

به نام خدا

قانون شناسنامه محتواها و وبگاهها در آلمان و کشورهای اتحادیه اروپا به کمک «ایمپرسوم»

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	۱. «ایمپرسوم»، «سرنامه» و شناسنامه مطبوعات و رسانه‌ها.....
۴.....	۲. شناسنامه کتاب.....
۶.....	۳. شناسنامه نشریات ادواری (پی آیندها).....
۷.....	۴. شناسنامه نشریات و وبگاهها در اینترنت.....
۸.....	۵. الزام به رعایت ایمپرسوم.....
۹.....	۶. الزامات اطلاع‌رسانی در شناسنامه نشریات برخط.....
۱۱.....	۷. چه وبگاههایی نیاز به شناسنامه ندارند؟.....
۱۱.....	۸. واژه‌های مترادف در آلمانی.....
۱۲.....	۹. واژه معادل در زبان انگلیسی.....
۱۳.....	نتیجه‌گیری.....
۱۴.....	منابع و مآخذ.....



قانون شناسنامه محتواها و وبگاهها در آلمان و کشورهای اتحادیه اروپا به کمک «ایمپرسوم»

چکیده

صاحبان رسانه‌های چاپی - کاغذی، رسانه‌های الکترونیکی برون خط^۱، برخط^۲ و شبکه‌ای در کشورهای اروپایی، ملزم به اخذ مجوز و پروانه فعالیت نیستند و برای شروع فعالیت کافی است نام آنها در سازمان ثبت شرکتها، تعاونی‌ها، انجمن‌ها یا تشکلهای به ثبت رسیده باشد، اما از آغاز فعالیت خود باید قانونی را تحت عنوان «ایمپرسوم»^۳ رعایت کنند که طبق آن موظفند «سرنامه» یا شناسنامه‌ای را تنظیم کنند به طوری که به سرعت و سهولت قابل دسترسی و رؤیت مشتریان، مخاطبان و کاربران باشد. این «سرنامه» یا شناسنامه می‌تواند به اشخاص ذیل کمک کند: کتابداران و مؤلفانی که می‌خواهند به مرجع و مأخذی اشاره کنند، مصرف‌کنندگانی که به خدمات پس از فروش احتیاج پیدا می‌کنند، کاربرانی که شکایتی از سرویس‌دهنده دارند و قضاتی که پیگیر پرونده‌های مرتبط هستند.

1. Off-Line
2. On-line
3. Impressum



مقدمه

امروزه، در عصر انقلاب فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (فاوا) آنچه رسانه‌های سنتی و نوین عرضه می‌کنند، «محتوا» نامیده می‌شود. در این عصر، اگر چیزی مهمتر از «فاوا» وجود داشته باشد همانا «محتوا» یا Content است. کارکرد، عملکرد و بهره‌وری فاوا، همه به «محتوا» بستگی دارند و بنابراین، «صنعت محتوا» یکی از مهمترین زیربخش‌های تولیدی - خدماتی در بخش فاوا به‌شمار می‌آید.

در کشورهایی که آزادسازی رسانه‌ها، رویکرد عمومی حاکمیت است صاحبان رسانه‌ها برای آغاز فعالیت خود نیازی به اخذ مجوز و پروانه فعالیت ندارند. ضمن آنکه دولت نیز از داشتن رسانه‌ای برای خود محروم است. در نتیجه، مطبوعات و رسانه‌ها برای تولید محتوا، با برخورداری از اصل برائت اولیه، آزادی زیادی دارند و فعالان رسانه‌ها، کافی است دو کار را انجام دهند: ۱. ثبت شخصیت حقوقی اداره‌کننده رسانه، ۲. رعایت اصل اطلاع‌رسانی به مشتریان، مخاطبان و کاربران خود براساس قانونی که به قانون شناسنامه رسانه یا «ایمپرسوم» معروف شده است.

واژه «ایمپرسوم» در اوج رونق «کهکشان گوتنبرگ»^۱ در زبان آلمانی ضرب شد ولی در عصر رونق رسانه‌های رادیو - تلویزیونی، دوباره (در قانون رسانه‌های رادیویی) مطرح شد و در نهایت با ظهور اینترنت، به صورت‌های «ئی - ایمپرسوم»^۲ و «وب - ایمپرسوم» از نظر کاربردی و مفهومی توسعه یافت.

