

[2024] 5 एस.सी.आर. 143: 2024 आईएनएससी 328

यशराज फिल्म्स प्राइवेट लिमिटेड

बनाम

आफरीन फातिमा जैदी एवं एक अन्य

(सिविल अपील संख्या 4422/2024)

22 अप्रैल 2024

[पमिदिघंटम श्री नरसिम्हा* और अरविंद कुमार, जे.जे.]

विचारार्थ मुद्दा

प्रत्यर्थी संख्या 1-परिवादी ने अपने परिवार के साथ सिनेमा के पर्दे पर पर चलचित्र देखने जाने का निश्चय किया। तथापि, उन्होंने पाया कि चलचित्र में वह गीत नहीं था, जिसे चलचित्र के प्रचार और प्रसार के लिए व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था। क्या मनोरंजन सेवा जिसका लाभ उपभोक्ता ने टिकट की खरीद के माध्यम से प्रतिफल का भुगतान करके उठाया है के प्रावधान में कोई 'कमी' है। प्रतिवादी ने अभिकथन किया है कि सेवा में 'कमी' है क्योंकि चलचित्र में जो दिखाया गया था वह वचन के अनुसार नहीं था। क्या यह एक 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' है जिससे कार्रवाई का कारण उत्पन्न होता है।

शीर्ष टिप्पण

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 - प्रचार झलकी के विधिक निहितार्थ - संविदात्मक संबंध - अनुचित व्यापारिक व्यवहार - परिवादी को एक चलचित्र में एक गीत नहीं मिला, जिसे चलचित्र के प्रचार और विज्ञापन के लिए व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था - उपभोक्ता परिवाद दर्ज किया गया - जिला फोरम ने परिवाद को खारिज कर दिया - राज्य आयोग ने अभिनिर्धारित किया कि अपीलार्थी ने अनुचित व्यापारिक व्यवहार किया है क्योंकि प्रचार झलकी में गीत व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था परंतु चलचित्र में नहीं दिखाया गया - एन.सी.डी.आर.सी. ने अभिनिर्धारित कि फिल्म से गीत को बाहर करना भी एक कमी का गठन करेगा, जैसा कि उपभोक्ता अधिनियम की धारा 2 (1) (छ) में

परिभाषित किया गया है, यदि गीत का निहित रूप से वादा किया गया है, परंतु बाद में चलचित्र का प्रदर्शन करते समय इसे छोड़ दिया जाता है - शुद्धता:

अभिनिर्धारित: प्रचार झलकी एकपक्षीय होती है - इसका उद्देश्य केवल दर्शक को चलचित्र का टिकट खरीदने के लिए प्रोत्साहित करना होता है, जो प्रचार झलकी से स्वतंत्र लेनदेन और संविदा होता है - प्रचार झलकी अपने आप में कोई प्रस्ताव नहीं होती है और न ही वह संविदात्मक संबंध बनाने का उद्देश्य रखती है और न ही निर्माण कर सकती है - चूंकि प्रचार झलकी कोई प्रस्ताव नहीं है, इसलिए इसके वचन बनने की कोई संभावना नहीं है - इसलिए, अपीलार्थी और परिवादी के बीच कोई प्रस्ताव नहीं है, संविदा तो दूर की बात है कि झलकी में शामिल गीत चलचित्र में दिखाया जाएगा और यदि नहीं दिखाया जाता है, तो यह सेवा में कमी होगी - सेवा का लेनदेन केवल परिवादी को चलचित्र टिकट की खरीद के रूप में प्रतिफल के भुगतान पर चलचित्र देखने में सक्षम बनाने के लिए है - यह लेनदेन प्रचार झलकी से असंबद्ध है, जो अपने आप में चलचित्र की सामग्री के संबंध में किसी भी प्रकार का दावा करने का अधिकार नहीं बनाता है - प्रचार झलकी धारा 2(1)(द) के खंड (1) में निहित "अनुचित पद्धति अथवा अनुचित और भ्रामक व्यवहार" के किसी भी उदाहरण के अंतर्गत नहीं आती है जो वस्तुओं और सेवाओं के प्रचार में अनुचित व्यापारिक व्यवहार से संबंधित है - न ही यह कोई मिथ्या कथन करती है या दर्शकों को भ्रमित करने का अभिप्राय रखती है - इसके अतिरिक्त, परिवादी पर अनुचित व्यापारिक व्यवहार को सिद्ध करने वाले ठोस साक्ष्य प्रस्तुत करने का दायित्व है, परंतु वर्तमान मामले में ऐसा कुछ भी अभिलेखित नहीं किया गया है जो इसे दर्शाता हो - तथापि, वर्तमान मामले में अनुचित व्यापारिक व्यवहार का कोई मामला नहीं बनता है [पैरा 14, 18]

निर्दिष्ट निर्णय विधि

टाटा प्रेस लिमिटेड बनाम महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड [1995] एस.यू.पी.पी. 2 एस.सी.आर. 467 : (1995) 5 एस.सी.आर. 139; अरुलमिघु धंडायुधापनिस्वामी थिरुकोइल, पलानी, तमिलनाडु बनाम डाकघर विभाग [2011] 10 एस.सी.आर. 43 : (2011) 13 एस.सी.आर. 220; लखनपाल

