



การควบคุมโฆษณาเกินจริง โดยกฎหมายการโฆษณาที่เป็นเท็จของรัฐแคลิฟอร์เนีย

(California False Advertising Law: FAL) *

ภรภัทร ปัญญวนิช**

๑. บทนำ

ในปัจจุบันเราต้องยอมรับว่าการขายสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการแต่ละรายนั้นมีการแข่งขันกันสูงมาก เนื่องจากระบบเศรษฐกิจและระบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งโฆษณาถือเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ ยิ่งการโฆษณามีการนำเสนอที่น่าสนใจมากเท่าไร ยิ่งส่งผลต่อการตลาดของสินค้านั้นมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างแสวงหากลยุทธ์ทางการโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นำมาสู่ปัญหาการโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง ซึ่งถือเป็นการหลอกลวงผู้บริโภคส่งผลให้ผู้บริโภคและระบบเศรษฐกิจได้รับความเสียหาย^๑

อย่างไรก็ตาม ผู้คนล้วนทราบว่าการโฆษณานั้นมักจะมีการโอ้อวดสรรพคุณที่บิดเบือนจากความเป็นจริงจำนวนมาก เพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจึงควรศึกษาข้อมูลให้ดีและไม่ฟังเพียงคำโฆษณาเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้การพิจารณาในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคแล้ว กฎหมายของรัฐก็เป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญที่ช่วยป้องกันมิให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อหลงเชื่อซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาที่เป็นเท็จ ซึ่งนอกจากต้องเสียเงินโดยใช่เหตุแล้ว อาจส่งผลให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้^๒



ตัวอย่างสินค้าที่เคยถูกฟ้องเป็นคดี เนื่องจากมีข้อความว่า “enamel safe (ปลอดภัยต่อเคลือบฟัน)” แต่ถูกศาลยกฟ้องในภายหลัง ที่มา: <https://www.thelangelfirm.com/debt-collection-defense-blog/2023/may/false-advertising-lawsuits-in-new-york-the-cases/>

* บทความประจำเดือนธันวาคม ๒๕๖๗

** บุคลากรจัดทำฐานข้อมูลกฎหมาย ฝ่ายค้นคว้าและเปรียบเทียบกฎหมาย กองกฎหมายต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

^๑น้ำฝน โพธิ์ปลอด. “มาตรการทางกฎหมายอาญาในกรณีการโฆษณาสินค้าที่เกินความจริง”. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๗, จาก <https://dspace.spu.ac.th/items/41268785-fbfe-451b-be9c-e13386e4cc17>

^๒Super Lawyers staff. “What Do I Need to Sue Someone for False Advertising?”. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๗, จาก <https://www.superlawyers.com/resources/consumer-law/california/what-do-i-need-to-sue-someone-for-false-advertising/>



๒. สารสำคัญ

๒.๑ กฎหมายการโฆษณาที่เป็นเท็จของรัฐแคลิฟอร์เนีย (California False Advertising Law: FAL)

กฎหมาย FAL ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจในรัฐแคลิฟอร์เนียไม่สามารถอ้างความเข้าใจผิดของผู้บริโภค เมื่อตนได้มีการโฆษณาที่กฎหมายกำหนดว่าโฆษณาดังกล่าวถือเป็นโฆษณาที่เป็นเท็จ และบุคคลที่ละเมิดบทบัญญัติตามกฎหมายนี้จะต้องรับโทษทางแพ่ง และมีความผิดในทางอาญาก็ด้วย^๓

ยิ่งไปกว่านั้น นอกจากสินค้าและบริการโดยทั่วไปแล้ว กฎหมาย FAL ยังได้มีการปรับปรุงพัฒนาให้เท่าทันต่อยุคสมัย โดยในวันที่ ๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๘ กฎหมาย FAL ที่ได้รับการแก้ไขจะครอบคลุมไปถึงการโฆษณาสินค้าและบริการดิจิทัลด้วย แต่มีการกำหนดข้อยกเว้นสำหรับสินค้าและบริการบางประเภท โดยยังไม่บังคับใช้กับสินค้าที่กฎหมายกำหนดไว้โดยเฉพาะ และการให้บริการทางดิจิทัลแบบสมัครสมาชิก^๔

๒.๒ ความหมายและตัวอย่างของโฆษณาที่เป็นเท็จ

กฎหมาย FAL ถือเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐแคลิฟอร์เนียที่เข้มงวดที่สุดและมีขอบเขตกว้างที่สุดฉบับหนึ่งในสหรัฐฯ ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาที่เป็นเท็จและเป็นการหลอกลวงอย่างเด็ดขาด และบริษัทที่ละเมิดข้อบังคับตามกฎหมายนี้อาจถูกดำเนินคดีทั้งทางแพ่งและทางอาญา

๒.๒.๑ ตัวอย่างทั่วไปของการโฆษณาที่เป็นเท็จ

กฎหมาย FAL กำหนดให้การโฆษณาที่เป็นเท็จ คือ การกล่าวอ้างข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงหรือทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด เพื่อพยายามจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ซึ่งในส่วนของตัวแทนของผู้ขายนั้น จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นทราบหรือควรรู้ว่าข้อมูลที่ได้โฆษณานั้นเป็นเท็จหรือควรจะรู้ว่าเป็นเท็จ โดยได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรแล้ว โดยการโฆษณาที่เป็นเท็จมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น

- การบิดเบือนข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญ
- การปกปิดไม่บอกกล่าวข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญ
- การเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มโดยไม่มีการบอกกล่าวล่วงหน้า
- การใช้กลยุทธ์เพื่อหลอกลวง
- การเปรียบเทียบที่ทำให้เข้าใจผิด
- การบิดเบือนข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง

^๓CalMatters. “AB 2426: Consumer protection: false advertising: digital goods.” . สืบค้นเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๗, จาก https://digitaldemocracy.calmatters.org/bills/ca_202320240ab2426

^๔Richard B. Newman. “New California Law Aimed at Deceptive Ad Claims Regarding Digital Products” . สืบค้นเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๗, จาก <https://natlawreview.com/article/new-california-law-aimed-deceptive-ad-claims-regarding-digital-products>



อย่างไรก็ตาม “การโฆษณาที่เป็นเท็จซึ่งเป็นสิ่งผิดกฎหมาย” และ “การโฆษณาเกินจริง” นั้นมีความแตกต่างกัน ตามที่คณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Trade Commission: FTC) ได้อธิบายไว้ว่า “การโฆษณาเกินจริง” เป็นรูปแบบการโฆษณาที่ถูกกฎหมาย ซึ่งโดยทั่วไปบริษัทต่าง ๆ ได้รับอนุญาตให้มีการกล่าวข้อความที่เกินจริง แต่ห้ามมิให้กล่าวข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดไปจากความเป็นจริง

ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารที่โฆษณาพิซซ่าของตนว่า “ร้านนี้ดีที่สุดในเมือง” ไม่ใช่การโฆษณาที่เป็นเท็จ แต่เป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัว ในทางตรงกันข้าม ร้านอาหารที่โฆษณาพิซซ่าของตนว่า “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของเมืองนี้ได้ขนานนามว่าร้านพิซซ่าร้านนี้ดีที่สุดใน” ทั้งที่หนังสือพิมพ์นั้นไม่เคยกล่าวเช่นนั้นเลย ถือเป็นการโฆษณาที่เป็นเท็จ กล่าวคือ เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่ทำให้เข้าใจผิดไปจากความเป็นจริง^๕

๒.๓ ข้อควรรู้สำหรับผู้ทำการโฆษณา

หากผู้ประกอบการถูกกล่าวหาว่าได้กระทำละเมิดต่อกฎหมายนี้ บุคคลดังกล่าวสามารถโต้แย้งข้อกล่าวหาได้โดยยกเหตุผลทางกฎหมาย เพื่อประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับการลดหย่อนโทษหรือทำให้การกระทำของตนไม่เป็นความผิดได้ ดังต่อไปนี้

๑) การโฆษณาที่เป็นความจริง

การโฆษณาที่เป็นเท็จ คือ การโฆษณาที่ทำให้บุคคลอื่นเข้าใจผิดไปจากความเป็นจริง ดังนั้น “ความจริง” จึงเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญที่สุดตามกฎหมายนี้สำหรับผู้ประกอบการทั้งหลาย กล่าวคือ หากโฆษณาที่ถูกกล่าวหาว่าผิดนั้นมีข้อผิดพลาดบางประการ แต่ข้อผิดพลาดดังกล่าวเป็นความจริง การกระทำดังกล่าวก็ไม่ถือเป็นการละเมิดกฎหมาย นอกจากนี้ การโฆษณาของผู้ประกอบการบางรายอาจข้อความเชิงลบ เช่นการพาดพิงสินค้าของบุคคลอื่น เพื่อให้สินค้าของตนดูดีขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม หากข้อความเชิงลบนั้นเป็นความจริง การโฆษณานั้นก็ไม่ถือเป็นการกระทำผิด

๒) ไม่มีการหลอกลวง

เนื่องจากองค์ประกอบความผิดตามกฎหมายดังกล่าว นอกจากระบุว่าข้อความในโฆษณาจะต้องผิดไปจากความจริงแล้ว ยังระบุว่าประชาชนจะต้องถูกหลอกลวงจากโฆษณานั้นด้วย จึงจะถือว่าเป็นโฆษณาที่เป็นเท็จได้ ซึ่งมีขอบเขตที่ค่อนข้างกว้างและยากต่อการตีความในแต่ละบุคคล ดังนั้น โดยทั่วไปผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำผิดสามารถอาศัยข้อเท็จจริงเพื่อแสดงให้เห็นว่าโฆษณานั้นไม่ได้มีการหลอกลวงประชาชนแต่อย่างใด

^๕อ้างแล้ว, โปรดดูเชิงอรรถที่ ๒



๓) การไม่มีความรู้

โดยทั่วไปการทำการโฆษณาไม่ถือเป็นความผิด เว้นแต่ถ้าผู้โฆษณาจะรู้หรือควร
จะรู้ว่าโฆษณานั้นเป็นเท็จ ดังนั้น การที่บุคคลไม่มีความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงอันเป็นเท็จ ที่ปรากฏในโฆษณานั้น ๆ
ก็เป็นหนึ่งในข้อต่อสู้ที่ผู้กระทำความผิดสามารถยกขึ้นโต้แย้งได้ โดยต้องพิสูจน์ว่าตนไม่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ^๖

๓. บทสรุป

กฎหมายการโฆษณาที่เป็นเท็จของรัฐแคลิฟอร์เนีย (California False Advertising Law: FAL) มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ตกเป็นเหยื่อจากการหลงเชื่อโฆษณาที่เป็นเท็จอันหลอกลวง
ซึ่งเป็นกฎระเบียบที่บังคับให้ผู้ประกอบการหันมาคำนึงถึงจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ที่ควรจริงจัง
กับผู้บริโภค ไม่ชักจูงผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าของตนด้วยถ้อยคำโกหกหลอกลวง และทำให้ผู้บริโภคได้รับสินค้า
ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของตนอย่างแท้จริง

^๖Shouse Law Group. “False Advertising” Laws in California (Business & Professions Code § 17500 BPC) .
สืบค้นเมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๗, จาก <https://www.shouselaw.com/ca/defense/business-professions-code/17500/>