مطالعه حاضر، به معرفی انواع «ایمپرسوم» می‌پردازد و نشان می‌دهد که

۱. عصر چاپ یا Gutenberg Galaxy



راه‌حل‌های ساده حقوقی - قانونی، می‌توانند چالش‌های ناشی از پیچیدگی‌های فناوری، را از بین ببرند.

۱. «ایمپرسوم»، «سرنامه» و شناسنامه مطبوعات و رسانه‌ها

ایمپرسوم در واژگان حقوقی - مطبوعاتی آلمانی (و اروپایی) «سرنامه» و «شناسنامه نشریات» است که اطلاعات ذیل را در اختیار عموم قرار می‌دهد:

- نام مؤسسه انتشاراتی
- نام مؤلف
- نام ناشر
- نام اعضای هیئت تحریریه
- اطلاعاتی دیگر که فهرست آن، در قانون نشریات و مطبوعات آلمان معین شده است.
- علاوه بر ارقام الزامی فوق، اطلاعات دیگری مانند:
- نام چاپخانه
- شیوه انتشار
- سال انتشار
- محل انتشار

نیز در شناسنامه مورد بحث ذکر می‌شوند.

قانون ایمپرسوم در آلمان، قانونی ایالتی است و جنبه فدرال ندارد. شناسنامه نشریات، باید طوری طراحی و منتشر شود که به سرعت و سهولت قابل رؤیت باشد.



۲. شناسنامه کتاب

به‌طور معمول، شناسنامه کتاب، در صفحه پشتی جلد کتاب (چهارم پیش از متن) درج می‌شود. هم در قانون مطبوعات و هم در قوانین «خدمات دور رسانه‌ها»^۱ و مالکیت معنوی، موادی به شناسنامه کتاب اختصاص داده شده است. اطلاعات مندرج در این شناسنامه، معمولاً از طرف کتابداران، برای تهیه برگه فهرست‌نویسی و «کارت‌دان» کتابخانه‌ها استفاده می‌شود. مؤلفان نیز برای تنظیم «مرجع» در تألیفات خود از اطلاعات شناسنامه استفاده می‌کنند.

اطلاعات شناسنامه کتاب عبارتند از:

- شمارگان یا تیراژ و سال انتشار
- مؤسسه انتشاراتی اصلی و فرعی و محل آنها
- سال انتشار چاپ اول (در صورت تجدید چاپ)
- ناشر
- اطلاعات مربوط به نوع چاپ و صحافی
- اطلاعات مربوط به نوع جلدبندی
- اطلاعات مربوط به نوع مالکیت مادی و معنوی اثر
- اطلاعات مربوط به نوع کاغذ با ذکر استاندارد مربوطه در ISO^۲ یا DIN^۳
- سازمان استانداردسازی آلمان
- نام کارخانه تولیدکننده کاغذ

1. Telemedia Law
2. International Standardization Organization
3. Deutsche Industrie-Norm



• مواد استفاده شده در شیرازه‌بندی

• نوع خط استفاده شده

• اطلاعات مربوط به حقوق و مجوز ترجمه و حقوق ترجمه

• اطلاعات مربوط به حقوق و مجوز تصاویر، عکس‌ها و نمودارها

• کشور محل چاپ کتاب

• شابک^۱

• نشانی‌های اینترنتی ناشر، مؤلف و چاپخانه

• سایر اطلاعات که به میل ناشر ذکر می‌شوند (مانند کتابفروشی‌های

توزیع‌کننده کتاب)

البته نیازی نیست تمام این اطلاعات در شناسنامه ذکر شوند؛ زیرا برای مثال

کتابی که بدون هیچ تصویر، عکس و یا نمودار چاپ می‌شود نیازی به ذکر حقوق و

مجوز تصاویر، عکس‌ها و نمودارها نیز ندارد.

لذا این قلم از اطلاعات شناسنامه، به‌خودی‌خود حذف می‌شود. برخی از اقلام

اطلاعاتی مذکور از منظر ویراستار هنری کتاب ممکن است روی جلد و بعضی در

صفحات آخر کتاب، یا اول کتاب، ذکر شوند. اینکه چه بخش‌هایی از اطلاعات

شناسنامه، در کجای کتاب، ظاهر می‌شوند، به تصمیم ویراستار فنی و هنری کتاب یا

به سلیقه طراح صفحه و حروفچین^۲ بستگی دارد.

