दिल्ली के उच्च न्यायालय : नई दिल्ली

निर्णय आरक्षित हैः 24 मार्च,2023
निर्णय दिया गयाः 26 अप्रैल, 2023

सिविल वाद (वाणिज्यिक) 108/2023

डिजिटल कलेक्टिबल्स पीटीई लिमिटेड और अन्य .....याचिकाकर्ता

द्वारा: श्री. संदीप सेठी और श्री.राजशेखर राव,सुश्री. श्वेताश्री मजूमदार के साथ वरिष्ठ अधिवक्ता, श्री. आदित्य वर्मा, श्री. पृथ्वी सिंह, श्री. रोहन कृष्णा सेठ, सुश्री पारिख राय और श्री. ऋग्वेद प्रसाद, अधिवक्ता।

बनाम

गैलेक्टस फनवेयर प्रौद्योगिकी प्राइवेट लिमिटेड और अन्य ....प्रतिवादीगण

द्वारा: श्री. दयन कृष्णन, वरिष्ठ अधिवक्ता सुश्री राज लता कोटनी, श्री अनिरुद्ध रामनाथन और श्री अनूप जॉर्ज, डी-1 के अधिवक्ता।

श्री अमित सिब्बल, श्री मानव कुमार के साथ वरिष्ठ अधिवक्ता, सुश्री तारा नरूला, सुश्री नूपुर, सुश्री बिजाहारिनी जी., श्री ऋषभ शर्मा और श्री सक्षम ढींगरा, डी-2 के अधिवक्ता।

श्री अखिल सिब्बल, वरिष्ठ अधिवक्ता

श्री आदित्य गुप्ता, सुश्री कृतिका विजय, श्री ध्रुव गर्ग, श्री उत्कर्ष श्रीवास्तव, श्री राहुल बजाज, श्री सौहार्द्र अलुंग और सुश्री सान्या कुमार, ऑल भारत गेमिंग फेडरेशन/इंटरवेनर के अधिवक्ता।

सुश्री शिल्पा गमनानी और श्री निष्ठा चतुर्वेदी, आई.ए.4443/2023 में मध्यस्थ के लिए अधिवक्ता

कोरमः
माननीय न्यायाधीश अमित बंसल

निर्णय

अमित बंसल, जे.

परिचय

1. वर्तमान मामला भारत में ऑनलाइन फैंटेसी स्पोर्ट्स [इसके बाद "ओ. एफ. एस".] के तीव्र विकास पर प्रकाश डालता है। डेलॉयट टच तोहमात्सु इंडिया एलएलपी और फेडरेशन ऑफ इंडियन फैंटेसी स्पोर्ट्स द्वारा वर्ष 2022 में तैयार की गई एक रिपोर्ट के अनुसार, भारत में ओएफएस बाजार में (i) देश में पहले से ही तेरह करोड़ से अधिक उपयोगकर्ता हैं; (ii) भविष्य में अधिक रोजगार के अवसर पैदा करने की क्षमता के साथ 5,000 से अधिक अप्रत्यक्ष नौकरियां प्रदान की हैं;

और (iii) प्रायोजकता, साझेदारी आदि के माध्यम से निवेश और वाणिज्य के अवसर पैदा किए। 2020 में, नीति आयोग ने भारत में ओ. एफ. एस. स्थान की पहचान करने की दिशा में केंद्रित अपने चर्चा पत्र में, भारतीय ओ. एफ. एस. बाजार में तीव्र वृद्धि पर प्रकाश डाला और ऑनलाइन फंतासी खेल के अज्ञात दिशा का निर्धारण कैसे किया जाए, इस पर सिफारिशें कीं। हाल ही में 6 अप्रैल, 2023 तक, वर्तमान मामले में निर्णय सुरक्षित रखने के बाद, केंद्रीय सरकार ने भी सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यस्थ दिशानिर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) संशोधन नियम, 2023 को अधिसूचित किया है, जिसका उद्देश्य एक स्व-नियामक मॉडल द्वारा ऑनलाइन गेमिंग को विनियमित करना है और साथ ही, ऑनलाइन गेम खेलने की अनुमति देने के लिए एक सक्षम ढांचा प्रदान करना है। (iii) आगे बढ़ने से पहले, यह समझना उपयोगी हो सकता है कि ओ. एफ. एस. खेल की मूल अवधारणा क्या है और यह कैसे काम करता है।

2. ओ. एफ. एस. गेम इंटरनेट पर पेश किए जाने वाले ऑनलाइन गेमिंग का एक रूप है जो खेल के उपयोगकर्ताओं/प्रशंसकों को ऑनलाइन गेमिंग प्लेटफॉर्म द्वारा निर्धारित प्रारूपों में वास्तविक एथलीटों के आधार पर अपनी आभासी टीमों को बनाने और प्रबंधित करने की अनुमति देता है। इस तरह के ऑनलाइन गेम उपयोगकर्ताओं को वास्तविक दुनिया के खेल आयोजनों के आसपास केंद्रित विभिन्न आभासी *खेल आयोजनों/लीगों* में एक-दूसरे के खिलाफ प्रतिस्पर्धा करने की अनुमति देते हैं और अन्य बातों के साथ-साथ खिलाड़ियों के प्रदर्शन के

सांख्यिकि आंकड़ों पर आधारित होते हैं। इन ऑनलाइन प्लेटफार्मों द्वारा पेश किए जाने वाले काल्पनिक खेलों में भाग लेने के लिए, उपयोगकर्ताओं को आम तौर पर प्रवेश शुल्क का भुगतान करना पड़ता है। एक बार जब कोई उपयोगकर्ता आवश्यक प्रवेश शुल्क का भुगतान कर देता है, तो वे अपने कौशल और ज्ञान का उपयोग ऑनलाइन आयोजनों/लीग में प्रवेश करने और अपने खिलाड़ियों पर अंक अर्जित करने, खिलाड़ियों को जोड़कर और/या हटाकर अपनी टीमों की संरचना को बदलने और अंततः पारितोषित और पुरस्कार जीतने के लिए कर सकते हैं।

3. ओ. एफ. एस. का कोई एक मानक प्रारूप नहीं है और विभिन्न प्रचालक अपने स्वयं के संस्करण ला रहे हैं ताकि वे अपने ओ. एफ. एस. खेलों को दूसरों से अलग कर सकें। हालाँकि ओ. एफ. एस. खेल प्रारूपों की वैधता वर्तमान विवाद का विषय नहीं है, लेकिन इसकी वैधता से जुड़े मुद्दों को भारतीय अदालतों द्वारा निपटाया गया है। ***वरुण गम्बर बनाम केंद्र शासित प्रदेश चंडीगढ़ और अन्य***, 2017 एस. सी. सी. ऑनलाइन पी. एंड एच. 5372 (जिसके खिलाफ विशेष अवकाश याचिका (सिविल) संख्या 26642/2017 और समीक्षा याचिका (सिविल) डायरी संख्या 5195/2022 को क्रमशः 15 सितंबर, 2017 और 9 नवंबर, 2022 को खारिज कर दिया गया था) मामले में पंजाब और हरियाणा उच्च न्यायालय के एक विद्वान एकल न्यायाधीश ने कहा कि किसी भी प्रतिभागी/उपयोगकर्ता द्वारा एक काल्पनिक खेल खेलने के लिए कौशल, निर्णय और विवेक की आवश्यकता होती है और यह कौशल का खेल होगा और यह जुआ नहीं होगा।

4. इस पृष्ठभूमि के आधार पर, अब मैं सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 (सी. पी. सी.) के आदेश XXXX नियम 1 और 2 के तहत वादी की ओर से दायर आवेदन के साथ-साथ वर्तमान मामले में शामिल कानूनी मुद्दों पर प्रस्तुतियों को संबोधित करने के लिए हस्तक्षेप करने वालों की ओर से दायर आवेदनों पर निर्णय लेने के लिए आगे बढ़ूंगा।

<u>मुकदमा में प्रक्रियाएँ</u>

5. वर्तमान मुकदमा, अंतरिम निषेधाज्ञा के अनुदान के लिए एक आवेदन और प्रतिवादियों की सेवा से छूट की मांग करने वाले एक आवेदन के साथ, पहली बार 28 फरवरी, 2023 को अदालत के समक्ष सूचीबद्ध किया गया था।

6. प्रतिवादियों के अधिवक्ता, मामले को मामला सूची में देखकर, उपस्थित हुए और प्रतिवादियों की ओर से अधिसूचना को स्वीकार किया।

7. वर्तमान मुकदमे में हस्तक्षेप के लिए मुकदमा आवेदन 6 अप्रैल, 2023 को दायर किए गए थे।

8. प्रतिवादियों की ओर से अंतरिम निषेधाज्ञा देने वाले आवेदन का जवाब दाखिल किया गया है।1 और 2।

9. 28 फरवरी, 2023, 6 मार्च, 2023, 7 मार्च, 2023, 14 मार्च, 2023, 16 मार्च, 2023, 17 मार्च, 2023, 20 मार्च 2023, 21 मार्च, 2023 और 24 मार्च, 2023 को प्रस्तुतियों पर सुनवाई हुई जब वर्तमान आवेदनों में निर्णय सुरक्षित रखा

गया था।

I.A| 4515/2023 (दिल्ली उच्च न्यायालय बौद्धिक संपदा अधिकार प्रभाग नियमों का R-25) और I.A| 4443/2023 (सी. पी. सी. का O-I R-8A

10. ये आवेदन सी. पी. सी. के आदेश I नियम 8ए के तहत दायर किए गए हैं, जिसे दिल्ली उच्च न्यायालय के बौद्धिक संपदा अधिकार प्रभाग नियम, 2022 [इसके बाद "आईपीडी नियम, 2022"] के नियम 25 के साथ पढ़ा जाता है।

11. सी. पी. सी. के आदेश I नियम 8ए को निम्नानुसार निर्धारित किया गया हैः

> *" आदेश I*
>
> *सूट के लिए पार्टियाँ*
>
> *...*
>
> *8ए. किसी व्यक्ति या व्यक्तियों के निकाय को राय प्रस्तुत करने या कार्यवाही में भाग लेने की अनुमति देने की अदालत की शक्ति-किसी मुकदमे की सुनवाई करते समय, न्यायालय, यदि यह संतुष्ट हो जाता है कि किसी व्यक्ति या व्यक्तियों के निकाय को कानून के किसी भी प्रश्न में रुचि है जो प्रत्यक्ष मुकदमा से और काफी हद तक मुकदमे में जारी है और सार्वजनिक हित में उस व्यक्ति या व्यक्तियों के निकाय को कानून के उस प्रश्न पर अपनी राय प्रस्तुत करने की अनुमति देना आवश्यक है, तो उस व्यक्ति या व्यक्तियों के निकाय को ऐसी राय प्रस्तुत करने और मुकदमे की कार्यवाही में भाग लेने की अनुमति दे सकता है जैसा कि अदालत निर्दिष्ट करे।"*

12. आई. पी. डी. नियम, 2022 का नियम 25 नीचे दिया गया हैः

> *"25. तीसरे पक्ष द्वारा हस्तक्षेप*
>
> *आई. पी. डी. के समक्ष सूचीबद्ध मामलों में, तीसरे पक्ष द्वारा हस्तक्षेप की अनुमति स्वतः संज्ञान या किसी भी व्यक्ति द्वारा आवेदन पर दी जा सकती है ऐसा व्यक्ति न्यायालय के समक्ष रुचि की प्रकृति बताते हुए एक आवेदन के माध्यम से हस्तक्षेप करने का प्रयास करेगा।न्यायालय सभी संबंधित पक्षों को सुनने के बाद, यदि आवश्यक हो, और ऐसे नियमों और शर्तों पर अनुमति देने से इनकार कर सकता है या अनुमति दे सकता है जो उसे उचित लगे।"*

13. आई.ए. सं. 4443/2023 को विनज़ो गेम्स प्राइवेट लिमिटेड की ओर से दायर किया गया है, जो एक डिजिटल गेमिंग और प्रौद्योगिकी कंपनी है और एक ऑनलाइन डिजिटल गेमिंग प्लेटफॉर्म, "विनज़ो"/"विनज़ो गेम्स" का संचालन करती है।

14. आई.ए. सं. 4515/2023 को ऑल इंडिया गेमिंग फेडरेशन की ओर से दायर किया गया है, जो सोसायटी पंजीकरण अधिनियम, 1860 के तहत पंजीकृत एक गैर-लाभकारी संस्था है, जिसके भारत में 100 से अधिक सदस्य हैं और यह भारत में ऑनलाइन गेमिंग कंपनियों का सबसे पुराना संघ है। यह ऑनलाइन कौशल आधारित खेलों/मंचों की पेशकश करने वाली विभिन्न कंपनियों के हितों का प्रतिनिधित्व करना चाहता है।

15. इन दोनों आवेदनों में हस्तक्षेप करने वाले कानूनी प्रस्तुतियों को संबोधित करना चाहते हैं जिनका न केवल वर्तमान मामले पर असर पड़ता है, बल्कि पूरे खेल उद्योग में, विशेष रूप से ऑनलाइन फंतासी खेलों पर भी व्यापक प्रभाव पड़ता है।

16. वर्तमान मामले में शामिल कानूनी मुद्दों के साथ-साथ उपरोक्त जनहित संबंधी मुद्दों को ध्यान में रखते हुए, दोनों हस्तक्षेपकर्ताओं को कानूनी स्थिति पर तर्क प्रस्तुत करने की अनुमति देना उचित समझा गया।

17. दोनों आवेदनों का तदनुसार निपटान किया जाता है।

<u>आई.ए.3960/2023 (ओ-XXXIX आर-1 और 2) सीपीसी</u>

<u>मामला स्थल में स्थापित किया गया</u>

18. शिकायत में स्थापित मामला इस प्रकार हैः

18.1. अभियोक्ता नं.1 सिंगापुर में निगमित एक कंपनी है और मुख्य रूप से अपनी वेबसाइट और संबंधित मोबाइल एप्लिकेशन द्वारा भारत और दुनिया भर में "रारिओ" नाम से अपना व्यवसाय करती है। अभियोक्ता का व्यवसाय सं.1 में एक ऑनलाइन बाज़ार का निर्माण शामिल है जहाँ तीसरे पक्ष के उपयोगकर्ता क्रिकेटरों के आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त "डिजिटल प्लेयर कार्ड" बेचते हैं, खरीदते हैं और व्यापार करते हैं। प्रतिवादी सं. 2 से 6 जाने-माने भारतीय क्रिकेटर हैं।

18.2. रारिओ वेबसाइट पर डिजिटल प्लेयर कार्ड खिलाड़ियों के नाम और तस्वीर और उनके व्यक्तित्व के अन्य पहलुओं का उपयोग "खिलाड़ी विशेषताएँ" के रूप में संदर्भित करते हैं। खिलाड़ी सेवा समझौतों के आधार पर, वादी सं.2 से 6 ने विधिवत लाइसेंस प्राप्त और अधिकृत अभियोक्ता सं.1 अन्य बातों *के* साथ-साथ, रारिओ वेबसाइट पर उनके नाम और तस्वीरों का विशेष रूप से उपयोग करना।

18.3. अभियोक्ता सं.1 के व्यवसाय मॉडल के लिए आवश्यक है कि इसके डिजिटल प्लेयर कार्ड तकनीकी रूप से ऑनलाइन बाज़ार में प्रामाणिक और मूल के रूप में पहचाने जाने और प्रतिष्ठित किए जाने में योग्य हों।इस दिशा में, अभियोक्ता सं.1 अपने अद्वितीय सॉफ्टवेयर कोड का उपयोग करता है, जो आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त डिजिटल प्लेयर कार्ड में अंतर्निहित है, जिसके आधार पर कार्ड "अपूरणीय टोकन" [इसके बाद "एन. एफ. टी".] के रूप में कार्य करते हैं।

18.4. उपरोक्त एन. एफ. टी. डिजिटल प्लेयर कार्ड रारिओ वेबसाइट (रारिओ वेबसाइट के निजी ब्लॉक चेन के माध्यम से) पर वास्तविक पैसे में बेचे, खरीदे और कारोबार किए जाने में सक्षम हैं।

18.5. सामान्य तौर पर, किसी भी खिलाड़ी के लिए डिजिटल प्लेयर कार्ड की कीमत किसी विशेष समय पर उस कार्ड की सापेक्ष मांग और आपूर्ति पर निर्भर करती है। यह क्रिकेट मैच में खिलाड़ी के वास्तविक दुनिया के प्रदर्शन से जुड़ा

