

INTERNATIONAL JOURNAL FOR LEGAL RESEARCH AND ANALYSIS



Open Access, Refereed Journal Multi-Disciplinary
Peer Reviewed

www.ijlra.com

DISCLAIMER

No part of this publication may be reproduced, stored, transmitted, or distributed in any form or by any means, whether electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the Managing Editor of the *International Journal for Legal Research & Analysis (IJLRA)*.

The views, opinions, interpretations, and conclusions expressed in the articles published in this journal are solely those of the respective authors. They do not necessarily reflect the views of the Editorial Board, Editors, Reviewers, Advisors, or the Publisher of IJLRA.

Although every reasonable effort has been made to ensure the accuracy, authenticity, and proper citation of the content published in this journal, neither the Editorial Board nor IJLRA shall be held liable or responsible, in any manner whatsoever, for any loss, damage, or consequence arising from the use, reliance upon, or interpretation of the information contained in this publication.

The content published herein is intended solely for academic and informational purposes and shall not be construed as legal advice or professional opinion.

**Copyright © International Journal for Legal Research & Analysis.
All rights reserved.**

ABOUT US

The *International Journal for Legal Research & Analysis (IJLRA)* (ISSN: 2582-6433) is a peer-reviewed, academic, online journal published on a monthly basis. The journal aims to provide a comprehensive and interactive platform for the publication of original and high-quality legal research.

IJLRA publishes Short Articles, Long Articles, Research Papers, Case Comments, Book Reviews, Essays, and interdisciplinary studies in the field of law and allied disciplines. The journal seeks to promote critical analysis and informed discourse on contemporary legal, social, and policy issues.

The primary objective of IJLRA is to enhance academic engagement and scholarly dialogue among law students, researchers, academicians, legal professionals, and members of the Bar and Bench. The journal endeavours to establish itself as a credible and widely cited academic publication through the publication of original, well-researched, and analytically sound contributions.

IJLRA welcomes submissions from all branches of law, provided the work is original, unpublished, and submitted in accordance with the prescribed submission guidelines. All manuscripts are subject to a rigorous peer-review process to ensure academic quality, originality, and relevance.

Through its publications, the *International Journal for Legal Research & Analysis* aspires to contribute meaningfully to legal scholarship and the development of law as an instrument of justice and social progress.

PUBLICATION ETHICS, COPYRIGHT & AUTHOR RESPONSIBILITY STATEMENT

The *International Journal for Legal Research and Analysis (IJLRA)* is committed to upholding the highest standards of publication ethics and academic integrity. All manuscripts submitted to the journal must be original, unpublished, and free from plagiarism, data fabrication, falsification, or any form of unethical research or publication practice. Authors are solely responsible for the accuracy, originality, legality, and ethical compliance of their work and must ensure that all sources are properly cited and that necessary permissions for any third-party copyrighted material have been duly obtained prior to submission. Copyright in all published articles vests with IJLRA, unless otherwise expressly stated, and authors grant the journal the irrevocable right to publish, reproduce, distribute, and archive their work in print and electronic formats. The views and opinions expressed in the articles are those of the authors alone and do not reflect the views of the Editors, Editorial Board, Reviewers, or Publisher. IJLRA shall not be liable for any loss, damage, claim, or legal consequence arising from the use, reliance upon, or interpretation of the content published. By submitting a manuscript, the author(s) agree to fully indemnify and hold harmless the journal, its Editor-in-Chief, Editors, Editorial Board, Reviewers, Advisors, Publisher, and Management against any claims, liabilities, or legal proceedings arising out of plagiarism, copyright infringement, defamation, breach of confidentiality, or violation of third-party rights. The journal reserves the absolute right to reject, withdraw, retract, or remove any manuscript or published article in case of ethical or legal violations, without incurring any liability.

भ्रामक विज्ञापन और उपभोक्ता संरक्षण

लेखक - अभिषेक चाबुकसवार, डॉ निति निपुणा सक्सेना
इंस्टिट्यूट ऑफ़ लॉ एंड लीगल स्टडीज, सेज यूनिवर्सिटी इंदौर

सारांश (Abstract)

यह शोध पत्र भ्रामक विज्ञापनों की अवधारणा, उनके प्रकार, प्रभाव, तथा भारत में उपभोक्ता संरक्षण के कानूनी ढांचे का विस्तृत विश्लेषण प्रस्तुत करता है। आधुनिक उपभोक्ता समाज में विज्ञापन एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, परंतु जब ये भ्रामक होते हैं तो उपभोक्ताओं के अधिकारों का हनन करते हैं। इस शोध में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की भूमिका, न्यायालयों के प्रमुख निर्णय, तथा अंतरराष्ट्रीय दृष्टिकोण का अध्ययन किया गया है। अंत में सुधारात्मक सुझाव भी दिए गए हैं।

प्रमुखशब्द (Keywords)

भ्रामक विज्ञापन, उपभोक्ता संरक्षण, CCPA, उपभोक्ता अधिकार, अनुचित व्यापार व्यवहार

1. प्रस्तावना

आधुनिक युग में विज्ञापन व्यापार और विपणन का एक आवश्यक अंग बन गया है। कंपनियां अपने उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न प्रकार के भ्रामक प्रचार प्रसार एवं विज्ञापनों जैसे अनेक विभिन्न माध्यमों का उपयोग करती हैं। किंतु कई बार ये विज्ञापन उपभोक्ताओं को गुमराह करने वाले होते हैं, जिन्हें भ्रामक विज्ञापन कहा जाता है।