नेशनल लिमिटेड बनाम एमआरटीपी आयोग [1989] 2 एस.सी.आर. 979 : (1989) 3 एस.सी.आर. 251; केएलएम रॉयल डच एयरलाइंस बनाम जांच और पंजीकरण के महानिदेशक [2008] 14 एस.सी.आर. 245 : (2009) 1 एस.सी.आर. 230; लुधियाना इम्प्रूवमेंट ट्रस्ट, लुधियाना बनाम शक्ति कोऑपरेटिव हाउस बिल्डिंग सोसाइटी लिमिटेड [2009] 6 एस.सी.आर. 12: (2009) 12 एस.सी.आर. 369 - संदर्भित।

उद्धृत पुस्तकें और पत्रिकाएं

हल्सबरीस लॉ ऑफ इंगलैंड, खंड 22 (5वां संस्करण, लेक्सिसनेक्सिस 2012), पैरा 240; पोलक एंड मुल्ला, द इंडियन कॉन्ट्रैक्ट एंड स्पेसिफिक रिलीफ एक्ट्स, खंड-I (14 वां संस्करण, लेक्सिसनेक्सिस 2013), पैरा 42 संदर्भित।

अधिनियमों की सूची

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986

संकेत शब्द सूची

उपभोक्ता संरक्षण; प्रचार झलकी; संविदात्मक संबंध; अनुचित व्यापारिक व्यवहार; सेवा की कमी; स्वतंत्र लेनदेन; प्रस्ताव; प्रतिज्ञा; दावे का अधिकार; मिथ्या कथन; दर्शकों को भ्रमित करना; उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 की धारा 2 (1) (द) का खंड (1)।

उद्भूत

सिविल अपीलीय अधिकारिता: सिविल अपील संख्या 4422/2024

राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग, नई दिल्ली के दिनांक 18.02.2020 के निर्णय और आदेश से आरपी संख्या 156/2018 से उद्भूत

पक्षकारों की ओर से

अपीलार्थियों की ओर से दीपक बिस्वास, अभिषेक मल्होत्रा, सुश्री शुभलक्ष्मी सेन, राघव शुक्ला, सुश्री सोनाली जैन, अधिवक्तागण ।

प्रत्यर्थियों की ओर से सुश्री ऐश्वर्या भाटी, ए.एस.जी., मो. जाहिद हुसैन, सुश्री मुमताज जावेद शेख, जीशान जैदी, सुश्री रुचि कोहली, वत्सल जोशी, सुश्री रुचि गौर नरूला, ईशान शर्मा, वेदांश आनंद, नवांजय महापात्रा, शाश्वत परिहार, अमरीश कुमार, अधिवक्तागण ।

उच्चतम न्यायालय का निर्णय/आदेश

निर्णय

पमिदिघंटम श्री नरसिम्हा, जे.

1. प्रचार झलकी (प्रमोशनल ट्रेलर), जिसे सामान्य तौर पर 'प्रोमो' या टीज़र के नाम से जाना जाता है, जिसे किसी चलचित्र (फ़िल्म) के जारी होने से पूर्व प्रसारित किया जाता है, के विधिक निहितार्थ क्या हैं ? क्या इससे कोई संविदात्मक संबंध या उसके समान दायित्व का निर्माण होता है ? यदि प्रचार झलकी के अंश चलचित्र में नहीं दिखाए जाते हैं, तो क्या यह अनुचित व्यापारिक व्यवहार है ? ये प्रश्न एक उपभोक्ता विवाद के संदर्भ में किए गए हैं, जिसमें उपभोक्ता न्यायालयों ने 'संविदात्मक दायित्व' और 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' के आधार पर सेवा में कमी के अभिकथन वाले परिवाद को स्वीकार किया है । निम्नलिखित कारणों से, हमने अभिनिर्धारित किया है कि प्रचार झलकी एकपक्षीय हैं और स्वीकृति प्राप्त करने वाले प्रस्ताव के रूप में योग्य नहीं हैं, और इस प्रकार वे विधि द्वारा लागू किए जाने वाले वचन में परिवर्तित नहीं होते हैं, समझौते तो अनपेक्षित है । हमने यह भी अभिनिर्धारित किया है कि तथ्य उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के अंतर्गत अनुचित व्यापारिक व्यवहार के

अंगीकरण का संकेत नहीं देते हैं। हमारे निष्कर्ष प्राप्ति हेतु विश्लेषण करने से पूर्व, मामले के लिए आवश्यक संक्षिप्त तथ्य इस प्रकार हैं।

2. अपीलार्थी एक प्रसिद्ध फिल्म निर्माता है। इसने वर्ष 2016 में 'फैन' नामक एक चलचित्र (फिल्म) बनाया था। चलचित्र जारी होने से पूर्व, अपीलार्थी ने टेलीविजन और ऑनलाइन दोनों पर एक प्रचार झलकी (प्रमोशनल ट्रेलर) प्रसारित की, जिसमें दृश्य (वीडियो) के रूप में एक गीत था।