नहीं है, हालांकि बेहतर वास्तविक दुनिया के प्रदर्शन से खिलाड़ी की लोकप्रियता बढ़ती है और उनके डिजिटल प्लेइंग कार्ड की मांग का कारण बनता है।

18.6. अभियोक्ता सं.1 ने वादी सं. 2 से 6 तक से अकेले पिछले वर्ष में ऐसे विशेष लाइसेंस और प्राधिकरण प्राप्त करने के लिए Rs.1, 48,32,35,589/- की एक बड़ी राशि का निवेश किया है। इसके अलावा, अभियोक्ता सं. 1 ने पिछले कुछ वर्षों में अपने व्यवसाय के विज्ञापन और विपणन पर भी बड़ी राशि खर्च की है।

18.7. प्रतिवादी सं.1 "मोबाइल प्रीमियर लीग" [इसके बाद "एम. पी. एल".] के नाम से व्यवसाय करता है। प्रतिवादी सं.2 "स्ट्राइकर" नाम से एक मोबाइल एप्लिकेशन चलाता है, जो प्रतिवादी संख्या. 1 पर सूचीबद्ध है प्रतिवादी अपनी वेबसाइट, मोबाइल एप्लिकेशन "स्ट्राइकर" के माध्यम से व्यापार नाम "स्ट्राइकर क्लब" के तहत व्यवसाय करते हैं, और व्यापार नाम "एम. पी. एल". के तहत भी।स्ट्राइकर वेबसाइट के माध्यम से प्रतिवादियों के व्यवसाय में एक ऑनलाइन बाज़ार का निर्माण शामिल है जहाँ तीसरे पक्ष के उपयोगकर्ता डिजिटल प्लेयर कार्ड खरीद, बेच और व्यापार कर सकते हैं, जिसमें खिलाड़ी के नाम/आद्याक्षरों के साथ एक खिलाड़ी की छवि शामिल है। वादी सं.1 की तरह, प्रतिवादी स्ट्राइकर वेबसाइट के लिए खिलाड़ी कार्ड को प्रमाणित करने के लिए एनएफटी तकनीक का भी उपयोग करते हैं।

18.8. अभियोक्ता सं.1 के विपरीत प्रतिवादियों के पास वादी सं.2 से 6 तक उनके व्यवसाय के लिए उनके नाम, उपनाम, आद्याक्षर और चित्र या उनके व्यक्तित्व की अन्य विशेषताओं का उपयोग करने के लिए प्राधिकार और लाइसेंस नहीं है।

18..9 स्ट्राइकर वेबसाइट और स्ट्राइकर मोबाइल एप्लिकेशन के माध्यम से, .प्रतिवादियों के पास वादी सं1 के समान व्यवसाय मॉडल है। प्रतिवादियों के पास वादी सं.2 से 6 तक का कोई लाइसेंस या प्राधिकरण नहीं है, फिर भी में के जिस सा थ डिजिटल प्लेयर कार्ड का उपयोग करते हैं .एफ.वे ए टी सं. 2 से 6 तक के कलात्मक चित्र उनके नाम के साथ शामिल हैं। स्ट्राइकर एन का पूरा मूल्य.एफ.टी./वेबसाइट पर उपलब्ध डिजिटल कला संग्रहणीय समानता और व्यक्तित्व से लिया जाता है, खिलाड़ियों के नाम न कि छवियों की कलात्मक सामग्री के कारण।

18.10. वर्तमान मुकदमे के लिए कार्रवाई का कारण जनवरी, 2023 में उत्पन्न हुआ जब वादी सं.1 को स्ट्राइकर वेबसाइट के बारे में पता चला।

19. उपरोक्त कथनों के आधार पर, वर्तमान मुकदमा वादी द्वारा खिलाड़ी के निशान के गैरकानूनी उपयोग और वादी सं. 2 से 6 तक, जो (i) अनुचित प्रतिस्पर्धा (पारित करने सहित); (ii) अन्यायपूर्ण संवर्धन; (iii) वादी के आर्थिक हित में यातनापूर्ण या गैरकानूनी हस्तक्षेप; और (iv) वादी के व्यक्तित्व अधिकारों का उल्लंघन है। स्थायी निषेधाज्ञा से राहत के अलावा, वादी ने खातों और हर्जाने

के प्रत्यर्पण से भी राहत मांगी है।

<u>बचावकर्ता सं.1 के स्वयं पर जवाब दें</u>

20. प्रतिवादी की ओर से दायर जवाब सं.1 में अंतरिम निषेधाज्ञा के अनुदान के लिए आवेदन के लिए, प्रतिवादी सं.1 द्वारा बनाया गया मामला निम्नानुसार हैः

20.1. प्रतिवादी सं.1 एक ऑनलाइन गेमिंग प्लेटफॉर्म, एम. पी. एल. संचालित करता है, जिसमें ओएफएस भी शामिल है। प्रतिवादी सं.1 का एमपीएल प्लेटफॉर्म तृतीय-पक्ष गेम डेवलपर्स द्वारा विकसित खेलों को होस्ट करता है, जिसमें स्ट्राइकर नाम के तहत प्रतिवादी सं.2 द्वारा विकसित गेमिंग एप्लिकेशन भी शामिल है।

20.2. प्रतिवादी सं.2 एक अलग और स्वतंत्र निगमित इकाई है और प्रतिवादी सं.1 प्रतिवादी सं.2 के दिन-प्रतिदिन के मामलों के प्रबंधन में शामिल नहीं है।

20.3. जबकि शिकायत में आरोप केवल मोबाइल एप्लिकेशन स्ट्राइकर के लिए विशिष्ट हैं, जो प्रतिवादी सं.2 द्वारा स्वामित्व और संचालित है, शिकायत में प्रार्थना के साथ साथ अंतरिम आवेदन प्रतिवादी-सं.1 के एमप्लेटफॉर्म पर होस्ट .एल .पी . खेलों के संचालन पर .एस .एफ .किए गए सभी ओ प्रतिबंधलगाने की मांग खेलों के .एस .एफ .प्लेटफॉर्म पर होस्ट किए गए सभी ओ करने के लिए है। संचालन पर

20.4. वादी सं.1 ने इस तथ्य को छुपाया है कि वे "डी3 क्लब" नामक एक

ओएफएस गेम चलाते हैं, जो प्रतिवादी सं.2 द्वारा पेश किए गए ओएफएस गेम के समान है।

20.5. प्रतिवादी सं.1 केवल प्रतिवादी सं.2 को अपना खेल स्ट्राइकर प्रकाशित करने के लिए अपना एम र उसकामंच प्रदान करता है और स्ट्राइकर प .एल .पी . नियंत्रण नहीं है।

20.6. प्रतिवादी सं.1 2019 से अपने प्लेटफॉर्म एम. पी. एल. पर ओ. एफ. एस. खेलों का संचालन कर रहा है।

20.7. खिलाड़ियों के नाम और छवियों का उपयोग भारत और विदेशों में सभी ओ. एफ. एस. खेलों की एक प्रचलित और प्रमुख विशेषता है। काल्पनिक खेल लीग पूरी तरह से वास्तविक खिलाड़ियों और मैदान पर होने वाली घटनाओं के अस्तित्व और वास्तविक जीवन के प्रदर्शन पर आधारित हैं।अपने स्वभाव से, फंतासी खेल केवल तभी खेले जा सकते हैं जब सभी प्रासंगिक खिलाड़ी सूचीबद्ध हों और चुनने के लिए उपलब्ध हों और प्लेटफॉर्म पर पहचाने जाने के योग्य हों।

20.8. प्रतिवादी सं.1 के ओएफएस प्रस्ताव। किसी भी एनएफटी या इसी तरह की तकनीक का उपयोग न करें।

<u>बचावकर्ता सं.2 के स्वयं पर जवाब दें</u>

21. प्रतिवादी सं.2 की ओर से दायर जवाब में प्रतिवादी सं.2 द्वारा स्थापित

मामला निम्नानुसार हैः

21.1. प्रतिवादी सं.2 का उत्पाद, स्ट्राइकर केवल एक ओएफएस खेल प्रदान करता है, जबकि वादी का उत्पाद, रारिओ, इसके अलावा, उपयोगकर्ताओं को क्रिकेट के क्षणों को "खरीदने" और "स्वयं" करने का विकल्प प्रदान करता है।

21.2. प्रतिवादी सं.2 द्वारा अपने काल्पनिक खेल स्ट्राइकर के लिए उपयोग की जाने वाली सामग्री सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध तथ्यों और जानकारी की प्रकृति में है और इसलिए, खिलाड़ियों के व्यक्तित्व अधिकारों के दायरे से बाहर है। इसलिए, वादी ने गलती से वादी सं. 2 से 6 के साथ विशेष लाइसेंस समझौतों पर निर्भरता रखी है।

21.3. वादी द्वारा स्थापित मामला एक गलत धारणा पर है कि एक संस्था को ओएफएस प्लेटफार्मों पर खेल खेलने में सक्षम बनाने के लिए उन खिलाड़ियों की पहचान करने के लिए आवश्यक तथ्यों, जानकारी, छवियों और अन्य सामग्रियों का उपयोग करने के लिए एक व्यक्तिगत खिलाड़ी की सहमति/प्राधिकरण की आवश्यकता होती है।

21.4. स्ट्राइकर जैसे काल्पनिक खेलों में सभी खिलाड़ियों को शामिल करना आवश्यक है ताकि उपयोगकर्ता द्वारा एक टीम बनाई जा सके। एक काल्पनिक टीम का प्रदर्शन एक वास्तविक क्रिकेट मैच के दौरान व्यक्तिगत खिलाड़ी के मैदान पर प्रदर्शन पर निर्भर करता है।

21.5. चूंकि फंतासी खेल सभी खिलाड़ियों के समावेश पर निर्भर करते हैं, इसलिए यह धारणा बनाने की कोई गुंजाइश नहीं है कि कोई विशेष खिलाड़ी फंतासी खेल का समर्थन कर रहा है।

21.6. प्रतिवादी की ओएफएस सं.2 सभी संभावित खिलाड़ियों के नाम, चित्र और अन्य जानकारी का उपयोग करता है और इसलिए, यह नहीं कहा जा सकता है कि कोई विशेष खिलाड़ी एक काल्पनिक खेल का समर्थन कर रहा है।

21.7.प्रतिवादी सं. 2 एन.एफ.टी..एन कार्डों की खरीद , बिक्री और व्यापार के व्यवसाय में नहीं है जैसा कि शिकायत में कहा गया है। एन एफ प्रतिवादी.टी.कार्डसं.2 के ओ. एफखेल को खेलने के लिए एक .एस . सामान्य प्रवेश आवश्यकता है।

21.8. डिजिटल प्लेयर कार्ड का व्यापार या उपयोग स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म के बाहर नहीं किया जा सकता है और ये केवल फंतासी खेलों में उपयोगकर्ता के अनुभव को बढ़ाने के लिए हैं।

21.9. भारत सहित दुनिया भर में बड़ी संख्या में काल्पनिक खेल पेश किए जाते हैं, जो नाम, चित्र और बुनियादी आंकड़ों सहित खिलाड़ी पहचानकर्ताओं का उपयोग करते हैं, क्योंकि वे सभी सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध हैं। इसलिए, यह काल्पनिक खेलों के व्यवसाय में एक अच्छी तरह से स्थापित उद्योग अभ्यास है।

21.10. भारत में ऐसा कोई वैधानिक प्रावधान नहीं है जो वर्तमान मुकदमे में वादी द्वारा मुकदमा किए गए अधिकारों के संरक्षण की परिकल्पना करता हो। वादी द्वारा स्वामित्व किए जाने का दावा किए गए खिलाड़ी पहचानकर्ता तथ्यात्मक जानकारी की प्रकृति के हैं जो भारत में किसी भी कानून के तहत सुरक्षित नहीं हैं।

21.11. स्ट्राइकर ने स्वतंत्र कलाकार को उन क्रिकेटरों के आधार पर मूल कलाकृतियां बनाने के लिए नियुक्त किया है जिन्हें चित्रित किया जाना चाहिए। प्रतिवादी सं.2 ने क्रिकेटरों की किसी भी वास्तविक तस्वीर/छवि का उपयोग नहीं किया है। स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर उपयोग की जाने वाली उपरोक्त कलाकृतियाँ मूल कृतियाँ हैं और कॉपीराइट अधिनियम, 1957 के तहत कॉपीराइट संरक्षण के हकदार हैं।

21.12. वादी ने छिपाया है कि सितंबर, 2022 तक, वादी के वरिष्ठ अधिकारी स्ट्राइकर मंच के संबंध में प्रतिवादियों के वरिष्ठ अधिकारियों के संपर्क में रहे हैं। इस संबंध में, प्रतिवादियों ने उक्त कर्मचारियों के बीच वॉट्सऐप चैट को रिकॉर्ड में रखा है। प्रतिवादी सं.2 ने अगस्त, 2022 से अपने प्लेटफॉर्म स्ट्राइकर को लॉन्च करने से पहले एक व्यापक विज्ञापन और विपणन अभियान शुरू किया था। इसलिए, वादी का यह दावा कि उन्हें प्रतिवादी सं.2 के बारे में केवल जनवरी, 2023 में पता चला, गलत है।

21.13.अंतरिम आवेदन में प्रार्थनाएं दलीलों से बहुत आगे जाती हैं और इनका उद्देश्य ओ. एफ. एस. प्लेटफार्मों के व्यवसाय को बंद करना है।

21.14.सुविधा का संतुलन वादी के पक्ष में निषेधाज्ञा देने के खिलाफ है क्योंकि एक निषेधाज्ञा प्रतिवादियों के पूरे व्यवसाय को रोक देगी।

21.15.वर्तमान मुकदमा जानबूझकर मार्च, 2023 के अंत में होने वाले डब्ल्यू. पी. एल. और आई. पी. एल. से ठीक पहले दायर किया गया है, जब ओ. एफ. एस. व्यवसाय अपने चरम पर पहुंच जाएगा।

<u>हस्तियों के स्वयं पर प्रस्तुत किए गए विषय</u>

22. वादियों की ओर से निम्नलिखत प्रस्तुतियाँ की गई हैं नन

22.1. भारतीय कानून व्यक्तित्व/प्रचार के अधिकार को मान्यता देता है। भारतीय कानून के तहत व्यक्तित्व के अधिकार को अनधिकृत समर्थन के मामलों तक सीमित रखने का प्रतिवादियों का प्रयास पूरी तरह से गलत है। ***डीएम एंटरटेनमेंट प्राइवेट लिमिटेड बनाम बेबी गिफ्ट हाउस और अन्य,*** एमएएनयू/डीई/2043/2010 में दिया गया निर्णय 'प्रचार के अधिकार के उल्लंघन' और 'गलत समर्थन के कारण पारित होने' के अलग-अलग अत्याचारों को मान्यता देता है। प्रचार के अधिकार के उल्लंघन के अपराध के लिए पहचान की आवश्यकता होती है और इसमें व्यावसायिक लाभ के

लिए किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व/विशेषताओं के अनधिकृत विनियोग के कार्यों की एक व्यापक श्रेणी शामिल है। इसके अलावा, ***टाइटन इंडस्ट्रीज बनाम मैसर्स राम कुमार ज्वेलर्स,*** (2012) 50 पी. टी. सी. 486, में न्यायालय ने अभिनिर्धारित किया कि प्रचार का अधिकार झूठे विज्ञापन कानूनों की पारंपरिक सीमाओं से परे है।

22.2. भारत में प्रचार अधिकारों को निजता के अधिकार के एक पहलू के रूप में मान्यता दी गई है। इस संबंध में ***के. एस. पुट्टास्वामी और अन्य बनाम भारत संघ और अन्य***, (2017) 10 एससीसी 1. के फैसले में कौल, *जे. के सहमति वाले* फैसले *का आवलंब किया गया है।*

22.3. प्रचार के अधिकार के पहलू पर, संयुक्त राज्य अमेरिका में अदालतों के निर्णयों पर भी निर्भरता रखी गई है [इसके बाद "यू.एस".], अर्थात ***केलर बनाम एलेक आर्ट्स इंक (एथलीट नाम और समानता-छात्र सीएनएए) लाइसेंस*** मुकदमे में, 724 एफ.3डी 1268, ***हेलन लैब्स., इंक बनाम टॉप्स चुइंग गम इंक.***, 202 एफ.2डी 866, ***मोत्शेनबैकर बनाम आर. जे. रेनॉल्ड्स टोबैको कंपनी***, 498 एफ.2डी 821 और ***मिडलर बनाम फोर्ड मोटर कंपनी***, 849 एफ.2डी 460

