داده است. این پیشرفت به این دلیل ایجاد شد که تقریباً هر محصولی که مستعد ایراد خسارت و آسیب است، می‌تواند یا می‌توانسته با همراه داشتن هشدارها یا

راهنمایی‌های مؤثر کمتر خطرناک باشد (Stuart, 1987: 222). وظیفه عرضه‌کننده به هشدار نسبت به خطرات محصول و چگونگی جلوگیری از چنین خطراتی، پیشرفت نسبتاً جدید منصفانه در حقوق مسئولیت است. در اواسط قرن بیستم، انحراف قابل توجهی از قاعده کلی «آگاه باش خریدار» صورت گرفت (Stuart, 1987: 221) و در پرونده‌های متعدد، شرکت‌های خواننده به دلیل عدم ارائه هشدارهای کافی به استفاده-کنندگان کالاهای خود به جبران خسارات ناشی از خطرات آن کالا که با ارائه هشدار قابل احتراز بودند، محکوم شدند.^۱

تعهد هشدار در برابر خطرهای غیرمعمول در کامن لا به‌عنوان منبع مسئولیت مدنی شناخته شده است. به‌عنوان مثال فروشنده‌ای که نحوه استفاده از کالا را نشان دهد، اما از هشدار نسبت به خطرات آن، دریغ کند، مسئول خسارات ناشی از آن خواهد بود و این مسئولیت به هیچ وجه نمی‌تواند با تکیه به اصولی مانند اصل نسبی بودن رابطه قراردادی محدود شود (Dillard, 1955:152). اگر تولیدکننده بدون اخطار قبلی کالای «ذاتاً خطرناک» را در بازار به فروش برساند، او نسبت به مصرف‌کنندگان قابل پیش‌بینی مسئول است. در حقوق مبتنی بر آرای قضایی،^۲ تولیدکننده را مسئول خسارت ناشی از

۱. دو نفر به نام‌های کاسیدی و وایت در یک کارخانه لاستیک‌سازی استخدام و مشغول به کار بودند. شرکتی به نام صنایع شیمیایی با مسئولیت محدود با کارخانه لاستیک‌سازی مذکور طرف معامله بوده و به این کارخانه مرتباً دارویی به نام "NONOX-S" را تا سال ۱۹۴۹ تحویل می‌داده است. کارگران نامبرده به بیماری سرطان مثانه مبتلا و علیه شرکت صنایع شیمیایی دادخواستی را برای ضرر و زیان حاصله تقدیم کردند. خواهان به دریافت ضرر و زیان محکوم نشد و از حکم صادره درخواست پژوهش نمودند. دادگاه استیناف انگلستان به نفع پژوهش خواهان رأی محکومیت را شکست و در رأی مورخ ۳۱ اکتبر ۱۹۷۲ خود اشعار داشت که حسب شواهد موجود در پرونده، شرکت خواننده قبل از پایان سال ۱۹۴۶ اطلاع داشته است که داروی تحویل شده از طرف او منجر به سرطان مثانه می‌شده است با این وجود به متصدیان کارخانه لاستیک‌سازی جریان را گزارش نداده است و این چیزی نیست جز بی‌احتیاطی و لذا پژوهش خواننده محکوم به پرداخت خسارات مورد ادعای پژوهش خواهان است. در پرونده مذکور شرکت خواننده به پرداخت خسارات محکوم شد، زیرا هشدار کافی را در اختیار کارگران قرار نداده بود.

Gassidy & Wright.v.tm. chemical industries ltd. The time newspaper. 3 november 1972.

2. case law

کالاهای ذاتاً خطرناکی دانسته است که بدون تذکرات احتیاطی لازم به بازار عرضه می‌شود، منظور از خطر ذاتی آن خطری است که از ماهیت خود کالا نشئت می‌گیرد، در مقابل خطرات ناشی از کالاهای معیوبی که در حالت عادی معمولاً بی‌ضررند (Dillard, 1955: 153). به‌عنوان مثال در ماده ۳۸۸ بازنگری دوم مسئولیت مدنی آمریکا، مسئولیت عرضه‌کننده کالای خطرناک را مقرر کرده است که بر نوعی مسئولیت اجتماعی مبتنی شده تا مراقبت‌های لازم برای جلوگیری از آسیب رساندن به افرادی که در صورت عدم استفاده از این مراقبت‌ها به احتمال زیاد آسیب می‌بینند، اعمال شود. در این ماده مقرر شده: «کسی که مستقیماً یا به واسطه شخص ثالثی اقدام به تهیه کالا جهت استفاده دیگری می‌کند در برابر افرادی که تهیه‌کننده باید پیش‌بینی کند - با رضایت این شخص از آن استفاده می‌کنند یا با استفاده احتمالی دیگران از کالا به خطر می‌افتند، مسئول است. این مسئولیت برای ضرر ناشی از استفاده کالا به طریقی و برای کسی است که کالا برای استفاده بدان طریقی و به وسیله آن شخص، تهیه شده است، مشروط بر اینکه تهیه‌کننده:

اولاً، بداند یا به قرینه و دلیل موجود باید بداند که کالا برای کاربردی که بدان منظور ساخته شده، خطرناک است یا احتمال می‌رود که خطرناک باشد، و ثانیاً، دلیل و قرینه‌ای در دست نداشته باشد که بر آن اساس دریافته باشد اشخاصی که کالا برای استفاده آن‌ها تهیه شده، وضعیت خطرناک آن را درخواهند یافت و ثالثاً، از اتخاذ احتیاطات لازم در آگاه کردن ایشان نسبت به وضعیت خطرناک کالا یا اموری که احتمال می‌رود کالا را خطرناک سازند، قصور کند» (Dillard, 1955: 154).

طبق این ماده سازنده در صورتی که از خطرات قابل پیش‌بینی محصول که به راحتی برای استفاده‌کننده معمولی ظاهر نمی‌شود، هشدار کافی ارائه ندهد و یا در صورت لزوم راهنمایی در جهت استفاده ایمن از محصول برای کاهش خطرات آن ارائه ندهد، مسئول است. فلسفه این الزام به هشدار «حفاظت و حمایت از منافع مصرف‌کنندگانی است که به طور متعارف قابل پیش‌بینی‌اند و بر مبنای ارزیابی عقلایی خود از خطرات و

مزایای آن (هزینه فایده)، از استفاده از محصول صرف نظر می کنند. علاوه بر الزام به این وظیفه، این قانون مفهوم عیب را گسترش داده به نحوی که اگر هشدارها یا راهنمایی های همراه با کالا، مصرف کننده را از خطرات قابل پیش بینی مربوط به آن محصول مطلع نکند، آن کالا می تواند معیوب تلقی شود. محصول به دلیل راهنمایی ها یا هشدارهای ناکافی در صورتی معیوب است که خطر احتمالی آسیب ناشی از محصول بتواند به واسطه ارائه راهنمایی ها و یا هشدارهای مناسب از سوی عرضه کننده کاهش یابد یا از آن اجتناب شود و حذف یا فقدان آن هشدارها سبب شود تا آن محصول به طور قابل قبولی امن محسوب نشود (Goodden, 2009: 158).

در حقوق امریکا دو تن از نویسندگان کامن لا مارکسینیس و دیکن، در یک تقسیم بندی مشهور، عیوب محصول تولیدی را به سه دسته عیب در طرح، عیب تولید و عیب هشدار تقسیم کرده اند. از این منظر می توان گفت: عیب در محصول ممکن است در نتیجه نقص هشدار یا ارائه اطلاعات نادرست و ناقص در خصوص نحوه مصرف باشد و کالای دارای هشدار ناقص، معیوب تلقی می شود حتی اگر در خود کالا نقصی نباشد.

عیب ناشی از عدم هشدار بدین معناست که اگر محصول واجد کیفیت مناسب باشد لیکن عیوب و خطرات ناشی از استعمال آن به مصرف کننده گوشزد نشود، همچنان معیوب محسوب خواهد شد، زیرا عرضه کننده نه تنها وظیفه دارد محصول عرضه شده را در اختیار مصرف کننده قرار دهد بلکه باید خطرات احتمالی ناشی از آن و راه های گریز از آن را نیز به وی ارائه کند. فلذا اگر به این وظیفه عمل نکند، تعهد در خصوص ارائه محصول سالم و بدون عیب را نقض کرده است و در صورت ایجاد ضرر و ورود خسارت، ملزم به جبران زیان های ناشی از آن خواهد بود. لذا در حقوق آمریکا عدم هشدار مصرف کننده به عنوان عیب تلقی شده و عدم هشدار تحت عنوان مسئولیت ناشی از کالای معیوب بررسی می شود. گسترش مفهوم عیب به این حد، نتیجه ای زائد بر الزام به ارائه هشدار ندارد و فقط مسئولیت تولیدکننده را موجه تر نشان می دهد. در حقوق ایران بحث ارائه هشدار و عیوب تولید دو مقوله جدا و متمایز است