2.1 प्रत्यर्थी सं0 1 ('परिवादी'), औरंगाबाद के एक स्कूल में शिक्षिका, ने बताया कि चलचित्र की प्रचार झलकी देखने के पश्चात्, उसने अपने परिवार के साथ सिनेमा के पर्दे पर चलचित्र देखने का निर्णय लिया। तथापि, उसने पाया कि चलचित्र में वह गीत नहीं था, जबकि चलचित्र के प्रचार और प्रसार के लिए उस गीत को व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था। उन्होंने जिला उपभोक्ता निवारण फोरम में उपभोक्ता शिकायत दर्ज कराई, जिसमें उन्होंने कहा कि उन्होंने प्रचार झलकी में गीत देखने के पश्चात् थिएटर में गीत देखने की आशा से फिल्म देखने का निर्णय लिया। तथापि, उन्हें निराशा तब हुई जब उन्होंने पाया कि फिल्म में गाना नहीं दिखाया गया। उनका अभिकथन है कि इसके कारण उन्हें अपीलार्थियों द्वारा छले और ठगे जाने का अभास तथा मानसिक कष्ट हुआ। उपरोक्त के देखते हुए उन्होंने 60,550 रुपये के हर्जाने का दावा किया।

3. दिनांक 29.04.2016 के संक्षिप्त आदेश में जिला उपभोक्ता निवारण फोरम ने इस आधार पर शिकायत को खारिज कर दिया कि उपभोक्ता और सेवा प्रदाता के मध्य कोई संबंध नहीं है।

3.1 उपरोक्त आदेश के विरुद्ध शिकायतकर्ता ने राज्य आयोग के समक्ष अपील दायर की, जिसे दिनांक 22.09.2017 के आदेश द्वारा अनुमति दी गई। राज्य आयोग ने अभिनिर्धारित किया कि मनोरंजन सेवाएँ 'सेवा' की परिभाषा के अंतर्गत आती हैं और अपीलार्थी एक सेवा प्रदाता है। सेवा में कमी के अतिरिक्त, राज्य आयोग ने अभिनिर्धारित किया कि अपीलार्थी ने अनुचित

व्यापारिक व्यवहार किया है क्योंकि प्रचार झलकी में गीत व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था परंतु चलचित्र में नहीं दिखाया गया था। इन परिस्थितियों में, राज्य आयोग ने शिकायतकर्ता को मानसिक उत्पीड़न के लिए 10,000 रुपये का मुआवजा और 5,000 रुपये की लागत का भुगतान करने का आदेश दिया।

- 3.2 अपीलार्थी ने इस मामले को राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग¹ के समक्ष उठाया। राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग ने आक्षेपित आदेश² द्वारा कहा कि यदि प्रचार झलकी में दिखाया गया गीत चलचित्र में नहीं दिखाया जाता है तो उपभोक्ता ठगे जाने का आभास हुआ होगा, जो अनुचित व्यापारिक व्यवहार के समान है। इसके अतिरिक्त, सेवा में कमी है क्योंकि झलकी में गीत बजाने से यह निहित वादा होता है कि इसे चलचित्र में दिखाया जाएगा। अपने शब्दों में, एन.सी.डी.आर.सी. ने निम्नलिखित अभिनिर्धारित दिया:

“जब किसी फिल्म का निर्माता टीवी चैनलों आदि पर उक्त चलचित्र के प्रोमो (विज्ञापन) दिखाता है और ऐसे प्रोमो में कोई गीत सम्मिलित होता है, तो प्रोमो देखने वाले किसी भी व्यक्ति के लिए यह मानना उचित होगा कि फिल्म में उक्त प्रोमो में दिखाया गया गीत होगा, जब तक कि प्रोमो में यह अस्वीकरण न हो कि गीत फिल्म का भाग नहीं होगा। यदि किसी व्यक्ति को प्रोमो में दिखाया गया गीत पसंद आता है और वह इस पसंद के आधार पर किसी फिल्म को देखने के लिए सिनेमा घर जाने का निर्णय करता है, और यदि प्रोमो में दिखाया गया गीत फिल्म में नहीं होता है, तो उसे ठगे जाने, निराशा और हताशा का आभास होगा।”

¹ इसमें इसके पश्चात् 'एन.सी.डी.आर.सी.'

² पुनरीक्षण अर्जी सं. 156/2018, आदेश दिनांक 18.02.2020

4. इससे पहले कि हम उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986³ के अंतर्गत 'सेवा की कमी' और 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' के लिए परीक्षण को चित्रित करने और लागू करने के लिए अग्रसर हों, उस संदर्भ को निर्धारित करना आवश्यक है जिसमें एक प्रचार झलक निर्माता और उपभोक्ता के मध्य संविदात्मक संबंध या कोई अन्य अधिकार या दायित्व का निर्माण नहीं करेगा।
5. एक प्रचार झलक किसी फिल्म के लिए एक विज्ञापन होता है। यह सुस्थापित विधि है कि वाणिज्यिक भाषण, जिसमें विज्ञापन सम्मिलित हैं, संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (क) के अंतर्गत वाक्-स्वातंत्र्य के माध्यम से संरक्षित है, अनुच्छेद 19 (2) में उचित प्रतिबंधों के अधीन है।⁴ यह भी एक व्यवस्थित स्थिति है कि वाणिज्यिक भाषण जो भ्रामक, अनुचित, भ्रामक और असत्य है, को इस प्रकार के संवैधानिक संरक्षण से बाहर रखा गया है और राज्य द्वारा विनियमित और निषिद्ध किया जा सकता है।⁵ इन प्रतिबंधों के अधीन, निर्माता/विज्ञापनदाता को अपनी वस्तुओं और सेवाओं को रचनात्मक और कलात्मक रूप से बढ़ावा देने की स्वतंत्रता है।
6. सूचना का प्रसार विज्ञापन के प्राथमिक उद्देश्यों में से एक है: विज्ञापन वर्तमान और संभावित उपभोक्ताओं को बाजार में कुछ वस्तुओं और सेवाओं की उपस्थिति और उपलब्धता, उनकी विशेषताओं और गुणों तथा बाजार के प्रतिस्पर्धियों और विकल्पों के साथ उनकी विशिष्टता और तुलनीयता के संबंध में सूचित करता है। तथापि, विज्ञापन का एकमात्र उद्देश्य यही नहीं है। विज्ञापन केवल सूचनात्मक ही नहीं होता अपितु यह रचनात्मक और कलात्मक अभिव्यक्ति का भी एक साधन होता है। यह उपभोक्ताओं को लुभा सकता है, प्रलोभन दे सकता है, ध्यान आकर्षित कर