22.4. वर्तमान मुकदमा दायर करने के लिए कार्रवाई का कारण खिलाड़ियों के नाम, छवियों और अन्य विशेषताओं का उपयोग करके स्ट्राइकर की वेबसाइट और मोबाइल एप्लिकेशन पर पेश किए गए एन. एफ. टी. में बिक्री और व्यापार

पर आधारित है। स्ट्राइकर पर एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड खरीदने के बाद उपयोगकर्ता के लिए स्ट्राइकर पर किसी भी काल्पनिक खेल में भाग लेना आवश्यक नहीं है। एक उपयोगकर्ता केवल एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड का व्यापार कर सकता है या इसे बेच सकता है।

22.5. स्ट्राइकर के मंच पर ही कहा गया है कि स्ट्राइकर एप्लीकेशन का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा वह बाज़ार है जहाँ आप डिजिटल प्लेयर कार्ड खरीद सकते हैं, बेच सकते हैं या किराए पर ले सकते हैं (वादी द्वारा दायर अतिरिक्त दस्तावेजों का पृष्ठ 14)।

22.6. प्रतिवादी गलत तरीके से मुकदमे को सार्वजनिक क्षेत्र में उपलब्ध जानकारी/सामग्री के उपयोग के खिलाफ बताते हैं।

22.7. सभी खिलाड़ियों के पास खेलने का सीमित समय होता है और इसलिए, उन्हें अपने व्यक्तित्व के सभी पहलुओं का मुद्रीकरण करने का अधिकार है। इसलिए, प्रतिवादी सेलिब्रिटी से किसी भी प्राधिकरण के बिना अपने मौद्रिक लाभ के लिए एक खिलाड़ी के व्यक्तित्व का उपयोग नहीं कर सकते हैं।

22.8. स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर एन. एफ. टी. का मूल्य खिलाड़ियों की पहचान/व्यक्तित्व से प्राप्त होता है और स्ट्राइकर खिलाड़ियों से प्राधिकरण

के बिना ऐसे एन. एफ. टी. की बिक्री/व्यापार से व्यावसायिक रूप से लाभ उठा रहा है। यह व्यक्तित्व के अधिकारों का उल्लंघन है।

22.9. एक परिसंपत्ति के रूप में एन. एफ. टी. का वाणिज्यिक मूल्य और स्थिति उस प्रसिद्ध व्यक्ति के साथ संबंध की भावना है जिसे आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त एन. एफ. टी. वहन करता है। क्रिकेट की दुनिया से परे भी, एन. एफ. टी. के सेलिब्रिटी बेहद मूल्यवान संपत्ति हैं। उदाहरण के लिए जैक के पहले ट्वीट के संबंध में एन. एफ. टी. 2023 डोर्सी के संस्थापक, के साथ-साथ प्रसिद्ध फुटबॉलर एर्लिंग हालैंड का डिजिटल ट्रेडिंग कार्ड एन. एफ. टी., दोनों ही भारी मात्रा में बेचे गए थे।

स्ट्राइकर के साथ-साथ किसी भी अन्य ओ. एफ. एस. गेम को खेलने के लिए एन. एफ. टी. की आवश्यकता नहीं होती है।

20.1 एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड की बिक्री मूल्य या पुनर्विक्रय मूल्य खिलाड़ी के वास्तविक दुनिया के प्रदर्शन पर आधारित नहीं है।स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म बेचे जाने वाले एन. एफ. टी. का मूल्यांकन खिलाड़ी के व्यक्तित्व/कद के अनुसार किया जाता है।किसी भी विशेष खिलाड़ी के एन. एफ. टी. के लिए, एन. एफ. टी. में अंतर्निहित कलात्मक कार्य एन. एफ. टी. की श्रेणियों के पार है, लेकिन कीमत अलग है।इसलिए, कीमत कलात्मक कार्य की नहीं है, बल्कि खिलाड़ी के व्यक्तित्व की

है।

20.2 दोनों अभियोक्ता सं.1 और प्रतिवादी डिजिटल प्लेयर कार्ड में बिक्री और व्यापार कर रहे हैं।अंतर केवल इतना है कि अभियोक्ता सं.1 ने अभियोक्ता सं. 2 से 6 के साथ विशेष अनुबंध किए हैं।जबकि प्रतिवादियों ने नहीं।

<u>रक्षक सं.1 के स्वयं के बारे में प्रस्तुतियाँ</u>

21 प्रतिवादी सं.1 की ओर से निम्नलिखित प्रस्तुतियाँ की गई हैं।:

21.1 न्यायालय के निर्णय पर वादी की ओर से रखी गई निर्भरता अमेरिकी अदालतों पर लागू नहीं होती है क्योंकि वे विशिष्ट कानून पर आधारित होती हैं सामान्य पर नहीं।

21.2 यूनाइटेड किंगडम जैसे सामान्य कानून क्षेत्राधिकारों में [इसके बाद "यू.के."], सेलिब्रिटी अधिकार केवल समर्थन के संदर्भ में मौजूद हैं।इस संबंध में अदालत के निर्णय **रॉबिन रिहाना फेंटी और अन्य में UK *की (सिविल डिवीजन)* अपील *बनाम वी.आर्केडिया* ग्रुप *ब्रांड्स लिमिटेड और ए. एन. आर.*** का अवलंब किया गया है।

21.3 वादी द्वारा जिन विभिन्न निर्णयों पर भरोसा किया गया है, वे सेलिब्रिटी समर्थन के संदर्भ में हैं।इसलिए, भारतीय कानून केवल

समर्थन के संदर्भ में व्यक्तित्व अधिकारों को मान्यता देता है, जो वर्तमान मामले में मुद्दा नहीं है।

21.4 ***पुट्टास्वामी*** (उपरोक्त) में उच्चतम न्यायालय का निर्णय गोपनीयता के संदर्भ में था और वर्तमान मामले के तथ्यों में इसका कोई अनुप्रयोग नहीं है।

<u>रक्षक सं.2 के स्वयं के बारे में प्रस्तुतियाँ</u>

22 प्रतिवादी सं.2 की ओर से निम्नलिखित प्रस्तुतियाँ की गई हैं।

22.1 भारतीय कानून एक सेलिब्रिटी के प्रचार के अधिकार को केवल झूठे समर्थन और विज्ञापनों को रोकने की सीमा तक अपने व्यक्तिगत गुणों का व्यावसायिक रूप से दोहन करने के लिए मान्यता देता है।यह अधिकार सेलिब्रिटी से संबंधित तथ्यों या जानकारी तक नहीं फैला है जो न तो व्यक्तिगत हैं और न ही निजी हैं।

22.2 भारत के संविधान का अनुच्छेद 19 (1) (ए) स्ट्राइकर को व्यावसायिक उद्देश्य के लिए उपरोक्त जानकारी का उपयोग करने का अधिकार प्रदान करता है।

22.3 स्ट्राइकर अपने काल्पनिक खेल में खिलाड़ी से संबंधित सामग्री के केवल तीन भाग का उपयोग करता है, जैसे कि, (i) खिलाड़ी का

नाम; (ii) खिलाड़ी का मूल कलात्मक प्रतिपादन (कलाकृति); और, (iii) वास्तविक शब्दों के मैचों में खिलाड़ी के प्रदर्शन से उत्पन्न होने वाले आंकड़े।खिलाड़ी के नाम के साथ-साथ आंकड़े सार्वजनिक डोमेन में स्वतंत्र रूप से उपलब्ध हैं और इसलिए, अभियोक्ता उसी पर आपत्ति नहीं कर सकता है।यह उपयोग पूरी तरह से स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर पहचान के उद्देश्य से है।ये सभी ओ. एफ. एस. खेलों की आवश्यक विशेषताएं हैं।

22.4 स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म किसी भी खिलाड़ी की व्यक्तिगत जानकारी या खिलाड़ी की व्यक्तिगत विशेषताओं जैसे हस्ताक्षर, आवाज, ऊंचाई या उसके व्यक्तिगत जीवन के किसी अन्य पहलू का उपयोग नहीं करता है।

22.5 वादी द्वारा उपयोग किए गए तथ्यों और जानकारी के संबंध में, खिलाड़ियों में कोई अंतर्निहित अधिकार नहीं है जिसे रारिओ को लाइसेंस दिया जा सकता था।वादी स्वीकार करते हैं कि कई ओ. एफ. एस. खेलों में एक खिलाड़ी के नाम, चित्र/तस्वीरों के साथ-साथ मैदान पर प्रदर्शन का उपयोग किया जा रहा है, जिसके लिए वादी को कोई आपत्ति नहीं है।एक बार जब वादी स्वीकार कर लेते हैं कि सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध तथ्यों और जानकारी पर उनमें कोई अधिकार मौजूद नहीं है, तो प्रतिवादियों द्वारा उपयोग की प्रकृति, चाहे

व्यावसायिक उद्देश्य के साथ या उसके बिना, अप्रासंगिक है।इस संबंध में यूनाईटेड स्टेट्स कोर्ट ऑफ अपील्स ***सी.बी.सी में 8वें सर्किट के वितरण और विपणन बनाम मेजर लीग बेसबाल एडवांस*** 505 एफ.3डी 959 और भारत के सर्वोच्च न्यायालय के निर्णय ***डैनियल्स0द बनाम फैन ड्यूएल.*** आईएनसी 109 NE3d 390. का आवलंब किया गया है।

22.6 जहां तक अर्लिंग हालैंड के एन. एफ. टी. के वादी द्वारा "सोरारे" मंच पर कारोबार किए जाने के उदाहरण का संबंध है, उक्त मंच स्वयं कहता है कि यह उपयोगकर्ताओं को फुटबॉलरों के लिए "आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त डिजिटल कार्ड एकत्र करने" में सक्षम बनाने के लिए है।क्रिकेटरों के संबंध में रारियो ठीक यही करना चाहते हैं।हालाँकि, स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर ऐसा कुछ भी नहीं है जो यह सुझाव दे कि स्ट्राइकर को आधिकारिक तौर पर खिलाड़ियों के एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड उन उपयोगकर्ताओं को बेचने का लाइसेंस प्राप्त है जो उन्हें इकट्ठा करना चाहते हैं।

22.7 स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर उपयोग किए जाने वाले एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म के साथ किसी भी खिलाड़ी के समर्थन या जुड़ाव का सुझाव नहीं देते हैं।स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म सभी वर्तमान

खिलाड़ियों के लिए डिजिटल प्लेयर कार्ड का उपयोग करता है। खेल की अपनी प्रकृति के अनुसार यह आवश्यक है कि प्रत्येक खिलाड़ी का प्रतिनिधित्व किया जाए।

22.8 स्ट्राइकर द्वारा अपने एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड पर खिलाड़ियों की जानकारी का उपयोग हेतुक से खिलाड़ियों के लिए कमाई के अवसरों का कोई नुकसान नहीं होता है (वादी सं. 2 से 6)।

22.9 प्रतिवादी सं.2 द्वारा अन्यायपूर्ण संवर्धन का कोई मामला नहीं बनाया गया है। चुंकि प्रतिवादी सं.2 द्वारा उपयोग की जाने वाली एकमात्र खिलाड़ी संबंधित सामग्री सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध जानकारी है जिसके संबंध में कोई भी व्यक्ति स्वामित्व अधिकारों का दावा नहीं कर सकता है।

22.10 वर्तमान मुकदमा वादपत्र में भौतिक छिपाव और झूठे बयान देकर दायर किया गया है।वादी ने गलत तरीके से कहा है कि उन्हें जनवरी, 2023 में स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म के बारे में पता चला, जबकि वे सितंबर, 2022 से स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म के बारे में जानते थे, जैसा कि वादी और प्रतिवादियों के कर्मचारियों के बीच वॉट्सऐप बातचीत के स्क्रीनशॉट से पता चलता है।

22.11 वादी ने वादपत्र यह छिपाया है कि वादी स्वयं डिजिटल प्लेयर कार्ड के साथ एक काल्पनिक खेल है प्रतिवादी सं.2 द्वारा जो इस मुकदमा,

वर्तमान सूट प्रतिस्पर्धा को रोकने का एक प्रयास है।

22.12 सुविधा का संतुलन प्रतिवादियों के पक्ष में और वादियों के खिलाफ है।अंतरिम निषेधाज्ञा देने से प्रतिवादियों को अपूरणीय क्षति और चोट पहुंचेगी क्योंकि इसके परिणामस्वरूप प्रतिवादी सं.2 का व्यवसाय पूरी तरह से बंद हो जाएगा व्यवसाय और यह उन उपयोगकर्ताओं को भी नुकसान पहुंचाएगा जिन्होंने स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर कार्ड खरीदे हैं।

<u>अं.आ में हस्तक्षेप करनेवाला के स्वयं पर प्रस्तुतियाँ नहीं 4515/2023</u>

23 हस्तक्षेपकर्ता ऑल भारत गेमिंग फेडरेशन की ओर से निम्नलिखित प्रस्तुतियाँ की गईं:

23.1 'प्रचार के अधिकार' को भारत में कोई वैधानिक मान्यता नहीं है और इसे न्यायालयों द्वारा सामान्य कानून के सिद्धांतों का सहारा लेकर नहीं बनाया जा सकता है।ट्रेड मार्क अधिनियम, 1999 की धारा 27 (2) केवल पारित किए जाने के अपराध को मान्यता देती है और इसलिए, न्यायालय उक्त अपराध के दायरे का विस्तार नहीं कर सकते हैं ताकि 'प्रचार का अधिकार' शामिल किया जा सके।

23.2 यू.के. और ऑस्ट्रेलिया जैसे सामान्य कानून क्षेत्राधिकारों में, किसी सेलिब्रिटी की सद्भावना और प्रतिष्ठा के दुरुपयोग से संबंधित गलतियों से निपटने के लिए पासिंग ऑफ का अत्याचार पर्याप्त है, जिसमें

मशहूर हस्तियों के नाम और समानता का उपयोग शामिल है।एक पक्ष के पासिंग ऑफ के अत्याचार को स्थापित करने के लिए, एक प्रतिवादी द्वारा एक सेलिब्रिटी के नाम/छवि का उपयोग इस तरह से गलत तरीके से किया जाना चाहिए कि उपभोक्ताओं को यह विश्वास करने के लिए गुमराह किया जाए कि सेलिब्रिटी प्रतिवादी के सामान या सेवाओं का समर्थन कर रहा है या अन्यथा प्रतिवादी के सामान से संबद्ध या शामिल है।

23.3 यू.एस. न्यायालयों के निर्णय भारतीय न्यायालयों द्वारा लागू नहीं किए जा सकते हैं क्योंकि उक्त निर्णय राज्य-विशिष्ट कानूनों पर आधारित हैं।जबकि यू.एस. में कानून 'प्रचार के अधिकार' को मान्यता देते हैं, वे कानून में या यू.एस. के पहले संविधान संशोधन के तहत मुक्त भाषण के सिद्धांतों के अनुसार प्रदान किए गए अपवादों का भी वर्णन करते हैं।

23.4 अवधारणात्मक रूप से, एन. एफ. टी. प्रौद्योगिकी के बिना डिजिटल प्लेयर कार्ड के साथ ओ. एफ. एस. खेलों और एन. एफ. टी. प्रौद्योगिकी के साथ डिजिटल प्लेयर कार्ड के साथ ओ. एफ. एस. खेलों के बीच कोई अंतर नहीं है।दोनों खिलाड़ी के नाम, समानता और विशेषताओं का उपयोग करते हैं और इन विशेषताओं का उपयोग ऑनलाइन काल्पनिक खेलों और वास्तविक दुनिया के खेल के भीतर

खिलाड़ियों की पहचान करने के लिए किया जाता है।

23.5 यदि एक साधारण ओ. एफ. एस. खेल में किसी खिलाड़ी के नाम या तस्वीर का उपयोग वर्णनात्मक या नाममात्र है, तो खिलाड़ी के नाम का उपयोग या व्यापार के लिए उसकी कलात्मक छाप भी वर्णनात्मक/नाममात्र उपयोग की कोटि में आएगी।

23.6 जब किसी खिलाड़ी द्वारा कार्ड को आधिकारिक रूप से लाइसेंस दिए जाने का कोई दावा नहीं किया जाता है, तो खिलाड़ी के व्यक्तित्व अधिकारों का कोई उल्लंघन नहीं हो सकता है।अर्लिंग हैलैंड के कार्ड के अभियोक्ता द्वारा दिया गया उदाहरण गलत है क्योंकि वह अर्लिंग हैलैंड द्वारा आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त कार्ड था।केवल तभी जब कार्ड को आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त होने का दावा किया जाता है, तो खिलाड़ी के साथ संबंध का दावा किया जा सकता है।