1. International Standard Book Number (ISBN)

2. Typographer



۳. شناسنامه نشریات ادواری (پی‌آیندها)

درواقع، شناسنامه مطبوعات با انتشار ادوار نامه‌ها، فراگیر و معروف شد. فرق عمده شناسنامه کتاب با شناسنامه نشریات ادواری، در این است که برای کتاب، «شابک» و برای نشریات ادواری یا ادوارنامه‌ها، «شاپا» (شماره استاندارد بین‌المللی پی‌آیندها)^۱ نوشته می‌شود. به‌وسیله شاپا هر نسخه از یک ادوارنامه در جهان به‌صورت منحصر به‌فرد شناسایی می‌شود.

سایر نکاتی که در شناسنامه نشریات ادواری ذکر می‌شوند عبارتند از:

• صاحب امتیاز

• سردبیر

• مسئول آبونمان و اشتراک (با شماره تلفن و سایر نشانی‌ها)

• مسئول نامه‌های وارده از سوی خوانندگان (با شماره تلفن و سایر نشانی‌ها)

• اعضای تحریریه و همکاران ثابت هر شماره

• حوزه فعالیت نشریه

• سازمان توزیع‌کننده

• تاریخ توزیع

• فاصله زمانی انتشار دو ادوارنامه پیاپی

• شماره حساب و بانک دریافت‌کننده آبونمان و تبلیغات (جداگانه)

• شماره‌ای که تحت آن مالیات ارزش افزوده پرداخت می‌شود (توسط ناشر)

1. International Standard Serial Number (ISSN)



• نام بانک و شماره حساب‌های مرتبط در کشورهای دیگر (خارج از محل چاپ و انتشار)

• قیمت ادوارنامه به پول محلی و یک ارز بین‌المللی

• شماره استاندارد بین‌المللی پی‌آیندهای الکترونیکی^۱ (در صورت عرضه همزمان روی لوح فشرده و یا در اینترنت)

• تاریخ بسته شدن یک شماره ادوارنامه و ارسال آن به چاپخانه

• تاریخ اولین روز فروش عمومی

• شمارگان هر نسخه از ادوارنامه

• نام یاری‌دهندگان^۲

۴. شناسنامه نشریات و وبگاه‌ها در اینترنت

پس از آنکه اینترنت در سال ۱۹۹۵ به‌عنوان شبکه «وب جهان‌گستر» یا WWW در دسترس عموم مردم جهان قرار گرفت، در کشورهای آلمانی زبان (سوئیس، اتریش و آلمان) نیاز مبرم به «ایمپرسوم» یا همان شناسنامه مطبوعات مطرح و به‌خصوص از سال ۲۰۰۲ تحت عنوان «الزام ایمپرسوم» رایج شد.

1. Electronic International Standard Serial Number (EISSN)
2. Sponsors



۵. الزام به رعایت ایمپرسوم

ماده قانونی «الزام به رعایت ایمپرسوم»، هر ناشر را موظف می‌کند در نشریات کاغذی، الکترونیکی برون‌خط و برخط، محلی از نشریه را برای شناسایی خود معین کند که به آسانی قابل رؤیت باشد.

در آلمان، این ماده قانونی، بخشی از «قانون تنظیم شرایط کلی خدمات فاوا» است که در تاریخ بیست‌ودوم جولای ۱۹۹۷ به تصویب رسید. چارچوب کلی‌تر این ماده قانونی نیز، مواد قانونی دیگری است که در قانون مدنی آلمان تحت عنوان «الزام اطلاع‌رسانی به مصرف‌کننده در قراردادهای ارسال و تحویل کالا و خدمات از راه دور»^۱ آمده است. این قانون ارائه‌دهنده کالا و خدمات را ملزم می‌کند که نشانی خود را همواره در اختیار مشتری قرار دهد و در صورت تغییر نشانی، نشانی جدید را به اطلاع مصرف‌کننده برساند. از سال ۲۰۰۷ که قانون «دور رسانه‌ها» در آلمان به تصویب رسید هر وبگاه^۲ به‌عنوان «دور سرویس»^۳ شناخته می‌شود و بنابراین مشمول قانون ایمپرسوم می‌شود. اما در عمل معلوم نیست این قانون در مورد وبگاه‌ها تا چه اندازه قابلیت اجرا دارد. فارغ از بحث قابلیت اجرایی، از سال ۲۰۰۷ به بعد وبگاه‌ها مشمول قانون ایمپرسوم شده‌اند و موظفند در قبال پول دریافت شده از مشتری با آنها قراردادی منعقد و طبق این قرارداد، کالا یا خدماتی به مشتری عرضه کنند.