³ इसमें इसके पश्चात् 'अधिनियम'

⁴ टाटा प्रेस लि. बनाम महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड [1995] Supp. 2 SCR 467 : (1995) 5 SCC 139 पैरा 17-18 और 25।

⁵ पूर्वोक्त, पैरा 17

सकता है और उनकी रुचि जागृत कर सकता है, ऐसी विशेषताओं के माध्यम से जो प्रत्यक्ष रूप से उत्पाद या सेवा के संबंध में जानकारी से संबंधित नहीं हो सकती हैं। विज्ञापन ब्रांड निष्ठा और प्रतिष्ठा का निर्माण करते हैं, और न केवल विज्ञापित उत्पाद अपितु निर्माता/सेवा प्रदाता की छवि और लोकाचार को भी बढ़ावा देते हैं। विज्ञापनों में अनूठी टैगलाइन, जिंगल, दृश्य आदि होते हैं जिनका उद्देश्य दर्शकों का ध्यान आकर्षित करना और उत्पाद या सेवा से जुड़ना और उसका पर्याय बन जाना होता है।

7. प्रचार झलकी में कोई गीत, संवाद या लघु दृश्य विज्ञापनों को विविध उपयोगों के संदर्भ में देखा जा सकता है। इनका उपयोग चलचित्र की सामग्री के संबंध में पूर्ण रूप से जानकारी प्रस्तुत करने के स्थान पर चलचित्र के जारी होने को लोकप्रिय बनाने या चर्चा उत्पन्न करने के लिए किया जा सकता है। दर्शक इन्हें चलचित्र से जोड़ सकते हैं और चलचित्र देखने में रुचि ले सकते हैं या प्रोत्साहित हो सकते हैं। तथापि, प्रचार झलकी किस प्रकार का अधिकार या दायित्व बनाता है, यह पूर्ण रूप से सिविल और सांविधिक कानूनी व्यवस्था पर निर्भर करेगा। परिवादी ने उपभोक्ता न्यायालय के अधिकार क्षेत्र की शरण ली है और इसलिए, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के प्रावधानों के आलोक में विश्लेषण करना आवश्यक है।
8. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने तथा उस उद्देश्य के लिए उपभोक्ता विवादों के निपटारे हेतु प्राधिकरण स्थापित करने के लिए अधिनियमित किया गया है। धारा 2(1)(घ) में 'उपभोक्ता' को वस्तुओं या सेवाओं के उपभोक्ता के रूप में परिभाषित किया गया है। वस्तुओं का उपभोक्ता वह है जो कोई वस्तु खरीदता है, तथा सेवा का उपभोक्ता वह है जो किसी सेवा को किराए पर लेता है या उसका लाभ उठाता है, सिवाय इसके कि ऐसी वस्तुएं या सेवाएं वाणिज्यिक उद्देश्य के लिए हों।⁶ उपभोक्ता अन्य बातों के साथ-साथ 'सेवा में कमी' और

⁶ अधिनियम की धारा 2(1)(घ) में 'उपभोक्ता' की परिभाषा इस प्रकार दी गई है'
(घ) " उपभोक्ता " से ऐसा कोई व्यक्ति अभिप्रेत है जो-

‘अनुचित व्यापार व्यवहार’ का आरोप लगाते हुए एक ‘परिवाद’ दर्ज कर सकता है जिसे उपभोक्ता अधिनियम की धारा 2(1)(ग)⁷ में परिभाषित किया गया है।

9. *सेवा की कमी*: इस संदर्भ में 'कमी' और 'सेवा' की परिभाषा महत्वपूर्ण है। अधिनियम की धारा 2 (1) (ण) में 'सेवा' शब्द को निम्नानुसार परिभाषित किया गया है:

“2. परिभाषाएं— (1) इस अधिनियम में, जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो,-