23.7 ***पुट्टास्वामी*** (उपरोक्त) मामले में उच्चतम न्यायालय की नौ न्यायाधीशों की पीठ का फैसला 'निजता के अधिकार' के संदर्भ में था और बहुमत के फैसले में कहा गया था कि 'निजता का अधिकार' भारत के संविधान के अनुच्छेद 21 के तहत एक मौलिक अधिकार है।हालाँकि, उक्त निर्णय किसी भी तरह से यह नहीं मानता है कि 'प्रचार का अधिकार' 'निजता के अधिकार' का हिस्सा है।

<u>अं.आ में अवरोधक के स्वयं पर प्रस्तुतियाँ। 3960/2023</u>

24 हस्तक्षेपकर्ता, विन्जों गेम्स प्राईवेट लिमिटेड की ओर से निम्नलिखित प्रस्तुतियाँ की गई हैं:

24.1 भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1)(ए) और 19 (1)(जी) के तहत किसी कंपनी को गारंटीकृत अधिकारों को केवल संविधान के अनुच्छेद 19(2) और 19(6) के अनुसार संसद द्वारा अधिनियमित कानून के माध्यम से कम किया जा सकता है।इसलिए, यह केवल विधायिका को ही तय करना है कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता में कितनी कटौती की जाए।

24.2 अभियोक्ता/ वादी की ओर से उद्धृत किसी भी निर्णय ने भारत में प्रचार के अधिकार की रूपरेखा को परिभाषित नहीं किया है।

24.3 किसी भी कानून की अनुपस्थिति में, प्रचार अधिकारों के उल्लंघन के लिए किसी भी कार्रवाई का आधार धोखाधड़ी के अपकृत्य, छूट या अनुचित प्रतिस्पर्धा के संबंध में होना चाहिए।ओ. एफ. एस. खेलों के मामले में, ग्राहकों को यह विश्वास दिलाने के लिए धोखा देने या गुमराह करने का कोई सवाल ही नहीं है कि कोई विशेष खिलाड़ी उत्पाद का समर्थन कर रहा है।इसके अलावा, ओ. एफ. एस. खेल केवल खेल खेलने के उद्देश्यों के लिए सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध

खिलाड़ी की जानकारी का उपयोग करता है।इसलिए, इसमें कोई गलत निरूपण नहीं किया गया है और धोखाधड़ी, पास ऑफ या अनुचित प्रतिस्पर्धा के लिए कोई मामला नहीं बनाया गया है।

<u>विश्लेषण और निष्कर्ष</u>

25 भारत में प्रचार के अधिकार के पहलू पर, दोनों पक्षों ने अपनी दलीलों के समर्थन में भारतीय और विदेशी दोनों मामलों के कानून का व्यापक रूप से हवाला/ उद्धरण दिया है।भारत में प्रचार के अधिकार की रूपरेखा और दायरे को निर्धारित करने के लिए, पक्षों की ओर से उद्धृत अधिकारियों/ प्राधिकारियों पर चर्चा करना उचित माना जाता है।

26 चूँकि दोनों पक्षों के वकीलों ने यू.एस. के विभिन्न निर्णयों पर भरोसा किया है, इसलिए मैं संक्षेप में उनका उल्लेख इस प्रतिवाद के साथ करूंगा कि इनमें से अधिकांश निर्णय यू.एस. में विशेष राज्यों द्वारा अधिनियमित वैधानिक कानूनों पर आधारित हैं।

<u>वादी की ओर से उद्धृत निर्णय</u>

(i) ***हेलन लैब्स।, इंक.*** **वी.टॉप्स** ***च्युइंग गम, इंक., 202*** एफ.2डी 866

[16 फरवरी, 1953 को निर्णय लिया गया]

27 इस मामले में, अभियोक्ता को अभियोक्ता के च्यूइंग गम की बिक्री के संबंध में गेंद खिलाड़ी की तस्वीर का उपयोग करने का विशेष अधिकार था।प्रतिवादी, एक प्रतिवादी च्युइंग गम निर्माता, वादी के अनुबंध के बारे में जानते हुए, जानबूझकर गेंद खिलाड़ी को प्रतिवादी के च्युइंग गम के संबंध में खिलाड़ी की तस्वीर का उपयोग करने के लिए प्रतिवादी को अधिकृत करने के लिए प्रेरित किया।यह मानते हुए कि किसी व्यक्ति को अपनी तस्वीर के प्रचार मूल्य का अधिकार है, जिसे न्यूयॉर्क के कानूनों के तहत वैधानिक रूप से मान्यता प्राप्त है, द्वितीय सर्किट के लिए अपील न्यायालय ने अभियोक्ता के पक्ष में निर्णय दिया।जैसा कि उपरोक्त कथन से स्पष्ट है, यह निर्णय किसी उत्पाद के गलत समर्थन के लिए एक खिलाड़ी के व्यक्तित्व के उपयोग के संदर्भ में था और न्यूयॉर्क राज्य के कानून पर आधारित था।

(ii) ***मॉत्शेनबैकर*** **बनाम** ***आर. जे. रेनॉल्ड्स टोबैको कंपनी,*** 498 एफ.2डी 821

[6 जून, 1974 को निर्णय लिया गया]

28 इस मामले में अभियोक्ता ने सिगरेट के विज्ञापन में अपने नाम, समानता, व्यक्तित्व और समर्थन के कथित दुरुपयोग के लिए मुकदमा निषेधाज्ञा राहत और हर्जाने की मांग करते हुए एक मुकदमा दायर किया।अभियोक्ता रेसिंग कारों का एक पेशेवर चालक था।प्रतिवादी ने अपनी सिगरेट को बढ़ावा देने के लिए अपने वाणिज्यिक विज्ञापन में वादी की कार/

गाड़ी का इस्तेमाल किया। नौवें सर्किट के लिए यूनाइटेड स्टेट कोर्ट ऑफ अपील्स ने वादी के पक्ष में यह कहते हुए फैसला सुनाया कि वादी की कार की समानता का उपयोग करने वाले विज्ञापन ने जनता में इस आशय का भ्रम पैदा किया कि वादी कार चला रहा था। एक बार फिर, यह निर्णय कैलिफोर्निया राज्य के कानून पर आधारित था और एक उत्पाद का समर्थन करने के लिए एक सेलिब्रिटी की कार की छवि का अनधिकृत रूप से उपयोग किए जाने के संदर्भ में था।

(iii) ***मिडलर*** **बनाम** ***फोर्ड मोटर कंपनी,*** 849 एफ.2डी 460

[22 जून, 1988 को निर्णय लिया गया]

29 इस मामले में, प्रतिवादी कंपनी ने एक कार/ गाड़ी के लिए अपने विज्ञापन में एक "ध्वनि समान" द्वारा गाए गए गीत का उपयोग किया।मूल गीत अभियोक्ता द्वारा गाया गया था।नौवें सर्किट के लिए यूनाइटेड स्टेट्स कोर्ट ऑफ अपील्स ने जिला अदालत के फैसले को पलट दिया, यह मानते हुए कि प्रतिअभियोक्ता ने यह धारणा व्यक्त करने के लिए एक प्रतिरूपण का इस्तेमाल किया कि अभियोक्ता उनके लिए गा रहा था और अभियोक्ता के पक्ष *में था।अदालत ने कहा कि 'जब एक पेशेवर गायक की एक विशिष्ट आवाज व्यापक रूप से जानी जाती है और किसी उत्पाद को बेचने के लिए जानबूझकर उसकी नकल की जाती है, तो विक्रेताओं ने जो* उनकी नहीं है उसे हड़प लिया था और कैलिफोर्निया में एक अपकृत्य किया था'।उपरोक्त निर्णय को पढ़ने से जो बात सामने आती है वह यह है कि किसी उत्पाद को बेचने के लिए किसी सेलिब्रिटी की समानता का उपयोग नहीं किया जा सकता है क्योंकि इससे बाजार में गलत धारणा बनती है कि उक्त उत्पाद का समर्थन सेलिब्रिटी द्वारा किया जाता है।

(iv) ***कैलर*** **बनाम** ***एलेक.आर्ट्स इंक. (एन. सी. ए. ए. छात्र-एथलीट***

नाम और समानता लाइसेंस मुकदमे में), 724 एफ.3डी 1268

[31 जुलाई, 2013 को निर्णय लिया गया]

30 इस मामले में, नौवें सर्किट के लिए यूनाइटेड स्टेट्स कोर्ट ऑफ अपील्स को एक ऐसे मामले में जब्त कर लिया गया था जहां प्रतिवादी वीडियो गेम का निर्माता था जो वीडियो गेम में *कॉलेज* फुटबॉल खिलाड़ियों को अवतार के रूप में प्रस्तुत करता था। खेल *में* प्रत्येक खिलाड़ी के संबंधित अवतार में खिलाड़ी की वास्तविक जर्सी नंबर, समान ऊंचाई, वजन, बनावट, त्वचा का रंग, बालों का रंग और घरेलू राज्य था।कैलिफोर्निया के राज्य कानून के तहत निहित प्रचार के अधिकार का आह्वान करते हुए, अभियोक्ता ने प्रतिअभियोक्ता पर मुकदमा दायर किया।कैलिफोर्निया अधिनियम पर अपने निर्णय के आधार पर, अदालत ने माना कि प्रतिवादी द्वारा अपने वीडियो गेम में एक कॉलेज एथलीट की समानता का उपयोग प्रथम संशोधन के तहत संरक्षित नहीं है।हालांकि, इस निष्कर्ष पर पहुंचने में, अदालत ने इस तथ्य को ध्यान में रखा कि प्रतिवादी ने अपने वीडियो गेम में ऊंचाई, वजन और इसी तरह की निश्चित खिलाड़ियों की जानकारी को शामिल करते हुए, खिलाड़ियों के नाम उनकी समानता और सांख्यिकीय डेटा के साथ शामिल नहीं किए।यह भी ध्यान दिया जाना चाहिए कि यह निर्णय आभासी वीडियो गेम से संबंधित है न कि एक ओ. एफ. एस. गेम

से, जो एक खिलाड़ी के नाम, छवि और समानता के बिना काम नहीं कर सकता है।एक वीडियो गेम, जो एक इंटरैक्टिव गेम है, का वास्तविक दुनिया के फुटबॉल खेलों के बारे में तथ्यात्मक जानकारी से कोई लेना-देना नहीं है।इसके अतिरिक्त, केलर (उपरोक्त) में, प्रतिवादी ने खिलाड़ी की व्यक्तिगत विशेषताओं जैसे ऊंचाई, वजन, बालों का रंग और इसी तरह का उपयोग किया था, जो वर्तमान विवाद में मामला नहीं है।

<u>प्रतिवादियों की ओर से उद्धृत निर्णय</u>

(v) ***सी.बी.सी वितरण और मार्केटिंग बनाम मेजर लीग बेसबॉल एडवांस्ड, 505*** एफ.3डी 959

[16 अक्टूबर, 2007 को निर्णय लिया गया]

31 इस मामले में, सी.बी.सी मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों के खिलाफ जिला अदालत के समक्ष अपने काल्पनिक बेसबॉल उत्पादों के संबंध में लाइसेंस, नाम और जानकारी के बिना उपयोग करने के अपने अधिकार को स्थापित करने के लिए मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों के खिलाफ घोषणात्मक निर्णय के लिए एक कार्रवाई दायर की, जो अभियोक्ता के पक्ष में पाई गई।संयुक्त राज्य न्यायालय के समक्ष अपील में आठवें सर्किट के लिए अपील के मामले में, प्रतिवादी ने दावा किया कि सी.बी.सी के काल्पनिक बेसबॉल उत्पादों ने मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों से संबंधित

प्रचार के अधिकारों का उल्लंघन किया, जिन्होंने प्रतिवादियों को उन अधिकारों का लाइसेंस दिया था।इस मामले में भी, प्रतिवादी के काल्पनिक बेसबॉल उत्पादों ने अपने काल्पनिक बेसबॉल उत्पादों के संबंध में वास्तविक मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों के नाम और जानकारी को एक संवादात्मक रूप में शामिल किया।अदालत ने सी.बी.सी के पक्ष में निर्णय लेते हुए कहा कि सी.बी.सी के काल्पनिक बेसबॉल खेलों में उपयोग की जाने वाली जानकारी सार्वजनिक डोमेन में आसानी से उपलब्ध है और यू.एस. संविधान के पहले संशोधन के संदर्भ में, यह जानकारी सभी के लिए उपयोग करने के लिए उपलब्ध थी।अदालत ने यह भी कहा कि इस तरह के उपयोगकर्ता के परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं को गुमराह नहीं किया जाएगा क्योंकि फंतासी बेसबॉल खेल सभी खिलाड़ियों को शामिल करने पर निर्भर करते हैं और ऐसी कोई धारणा नहीं बनाई जा सकती है कि केवल एक विशेष खिलाड़ी सी.बी.सी के उत्पादों का समर्थन कर रहा है।यह भी देखा गया कि सभी मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों को खेलों में उनकी भागीदारी के साथ-साथ समर्थन और प्रायोजन व्यवस्था द्वारा भी पुरस्कृत किया जाता है।अदालत ने यह माना कि अपने काल्पनिक उत्पादों की पेशकश करने में सी.बी.सी का पहला संशोधन अधिकार खिलाड़ियों के प्रचार के अधिकारों का स्थान ले लेता है।ये टिप्पणियां अदालत द्वारा इस तथ्य के बावजूद की गई थीं कि मिसौरी राज्य में एक कानून था जो व्यक्तियों को प्रचार का

अधिकार देता था।

32 अभियोक्ता के वकील ने उक्त निर्णय को इस आधार पर अलग करने की मांग की कि यह एक काल्पनिक खेल के संबंध में था जिसमें एन. एफ. टी. का उपयोग नहीं किया गया था। हालाँकि, यह पहलू, जैसा कि इस निर्णय में आगे चर्चा की गई है, स्थिति को भौतिक रूप से नहीं बदलेगा।

(vi) ***डेनियल्स*** **बनाम** ***फैन द्वंद्वयुद्ध I,*** ***109*** एन.ई.3डी 390

[24 अक्टूबर, 2018 को निर्णय लिया गया]

33 यह इंडियाना/ भारत के सर्वोच्च न्यायालय के समक्ष एक और मामला था जो एक ऑनलाइन काल्पनिक खेल संचालक के खिलाड़ियों के नाम, चित्र और आंकड़ों का उपयोग उनकी सहमति के बिना करने के अधिकार से संबंधित था।इंडियाना राज्य के कानून के तहत, प्रचार का अधिकार एक वैधानिक अधिकार था, हालांकि निश्चित छूटों के साथ। ***सी.बी.सी*** (उपरोक्त) के पहले फैसले पर भरोसा करते हुए। न्यायालय ने अभिनिर्धारित किया कि जब किसी महाविद्यालय के खिलाड़ी का सूचनात्मक और सांख्यिकीय डेटा एक काल्पनिक खेल वेबसाइट पर प्रस्तुत किया जाता है, तो यह नहीं कहा जा सकता है कि खिलाड़ी किसी विशेष उत्पाद का इस तरह से समर्थन कर रहे हैं कि यह प्रचार के अधिकार का उल्लंघन है।अदालत ने पाया कि काल्पनिक खेल प्रतियोगिताओं के आयोजन में खिलाड़ियों के नाम, छवियों

और आंकड़ों का उपयोग समाचार पत्रों और समाचार वेबसाइटों में समान जानकारी के प्रकाशन के समान है और इसलिए, "समाचार योग्यता/ समाचार की प्रासंगिकता" के वैधानिक अपवाद के भीतर शामिल किया जाएगा।

34 उपरोक्त सी.बी.सी और डेनियल्स के निर्णय में स्पष्ट रूप से मानते हैं कि यू.एस. में भी, जहां कई राज्य कानूनों में प्रचार के अधिकार को वैधानिक रूप से मान्यता दी गई है, एक खिलाड़ी के नाम, छवि और सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध अन्य जानकारी का उपयोग, एक ऑनलाइन काल्पनिक खेल में, खिलाड़ियों के प्रचार के अधिकार का उल्लंघन नहीं करेगा।उपरोक्त उपयोग यू.एस. के संविधान के प्रथम संशोधन के तहत संरक्षित है, जो *भारत के* संविधान के अनुच्छेद 19(1)(ए) में निहित 'बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार' के साथ समान सामग्री है।इन निर्णयों में कहा गया है कि ओ. एफ. एस. खेल, खिलाड़ियों के नाम और छवि और अन्य जानकारी का उपयोग करते समय, यह धारणा नहीं बनाते हैं कि कोई विशेष खिलाड़ी ओ. एफ. एस. का समर्थन कर रहा है और इसलिए, यहां लोगों में भ्रम की कोई संभावना नहीं है। जनता को।भले ही अधिनियम प्रचार के अधिकार को मान्यता देता है, उसे अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के संवैधानिक अधिकार को रास्ता देना होगा।