و این گونه نیست که کالای فاقد هشدار معیوب و کالای واجد هشدار، سالم تلقی شود. لذا، با توجه به اطلاق عقلایی و عرفی قاعده هشدار، می‌توان این کارکرد قاعده هشدار را نیز مورد تأیید قرار داد، زیرا گذشته از منطوق قاعده که در کارکرد سلبی به آن پرداخته شد، به ارتکاز عرفی و عقلایی می‌توان تولیدکننده را موظف به هشدار و رفع عیب از محصولی دانست که دیگران را در معرض خطر قرار می‌دهد.

همچنین ساختار ترکیبی قاعده هشدار به نحو شرطیه است و از دو قسمت شرط و جزا تشکیل شده است. در منطوق جمله شرطیه هیچ اختلافی وجود ندارد، زیرا به طور مستقیم از آن فهمیده می‌شود که اگر شرط (ارائه هشدار) محقق شود، جزا نیز در پی آن خواهد آمد لیکن مطلب قابل بحث آن است که آیا انتفای شرط، مستلزم انتفای جزاست؟ مشهور علمای اصول معتقدند که جمله شرطیه دارای مفهوم است به این معنی که مفهوم مخالف آن معتبر و دارای حجیت است و بر انتفای جزا در صورت انتفای شرط دلالت می‌کند. برای این که جمله شرطیه دلالت بر مفهوم مخالف داشته باشد وجود دو امر لازم است:

اولاً، میان شرط و جزا ملازمه وجود داشته باشد، به گونه‌ای که تحقق جزا متوقف بر وجود شرط باشد و شرط سبب تحقق جزا محسوب شود؛
ثانیاً، شرط باید سبب انحصاری برای تحقق جزا باشد، یعنی غیر از این شرط، سبب دیگری برای تحقق جزا وجود نداشته باشد.

پس نکته مهم در این بحث، چگونگی احراز این دو مقدمه است. در این راستا در مورد شرط اول می‌توان گفت جمله شرطیه به واسطه وضع، بر وجود ملازمه و رابطه سببیت میان شرط و جزا دلالت دارد و معنای حقیقی جمله شرطیه جز این نیست. دلیل این امر نیز تبادر است یعنی اولین معنایی که از جمله شرطیه به ذهن خطور می‌کند و عرفاً از آن فهمیده می‌شود آن است که در صورت وجود شرط، جزا نیز بر آن مترتب است و در صورت عدم شرط جزا نیز معدوم و منتفی خواهد بود. در مورد مقدمه دوم، یعنی دلالت جمله شرطیه بر انحصار سببیت در شرط مذکور به عقیده اصولیان در مواردی که گوینده در مقام بیان بوده و کلام خود را مطلق گذاشته و شرط دیگری بیان

نکرده است، از اطلاق کلام گوینده چنین استفاده می‌شود که شرط مذکور سبب انحصاری برای تحقق جزاست، زیرا اگر شرط دیگری وجود داشت گوینده باید آن را بیان می‌کرد. عبارت «قد عذر من حذر» نیز مطلق است و از این حیث با ایرادی مواجه نخواهد بود و مفهوم مخالف آن معتبر خواهد بود. به این ترتیب هرکس هشدار ندهد معذور نخواهد بود و ضامن است.