(i) किसी ऐसे प्रतिफल के लिए जिसका संदाय किया गया है या वचन दिया गया है या भागतः संदाय किया गया है, और भागतः वचन दिया गया है, या किसी आस्थगित संदाय की पद्धति के अधीन किसी माल का क्रय ' करता है, और इसके अंतर्गत ऐसे किसी व्यक्ति से भिन्न, जो ऐसे प्रतिफल के लिए जिसका संदाय किया गया है या वचन दिया गया है या भागतः संदाय किया गया है या भागतः वचन दिया गया है या आस्थगित संदाय की पद्धति के अधीन माल का क्रय करता है ऐसे माल का कोई प्रयोगकर्ता भी है, जब ऐसा प्रयोग ऐसे व्यक्ति के अनुमोदन से किया जाता है किन्तु इसके अन्तर्गत ऐसा कोई व्यक्ति नहीं है जो ऐसे माल को पुनः विक्रय या किसी वाणिज्यिक प्रयोजन के लिए अभिप्राप्त करता है; और

(ii) किसी ऐसे प्रतिफल के लिए जिसका संदाय किया गया है या वचन दिया गया है या भागतः संदाय किया गया है और भागतः वचन दिया गया है, या किसी आस्थगित संदाय की पद्धति के अधीन सेवाओं को [भाड़े पर लेता है या उनका उपभोग करता है] और इसके अंतर्गत ऐसे किसी व्यक्ति से भिन्न जो ऐसे किसी प्रतिफल के लिए जिसका संदाय किया गया है और वचन दिया गया है और भागतः संदाय किया गया है और भागतः वचन दिया गया है या किसी आस्थगित संदाय की पद्धति के अधीन सेवाओं को [भाड़े पर लेता है या उनका उपभोग करता है] ऐसी सेवाओं का कोई हिताधिकारी भी है जब ऐसी सेवाओं का उपयोग प्रथम वर्णित व्यक्ति के अनुमोदन से किया जाता है, ' [किन्तु इसके अंतर्गत ऐसा व्यक्ति नहीं आता है जो किसी वाणिज्यिक प्रयोजन के लिए ऐसी सेवाएं प्राप्त करता है।]

- 7 अधिनियम की धारा 2(1)(ग) का प्रासंगिक भाग 'परिवाद' को परिभाषित करता है:

(ग) "परिवाद" से किसी परिवादी द्वारा इस अधिनियम द्वारा या उसके अधीन उपबंधित कोई अनुतोष अभिप्राप्त करने की दृष्टि से लिखित में किया गया ऐसा कोई अभिकथन अभिप्रेत है कि—

(i) ' [किसी व्यापारी या सेवा प्रदाता] द्वारा कोई अनुचित व्यापारिक व्यवहार या कोई अवरोधक व्यापारिक व्यवहार अपनाया गया है;]

(ii) ' [उसके द्वारा क्रय किए गए या उसके द्वारा क्रय किए जाने के लिए करार किए गए माल] में एक या अधिक त्रुटियां हैं;]

(iii) '[उसके द्वारा भाड़े पर ली गई या उपभोग की गई अथवा भाड़े पर लिए जाने या उपभोग किए जाने के लिए करार की गई सेवाओं] में किसी भी प्रकार की कोई कमी है;

(ण) “सेवा” से किसी भी प्रकार की कोई सेवा अभिप्रेत है जो उसके संभावित प्रयोगकर्ताओं को उपलब्ध कराई जाती है और इसके अन्तर्गत बैंककारी, वित्तपोषण, बीमा, परिवहन, प्रसंस्करण, विद्युत या अन्य ऊर्जा के प्रदाय, बोर्ड या निवास अथवा दोनों, ' [गृह निर्माण,] मनोरंजन, आमोद-प्रमोद या समाचार या अन्य जानकारी पहुंचाने के संबंध में 2 [सुविधाओं का प्रबंध भी है लेकिन वह इन्हीं तक सीमित नहीं है,] किन्तु इसके अन्तर्गत निःशुल्क या व्यक्तिगत सेवा संविदा के अधीन सेवा का किया जाना नहीं है”

इसमें कोई संदेह नहीं है कि कोई भी व्यक्ति जो आवश्यक भुगतान करने के पश्चात् चलचित्र देखता है, वह सेवा का उपभोक्ता बन जाता है। इस मामले में सेवा मनोरंजन की है।

10. हमारे समक्ष विचारणीय प्रश्न यह है कि क्या मनोरंजन सेवा के प्रावधान में कोई ‘कमी’ है जिसका लाभ उपभोक्ता ने टिकट खरीदकर उठाया है। परिवादी का अभिकथन है कि सेवा में ‘कमी’ है क्योंकि चलचित्र में जो दिखाया गया वह वचन के अनुसार नहीं था। अब, ‘कमी’ की परिभाषा प्रासंगिक हो जाती है और इसे अधिनियम की धारा 2(1)(छ) में इस प्रकार परिभाषित किया गया है:

“2. परिभाषाएं— (1) इस अधिनियम में, जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो,-

(छ) “ कमी ” से ऐसे कार्य की क्वालिटी, प्रकृति और रीति में जिसे तत्समय प्रवृत्त किसी विधि द्वारा या उसके अधीन बनाए रखना अपेक्षित है या जिसका किसी सेवा के संबंध में किसी संविदा के अनुसरण में या अन्यथा किसी व्यक्ति द्वारा पालन किए जाने का वचनबंध किया गया है, कोई दोष, अपूर्णता, कमी या अपर्याप्तता अभिप्रेत है;