(vii) कार्डटून, एल.सी बनाम मेजर लीग बेसबॉल प्लेयर्स एसोसिएशन।, 95 F.3d

959

[27 अगस्त, 1996 को निर्णय लिया गया]

37. इस मामले में, 10वें सर्किट के लिए संयुक्त राज्य अमेरिका अपील्स एक कार्रवाई कर रही थी जहां अभियोक्ता ने एक घोषणात्मक निर्णय की मांग की थी कि सक्रिय मेजर लीग बेसबॉल खिलाड़ियों की विशेषता वाले इसके पैरोडी ट्रेडिंग कार्ड खिलाड़ियों के प्रचार अधिकारों का उल्लंघन नहीं करते हैं। उक्त मामले में, खिलाड़ी कार्डों में समान नामों, पहचानने योग्य व्यंग्य चित्र और व्यक्तिगत खिलाड़ियों पर एक टिप्पणी का प्रयोग किया गया था। प्रचार के अधिकार के दायरे पर चर्चा करते हुए, न्यायालय ने कहा कि (i) अपनी पहचान के व्यावसायिक प्रयोग को नियंत्रित करना व्यक्ति का अधिकार है; (ii) कार्ड मशहूर हस्तियों पर सामाजिक टिप्पणी करते हैं और प्रथम संशोधन के तहत सुरक्षा के हकदार हैं; (iii) कार्ड में प्रतिष्ठित व्यक्ति की पहचान में एक महत्वपूर्ण मौलिक हिस्से को जोड़ा गया, जिसने एक पूरी तरह से नया उत्पाद बनाया (iv) हालांकि व्यापार कार्ड बाजार में स्वतंत्र रूप से बेचे जाते हैं, वे वाणिज्यिक उक्ति के बराबर नहीं हैं क्योंकि वे किसी अन्य असंबंधित उत्पाद का विज्ञापन नहीं करते हैं; (v) प्रचार के अधिकार का औचित्य बौद्धिक संपदा के अन्य रूपों के लिए उतना ही बाध्यकारी नहीं हो सकता जितना कि विशेष रूप से प्रतिष्ठित व्यक्ति पैरोडी के मामले में।

(viii) विंटर बनाम डीसी कॉमिक्स, 30 कैल चौथा 881

[2 जून, 2003 को निर्णय लिया गया]

38. इस मामले में कैलिफोर्निया के सर्वोच्च न्यायालय ने कहा कि प्रचार का अधिकार अनिवार्य रूप से एक आर्थिक अधिकार है और प्रतिष्ठित व्यक्ति के पास सेंसरशिप का अधिकार नहीं है, बल्कि प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम, आवाज, हस्ताक्षर, तस्वीर या समानता के व्यापार द्वारा प्रतिष्ठित व्यक्ति की प्रसिद्धि से उत्पन्न आर्थिक मूल्य का दुरुपयोग करने से रोकने का अधिकार है। हालाँकि, प्रचार के अधिकार से उत्पन्न होने वाला आर्थिक मूल्य/हित तब अप्रभावित रहता है जब किसी काम में महत्वपूर्ण परिवर्तनकारी तत्व शामिल होते हैं, क्योंकि पैरोडी या मशहूर हस्तियों के अन्य अपरंपरागत चित्रण आम तौर पर प्रतिष्ठित व्यक्ति स्मृति बाजार के लिए खतरा नहीं होते हैं।

39. अब, मैं प्रत्यर्थी नं.1 की ओर से उद्धृत अंग्रेजी मामले की कानूनी चर्चा करूंगा।

(i) रॉबिन रिहाना फेंटी और अन्य बनाम आर्केडिया ग्रुप ब्रांड्स लिमिटेड और अन्य. , [2015] FSR 14

[22 जनवरी, 2015 को निर्णय लिया गया]

40. इस मामले में प्रत्यर्थी द्वारा वादी रिहाना, एक प्रसिद्ध गायिका की छवि प्रदर्शित करने वाली टी-शर्ट बेचने का मामला शामिल था। भारत की तरह, ब्रिटेन में किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति के प्रचार के अधिकार के संबंध में कोई विशिष्ट कानून

नहीं है। अपील न्यायालय ने कहा कि अपनी छवि के उपयोग को नियंत्रित करने की इच्छा रखने वाले एक प्रतिष्ठित व्यक्ति को कार्रवाई के कुछ कारणों पर भरोसा करना चाहिए जैसे कि अनुबंध का उल्लंघन, विश्वासघात, कॉपीराइट का उल्लंघन या पासिंग ऑफ। पासिंग ऑफ के सिद्धांतों को लागू करते हुए, यह माना गया कि रिहाना की छवि का प्रयोग इंगित करता है कि टी-शर्ट को रिहाना द्वारा अधिकृत और अनुमोदित गया है और यह रिहाना द्वारा समर्थन के बराबर है इसलिए, पासिंग ऑफ का मामला है। इस फैसले को पढ़ने से जो पता चलता है वह यह है कि किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति को अंग्रेजी कानून में अपनी छवि के प्रयोग को रोकने का कोई अधिकार नहीं है, जब तक कि यह धारणा नहीं बनाई जाती है कि प्रतिष्ठित व्यक्ति ने सामान का समर्थन किया है या छवि के प्रयोग को प्रतिष्ठित व्यक्ति द्वारा अधिकृत किया गया है।

41. उपरोक्त चर्चा से, अमेरिका और ब्रिटेन में प्रचार के अधिकार के संबंध में कानूनी स्थिति को नीचे संक्षेप में प्रस्तुत किया जा सकता हैः

i. अमेरिका में प्रचार के अधिकार के संबंध में कोई संघीय कानून नहीं है। हालांकि, विभिन्न राज्य-विशिष्ट कानून हैं जो वैधानिक छूट/बचाव के साथ इस अधिकार को मान्यता देते हैं।

ii.उपरोक्त चर्चित अमेरिकी निर्णयों में स्पष्ट रूप से कहा गया है कि प्रचार का अधिकार अमेरिकी संविधान के पहले संशोधन के तहत प्रत्याभूत अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के अधीन है।

iii.अमेरिकी संविधान के प्रथम संशोधन के तहत अधिकार सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध प्रतिष्ठित व्यक्ति/खिलाड़ी के बारे में सभी जानकारी, जैसे नाम, छवि, प्रदर्शन जानकारी और इसी तरह की सुरक्षा करता है। इसलिए, ओ. एफ. एस. खेलों द्वारा ऐसी जानकारी का प्रयोग प्रथम संशोधन द्वारा संरक्षित किया जाएगा।

iv.अमेरिकी न्यायालयों में प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम, व्यंग्य चित्र, पैरोडी और इसी तरह के प्रयोग को अमेरिकी संविधान के पहले संशोधन के तहत संरक्षित होने के रूप में मान्यता देती हैं।

v. अमेरिकी न्यायालयों ने वादी के पक्ष में फैसला सुनाया है जहां प्रत्यर्थी अपने उत्पादों / सेवाओं को बेचने के लिए विज्ञापन या समर्थन के संदर्भ में एक प्रतिष्ठित व्यक्ति / खिलाड़ी की छवि या आवाज या किसी अन्य समानता का प्रयोग कर रहा है, क्योंकि यह एक सेलिब्रिटी की प्रतिष्ठा और सद्भावना पर अनुचित तरीके से व्यापार करने के बराबर है और जनता के मन में भ्रम की संभावना की सीमा को पूरा करता है।

vi.जहां किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति की पहचान में एक महत्वपूर्ण मौलिक हिस्सा जोड़ा गया है, यह अनुमत उपयोग के बराबर होगा और प्रचार के अधिकार के उल्लंघन के दायरे में नहीं आएगा।

vii.अमेरिकी न्यायालय प्रचार के अधिकार को नाम, आवाज, हस्ताक्षर, तस्वीर या समानता के व्यापार द्वारा से प्रतिष्ठित व्यक्ति की प्रसिद्धि से उत्पन्न आर्थिक मूल्य

का दुरुपयोग करने से दूसरों को रोकने के अधिकार के रूप में देखती हैं।

viii.अमेरिका के विपरीत, यूनाइटेड किंगडम में ऐसा कोई अधिनियम नहीं है जो किसी सेलिब्रिटी के व्यक्तित्व या प्रचार के अधिकार को मान्यता देता हो। ब्रिटेन में स्थिति सामान्य कानून द्वारा शासित होती है। जैसा कि रॉबिन (पूर्वोक्त) में अपील न्यायालय के फैसले में उल्लेख किया गया है, किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति में प्रचार का कोई अंतर्निहित अधिकार नहीं है और किसी उत्पाद को बेचने के लिए किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम या छवि का उपयोग किए जाने के संदर्भ में पासिंग ऑफ के सिद्धांतों का प्रयोग किया जाना चाहिए।

भारत में प्रचार के अधिकार का विस्तार

42. अब, मैं इस विषय पर भारतीय मामले के कानून का उल्लेख करूँगा।

(i) आईसीसी डेवलपमेंट बनाम एआरवीईई इंटरप्राइजेज **और अन्य. , (2003) 26 पीटीसी**

245 (डेल)

[वादी की ओर से उद्धृत]

43. इस मामले में, अंतर्राष्ट्रीय क्रिकेट परिषद (आई. सी. सी.), जो क्रिकेट विश्व कप का आयोजन कर रही थी, ने प्रतिवादियों के खिलाफ एक आवेदन के साथ एक मुकदमा दायर किया, जिसमें प्रतिवादियों को आई. सी. सी. और क्रिकेट विश्व

कप से जुड़े किसी भी विज्ञापन को प्रकाशित करने से रोकने के मुकदमा अस्थायी आज्ञापत्र की मांग की गई। हालांकि न्यायालय ने माना कि प्रचार का अधिकार किसी व्यक्ति में निहित है और केवल ऐसा व्यक्ति ही इससे लाभ का हकदार है, न्यायालय ने यह भी कहा कि ऐसा अधिकार किसी आयोजन के आयोजक में निहित नहीं हो सकता है, जैसे कि आई. सी. सी.। इस न्यायालय के विद्वान एकल न्यायाधीश ने अभिनिर्धारित किया कि खारिज करने के कोई तत्व नहीं थे क्योंकि जनता के मन में किसी भी भ्रम की कोई संभावना नहीं है कि प्रतिवादी आईसीसी द्वारा आयोजित किए जा रहे क्रिकेट विश्व कप से जुड़े हैं। मामले के उस दृष्टिकोण में, आज्ञापत्र को अस्वीकार कर दिया गया था। चूँकि इस मामले में आयोजक के प्रचार अधिकार शामिल थे न कि किसी व्यक्तिगत खिलाड़ी के, इसलिए किसी खिलाड़ी के प्रचार अधिकारों के संबंध में उसमें की गई टिप्पणियाँ निर्णय के अनुपातिक निर्णय का गठन नहीं करेंगी। किसी भी स्थिति में, निर्णय प्रचार के अधिकार के दायरे या उस पर सीमाओं को परिभाषित नहीं करता है।इसके अलावा, न्यायालय ने आज्ञापत्र को अस्वीकार करते हुए पारित करने के लिए कार्रवाई निर्धारित करने के लिए प्रासंगिक सिद्धांतों को लागू किया।

(ii) डी.एम. एंटरटेनमेंट प्राइवेट लिमिटेड बनाम बेबी गिफ्ट हाउस और अन्य

MANU/DE/2043/2010

[वादी की ओर से उद्धृत]

44. इस मामले में, इस न्यायालय के एक विद्वान एकल न्यायाधीश, भट, जे. (जैसे कि वह तब थे) एक ऐसी स्थिति से निपट रहे थे जहाँ प्रतिवादी गुड़िया बेचने के व्यवसाय में थे जो एक प्रसिद्ध गायक/कलाकार, दलेर मेहंदी की नकल थी, और कलाकार की प्रसिद्ध रचनाओं की कुछ पंक्तियाँ भी गाती थीं। मुकदमा दायर किया गया था जिसमें आरोप लगाया गया था कि प्रतिवादियों ने वादी के अधिकार के बिना, कलाकार के व्यक्तित्व और समानता का दुरुपयोग किया है और अपने व्यक्तित्व का विपणन करने के अभियोक्ता के अनन्य अधिकार पर आक्रमण किया है। स्थायी आज्ञापत्र की डिक्री देते समय, न्यायालय ने निम्नलिखित टिप्पणियां कींः

"13. ***प्रचार के अधिकार के उल्लंघन के खिलाफ अधिकार का लाभ उठाने के लिए, वादी को प्रतिवादी के अनधिकृत उपयोग से 'पहचानने योग्य' होना चाहिए। इस तत्काल मामले में, अधिकृत सबूत बहुत अच्छी तरह से प्राथमिक आवश्यकता को स्थापित करता है। <u>एक द्वितीयक विचार के रूप में, यह दिखाना आवश्यक है कि उपयोग पर्याप्त, योग्य या उपयुक्त होना चाहिए ताकि यह पता लगाया जा सके कि प्रतिवादी ने व्यक्ति या उसके कुछ आवश्यक गुणों को विनियोजित किया है।</u> प्रचार का अधिकार किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व के अनधिकृत विनियोजन से बचाता है जिसके परिणामस्वरूप दूसरे को अनर्जित व्यावसायिक लाभ होगा। वर्तमान उदाहरण में, किसी व्यक्ति की पहचान के व्यावसायिक उपयोग का उद्देश्य उत्पाद के साथ***

प्रतिष्ठित व्यक्ति ***की पहचान को फ्यूज करके उत्पाद की बिक्री में वृद्धि करना है और इस तरह प्रतिवादी उन गुड़िया को उत्पाद यानी गुड़िया में कलाकार के व्यक्तित्व में प्रचार मूल्य या सद्भावना के आधार पर बेच रहे थे।*** *में* ***अली बनाम प्लेगर्ल आईएनसी*** *447 एफ सुप्प 723, यह देखा गया कि;*

'प्रचार के सामान्य कानून के अधिकार का विशिष्ट पहलू यह है कि यह किसी प्रमुख व्यक्ति या कलाकार की तस्वीर या प्रतिनिधित्व के व्यावसायिक मूल्य को पहचानता है, और उसकी लोक प्रसिद्धि या व्यक्तित्व की लाभप्रदता में उसके स्वामित्व हित की रक्षा करता है।'

ओनासिस वी. क्रिश्चियन डायर-न्यूयॉर्क आईएनसी 472 एनवाईएस 2डी 261 में भी इसी तरह का दृष्टिकोण अनुकरण किया गया है।

'कोई भी दूसरे के नाम या रूप पर व्यापार करने और प्रतिरक्षा का दावा करने के लिए स्वतंत्र नहीं है क्योंकि वह जो प्रयोग कर रहा है वह मूल के समान है लेकिन मूल नहीं है।'

14. न्यायशास्त्रीय अर्थों में, प्रचार का अधिकार व्यक्ति के अधिकार और स्वायत्तता के साथ व्यक्त हो सकता है कि वह उसकी समानता या उसके व्यक्तित्व के कुछ गुणों के व्यावसायिक शोषण की अनुमति दे या न दे। हालाँकि, यहाँ एक चेतावनी का शब्द व्यक्त किया जाना चाहिए। एक स्वतंत्र और लोकतांत्रिक समाज में, जहां प्रत्येक व्यक्ति की अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार सुनिश्चित है, एक प्रसिद्ध

व्यक्ति के प्रचार अधिकारों पर अधिक जोर देने से इस तरह के अमूल्य लोकतांत्रिक अधिकार के प्रयोग को कम किया जा सकता है। इस प्रकार, उदाहरण के व्यंग्य चित्र, उपहास, पैरोडी और इसी तरह, जो व्यक्ति के व्यक्तिगत लक्षणों के कुछ पहलुओं को उजागर कर सकते हैं, ऐसे व्यक्ति के प्रचार के अधिकार का उल्लंघन नहीं हो सकता है। यदि इसे अन्यथा माना जाता, तो अभिव्यक्ति की एक पूरी शैली आम जनता के लिए अनुपलब्ध होती। इस तरह के व्यंग्य चित्र, उपहास या पैरोडी को विभिन्न तरीकों से व्यक्त किया जा सकता है, जैसे समाचार पत्रों, मूकअभिनय, रंगमंच, यहाँ तक कि फिल्मों, गीतों आदि में कार्टून में होता है। अभिव्यक्ति के ऐसे तरीको को वाणिज्यिक शोषण के रूप में नहीं माना जा सकता है, यदि व्यक्ति का विचार है कि अभिव्यक्ति का रूप उसे बदनाम करता है या अपमानित करता है, तो मानहानि या बदनामी के लिएहर्जाने का उपाय, जैसा भी मामला हो, उसके लिए उपलब्ध होगा।