حال در خصوص این سؤال که آیا از این حکم وضعی ضمان می‌توان به حکم تکلیفی وجوب و تکلیف به هشدار رسید باید گفت طبق نظریه انتزاعی بودن احکام وضعی، به احکام وضعی جعل مستقلی تعلق نگرفته است بلکه از احکام تکلیفی انتزاع شده‌اند. به این معنی که شارع فقط یک حکم جعل می‌کند که آن اول و بالذات به احکام تکلیفی نسبت داده می‌شود و ثانیاً و بالعرض به احکام وضعی. به عبارت دیگر، شارع، احکام تکلیفی را به صورت استقلالی جعل می‌کند و احکام وضعی از آن‌ها انتزاع می‌شوند. شارع در واقع، فقط یک جعل دارد که مجعول اولاً و بالذات در آن احکام تکلیفی هستند و احکام وضعی از آن‌ها انتزاع می‌شوند (عسگری، ۱۳۹۴: ۳۲). این بیان در برخی تعابیر فقهی و اصولی این گونه آمده است که احکام وضعی رجوع به احکام تکلیفی دارند. مشهور قدما و متأخرین شیعه قائل‌اند جعل تمامی احکام وضعی به تبع احکام تکلیفی است (انصاری، ۱۴۳۱ق: ۱۳۰-۱۲۶)؛ بنابراین حکم وضعی ضمان که از مفهوم حدیث مورد بحث دریافت می‌شود، به حکم تکلیفی وجوب هشدار رجوع دارد. در حقوق موضوعه نیز سابقاً در مواد ۱۰ و ۱۱ پیش‌نویس لایحه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به صورت صریح به هشدار نسبت به خطرات جانبی توجه شده بود. این مواد علی‌رغم این که کلی بود و معیار خاصی را در خصوص موارد مذکور به دست نمی‌داد، از شفافیت بیشتری در خصوص تعهد به هشدار برخوردار بود،^۱ لیکن متأسفانه

۱. ماده ۱۰ پیش‌نویس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در زمینه اطلاع‌رسانی مقرر می‌داشت: عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مکلف‌اند کلیه اطلاعات متعارف درباره طرز استفاده از کالا و به کارگیری نتایج خدمات و خطرات جنبی ناشی از استعمال نادرست کالاها و خدمات را در اختیار مصرف‌کننده قرار دهند. هرگاه در اثر عدم اجرای این تکلیف مصرف‌کننده متحمل خساراتی شود، عرضه‌کننده کالا یا خدمت مکلف به

به این شکل به تصویب نرسید. نهایتاً در ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، مقرر شد: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات مکلف‌اند اطلاعات لازم شامل: نوع، کیفیت، طرز استفاده، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای مصرف را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند..» که عبارت آگاهی‌های مقدم بر مصرف را می‌توان شامل هشدارها نیز دانست. پس در قوانین موضوعه حدود و ویژگی‌های هشدار به‌طور کامل و روشن مشخص نشده و در هر مورد برای تشخیص هشدار مناسب و اطلاعات بایستی به عرف که خود گاه امر مجهولی است مراجعه شود. برای حل این معضل باید وظیفه هشدار از دیدگاه و توقع مصرف‌کننده متعارف مورد ارزیابی قرار گیرد. در نتیجه وظیفه هشدار فقط مختص عیب غیرقابل رفع کالا نیست بلکه این وظیفه در مورد کالاهای سالمی نیز که ممکن است در برخی مواقع خطرآفرین باشد بر عهده عرضه‌کننده قرار می‌گیرد. علاوه بر این ماده، ماده ۱ و ۲ آیین‌نامه ممنوعیت استعمال و عرضه سیگار و سایر مواد دخانی در اماکن عمومی مصوب ۱۳۷۶ هیئت‌وزیران و مواد ۱۱، ۱۲ قانون مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی مصوب ۱۳۴۶ مجلس شورای اسلامی متضمن وظیفه ایجابی این قاعده در حوزه تولید است.

۷. قلمرو کارکرد ایجابی قاعده هشدار

سؤال مهم در خصوص کارکرد ایجابی هشدار این است که آیا عرضه‌کننده

جبران کلیه خسارات مادی و معنوی زیان دیده است. همچنین ماده ۱۱ این پیش‌نویس مقرر می‌داشت: برای کلیه اقلام کالاها و محصولات که در فروشگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، مراکز توزیع، مغازه‌ها و دکه‌ها به‌صورت خرده‌فروشی یا عمده‌فروشی به مصرف‌کنندگان عرضه می‌شود در برجسب الصاقی، کاتالوگ، فهرست‌بها، دفترچه راهنما و امثال آن برجسب مورد، اطلاعات زیر ارائه شود: الف....

ز. دستورالعمل‌ها و راهنمایی‌های ضروری جهت استفاده بهینه از کالا و نگهداری از آن؛

ح. یادآوری خطرات جانبی نشای از استعمال کالا و نیز استعمال نادرست آن؛

تبصره ۱: برجسب الصاقی باید به نحوی تعبیه گردد که به آسانی از کالا جدا نشود. برجسب کالاهای خارجی باید به زبان فارسی، خوانا و برای مصرف‌کننده متعارف به سهولت قابل رؤیت باشد.