11. परिभाषा के अनुसार, कमी तब होती है जब प्रदर्शन की गुणवत्ता, प्रकृति और कार्यविधि में कोई दोष, अपूर्णता, कमी या अपर्याप्तता होती है जिसे कानून या संविदा के अनुसार बनाए रखना आवश्यक होता है।⁸ कमी के अभिकथन को समझने हेतु परिवाद के कुछ भाग का संदर्भ लेना आवश्यक है:

"3. परिवादी ने बताया कि उसके बच्चे शाहरुख खान के बहुत बड़े प्रशंसक हैं और 'जबरा फैन' गीत के प्रोमो देखने के पश्चात् उन्होंने सिनेमा के पर्दे पर 'जबरा फैन' गीत देखने के लिए चलचित्र 'फैन' देखने का निर्णय किया। उसने दोनों बच्चों नबील और फ्लोरा को 2 विकल्प दिए थे (1) जंगल बुक और दूसरा 'फैन'। सेल्युलाइड पर 'जबरा फैन' गीत का आनंद प्राप्त किए जाने के कारण दो विकल्पों में से उन्होंने दूसरे विकल्प का चयन किया।

4. परिवादी के कथन अनुसार उसने अपनी सास, ससुर, बहन और बहनोई को यह कहकर चलचित्र देखने के लिए तैयार कर लिया कि चलचित्र बहुत अच्छी प्रतीत हो रहा है और इसमें मनोरंजन के लिए 'जबरा फैन' गीत भी है जो अब जंगल बन गया है, सिनेमा के पर्दे पर बहुत अच्छा लगेगा। उसने 15.04.2016 को प्रथम दिन के प्रथम शो की 7 टिकट खरीदी, शो का समय शुक्रवार सायं 6.10 बजे था, जो कि पी.वी.आर. सिनेमा की G-4 से G-10 पंक्ति की 150/- रुपये प्रति टिकट थी, जिसकी लागत उसे 1050/- रुपये पड़ी। सभी टिकटों की प्रतियां 15.04.2016 की हैं और इसे संलग्नक 'क' के रूप में चिह्नित किया गया है।

⁸ अरुलमिघु धनदायुधापनीस्वामी थिरुकोइल, पलानी, तमिलनाडु बनाम डाक विभाग [2011] 10 एस.सी.आर. 43: (2011) 13 एस.सी.सी. 220, पैरा 18

7. परिवारी के कथन के अनुसार, चूंकि यह गीत पूरे चलचित्र में नहीं दिखाया गया था, इसलिए परिवार के सदस्यों ने उसे चिढ़ाना आरंभ कर दिया कि उसने ऐसे चलचित्र की योजना क्यों बनाई, जिसमें एक भी गीत और 'जबरा फैन' गीत नहीं है जो चलचित्र के प्रोमो में गान बन चुका है।

प्रतिवादियों के कृत्य के कारण वह मानसिक पीड़ा से गुजरी है। उपरोक्त से यह स्पष्ट है कि परिवार में कथित कमी परिवारी की अपनी प्रत्याशा से उत्पन्न होती है कि गीत चलचित्र का भाग होगा। यह माना गया कि सेवा की कमी है क्योंकि फिल्म में वह गीत नहीं था।

12. इस तर्क में भ्रांति यह मान लेना है कि प्रचार झलकी एक प्रस्ताव या वचन है। यह इस गलत धारणा के अंतर्गत है कि परिवारी ने यह मान लिया है कि फिल्म देखने के लिए पश्चातवर्ती संविदा का निर्माण प्रचार झलकी के माध्यम से अभिकथित रूप से किए गए वचन के अनुपालन में नहीं है। हम इसे संविदा विधि के संदर्भ में समझाएंगे।
13. वर्तमान मामले में संविदा के निर्माण के लिए 'प्रस्ताव' या 'प्रस्थापना' का आवश्यक तत्व संतुष्ट नहीं हुआ है। जब कोई व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति की सहमति प्राप्त करने के उद्देश्य से कुछ करने की अपनी इच्छा व्यक्त करता है, तो वह प्रस्ताव या 'प्रस्थापना' देता है।⁹ जब दूसरा व्यक्ति अपनी

9 भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872 की धारा 2(क) में 'प्रस्थापना' को इस प्रकार परिभाषित किया गया है:

"2. निर्वचन खंड – इस अधिनियम में, निम्नलिखित शब्दों और पदों का निम्नलिखित भावों में प्रयोग किया गया है, जब तक कि संदर्भ से प्रतिकूल आशय प्रतीत न हो-

(क) जब कि एक व्यक्ति, किसी बात को करने या करने से प्रविरत रहने की अपनी रजामन्दी किसी अन्य को इस दृष्टि से संज्ञापित करता है कि ऐसे कार्य या प्रविरति के प्रति उस अन्य की अनुमति अभिप्रास करे तब वह प्रस्थापना करता है, यह कहा जाता है;

सहमति व्यक्त करता है, तो प्रस्ताव स्वीकार हो जाता है और 'वचन' बन जाता है।¹⁰ इसलिए प्रस्थापना 'वचन' और 'संविदा' के लिए एक शर्त है।¹¹