भ्रामक विज्ञापन उपभोक्ता के निर्णय लेने की क्षमता को प्रभावित करते हैं और उसे गलत जानकारी के आधार पर खरीदारी करने के लिए प्रेरित करते हैं। इस प्रकार के विज्ञापन उपभोक्ता अधिकारों का उल्लंघन करते हैं।

2. भ्रामक विज्ञापन की अवधारणा

भ्रामक विज्ञापन वह विज्ञापन है जो किसी उत्पाद या सेवा के बारे में गलत, अधूरी या भ्रामक जानकारी प्रस्तुत करता है जिससे उपभोक्ता भ्रमित हो जाता है। भ्रामक विज्ञापन (Misleading Advertisement) का अर्थ है ऐसा प्रचार जो किसी उत्पाद या सेवा के बारे में झूठे दावे, अधूरी जानकारी, या गलत तस्वीर दिखाकर उपभोक्ताओं को गुमराह करता है। इसका मुख्य उद्देश्य अनुचित व्यापार प्रथा (Unfair Trade Practice) के तहत ग्राहकों को फंसाकर आर्थिक लाभ कमाना है, जो कानूनन गलत है।

2.1 परिभाषा

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के अनुसार, भ्रामक विज्ञापन वह है जिसमें—

- झूठे दावे किए जाते हैं
- महत्वपूर्ण जानकारी छुपाई जाती है
- अतिरंजित या भ्रामक प्रस्तुति होती है

2.2 प्रमुखतत्व

- असत्य कथन
- उपभोक्ता को भ्रमित करना
- आर्थिक नुकसान की संभावना

3. भ्रामक विज्ञापनों के प्रकार

3.1 झूठे दावे वाले विज्ञापन

ऐसे विज्ञापन जिन में उत्पाद के बारे में गलत दावे किए जाते हैं।

3.2 अतिशयोक्ति पूर्ण विज्ञापन

उत्पाद के गुणों को बढ़ा-चढ़ाकर प्रस्तुत करना।

3.3 छिपी हुई जानकारी

महत्वपूर्ण तथ्यों को जानबूझकर छुपाना।

3.4 तुलनात्मक विज्ञापन

प्रतिद्वंद्वी उत्पादों के बारे में गलत तुलना करना।

4. उपभोक्ता पर प्रभाव

भ्रामक विज्ञापनों का उपभोक्ता पर निम्नलिखित प्रभाव पड़ता है:

- आर्थिक हानि
- विश्वास में कमी
- गलत निर्णय लेना

5. भारत में कानूनी ढांचा

5.1 उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019

यह अधिनियम भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कठोर प्रावधान प्रदान करता है।

5.2 केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA)

CCPA को भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कार्रवाई करने का अधिकार है।

5.3 दंड प्रावधान

- जुर्माना
- विज्ञापन पर प्रतिबंध
- कारावास

6. प्रमुख न्यायिक निर्णय

6.1 Hindustan Unilever Ltd. v. Reckitt Benckiser

इस मामले में न्यायालय ने कहा कि विज्ञापन सत्य और निष्पक्ष होने चाहिए।

6.2 PepsiCo v. Hindustan Coca Cola

तुलनात्मक विज्ञापन के संदर्भ में महत्वपूर्ण निर्णय।

7. अंतरराष्ट्रीय दृष्टिकोण

7.1 अमेरिका

Federal Trade Commission (FTC) भ्रामक विज्ञापनों को नियंत्रित करता है।

7.2 यूनाइटेड किंगडम

Advertising Standards Authority (ASA) द्वारा नियंत्रण।

8. डिजिटल युग में भ्रामक विज्ञापन

सोशल मीडिया और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर भ्रामक विज्ञापन तेजी से बढ़ रहे हैं।

8.1 Influencer Marketing

बिना खुलासा किए गए प्रमोशन भ्रामक हो सकते हैं।

8.2 ई कॉमर्स प्लेटफॉर्म

फर्जी रिव्यू और गलत जानकारी।

9. सुधारात्मक उपाय

- सख्त कानूनों का पालन
- उपभोक्ता जागरूकता
- डिजिटल निगरानी

10. निष्कर्ष

भ्रामक विज्ञापन उपभोक्ता अधिकारों के लिए गंभीर खतरा हैं। प्रभावी कानून और जागरूकता के माध्यम से इन पर नियंत्रण आवश्यक है।

भ्रामक विज्ञापन न केवल उपभोक्ताओं के आर्थिक हितों को नुकसान पहुँचाते हैं, बल्कि उनके स्वास्थ्य और सुरक्षा के लिए भी खतरा पैदा कर सकते हैं। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 और CCPA के आने से अब विज्ञापनों में जवाबदेही बढ़ी है। निष्कर्षतः, एक सुरक्षित बाजार के लिए केवल कड़े कानून काफी नहीं हैं; उपभोक्ताओं का जागरूक (Jago Grahak Jago) होना और भ्रामक दावों पर सवाल उठाना सबसे प्रभावी सुरक्षा कवच है।

मुख्य सारांश:

1. जवाबदेही: अब न केवल कंपनियां, बल्कि विज्ञापन करने वाले सेलिब्रिटीज भी गलत दावों के लिए जिम्मेदार ठहराए जा सकते हैं।
2. सशक्तीकरण: उपभोक्ता अब डिजिटल माध्यमों से आसानी से अपनी शिकायत दर्ज कर कानूनी सहायता पा सकते हैं।
3. पारदर्शिता: विज्ञापनों में स्पष्टता और सच्चाई व्यापारिक नैतिकता (Business Ethics) का अनिवार्य हिस्सा बन गई है।

संदर्भ (References)

1. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019
2. विभिन्न न्यायिक निर्णय
3. FTC एवं ASA की आधिकारिक वेबसाइट