به صورت مطلق در برابر خواهان تکلیف به هشدار دارد یا در این خصوص حدود و قیودی وجود دارد؟ به عبارت دیگر، تکلیف به هشدار در خصوص چه خطراتی به عهده وی قرار دارد؟ اینکه سازنده وظیفه هشدار را بر عهده دارد یا نه به ماهیت ریسک ایجاد شده توسط آن محصول بستگی دارد بدین شرح که عرضه کننده تکلیفی به ارائه هشدارها در برابر خطرات ذیل ندارد:

نخست، خطراتی که برای استفاده کننده معمولی محصول واضح، بدیهی و آشکار است یا موضوع دانش عمومی است؛

دوم، خطراتی که قابل پیش بینی نیست و یا چنان غیرمحمتمل است که پیش بینی قابلیت وقوع آن بعید است؛

اولین محدودیت در تعهد عرضه کننده به هشدار، بی فایده و غیرعقلایی بودن هشدار است، زیرا قبلاً به طور کلی برای عموم شناخته شده است. به علاوه، مواردی که کالا دارای ساختار ساده ای است و خصوصیات آن موضوع اطلاعات عمومی است به طوری که خطرات همان گونه که برای تولیدکننده آشکار است برای خریداری که آموزشی ندیده است نیز آشکار است، تحمیل تکلیف به هشدار دادن تبدیل به یک قانون غیر ضروری می شود (Haydon, 1958: 468). برعکس مواردی که کالای مورد استفاده پیچیده است به نحوی که سازنده به دلیل دانش فنی برتر باید از این خطر آگاه باشد در حالی که استفاده کننده چنین آگاهی ندارد که دلیل وضع قوانین حمایتی همین عدم تعادل در وضعیت طرفین بوده است فلذا تکلیف به هشدار ضروری است. محدودیت دوم نیز از یک قاعده سنتی مسئولیت مدنی نشئت می گیرد که وظیفه ای برای محافظت در برابر خطر بسیار نامحتمل وجود ندارد. در زمینه مسئولیت تولید، این بدین معنی است که سازنده هیچ تکلیفی برای ارائه هشدار نسبت به خطری که بسیار بعید و نادر است وجود ندارد. هر دو محدودیت فوق در خصوص تکلیف عرضه کننده به هشدار تعیین کننده است (Goodden, 2009: 160).

در مقابل، این وظیفه تولیدکننده مسلم است که باید خطرهای قابل پیش بینی استعمال کالای خود را به مصرف کنندگان گوشزد کند و حتی تمهیداتی بیندیشد که

خطر ناشی از بی‌مبالاتی مصرف‌کننده را از بین ببرد یا کاهش دهد. به بیان دیگر، تولیدکننده باید مواردی را که ممکن است فرآورده او خطری ایجاد کند پیش‌بینی و از آن احتراز کند یا به مصرف‌کننده آگاهی دهد. شرط قابلیت پیش‌بینی در دعاوی مربوط به «تکلیف به هشدار» بسیار مهم است. لذا در بند الف ماده ۳۸۸ بازنگری مسئولیت مدنی آمریکا، مسئولیت سازنده، منوط به قابلیت پیش‌بینی احتمال خطرناک بودن کالا شده و مقرر است: «کالا برای استفاده‌ای که بدان منظور تهیه شده است خطرناک باشد». این تعبیر برای مصرف‌کنندگانی که در نتیجه مصرف نامتعارفی کالا متحمل زیان شده‌اند، ایجاد مشکل می‌کند. در آمریکا سابقاً، تولیدکننده در صورتی که استقبال از خطر یا استعمال نابجای مصرف‌کننده را اثبات می‌کرد، از مسئولیت معاف بود ولی رویه جدید دادگاه‌ها این قاعده را تعدیل کرده است به موجب تصمیم اخیر، در صورت سوء مصرف و بی‌مبالاتی و استقبال خطر از سوی مصرف‌کننده، تولیدکننده همچنان مسئول است، مشروط بر اینکه این وقایع به طور متعارف و عقلایی قابل پیش‌بینی باشد، یعنی تولیدکننده باید خطاهای قابل پیش‌بینی مصرف‌کننده را در نظر بگیرد و راهی برای تأمین سلامت و امنیت او بیندیشد (محمدی، ۱۳۸۷: ۸۹). پس تولیدکننده مکلف است در مقابل خطرهای مربوط به کالاهایش به مصرف‌کننده و هر کسی که ممکن است کالا، او را تهدید کند هشدار بدهد (Dunfee & others, 1989: 561). البته گاه هشدار به واسطه کفایت می‌کند و آن زمانی است که واسطه مذکور آگاه باشد. برای مثال، اگر سازنده در مورد خطرهای دستگاه صنعتی به کارفرما هشدار بدهد کافی است و از این به بعد کارفرماست که مکلف به آگاه کردن کارگر خود است.