شایان ذکر است که در لایحه قانون ایمپرسوم مورخ ۲۰۰۵، آمده است: حتی وبگاه‌هایی که از لحاظ اقتصادی وارد هیچ معامله‌ای با کاربران نمی‌شوند موظف‌اند

1. Unterrichtung des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen
2. Web Site
3. Teleservice



شناسنامه خود را در معرض دید کاربران قرار دهند. لذا در قانون فعلی هر ارائه‌کننده خدمات در اینترنت (البته به‌طور بالقوه هر کاربر اینترنت می‌تواند ارائه‌کننده خدماتی در اینترنت باشد) حتی آنانی که خدمات خود را به‌طور مجانی در اختیار سایر کاربران قرار می‌دهند باید شناسنامه‌ای دقیق، واضح، واقعی و قابل پیگیری داشته باشند.

داشتن شناسنامه برای وبگاه‌های کسب‌وکاری^۱ «الزامی» است اما برای وبگاه‌هایی که خدمات رایگان ارائه می‌کنند اصل برائت حاکم است و تنها هنگامی که شکایتی مطرح شود وجود شناسنامه موضوعیت پیدا می‌کند.

۶. الزامات اطلاع‌رسانی در شناسنامه نشریات برخط

برابر با پاراگراف پنجم قانون «دور رسانه‌های» آلمان، موارد عمومی و الزامی شناسنامه نشریات برخط به‌شرح زیر است:

- نام و نشانی شخصیت حقوقی مسئول وبگاه.
- در صورتی که شخصیت حقوقی، شعبه‌ای فرعی از یک شخصیت حقوقی اصلی است، ذکر نشانی‌های هر دو شخصیت حقوقی فرعی و اصلی، ضروری است.
- شماره ثبت شخصیت‌های حقوقی فرعی و اصلی.
- میزان سرمایه کسب‌وکار مربوطه.
- نام و نشانی «مرکز تماس»^۲ یا «روابط عمومی» برخط و صندوق پستی

1. Business Website
2. Contact Centre



رایانامه^۱ به‌طوری که امکان ارتباط فوری و برخط با مسئولان کسب‌وکار در هر آن (۷ روز هفته و ۲۴ ساعته) وجود داشته و تضمین شده باشد.

• اگر کالا و خدمات عرضه شده توسط کسب‌وکار برخط، نیاز به اخذ پروانه و مجوز قانونی از یک نهاد عمومی داشته باشد، ذکر نام نهاد مسئول و شماره پروانه و مجوز مربوط ضروری است.

• نام دفتر ثبت، اعم از ثبت مشاغل و اصناف و ثبت انجمن‌ها، «سمن‌ها»^۲ و جوامع مدنی یا ثبت تعاونی‌ها.

• اگر خدمات عرضه شده نیاز به مدرک تحصیلی مشخصی داشته باشد، ذکر مدرک تحصیلی، درجه و نام مرکز صدور آن.

• نام اتاق بازرگانی‌ای که ارائه‌کننده خدمت، عضو آن است.

• اگر مدرک و صلاحیتی در خارج از کشور احراز شده باشد ذکر نام کشور و مرجع صادرکننده مجوز یا مدرک.

• ذکر «سهامی خاص» یا «سهامی عام»، «با مسئولیت محدود» یا «با مسئولیت نامحدود» شرکت مربوطه.

همچنین در احکام صادر شده توسط قضات رسیدگی‌کننده به شکایتی مربوط آمده است: دسترسی به شناسنامه و برقراری ارتباط با روابط عمومی یا «مرکز تماس» می‌تواند از طریق یک پیوند تأمین شود.

البته اگر نشانی مرکز تماس برخط، در شناسنامه ذکر شده باشد، دیگر نیازی به ذکر شماره تلفن نیست.