14. प्रचार झलकी एकपक्षीय होती है। इसका उद्देश्य केवल दर्शक को चलचित्र का टिकट खरीदने के लिए प्रोत्साहित करना होता है, जो प्रचार झलकी से स्वतंत्र लेनदेन और संविदा होता है। प्रचार झलकी अपने आप में कोई प्रस्ताव नहीं होता है और न ही वह संविदात्मक संबंध बनाने का उद्देश्य रखता है और न ही निर्माण कर सकता है।¹² चूंकि प्रचार झलकी कोई प्रस्ताव नहीं है, इसलिए इसके वचन बनने की कोई संभावना नहीं है। इसलिए, अपीलार्थी और परिवादी के बीच कोई प्रस्ताव नहीं है, संविदा तो दूर की बात है कि झलकी में सम्मिलित गीत चलचित्र में दिखाया जाएगा और यदि नहीं दिखाया जाता है, तो यह सेवा में कमी होगी। सेवा का लेनदेन केवल परिवादी को चलचित्र टिकट की खरीद के रूप में प्रतिफल के भुगतान पर चलचित्र देखने में सक्षम बनाने के लिए है। यह लेनदेन प्रचार झलकी से असंबद्ध है, जो अपने आप में चलचित्र की सामग्री के संबंध में किसी भी प्रकार का दावा करने का अधिकार नहीं बनाता है।

15. *अनुचित व्यापारिक व्यवहार*: जबकि हमने अभिनिर्धारित किया है कि प्रचार झलकी के आधार पर कोई संविदा का निर्माण नहीं किया गया है

10 भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872 की धारा 2(ख) में 'वचन' की परिभाषा इस प्रकार दी गई है:

(ख) जब कि वह व्यक्ति, जिससे प्रस्थापना की जाती है उसके प्रति अपनी अनुमति संज्ञापित करता है तब वह प्रस्थापना प्रतिगृहीत हुई कही जाती है। प्रस्थापना प्रतिगृहीत हो जाने पर वचन हो जाती है;

11 भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872 की धारा 2(एच) में संविदा को इस प्रकार परिभाषित किया गया है:

“(ज) वह करार, जो विधितः प्रवर्तनीय हो, संविदा है;”

‘धारा 2(ई) में ‘समझौते’ को निम्नानुसार परिभाषित किया गया है:

“(ड) हर एक वचन और ऐसे वचनों का हर एक संवर्ग, जो एक दूसरे के लिए प्रतिफल हो, करार है;”

12 संविदात्मक न्यायशास्त्र में यह सुस्थापित है कि एक विज्ञापन सामान्यतः एक प्रस्ताव नहीं होता है और यह केवल एक 'प्रस्ताव के लिए आमंत्रण' या 'व्यवहार के लिए आमंत्रण' होता है। हेल्सबरी के इंग्लैंड के कानून, खंड 22 (5वां संस्करण, लेक्सिसनेक्सिस 2012), पैरा 240 देखें; पोलक और मुल्ला, भारतीय अनुबंध और विशिष्ट राहत अधिनियम, खंड I (14वां संस्करण, लेक्सिसनेक्सिस 2013), पृष्ठ 42

और इस प्रकार, सेवा में कोई कमी नहीं है, इसके अतिरिक्त विचारार्थ और प्रश्न है, अर्थात्, क्या यह एक 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' है जो कार्रवाई के कारण को उत्पन्न करता है। यदि यह एक अनुचित व्यापारिक व्यवहार पाया जाता है, तो अधिनियम प्रतिकर और अन्य उपायों का प्रावधान करता है।

16. 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' शब्द को अधिनियम की धारा 2 (1) (द) में परिभाषित किया गया है और संबंधित भाग इस प्रकार हैं:

"2. परिभाषाएं--(1) इस अधिनियम में, जब तक कि संदर्भ से अन्यथा अपेक्षित न हो,-

(द) "अनुचित व्यापारिक व्यवहार" से ऐसा व्यापार व्यवहार अभिप्रेत है जो किसी माल के विक्रय, उपयोग या प्रदाय के संवर्धन के प्रयोजन के लिए या किसी सेवा के उपबंध के लिए निम्नलिखित पद्धतियों सहित कोई अनुचित विधि या अनुचित या कपटपूर्ण पद्धति अपनाता है, अर्थात् -

(1) कोई कथन मौखिक रूप से या लिखित रूप में या दृश्य निरूपण द्वारा करने की प्रथा जो, -

(ii) झूठा प्रतिनिधित्व करता है कि सेवाएं एक विशेष मानक, गुणवत्ता या ग्रेड की हैं;

(iv) यह दर्शाता है कि माल या सेवाओं में प्रायोजन, अनुमोदन, प्रदर्शन, विशेषताओं, सहायक उपकरण, उपयोग या लाभ हैं जो ऐसे सामान या सेवाओं में नहीं हैं;