اینکه طبق چه معیاری خطرهای موجود در کالا، ضرورت وظیفه به ارائه هشدار در آن خصوص را ایجاب می‌کنند بسیار مهم است. آیا وظیفه ارائه هشدار در مواردی که خطر ناچیزی در نتیجه استفاده از کالا یا خدمت ارائه شده مصرف‌کننده را تهدید می‌کند نیز وجود دارد یا لزوماً در مورد خطرات شدید این وظیفه مطرح می‌شود؟ در پاسخ به سؤالات فوق نظرات مختلف است. برخی بر این باورند که در این خصوص

باید ملاک شخصی^۱ را مورد عمل قرار داد و در هر مورد به صورت جداگانه و با توجه به اوضاع و احوال پرونده در مورد مسئولیت یا عدم مسئولیت متعهد اظهار نظر کنیم. به نظر می‌رسد پذیرش این نظر صرف نظر از آن‌که سبب اطاله دادرسی و تشتت آرا می‌شود در همه موارد نیز امکان‌پذیر نباشد.

در مقابل بعضی معتقدند باید معیار نوعی^۲ را مناط قرار داد. بدین معنی که بر اساس توقع و ارزیابی شخص متعارف عمل شود. بر فرض پذیرش این ملاک، به نظر می‌رسد در هر حال داوری عرف نیز در همه موارد یکسان نباشد و لزوم دخالت معیارهای دیگر چون انصاف، وضعیت عرضه‌کنندگان و وجود یا عدم وجود واسطه آگاه، میزان علم و سایر شرایط مصرف‌کنندگان که از لحاظ دقت و میزان احتیاط با یکدیگر تفاوت دارند، اقتضا دارد که معیار شخصی و نوعی با هم تلفیق شود، زیرا به منظور تعیین تکلیف نحوه مناسب و مطلوب انجام وظیفه هشدار از یک سو نمی‌توان قواعد مشابه و مشخص وضع کرد و از سوی دیگر ملاک قرار دادن داوری نوعی نیز به تنهایی نمی‌تواند در اوضاع و احوال خاص هر پرونده قاطع باشد. بنابراین، قاضی باید در این میان توجهات لازم را مبذول کند تا با لحاظ رفتار محتاطانه یک انسان متعارف، البته در اوضاع و احوال خاص هر پرونده حکم مقتضی را صادر کند. برای مثال، داروهایی که اصولاً طبق تجویز پزشک مصرف می‌شود، عرضه‌کننده ملزم به بیان تمام آثار و عوارض آن نیست بلکه لازم است ضرورت استفاده از دارو با تجویز پزشک را اخطار کند، این در حالی است که در مورد استعمال بعضی از کالاها نظیر لوازم آرایشی و بهداشتی و زیان‌های احتمالی ناشی از آن باید با تفصیل بیشتری هشدار داده شود و برای مثال صرف ذکر عبارت «استعمال فقط توسط اشخاص حرفه‌ای» کفایت نمی‌کند (Haydon, 1958: 469). بلکه باید عوارض ناشی از عدم استعمال توسط شخص حرفه‌ای نیز هشدار داده شود.

1. subjective
2. objective

نتیجه‌گیری

قاعده هشدار که در فقه با عنوان تحذیر به کار رفته است از قواعد مسلم حقوقی است که توجه به کارکردهای متنوع و مهم این قاعده، در حوزه مسئولیت ناشی از تولید ضروری است. در حقوق موضوعه به تبع فقه، با تأکید بر منطوق روایت، به این قاعده صرفاً از منظر حقوق خصوصی توجه شده است و تا حدی به این بحث ارتباط می‌یابد که ضرر وارده نباید داوطلبانه باشد و بیشترین توجه و تمرکز بر کارکرد سلبی قاعده است، گویی که کارکرد دیگری برای این قاعده متصور نیست. حال آنکه سیستم حقوقی آمریکا از این دیدگاه فراتر رفته است و این قاعده از حیث مسئولیت اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. بدین معنی که هرچند از منظر حقوق خصوصی شخص استفاده‌کننده از کالایی که قبلاً در مورد خطرات و عیوب آن مورد هشدار قرار گرفته است سبب ورود ضرر محسوب می‌شود و زیان وارده به وی مستند است، لیکن نباید به صرف هشدار نسبت به مطلق عیوب و خطرات وی را معاف از مسئولیت دانست. در بحث هشدار نسبت به کالاها و تولیدات، آن دسته از عوارض و خطرات محصول را مشمول قاعده هشدار می‌دانند که غیرقابل اجتناب و غیرقابل پیشگیری و به عبارتی عوارض ذاتی محصول باشد.