15. झूठे समर्थन का दावा करने वाले व्यक्ति को यह साबित करना होगा कि पहचान के उपयोग ने संभवतः उपभोक्ताओं को यह विश्वास दिलाने के लिए गुमराह किया कि संबंधित व्यक्ति ने उत्पाद का समर्थन किया है। इस मामले में, यह देखा गया है कि वाणिज्यिक उत्पाद के साथ इसके संयोजन का उपयोग करके अपने नाम का लाभ उठाने के उद्देश्य से श्री मेहंदी के व्यक्तित्व का उपयोग उचित या वैध नहीं है। **यह ऐसे व्यक्तित्व की विशिष्टता को स्पष्ट रूप से कमजोर**

करने के बराबर है और एक अविश्वास को जन्म देता है कि, कलाकार की छवियों को बाजार में लाने के अपने विशेष अधिकार का प्रयोग करने के लिए, वादी ने या तो लाइसेंस प्राप्त किया है या प्रतिवादियों के पास उनके (यानी वादी या कलाकार) के साथ कुछ संबंध है।

16. पासिंग ऑफ कार्रवाई में, यह देखना होगा कि क्या प्रतिवादी ऐसी वस्तुओं/सेवाओं को बेच रहा है जिसे इस तरह से डिज़ाइन या गणना के लिए चिह्नित किया गया है कि खरीदारों को यह विश्वास हो जाये कि वे वादी का सामान है। भले ही कोई व्यक्ति किसी अन्य के प्रसिद्ध ट्रेडमार्क या उसके समान ट्रेडमार्क का उपयोग उन वस्तुओं या सेवाओं के लिए करता है जो ऐसे अन्य व्यक्ति द्वारा प्रदान की गई वस्तुओं या सेवाओं के समान नहीं हैं, हालांकि यह वस्तुओं या सेवाओं के स्रोत के बारे में उपभोक्ताओं के बीच भ्रम पैदा नहीं करता है, यह स्रोत को इंगित करने हेतु ट्रेडमार्क की शक्ति को कम या कमजोर करके प्रसिद्ध ट्रेडमार्क को नुकसान पहुंचा सकता है। इसके अलावा, जहां कोई व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति के प्रसिद्ध ट्रेडमार्क या उसके समान ट्रेडमार्क का उपयोग करता है, तो ऐसा प्रयोग उपभोक्ताओं के बीच भ्रम पैदा नहीं करता है, बल्कि प्रसिद्ध ट्रडमार्क की ख्याति का लाभ उठाता है यह अनुचित प्रतिस्पर्धा का एक कार्य है।"

45. उपरोक्त टिप्पणियों को समग्र रूप से पढ़ने से यह पता चलता है कि न्यायालय ने किसी व्यक्ति के प्रचार के अधिकार को मान्यता दी है, लेकिन न्यायालय ने यह भी कहा कि उक्त अधिकार अप्रतिबंधित नहीं है और संविधान के

अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत निहित अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के आलोक में इस पर अधिक जोर नहीं दिया जा सकता है। दृष्टांत के माध्यम से, न्या. भट ने व्यंग्य चित्र, उपहास, पैरोडी और इस तरह के निश्चित अपवादों को इस तरह चीजों को रेखांकित किया है, जो किसी व्यक्ति के प्रचार के अधिकार का उल्लंघन नहीं हो सकता है। विद्वान न्यायाधीश ने आगे कहा कि उपरोक्त प्रयोग कार्टून, मूकअभिनय, रंगमंच या यहां तक कि फिल्मों और गीतों के माध्यम से भी हो सकता है। आगे यह देखा गया कि यदि उपरोक्त प्रयोग से किसी व्यक्ति की मानहानि होती है, तो उसका उपचार मानहानि के मुकदमे के माध्यम से होगा।

46. पासिंग ऑफ के संदर्भ में, यह देखा गया कि प्रतिवादी इस तरह से सामान बेच रहा था ताकि खरीदारों को यह विश्वास हो कि वे वादी के सामान हैं।

47. झूठे समर्थन के पहलू पर, वादी को यह दिखाना होगा कि उसकी पहचान के उपयोग ने संभवतः उपभोक्ताओं को यह विश्वास दिलाने के लिए गुमराह किया कि वादी ने उक्त उत्पाद का समर्थन किया था या उसे लाइसेंस दिया है या प्रतिवादियों का वादी या कलाकार के साथ संबंध है ताकि कलाकार की समानता का उपयोग किया जा सके।

48. उस मामले के तथ्यों में, यह अभिनिर्धारित किया गया था कि प्रतिअभियोक्ता एक गलत धारणा पैदा कर रहे थे कि अभियोक्ता ने वादी को लाइसेंस दिया था या कि वादी का अभियोक्ता के साथ कुछ संबंध था।

49. उपरोक्त चर्चा के आलोक में, मैं वादी के निवेदन से आश्वस्त नहीं हूं कि उपरोक्त निर्णय भारत में प्रचार का अधिकार एक अंतर्निहित या अप्रतिबंधित अधिकार रखता है, जो केवल वाणिज्यिक लाभ के लिए किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व/विशेषताओं के अनधिकृत विनियोग पर आधारित है। डी.एम. एंटरटेनमेंट (पूर्वोक्त) में की गई टिप्पणियाँ प्रचार के अधिकार के उल्लंघन के संबंध में केवल किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति से संबंध होने या झूठे समर्थन का आभास देने के संदर्भ में देखा जाना चाहिए, प्रतिवादी उपभोक्ताओं को यह विश्वास करने के लिए गुमराह करते हैं कि प्रतिष्ठित व्यक्ति ने उनकी छवि/समानता/विशेषताओं का समर्थन/लाइसेंस प्राप्त उपयोग किया था।

(iii) टाइटन इंडस्ट्रीज बनाम मैसर्स राम कुमार ज्वेलर्स (2012) 50 पी. टी. सी. 486 [वादी की ओर से उद्धृत]

50. इस मामले में प्रतिवादी द्वारा अमिताभ बच्चन और जया बच्चन को प्रतिवादी के आभूषणों के समर्थनकर्ता के रूप में चित्रित करने वाले होर्डिंग लगाए थे। वादी का अमिताभ बच्चन और जया बच्चन के साथ आभूषणों के ब्रांड का प्रचार करने का अनुबंध था। तदनुसार, शिकायत में यह आरोप लगाया गया था कि प्रतिवादी जनता को यह विश्वास दिलाने के लिए गुमराह कर रहा है कि प्रतिवादी के आभूषण वादी के आभूषण के ब्रांड से जुड़े हैं। उपरोक्त पृष्ठभूमि में, इस न्यायालय के विद्वान एकल न्यायाधीश ने कहा कि प्रतिवादी के विज्ञापन से पता चलता है कि अमिताभ बच्चन और जया बच्चन द्वारा उनके आभूषणों का समर्थन किया

गया है और यह उनके प्रचार के अधिकार का उल्लंघन होगा। स्पष्ट रूप से, प्रचार के अधिकार के संबंध में विद्वान एकल न्यायाधीश द्वारा की गई टिप्पणियां झूठे समर्थन और विज्ञापन के संदर्भ में थीं। किसी भी स्थिति में, निर्णय प्रचार के अधिकार को एक अप्रतिबंधित अधिकार नहीं मानता है।

(iv) के. एस. पुट्टास्वामी और अन्य बनाम भारत संघ और अन्य (2017) 10 एससीसी 1 [वादी की ओर से उद्धृत]

51. वादी की ओर से, पुट्टास्वामी (पूर्वोक्त) में न्या.कौल, के सहमति वाले फैसले पर भी भरोसा किया गया है कि प्रचार के अधिकार को भारतीय कानून के तहत मान्यता प्राप्त है। पुट्टास्वामी (पूर्वोक्त) में भारत के सर्वोच्च न्यायालय के समक्ष मौलिक मुद्दा यह था कि क्या निजता का अधिकार भारत के संविधान के तहत एक मौलिक अधिकार है। मु. न्या. खेहर, न्या. अग्रवाल स्वयं और न्या. नजीर, की ओर से न्या.चंद्रचूड़, (जैसा कि वे तब थे) द्वारा लिखित बहुमत निर्णय में कहा गया कि निजता का अधिकार भारत के संविधान अनुच्छेद 21 के तहत एक मौलिक अधिकार है। बहुमत का विचार यह नहीं था कि प्रचार के अधिकार को भारतीय कानून में मान्यता प्राप्त है या यह निजता के अधिकार का हिस्सा है। पुट्टास्वामी (पूर्वोक्त) में पांच अलग-अलग सहमति वाले निर्णयों में से, प्रचार के अधिकार का संदर्भ केवल न्या. कौल द्वारा निर्णय में दिया गया है। अपने सहमत निर्णय में, न्यायमूर्ति कौल ने अमेरिका में मौजूद प्रचार के अधिकार के पहलू पर चर्चा की, लेकिन यह नहीं माना कि उक्त अधिकार भारत में मौजूद है। वादी द्वारा

पैराग्राफ 625 से 627 के अध्ययन से यह स्पष्ट है। उपरोक्त सभी पैराग्राफ में एक फुटनोट है जिसमें अमेरिका में न्यायालयों के फैसले या अमेरिका में प्रकाशित एक लेख का संदर्भ दिया गया है। स्पष्ट रूप से, न्यायमूर्ति कौल किसी भी तरह से यह नहीं मान रहे थे कि प्रचार के अधिकार को भारतीय कानून के तहत मान्यता प्राप्त है। इसलिए, वादी द्वारा उपरोक्त निर्णय पर रखी गई निर्भरता गलत है।

52. नीना आर. नरीमन द्वारा 2021 के एक प्रकाशन में, अधिवक्ता का शीर्षक "ए कॉज सेलिब्रेःपब्लिसिटी राइट्स इन इंडिया"[4], शीर्षक से प्रकाशित प्रकाशन में, लेखिका भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत प्रत्याभूत भाषण और अभिव्यक्ति का अधिकार को ध्यान में रखते हुए, भारत में प्रचार के अपराध के दायरे को कम करने की वकालत करती है। लेखिका आगे प्रचार के कानून के उद्देश्यों के लिए एक ग्राहक/दर्शक के भ्रम की परीक्षण के उपयोग के लिए तर्क देता है ताकि स्वतंत्र भाषण हितों, कला और छात्रवृत्ति को मशहूर हस्तियों के प्रचार अधिकारों पर विजय प्राप्त करने की अनुमति दी जा सके। पाठ का प्रासंगिक उद्धरण इस प्रकार हैः

पीठ ने कहा, "यह उचित है कि भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) द्वारा प्रदत्त अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार प्रचार के अधीन नहीं हो सकता है। उदाहरण के लिए, भारतीय संविधान का अनुच्छेद 19 (1) (ए) एक प्रतिष्ठित व्यक्ति द्वारा प्रचार अधिकारों में कार्रवाई का विरोध करेगा जो एक जीवनी लिखने या प्रतिष्ठित व्यक्ति पर सार्वजनिक रूप से उपलब्ध तथ्यों पर एक नाटक को लागू

करने पर प्रतिबंध लगाने का प्रयास करता है। भारतीय संविधान का अनुच्छेद 19 (1) (ए) इस प्रकार प्रचार के अत्याचार के तहत लाई गई कार्रवाई में एक मजबूत बचाव के विकास के लिए पैमाना बन जाता है।"

53. एक विशिष्ट कानून की अनुपस्थिति में, भारत में प्रचार का अधिकार पूर्ण अधिकार नहीं हो सकता है। बौद्धिक संपदा अधिकार, जैसे ट्रेडमार्क, कॉपीराइट और पेटेंट, जिनका भारत में वैधानिक आधार है, भी पूर्ण, अधिकार नहीं हैं। इन अधिकारों की सीमा को अधिनियम द्वारा परिभाषित किया गया है और अधिनियम स्वयं बचाव या छूट प्रदान करता है। यहां तक कि उन क्षेत्राधिकारों में भी जहां प्रचार के अधिकार को एक वैंधानिक अधिकार के रूप में मान्यता दी गई है, जैसे कि अमेरिका अधिनियम स्वयं छूट या बचाव प्रदान करता है।

54. वादी द्वारा उद्धृत किसी भी निर्णय में प्रचार के अधिकार को पूर्ण और अप्रतिबंधित अधिकार के रूप में मान्यता नहीं दी गई है। टाइटन (पूर्वोक्त) में प्रतिष्ठित व्यक्ति की छवियों का उपयोग प्रतिवादी के आभूषणों को बढ़ावा देने के लिए एक विज्ञापन में और डी.एम एंटरटेनमेंट(पूर्वोक्त) में किया जा रहा था। प्रतिवादी द्वारा बेची जा रही गुड़ियाओं में दलेर मेहंदी की आवाज़ का इस्तेमाल किया गया, जो बताती है गायक द्वारा समर्थन/लाइसेंस का संदेश देता था। आई. सी. सी. (पूर्वोक्त) में अंतरिम आज्ञापत्र को इस आधार पर अस्वीकार कर दिया गया था कि प्रतिवादियों के आई. सी. सी. द्वारा आयोजित किए जा रहे क्रिकेट

विश्व कप से जुड़े होने की कोई संभावना नहीं थी। न्यायालय ने उपरोक्त सभी मामलों में प्रचार के अधिकार के उल्लंघन से निपटने के दौरान पासिंग ऑफ सिद्धांतों को लागू किया।

55. उपरोक्त चर्चा को ध्यान में रखते हुए, मेरी राय में, भारत में प्रचार के अधिकार के उल्लंघन को संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत निहित 'बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार' के खिलाफ भी माना जाना चाहिए। 'पासिंग ऑफ', हालांकि सामान्य कानून के तहत एक उपाय है, भारत में वैधानिक कानून में संदर्भित है। सर्वोच्च न्यायालय और उच्च न्यायालयों के विभिन्न निर्णयों में इसे मान्यता दी गई है। पासिंग ऑफ की कार्रवाई धोखे और गलत बयानी की नींव पर आधारित है। इस संबंध में **कविराज पंडित दुर्गा दत्त शर्मा बनाम नवरत्न** फार्मास्युटिकल लैबोरेटरीज, एआईआर. 1965 एस. सी. 980 **का संदर्भ दिया जा सकता है।** मेरे विचार में, वही सिद्धांत जो पासिंग ऑफ मामले में लागू होते हैं, प्रचार के अधिकार के उल्लंघन को निर्धारित करने के लिए लागू किए जाने चाहिए। जहां किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति की पहचान या छवि का उपयोग किसी उत्पाद या सेवा की बिक्री को बढ़ावा देने या प्रतिष्ठित व्यक्ति द्वारा अपना समर्थन दिखाने या प्रतिष्ठित व्यक्ति के साथ संबंध दिखाने के लिए किया जाता है, उनकी सहमति के बिना, यह गलत बयानी के बराबर होगा और बाजार में भ्रम की संभावना पैदा करेगा। ऐसे मामलों में, उपभोक्ताओं को यह विश्वास करने के लिए गुमराह किया जाएगा कि कोई प्रतिष्ठित व्यक्ति प्रतिवादी के

सामान/सेवाओं का समर्थन कर रहा है या अन्यथा उनके साथ जुड़ा हुआ है। इसके परिणामस्वरूप प्रतिष्ठित व्यक्ति के प्रचार के अधिकार का उल्लंघन होगा ।दूसरे शब्दों में, किसी वस्तु/सेवा को बेचने में किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति की प्रसिद्धि और प्रतिष्ठा का दुरुपयोग होना चाहिए। प्रचार के अधिकार का उल्लंघन केवल किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति की पहचान होने या प्रतिवादी द्वारा व्यावसायिक लाभ कमाने के आधार पर नहीं किया जा सकता है, जैसा कि वादी की ओर से तर्क दिया जा रहा है।

56. भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत संरक्षित 'बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार' के संदर्भ में भी प्रचार के अधिकार की सीमा पर विचार किया जाना चाहिए। भले ही भारत में प्रचार के अधिकार को एक पूर्ण अधिकार माना जाना था, फिर भी यह भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के अधीन होना चाहिए। न्या. भट ने डी.एम. एंटरटेनमेंट (पूर्वोक्त) में अपने फैसले की पैराग्राफ 14 में ठीक यही समझाने की कोशिश की। व्यंग्य चित्र, उपहास, पैरोडी आदि के रूप में ढूंढे गए गए अपवाद यहां तक कि अमेरिका में भी, न्यायालयो ने प्रथम संशोधन 8 के तहत अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के अधीन होने के लिए प्रचार के अधिकार को माना है। अमेरिकी न्यायालयो द्वारा मान्यता प्राप्त कुछ बचावों में छापने योग्य, कार्टून, व्यंग्य चित्र, पैरोडी और सार्वजनिक पटल पर अन्य जानकारी शामिल हैं।

57. मेरी राय में, भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के पहलुओं के रूप में प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम, चित्र उपहास के संदंर्भ में, व्यंग्य, पैरोडी, कला, छात्रवृत्ति, संगीत, शिक्षाविद, समाचार और इसी तरह के अन्य उपयोगों का उपयोग स्वीकार्य होगा और प्रचार के अधिकार के उल्लंघन के अत्याचार के लिए अनुचित नहीं होगा।

8 सी.बी.सी डिस्ट्रीब्यूट एंव मार्केटिंग बनाम मेजर लीग बेसबॉल एडवांस्ड, 505 F.3d 959; डेनियल्स बनाम फैन ड्यूएल आइएनसी., 109 NE3d 390

58. ओएफएस खेल के संदर्भ में उपरोक्त सिद्धांतों को लागू करते हुए, इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता है कि विभिन्न ओएफएस मंच सार्वजनिक पटल में उपलब्ध प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम और छवियों और अन्य जानकारी का उपयोग करते हैं। यह भी तथ्य की बात है कि ओएफएस मंच सभी उपलब्ध खिलाड़ियों के संबंध में ऐसी जानकारी का उपयोग करते हैं न कि कुछ चयनित खिलाड़ियों के संबंध में। जैसा कि सीबीसी (पूर्वोक्त) और डेनियल्स (पूर्वोक्त) के निर्णयों में दर्शाया गया है। यहां तक कि अमेरिका में भी, जहां निश्चित राज्यों में प्रचार का अधिकार एक वैधानिक अधिकार है, न्यायालयो ने माना है कि सार्वजनिक पटल में उपलब्ध प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम/छवि और अन्य जानकारी का उपयोग ओएफएस के संदर्भ में प्रचार के अधिकार का उल्लंघन नहीं होगा। मेरे विचार में, ओएफएस मंचों द्वारा

उनके प्रदर्शन के संबंध में डेटा के साथ एक प्रतिष्ठित व्यक्ति के नाम/छवि का उपयोग भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार द्वारा संरक्षित है। यह कानून की एक स्थिर स्थिति है कि अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत संरक्षण वाणिज्यिक भाषण के साथ-साथ तक भी फैला हुआ है। इसलिए, भले ही प्रतिवादी व्यावसायिक लाभ के लिए खिलाड़ियों के नाम, छवियों और आंकड़ों का उपयोग कर रहे हों, यह भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत संरक्षित होगा।

59. न ही ओएफएस प्रचालक द्वारा उपरोक्त उपयोग प्रचार के सामान्य कानून के अधिकार का उल्लंघन होगा। ओएफएस प्रचालक खेल खेलने के लिए खिलाड़ियों की पहचान के उद्देश्यों से सार्वजनिक पटल पर उपलब्ध सभी उपलब्ध खिलाड़ियों की जानकारी का उपयोग करते हैं। यह इस भ्रम की किसी भी संभावना को दूर करता है कि किसी विशेष ओएफएस मंच को किसी विशेष खिलाड़ी द्वारा समर्थन दिया जा रहा है या किसी विशेष खिलाड़ी के साथ इसका संबंध है। वादी स्वयं सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध खिलाड़ियों के संबंध में उनकी छवियों/तस्वीरों सहित जानकारी का उपयोग करने के ओएफएस प्रचालक अधिकार को स्वीकार करते हैं।

9 टाटा प्रेस लिमिटेड बनाम महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड और अन्य, (1995) 5 एस. सी. सी. 139; बेनेट

कोलमैन एंड कंपनी बनाम भारत संघ, (1972) 2 एस. सी. सी. 788

60. अब, मैं उपरोक्त सिद्धांतों को वर्तमान मामले के तथ्यों पर लागू करने के लिए आगे बढ़ता हूं।

61. वादी द्वारा दायर स्ट्राइकर वेबसाइट के डिजिटल डाउनलोड के अवलोकन से, जो परिदृश्य सामने आता है वह इस प्रकार हैः

i. प्रतिवादी नं.2 का खेल, स्ट्राइकर, एक ओएफएस खेल है।

ii. खेल खेलने के लिए, उपयोगकर्ता को प्रवेश टोकन के रूप में खिलाड़ी कार्ड की आवश्यकता होती है।

iii. प्रविष्टि टोकन/एनएफटी खिलाड़ी कार्ड खिलाड़ियों के नाम और खिलाड़ियों की मूल कलात्मक प्रस्तुति का उपयोग करते हैं।

iv.इस टीम में पांच खिलाड़ी शामिल हैं।

v. उपयोगकर्ता को वास्तविक क्रिकेट मैच में अपने खिलाड़ियों के प्रदर्शन/आंकड़ों के आधार पर एक निश्चित संख्या में अंक मिलते हैं।

vi.डिजिटल प्लेयर कार्ड को प्रतिवादी संख्या 2 के प्लेटफॉर्म पर कारोबार के साथ-साथ किराए पर भी लिया जा सकता है।

vii.कथित प्रतिवादी ने अनुभव अंक (एक्सपी) और स्वास्थ्य अंक (एचपी) के रूप में डिजिटल प्लेयर कार्ड पर अतिरिक्त सुविधा बनाई है, जो वास्तविक मैच में उपयोगकर्ता द्वारा अर्जित अंकों को प्रभावित करती है।

viii.प्रतिवादी पाँच अलग-अलग प्रकार के दुर्लभ डिजिटल प्लेयर कार्ड का भी

उपयोग करते हैं जिनके अलग-अलग मूल्य होते हैं क्योंकि वे खिलाड़ी द्वारा अर्जित अंकों को प्रभावित करते हैं।

ix चूंकि डिजिटल प्लेयर कार्ड एन. एफ. टी. सक्षम होते हैं, इसलिए उनकी एक विशिष्ट पहचान और टोकन संख्या होती है, जैसा कि ब्लॉक चेन में दर्ज है। एन. एफ. टी. सक्षमता (ए) प्रामाणिकता का डिजिटल प्रमाणपत्र ; (बी) स्वामित्व का प्रमाण; और, (सी) लेन-देन का इतिहास सुनिश्चित करती है।

x सभी वर्तमान खिलाड़ियों के डिजिटल प्लेयर कार्ड वेबसाइट पर उपलब्ध हैं।

62. स्ट्राइकर द्वारा उपरोक्त विशेषताओं को जोड़ा गया है ताकि इसके खेल को अन्य ओएफएस से अलग किया जा सके। इसलिए, स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर, खेल का परिणाम चार कारकों का कार्य है, अर्थात्, (i) एक खिलाड़ी का मौके पर प्रदर्शन; (ii) एक्सपी; (iii) एचपी; और, (iv) प्लेयर कार्ड की दुर्लभता। उपरोक्त चार कारकों में से, एक खिलाड़ी का मैदान पर प्रदर्शन स्पष्ट रूप से सार्वजनिक क्षेत्र में उपलब्ध है और शेष तीन कारक विशेष रूप से प्रतिवादी द्वारा बनाए गए हैं और उनका खिलाड़ी से कोई संबंध नहीं है।

63. स्ट्राइकर द्वारा उपयोग की जाने वाली जानकारी अर्थात, खिलाड़ी का नाम और खिलाड़ी के वास्तविक शब्द मैच प्रदर्शन से संबंधित डेटा, सार्वजनिक पटल में स्वतंत्र रूप से उपलब्ध है और कोई भी इसका उपयोग कर सकता है। यह वादी का मामला नहीं है कि प्रतिवादी खिलाड़ियों की ऊंचाई और वजन जैसी किसी भी

व्यक्तिगत जानकारी का उपयोग कर रहे हैं, जो सार्वजनिक पटल में नहीं है। सार्वजनिक पटल में उपलब्ध जानकारी किसी के स्वामित्व में नहीं हो सकती है, जिसमें स्वयं खिलाड़ी भी शामिल हैं। इसलिए, ऐसी सार्वजनिक रूप से उपलब्ध जानकारी किसी तीसरे पक्ष के पक्ष में खिलाड़ी द्वारा विशेष लाइसेंस का विषय नहीं हो सकती है। इसी तरह का दृष्टिकोण अमेरिकी न्यायालयो द्वारा सीबीसी(पूर्वोक्त) और डेनियल (पूर्वोक्त), में भी लिया गया है। जैसे कि ऊपर चर्चा की गई है।

64. सार्वजनिक पटल में उपलब्ध तथ्य जैसे मिलान की जानकारी पर एकाधिकार नहीं किया जा सकता है भले ही किसी तीसरे पक्ष को वाणिज्यिक लाभ के लिए ऐसी जानकारी प्रकाशित करनी हो, वादी के पक्ष में कोई कार्रवाई योग्य अधिकार उत्पन्न नहीं होता है। अक्यूएट इंटरनेट सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड और अन्य बनाम एन. आर. वी.स्टार भारत प्राइवेट लिमिटेड और अन्य 2013 एस. सी. सी. ऑनलाइन डेल 3344 में इस न्यायालय की एक खण्ड पीठ ने माना है कि केवल वही मुद्रीकरण या लाइसेंस ले सकता है जिसके पास संपत्ति अधिकार है। उपरोक्त मामले में, अभियोक्ता ने स्थायी निषेधाज्ञा और हर्जाने के लिए एक मुकदमा दायर किया जिसमें आरोप लगाया गया कि प्रतिवादियों ने वादी के "मोबाइल अधिकारों" और "मोबाइल सक्रियण अधिकारों" का उल्लंघन किया है जो विशेष रूप से भारतीय क्रिकेट कंट्रोल बोर्ड द्वारा वादी को सौंपे गए थे। इस न्यायालय के एक विद्वान एकल न्यायाधीश ने अभियोक्ता के पक्ष में आदेश जारी किया। अपील में, खण्ड पीठ ने विद्वान एकल न्यायाधीश के फैसले को यह कहते

हुए उलट दिया कि सार्वजनिक पटल में उपलब्ध तथ्यों और जानकारी को किसी संस्था की एकल संपत्ति के रूप में दावा नहीं किया जा सकता है और ऐसी जानकारी को उक्त संस्था द्वारा दूसरे के पक्ष में लाइसेंस नहीं दिया जा सकता है।परिणामस्वरूप, भले ही प्रतिवादी वाणिज्य के दौरान सार्वजनिक पटल में उपलब्ध जानकारी का उपयोग कर रहे हों, वादी के पक्ष में कोई निषेधाज्ञा नहीं दी जा सकती है।

65. यह ध्यान देना भी प्रासंगिक है कि स्ट्राइकर अपने डिजिटल प्लेयर कार्ड पर खिलाड़ियों की कलाकृति का उपयोग करता है न कि वास्तविक तस्वीरों का। इन कलाकृतियों में रचनात्मक तत्व होते हैं जो उन्हें खिलाड़ियों की वास्तविक छवि से अलग करते हैं। जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है, डीसी कॉमिक्स (पूर्वोक्त) में कैलिफोर्निया के सर्वोच्च न्यायालय ने कहा कि जब किसी काम में महत्वपूर्ण संख्या में परिवर्तनकारी तत्व या रचनात्मक योगदान होते हैं, तो वे प्रतिष्ठित व्यक्ति की समानता के बजाय प्रतिवादी की अपनी अभिव्यक्ति बन जाते हैं और इसलिए वे प्रथम संशोधन के तहत संरक्षण के हकदार होंगे। जैसा कि कार्डट्रून (पूर्वोक्त) में उल्लेख किया गया है, प्रतिवादियों के प्लेयर कार्ड में परिवर्तनकारी तत्वों और कलात्मक योगदान का उपयोग व्यंग्य चित्र की प्रकृति में होगा, जो अनुमत उपयोग का गठन करेगा। मेरे विचार में इस तरह के उपयोग को भारत के संविधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत भी संरक्षित किया जाएगा।

66. यह ध्यान देना भी प्रासंगिक हो सकता है कि वादी स्वीकार करते हैं कि सामान्य ओ. एफ. एस. खेल में खिलाड़ियों के नाम, तस्वीरों/छवि पर उनका कोई विशेष अधिकार नहीं है। इसलिए, उन्हें एक सामान्य ओ. एफ. एस. खेल में उपयोग की जा रही उपरोक्त प्लेयर जानकारी के संबंध में कोई शिकायत नहीं है जो उनके डिजिटल प्लेयर कार्ड के लिए एन. एफ. टी. तकनीक का उपयोग नहीं करता है। उनकी शिकायत केवल एन. एफ. टी. सक्षम डिजिटल प्लेयर कार्ड के उपयोग के साथ है जिसका व्यापार किया जा सकता है।

67. न्यायालय द्वारा यह पूछे जाने पर कि क्या वादी को कोई शिकायत होगी यदि डिजिटल प्लेयर कार्ड का उपयोग केवल खेल खेलने के लिए किया जाता है और व्यापार के लिए नहीं किया जाता है, तो वादी की ओर से उपस्थित वरिष्ठ अधिवक्ता ने नकारात्मक जवाब दिया। यह पूछे जाने पर कि एन. एफ. टी. कार्ड में छवि के प्रयोग की तुलना में ओ. एफ. एस. खेल में छवि के उपयोग के बीच क्या अंतर है, वादी की ओर से वरिष्ठ अधिवक्ता ने कहा कि ओ. एफ. एस. खेल में, छवि/तस्वीर का उपयोग केवल खिलाड़ी की पहचान करने के लिए संदर्भ के रूप में किया जाता है।

68. स्ट्राइकर मंच के संदर्भ में डिजिटल प्लेयर कार्ड का प्राथमिक उपयोग और कार्य ओ. एफ. एस. गेम खेलने के उद्देश्यों के लिए है। एक सामान्य ओ. एफ. एस. प्लेटफॉर्म के मामले की तरह, एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड के साथ ओ. एफ.