17. विभिन्न निर्णयों¹³ में, इस न्यायालय ने यह अभिनिर्धारित किया है कि क्रेता को भ्रामित करने वाला मिथ्या कथन 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार'¹⁴ होने के लिए आवश्यक है। मिथ्या व्यपदेशन वह है जो सार रूप में और वास्तव में मिथ्या है, और जिस परीक्षण से प्रतिनिधित्व का मूल्यांकन किया जाना चाहिए वह यह देखना है कि प्रस्तुत तथ्य और वास्तविक तथ्य के बीच विसंगति को एक उचित व्यक्ति द्वारा महत्वपूर्ण माना जाएगा या नहीं।¹⁵ इसके अतिरिक्त, "ऐसी प्रकृति के कथन जो जानबूझकर झूठे बनाए गए हैं, या ईमानदारी से विश्वास किए बिना लापरवाही से बनाए गए हैं, और भ्रामक या प्रवंचना के उद्देश्य से बनाए गए हैं, निश्चित रूप से एक मिथ्या या भ्रामक व्यपदेशन का गठन करेंगे। इसके अतिरिक्त, एक महत्वपूर्ण तथ्य को प्रकट करने में विफलता जब उस तथ्य को प्रकट करने का कर्तव्य उत्पन्न हुआ है, तो भी एक मिथ्या या भ्रामक प्रतिनिधित्व का गठन होगा।"¹⁶ इसलिए, केवल मूल और भौतिक विसंगतियों को 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' के अंतर्गत सम्मिलित किया जाता है।
18. इस मामले में धारा 2(1)(द)(1) के अंतर्गत 'अनुचित व्यापारिक व्यवहार' के तत्व नहीं बनते हैं। प्रचार झलकी धारा 2(1)(द) के खंड (1) में निहित "अनुचित पद्धति अथवा अनुचित और भ्रामक व्यवहार" के किसी भी उदाहरण के अंतर्गत नहीं आता है जो वस्तुओं और सेवाओं के प्रचार में अनुचित व्यापारिक व्यवहार से संबंधित है। न ही यह कोई मिथ्या कथन करता है या दर्शकों को भ्रमित करने का अभिप्राय रखता है। इसके अतिरिक्त, परिवादी पर अनुचित व्यापारिक व्यवहार¹⁷ को सिद्ध करने

¹³ लखनपाल नेशनल लिमिटेड बनाम एमआरटीपी आयोग [1989] 2 एससीआर 979: (1989) 3 एससीसी 251, पैरा 7; केएलएम रॉयल डच एयरलाइंस बनाम जांच और पंजीकरण महानिदेशक [2008] 14 एससीआर 245: (2009) 1 एससीसी 230, पैरा 16-20; लुधियाना इंप्रूवमेंट ट्रस्ट, लुधियाना। बनाम शक्ति कोऑपरेटिव हाउस बिल्डिंग सोसाइटी लिमिटेड [2009] 6 एससीआर 12: (2009) 12 एससीसी 369, पैरा 18-23।

¹⁴ पूर्वोक्त

¹⁵ लखनपाल नेशनल लि. (उपरोक्त), पैरा 7

¹⁶ के.एल.एम. रॉयल डच एयरलाइन (उपरोक्त), पैरा 20

¹⁷ लुधियाना इंप्रूवमेंट ट्रस्ट (उपरोक्त), पैरा 23

वाले ठोस साक्ष्य पेश करने का दायित्व है, परंतु वर्तमान मामले में ऐसा कुछ भी अभिलेखित नहीं किया गया है जो इसे दर्शाता हो। इसलिए, वर्तमान मामले में अनुचित व्यापारिक व्यवहार का कोई मामला नहीं बनता है।

19. एक और महत्वपूर्ण अंतर है जिसे हमें ध्यान में रखना चाहिए, अर्थात्, इस बिंदु पर न्यायिक पूर्व उदाहरण कला से संबंधित सेवा के लेन-देन से संबंधित नहीं हैं। कला से जुड़ी सेवाओं में अनिवार्य रूप से सेवा प्रदाता की अपनी प्रस्तुति में स्वतंत्रता और विवेक सम्मिलित होता है। ऐसी सेवाओं की प्रकृति के कारण यह आवश्यक और बाध्यकारी है। भिन्नताएँ पर्याप्त हैं, और सही भी हैं। इसलिए, जिस मानक के आधार पर अनुसरण कर न्यायालय व्यपदेशन के गुणदोष की समीक्षा करता है, वे अलग-अलग होनी चाहिए और ऐसे लेन-देन में सम्मिलित रचनात्मक तत्व को ध्यान में रखना चाहिए।
20. उपरोक्त कारणों और निष्कर्षों के दृष्टिगत, हम आक्षेपित आदेश के निष्कर्षों, जिसमें सेवा में कमी और अनुचित व्यापारिक व्यवहार है, को अपास्त करते हैं कि, और वर्तमान अपील को स्वीकार करते हैं।
21. लंबित आवेदन, यदि कोई है तो उसका निपटान किया जाता है।

*शीर्ष टिप्पण अंकित ज्ञान द्वारा तैयार
किया गया*

मामले का परिणाम: अपील मंजूर

अस्वीकरण

“इस निर्णय का अनुवाद आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस टूल की सहायता से किया गया है। क्षेत्रीय भाषा में अनुवादित निर्णय वादी के अपनी भाषा में समझने हेतु निर्विधित प्रयोग के लिए है और किसी अन्य उद्देश्य के लिए प्रयोग नहीं किया जा सकता है। सभी व्यावहारिक और सरकारी उद्देश्यों के लिए निर्णय का अंग्रेजी संस्करण प्रामाणिक माना जायेगा तथा निष्पादन और किर्यान्वयन के उद्देश्यों के लिए मान्य होगा।”