علاوه بر این، دو کارکرد مهم پیشگیرانه و ایجابی قاعده هشدار بررسی و ثابت شد که این قاعده در مسئولیت ناشی از تولید علاوه بر آنکه با کارکرد پیشگیرانه خود می‌تواند سبب جلوگیری از ورود زیان شود، با کارکرد ایجابی، مثبت و وظیفه‌عرضه‌کننده برای ارائه هشدار است و در نهایت در صورتی که علی‌رغم انجام این تعهد و ارائه هشدارهای لازم از سوی عرضه‌کننده، در نتیجه عدم توجه مصرف‌کننده، خسارتی به بار آید، تولیدکننده از مسئولیت مبری خواهد بود. البته با توجه به سایر ادله مانند حرمت و مصونیت جان و مال و نیز ضرورت، در مسئولیت تولید این عدم مسئولیت، به هیچ وجه مطلق نخواهد بود بلکه تنها در برابر خطرات و عیوبی قابل پذیرش است که ذاتی و اجتناب‌ناپذیر باشد. بدین معنا که عامل زیان قبل از اینکه به هشدار بپردازد باید تمامی مقررات مربوط به عمل زیان‌بار را رعایت کند، در غیر این صورت گرچه

هشدارهای لازم را با جمیع شرایط ارائه داده باشد، همچنان مسئول است، زیرا هشدار تعهدی اضافی است و سازنده کالای معیوب نمی‌تواند کالای خود را فقط به‌صرف ارائه هشدار به کالایی سالم بدل کند و از این امر، سوءاستفاده کند.

منابع

الف. فارسی

- اکبری، پرویز (۱۳۹۶) قاعده هشدار در مسئولیت مدنی، تهران: دادگستر.
- جامپیون جونیزوز، والتر. تی. (۱۳۸۸) مسئولیت مدنی در ورزش، ترجمه آقای نیبا. حسین، چ پنجم، تهران: دادگستر.
- جعفری تبار، حسن (۱۳۷۵) مسئولیت مدنی سازندگان و فروشندگان کالا، تهران: دادگستر.
- جعفری تبار، حسن (۱۳۹۶) مسئولیت مدنی کالاها، تهران: نگاه معاصر.
- جنیدی، لعیا (۱۳۸۱) «مطالعه تطبیقی تعهد به دادن اطلاعات با تأکید بر نظامهای کامن لا»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۵۶، صص ۴۷-۱۱.
- حکمت نیا محمود و عبداللهی ویشکایی سمیه (۱۳۹۰) «مسئولیت مدنی ناشی از عدم ارائه اطلاعات در فرآورده‌های دارویی»، حقوق اسلامی، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۸۸-۶۱.
- حکمت نیا، محمود (۱۳۸۹) مسئولیت مدنی در فقه امامیه، چ دوم، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- حیاتی، علی عباس (۱۳۹۳) «مفهوم اصل احتیاط و جایگاه آن در مسئولیت مدنی»، پژوهشنامه حقوق اسلامی، سال پانزدهم، شماره دوم، ۲۰۶-۱۸۵.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷) لغت‌نامه. ج ۱۵، چ دوم، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- ژوردن، پاتریس (۱۳۸۵) اصول مسئولیت مدنی، ترجمه مجید ادیب، چ دوم، تهران: نشر میزان.

شاکری، ابوالحسن (۱۳۷۵) حمایت از حقوق مصرف کنندگان محصولات صنعتی در ایران، رساله دکتری دانشگاه تربیت مدرس.

صالحی، مهدی (۱۳۹۶) «بررسی مسئولیت ناشی از اخفای مضرات دارو و نقش قاعده تحذیر»، فصلنامه حقوق پزشکی. سال یازدهم، شماره چهل و یکم. صص ۷-۳۲.