एस. गेम भी अनिवार्य रूप से प्लेयर की पहचान के उद्देश्यों के लिए इनका प्रयोग करते हैं ताकि एक ही प्लेटफॉर्म पर अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ प्रतिस्पर्धा करने के लिए एक काल्पनिक टीम बनाई जा सके। डिजिटल प्लेयर कार्ड का व्यापार प्रतिवादी संख्या नं. 2 द्वारा जोड़ी गई एक विशेषता है। प्रतिवादी नं.2 द्वारा अपने ओ. एफ. एस. में जोड़ी गई ताकि उपयोगकर्ता एक या अधिक खिलाड़ियों को दूसरों के साथ व्यापार करके अपनी टीमों में बदलाव कर सकें। यह सामान्य जानकारी है कि खिलाड़ियों का व्यापार दुनिया की सभी पेशेवर खेल लीग का एक हिस्सा है। उदाहरण के लिए, इंग्लिश प्रीमियम लीग (ई. पी. एल.) में एक पेशेवर फुटबॉल क्लब का प्रबंधन अक्सर एक या अधिक खिलाड़ियों को दूसरों के लिए बदल देता है। किसी खिलाड़ी का व्यापारिक मूल्य खिलाड़ियों के प्रदर्शन के साथ-साथ उस खिलाड़ी की मांग और आपूर्ति पर निर्भर करेगा। इसी तरह, प्रतिवादी नं. 2 एक उपयोगकर्ता को टीम का प्रबंधक बनाता है ताकि वह खिलाड़ियों का व्यापार करने में सक्षम हो सके। यह और कुछ नहीं बल्कि प्रतिवादी संख्या नं. 2 के ओ. एफ. एस. मंच की एक नवीन विशेषता है। उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ाने के लिए। हालाँकि, यह प्रतिवादी नं.2 के मंच की प्रकृति और चरित्र को नहीं बदलेगा। एक ओ. एफ. एस. मंच से लेकर एक व्यापारिक प्लेटफॉर्म तक कोई भी व्यक्ति जो उपरोक्त कार्ड का व्यापार करता है या किराए पर लेता है, वह मुख्य रूप से खेल के उद्देश्य के लिए ऐसा कर रहा होगा, हालांकि सैद्धांतिक रूप में, खेल खेले बिना डिजिटल प्लेयर कार्ड खरीदना और बेचना संभव हो सकता है। इस संदर्भ में,

स्ट्राइकर वेबसाइट पर नियमों और शर्तों का संदर्भ दिया जा सकता है, जिसका प्रासंगिक हिस्सा नीचे दिया गया हैः

"हम एक वेबसाइट/ऐप प्रदान करते हैं जो उपयोगकर्ताओं को .. ('साइट'), पार्टनर वेबसाइट (टों), मोबाइल एप्लीकेशन (नों) और अन्य पोर्टल (ओं) (प्लेटफोर्म) पर ऑनलाइन काल्पनिक खेल खेलने के लिए, डिजिटली एकत्र करने, व्यापार करने (खरीदने/बेचने), स्टोर करने या प्रदर्शित करने का अवसर प्रदान करता है।

69. इसलिए, मेरे प्रथमदृष्टया एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड वास्तव में खेल के अनुभव को बढ़ाने के लिए उपयोग की जाने वाली 'इन-गेम' संपत्ति हैं।

70. वादी ने यह भी प्रस्तुत किया है कि प्रतिवादी नं.2 संबंधित खिलाड़ियों से कोई प्राधिकरण/लाइसेंस प्राप्त किए बिना एन. एफ. टी. तकनीक सक्षम डिजिटल प्लेयर कार्ड पर खिलाड़ियों के नाम और कलाकृतियों का उपयोग कर रहा है। यदि किसी खिलाड़ी का नाम या छवि वर्णनात्मक या नाममात्र उद्देश्यों के लिए सामान्य ओ. एफ. एस. गेम में उपयोग की जा सकती है, तो इसका कोई तर्क नहीं है कि इसका उपयोग डिजिटल प्लेयर कार्ड पर समान उद्देश्यों के लिए नहीं किया जा सकता है। इसलिए, मेरे विचार में, जहां तक किसी खिलाड़ी के नाम या कलात्मक छाप/फोटोग्राफ के उपयोग का संबंध है, एनएफटी इनेबल प्लेयर कार्ड और ओएफएस गेम और एक साधारण ओएफएस गेम के बीच कोई अंतर नहीं है।

71. वादी एन. एफ. टी. प्रौद्योगिकी के उपयोग पर अपना विशेष अधिकार होने का दावा नहीं कर सकते। एन. एफ. टी. एक ऐसी तकनीक है जो नि:शुल्क उपलब्ध है। प्रतिवादियों ने अपने कार्ड के स्वामित्व के प्रमाण के साधन के रूप में सुरक्षा और प्रामाणिकता सुनिश्चित करने और एक ब्लॉक चेन पर लेनदेन का रिकॉर्ड रखने के लिए एन. एफ. टी. तकनीक का उपयोग किया।

72. वादी की प्रमुख शिकायत इस तथ्य से सामने आती है कि डिजिटल प्लेयर कार्ड का कारोबार प्रतिवादी नं.2 भारी कीमतों पर व्यापार किया जाता है और प्रतिवादी नं.2 उसी पर कमीशन कमाता है। वादी के अनुसार, यह प्रतिवादियों द्वारा खिलाड़ियों के व्यक्तित्व अधिकारों का लाभ उठाने के बराबर है। वादी ने तर्क दिया कि एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड पर अधिक कीमत कार्ड पर खिलाड़ी के व्यक्तित्व के कारण है। मैं इस निवेदन से सहमत नहीं हूँ। जैसा कि पहले चर्चा की गई है, स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर डिजिटल प्लेयर कार्ड की कीमत विभिन्न कारकों पर निर्भर करेगी जैसे (i) कार्ड की दुर्लभता; (ii) खिलाड़ी का मैदान पर प्रदर्शन; (iii) कार्ड पर एक्सपी और एचपी कारक, जो खेल से संबंधित विशेषताएं हैं; और, (iv) सबसे महत्वपूर्ण, बाजार में मांग और आपूर्ति। उसी क्रिकेटर के संबंध में, कार्ड की कीमत अधिक हो सकती है यदि कार्ड कम दुर्लभता वाले कार्ड की तुलना में अधिक दुर्लभता का है। इसी तरह, एक ही खिलाड़ी के संबंध में, उत्तम एचपी वाले कार्ड की कीमत अधिक होगी।

73. वादी ने स्ट्राइकर प्लेटफॉर्म पर एन. एफ. टी. की बिक्री और व्यापार की

तुलना एक क्रिकेटर के बल्ले को उसकी अनुमति के बिना उसके हस्ताक्षर के साथ बेचे जाने के समान की है। मेरे विचार में, यह सादृश्य पूरी तरह से गलत है। एक बल्ला जो एक विशेष खिलाड़ी द्वारा हस्ताक्षरित होता है, एन. एफ. टी.वर्तमान मामले में प्लेयर कार्ड के पास किसी खिलाड़ी से संबंध, लाइसेंस या समर्थन स्थापित करने के लिए ऐसा कोई हस्ताक्षर/ऑटोग्राफ या कुछ भी नहीं होता है।

74. वादी स्ट्राइकर वेबसाइट पर अस्वीकरण पर भरोसा करते हुए तर्क देते हैं कि प्रतिवादी गलत तरीके से दावा कर रहे हैं कि उनके डिजिटल प्लेयर कार्ड में संबंधित खिलाड़ी के साथ

समानता संयोग है वास्तव में, उसमें छवि खिलाड़ी से मिलती-जुलती है और उसका नाम/प्रथमाक्षर भी है।

75. इस स्तर पर, रारिओ वेबसाइट पर 'अस्वीकरण' का संदर्भ दिया जा सकता है।

"अस्वीकरणः प्रत्येक कार्ड कला का एक मूल कार्य है जैसा कि परिभाषित किया गया है **प्रतिलिपि अधिकार अधिनियम, 1957 जीवित या मृत व्यक्ति के साथ कोई भी समानता विशुद्ध रूप से संयोग है। हम इन शर्तों में दर्ज लोगों को छोड़कर किसी भी व्यक्ति या संगठन से किसी भी संबद्धता या लाइसेंस का दावा नहीं करते हैं या न ही हम किसी भी भावनाओं को आहत करने या किसी भी मामले में किसी तीसरे पक्ष के अधिकारों का उल्लंघन करने का इरादा रखते हैं।** अधिक जानकारी के लिए, legal@strikergame.comपर संपर्क करें।"

76. उपरोक्त अस्वीकरण में, प्रतिवादी स्पष्ट रूप से कहते हैं कि उनकी किसी भी व्यक्ति से कोई संबंध या अधिकार नहीं है। उपरोक्त अस्वीकरण संबंधित खिलाड़ी के साथ समानता के संबंध में नहीं है, क्योंकि खिलाड़ी का नाम स्वयं डिजिटल प्लेयर कार्ड में है। उक्त अस्वीकरण केवल उन अधिकारों के संबंध में है जिनका कोई तीसरा पक्ष कलाकृति में दावा कर सकता है।

77. शिकायत में स्थापित मामले के अनुसार, वादी सं.1 की वेबसाइट, रारिओ एक डिजिटल संग्रहणीय मंच है जहाँ खेल के प्रशंसक प्लेयर कार्ड से लेकर वीडियो क्षणों से लेकर क्रिकेट कलाकृतियों तक आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त डिजिटल संग्रहणीय वस्तुओं को एकत्र कर सकते हैं, व्यापार कर सकते हैं और खेल सकते हैं। हालाँकि, प्रतिवादी किसी भी वीडियो क्षण या क्रिकेट कलाकृतियों या आधिकारिक रूप से बेचने या व्यापार करने का दावा नहीं करते हैं। लाइसेंस प्राप्त खिलाड़ी कार्ड/वीडियो क्षण/क्रिकेट कलाकृतियाँ स्ट्राइकर मंच पर प्रतिवादियों द्वारा उपयोग किए जा रहे डिजिटल प्लेयर कार्ड के अवलोकन से पता चलेगा कि उक्त कार्ड संबंधित खिलाड़ी के साथ किसी भी प्रकार के समर्थन या जुड़ाव का सुझाव नहीं देते हैं न ही वे यह दावा करते हैं कि कार्डों पर खिलाड़ियों द्वारा हस्ताक्षर किए गए हैं या आधिकारिक रूप से लाइसेंस प्राप्त हैं। इसके अलावा, स्ट्राइकर द्वारा पेश किए गए एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड में खिलाड़ी की मूल तस्वीर नहीं होती है केवल कलाकृति का उपयोग किया जाता है। इसलिए, वादी के विपरीत सं.1, प्रतिवादी सं. 2 अपने डिजिटल प्लेयर कार्ड को संग्रहणीय के रूप में पेश नहीं कर

रहा है। एक संग्रहकर्ता या एक खिलाड़ी का प्रशंसक स्मृति चिन्ह के रूप में ऐसा कार्ड खरीदने के लिए कम इच्छुक होगा जब खिलाड़ियों की वास्तविक तस्वीर/वीडियो क्षणों का उपयोग करने वाले अन्य एन. एफ. टी. रारिओ प्लेटफॉर्म पर खरीदने के लिए उपलब्ध हों।

78. चूंकि डिजिटल प्लेयर कार्ड उन सभी वर्तमान खिलाड़ियों के लिए उपलब्ध हैं जो चयन के लिए उपलब्ध हैं, इसलिए यह नहीं कहा जा सकता है कि प्रतिवादी किसी खिलाड़ी से किसी भी समर्थन का दावा कर रहे हैं या किसी खिलाड़ी के व्यक्तित्व के आधार पर उसके खेल को बढ़ावा दे रहे हैं। इस संबंध में, सी.बी.सी.(पूर्वोक्त) 8 वीं सी. आई. आर. संयुक्त राज्य अपील न्यायालय की निम्नलिखित टिप्पणियों का संदर्भ दिया जा सकता है।

"न ही यहाँ कोई खतरा है कि उपभोक्ता गुमराह हो जाएँगे। क्योंकि काल्पनिक बेसबॉल खेल सभी खिलाड़ियों के समावेश पर निर्भर करते हैं और इस प्रकार यह गलत धारणा नहीं बना सकते हैं कि 'स्टार पावर' वाला कोई विशेष खिलाड़ी सी. बी. सी. के उत्पादों का समर्थन कर रहा है।"

79. वादी ने तर्क दिया है कि अपने कार्ड पर एक खिलाड़ी की छवि/तस्वीर के नाम और कलाकृति का उपयोग करके, प्रतिवादी संबंधित खिलाड़ी की कीमत पर अनुचित रूप से खुद को समृद्ध कर रहे हैं। मुझे इस प्रस्तुति में कोई योग्यता नहीं मिलती है। जैसा कि सी.बी.सी. (पूर्वोक्त) में उल्लेख किया गया है। खेलों में उनकी

भागीदारी के साथ-साथ समर्थन और प्रायोजन व्यवस्था द्वारा से भी उन्हें शानदार पुरस्कार दिया गया। वर्तमान मामले के संदर्भ में भी, यह एक ज्ञात जानकारी है कि भारतीय क्रिकेटर विभिन्न ब्रांड विज्ञापनों और अन्य प्रायोजनों के अलावा इंडियन प्रीमियर लीग की नीलामी, भारतीय क्रिकेट कंट्रोल बोर्ड अनुबंध, मैच शुल्क द्वारा बड़ी धन राशि कमाते हैं।

80. प्रतिवादियों का कहना है कि वादी ने जानबूझकर शिकायत में यह खुलासा नहीं किया है कि रारियो प्लेटफॉर्म भी एक ओएफएस गेम प्रदान करता है, जो "D3. क्लब" है, जो स्ट्राइकर के समान है। वादी द्वारा इस निवेदन का खंडन नहीं किया गया है। दस्तावेजों के अवलोकन से रारिओ और स्ट्राइकर मंचो के बीच निम्नलिखित समानताएं प्रकट होंगीः

i. दोनों वादी सं.1 और प्रतिवादी खेलों के संबंध में खिलाड़ियों के एन. एफ. टी. प्लेयर कार्ड का उपयोग करता है।

ii.डिजिटल प्लेयर कार्ड की खरीद और बिक्री वेबसाइट से, बाज़ार में अन्य खिलाड़ियों से या तीसरे पक्ष के बाज़ार से, गुड गेम एक्सचेंज से हो सकती है।

iii.दोनों अभियोक्ता नं।1 और प्रतिवादी सं।2 सुरक्षा और स्वामित्व का प्रमाण सुनिश्चित करने के लिए ब्लॉक चेन प्रौद्योगिकी का उपयोग करें।

81. प्रतिवादियों ने अंतरिम आदेश के लिए आवेदन पर अपने जवाब के साथ, वादी और प्रतिवादियों के अधिकारियों के बीच वॉट्सऐप बातचीत के रिकॉर्ड स्क्रीनशॉट को यह दिखाने के लिए रखा है कि वादी सितंबर/अक्टूबर, 2022 में

प्रतिवादियों द्वारा स्ट्राइकर मंच के शुभारंभ के बारे में जानते थे। यह विश्वास करना कठिन है कि वादी सं.1, जो पहले से ही व्यवसाय में था, उक्त प्रक्षेपण के बारे में नहीं जानता था। फिर भी, वादी ने महिला प्रीमियर लीग और इंडियन प्रीमियर लीग की शुरुआत से ठीक पहले 24 फरवरी, 2023 को ही वर्तमान मुकदमा दायर किया। यह भी उल्लेख करना उचित है कि प्रतिवादी पर अग्रिम सेवा से छूट की मांग करने वाले एक आवेदन के साथ मुकदमा दायर किया गया था। यह एक अलग मामला है कि प्रतिवादियों के अधिवक्ता उस तारीख को पेश हुए जब अंतरिम आवेदनों के साथ मुकदमा पहली बार 28 फरवरी, 2023 को इस न्यायालय के समक्ष सूचीबद्ध किया गया था और इसके परिणामस्वरूप प्रतिवादियों को जवाब दायर करने के लिए समय दिया गया था।

82. यह देखते हुए कि प्रतिवादी पहले से ही लगभग छह महीने से अपना खेल चला रहे थे और एक एकतरफा निषेधाज्ञा आदेश के अनुदान ने प्रतिवादियों के व्यवसाय को गंभीर रूप एकपक्षीय पूर्वाग्रहित किया होगा, जो वादी सं.1 ओ. एफ. एस. उद्योग में, अग्रिम सेवा से छूट की मांग करने वाले वादी की ओर से दायर आवेदन, मेरी राय में, प्रामाणिक नहीं था।

83. सुविधा और अपूरणीय क्षति के संतुलन के मापदण्ड पर भी, मेरा विचार है कि ये कारक प्रतिवादियों के पक्ष में हैं और वादी के खिलाफ हैं। इस स्तर पर दी गई निषेधाज्ञा के परिणामस्वरूप प्रतिवादी नंबर 2 का व्यवसाय बंद हो जाएगा

और न केवल प्रतिवादी नंबर 2 को बल्कि स्ट्राइकर मंचो के उपयोगकर्ताओं को भी भारी वित्तीय नुकसान होगा। दूसरी ओर, यदि वादी मुकदमे में सफल होता है, तो इसकी भरपाई हमेशा की जा सकती है।

84. उपरोक्त चर्चा को ध्यान में रखते हुए, वादी अंतरिम निषेधाज्ञा देने का मामला बनाने में विफल रहे हैं।

85. तदनुसार, आई.ए. 3960/2023 खारिज कर दिया गया है।

86. यह कहने की आवश्यकता नहीं है कि इसमें की गई कोई भी टिप्पणी केवल वर्तमान आवेदन पर निर्णय लेने के उद्देश्यों के लिए है और इसका मुकदमे के अंतिम निर्णय पर कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा।

87. अभिवचन पूरा करने के लिए 10 जुलाई, 2023 को संयुक्त पंजीयक के समक्ष सूचीबद्ध करें।

26 अप्रैल, 2023
आरटी/एटी

न्या. अमित बंसल

(Translation has been done through AI Tool: SUVAS)

अस्वीकरण : *देशी भाषा में निर्णय का अनुवाद मुकद्झेबाज़ के सीमित प्रयोग हेतु किया गया है ताकि वो अपनी भाषा में इसे समझ सकें एवं यह किसी अन्य प्रयोजन हेतु प्रयोग नहीं किया जाएगा| समस्त कार्यालयी एवं व्यावहारिक प्रयोजनों हेतु निर्णय का अंग्रेज़ी स्वरूप ही अभिप्रमाणित माना जाएगा और कार्यान्वयन तथा लागू किए जाने हेतु उसे ही वरीयता दी जाएगी।*