عسگری، رضا (۱۳۹۴) «ماهیت حکم وضعی و تفاوت آن با حکم تکلیفی از منظر اصولیون شیعه»، رسائل، شماره ۴، صص ۲۷-۴۲.

کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۴) مسئولیت ناشی از عیب تولید، تهران: دانشگاه تهران.

کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۶)، الزام‌های خارج از قرارداد، (ضمان قهری)، ج ۱، مسئولیت مدنی، چ هفتم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران

لطفی، اسدالله (۱۳۹۳) مسئولیت مدنی، تهران: جنگل.

محقق داماد، مصطفی (۱۳۸۰) قواعد فقه. ج اول و دوم، چ چهارم، تهران: سمت.

محمدی، شهرام (۱۳۸۷) «پیشگیری از جرایم علیه حقوق مصرف‌کننده»، فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم، سال سوم، شماره هشتم، صص ۶۹-۱۰۵.

میرشکاری، عباس (۱۳۹۴) رساله عملی در مسئولیت مدنی، تهران: شرکت سهامی انتشار.

نوو آگلیز، املی زهرا (۱۳۸۸) «اصل احتیاط به مثابه نشانه‌ای از ذهنیت و نیازهای انسان پست‌مدرن»، دو فصلنامه فلسفه شناخت، پژوهش‌نامه علوم انسانی، صص ۱۴۶-۱۲۱.

هاربور، نانسی کین (۱۳۹۵) مسئولیت مدنی ناشی از تولید از منظر حقوق آمریکا، ترجمه محمدرضا مقیمی، تهران: مجد.

ب. عربی

ابن منظور، ابوالفضل جمال‌الدین محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق.). لسان العرب، ج ۴، بیروت: دارالفکر.

انصاری، مرتضی (۱۴۳۱ق) فرائد الاصول. ج ۳، چ ۹، قم: مجمع الفکر الاسلامی.

- حرعاملی، محمدبن حسن (۱۴۰۹ ق) وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه. ج ۱۲، بیروت: دارالاحیاء التراث العربی.
- طریحی، فخرالدین (۱۴۱۶ ق). مجمع البحرین، ج ۲، تهران: کتابفروشی مرتضوی.
- موسوی سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۱۳ ق) مهذب الأحکام فی بیان الحلال و الحرام. ج ۲۱، قم: دفتر آیت ا... سبزواری.
- واسطی زبیدی، محب الدین سید محمد مرتضی حسینی (۱۴۱۴ ق). تاج العروس من جواهر القاموس. بیروت: دارالفکر، ج ۶.

ج. انگلیسی

- American Law Institute (1934) Restatement of the Law of Torts, V. II: Negligence, American Law Institute Publishers, Washington D.C. NO.388.
- Brown John Wilman (1989) GCSE Law, Landon, Maxwell and Sweet.
- Dillard Hardy Cross, Harris Hart and II (1955) "Product Liability: Directions for Use and the Duty to Warn", Virginia Law Review, Vol. 41, No. 2, pp. 145-182.
- Dunfee Thomas W & others (1989) Modern Business Law, Second edition, Rondam House Business Division, New York.
- Emanuel Steven L. (1999) Torts, Emanuel Publishing Corp.
- Goodden Randall L. (2009) Lawsuit! Reducing the Risk of Product Liability for Manufacturers. Published by John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- Haydon, George R. (1958) "Negligence: Duty of Care: Manufacturer's Duty to Warn of Obvious", Michigan Law Review, Vol. 56, No. 3, pp. 467-470.
- Patterson, Anne M. (1998) "After the Sale: the Duty to Warn of Later-Discovered Defects Under the New Jersey Product Liability Act", New Jersey Lawyer Magazine.
- Stoppa Alessandro (1992) "The Concept of Defectiveness in the Consumer Protection Act 1987, A critical analysis", Legal studies, Vol.12, No 2.
- Stuart Madden, M. (1987) "The Duty to Warn in Products Liability: Contours and Criticism", Pace Law Faculty Publications.

Paper154, West Virginia Law Review, Vol. 89 Winter 1987
Number 2.

Van Boom, Willem H.(2004) Compensating and preventing damage:is
there any future left for tort law? Rotterdam Institute of Private
Law Erasmus University Rotterdam, The Netherlands.

د. فرانسه

Overstake, Jean-Francis (1972) "La responsabilite du fabricant de
produits dangereux", Reveu trimestrielle de droit civil, No. 3.