1. Email
2. NGOs



۷. چه وبگاه‌هایی نیاز به شناسنامه ندارند؟

- وبگاه‌هایی که فاقد امکان دسترسی عمومی‌اند.
- وبگاه‌هایی که عمومی‌اند و امکان دسترسی به آنها از طریق تعبیه «گذر واژه»، برای عده‌ای خاص که صاحب وبگاه را می‌شناسند، محدود شده است.
- وبگاه‌های کاملاً شخصی که در آنها صاحب وبگاه به مسائل شخصی و خانوادگی خود می‌پردازد.
- وبگاه‌هایی که توسط موتورهای جستجوی اینترنت قابل شناسایی نیستند و مطالب آن حاکی از حوزه و حریم خصوصی است.

۸. واژه‌های مترادف در آلمانی

در زبان حقوقی آلمانی امروز، واژه‌های مترادفی که بجای «ایمپرسوم» به کار می‌روند عبارتند از:

- شناسنامه الکترونیکی (E- impressum)
- شناسنامه وب (Web impressum)
- شناسنامه ارائه‌کننده (Anbieterkennzeichnung)
- وظیفه اطلاع‌رسانی (Informationspflicht)
- نقطه تماس (Contact)

۹. واژه معادل در زبان انگلیسی

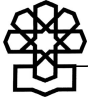
ایمپرسوم در زبان انگلیسی هم وارد شده است؛ اما معادل اصلی آن در انگلیسی masthead است که انگلیسی زبانان تحت آن فهرستی را درک می‌کنند که در روزنامه‌ها، ادوارنامه‌ها و کتاب‌ها، نشانگر ویژگی‌های تألیف و مؤسسه انتشاراتی است.

تفاوت‌های ایمپرسوم و Masthead عبارتند از:

- ایمپرسوم در اکثر زبان‌های اروپایی (و از آن جمله در زبان انگلیسی) وارد شده است و به‌طور عام به‌کار می‌رود، اما Masthead، صرفاً واژه‌ای انگلیسی است.
- ایمپرسوم، شناسنامه وبگاه‌ها هم هست، اما Masthead فقط به شناسنامه رسانه‌های چاپی - کاغذی اشاره دارد.
- نام‌های دیگر بجای «ایمپرسوم» یا اشکال توسعه‌یافته آن در زبان انگلیسی عبارتند از:

- Legal Disclosure
- Legal Notice

در کنار واژه‌های مذکور، اصطلاح Imprint به معنای مشخصات صاحب اثر نیز وجود دارد که به‌خاطر شباهت ظاهری‌اش با ایمپرسوم، اغلب به اشتباه مترادف ایمپرسوم تلقی می‌شود. این اشتباه، به‌ویژه از سوی مترجمان از زبان آلمانی به انگلیسی رخ می‌دهد زیرا بسیاری از مترجمان هنوز نمی‌دانند که واژه آلمانی «ایمپرسوم»، به همان شکل و بدون معادل‌سازی، در عصر اینترنت، وارد سایر زبان‌ها شده است.





نتیجه‌گیری

برای قانونگذاران و حقوقدانان، مهم است که بدانند:

- «ارائه‌کننده خدمت»^۱ در عرصه مخابرات، شخصیتی حقوقی است؛ اما در عصر فاوا، هر کاربر اینترنت می‌تواند خدمتی را مهیا کرده و عرضه کند. بنابراین یک کاربر می‌تواند ارائه‌کننده خدمت محسوب شود و خدمات وی ممکن است پولی یا رایگان باشد.
- هر چقدر روابط و رفتارها، شفاف‌تر و ساده‌تر می‌شوند، لزوم پاسخگویی به مصرف‌کنندگان نیز بیشتر می‌شود و توقع کاربران برای دسترسی سهل و آسان به سرویس‌دهندگان، افزایش می‌یابد.
- اتخاذ سیاست سخت‌گیرانه در قبال نوآوری‌ها و فناوری‌های نو، مانع توسعه است و لذا قوانین ساده‌ساز، می‌تواند کمک شایان توجهی به پیشرفت و توسعه کند.
- بسیاری از عناصر و سازوکارهای حقوقی - قانونی گذشته دارای توانایی ذاتی برای انطباق با شرایط جدید و فعلی هستند همان‌طور که نمونه «ایمپرسوم» قدیم و ظهور مجدد آن نشان می‌دهد.
- «محتوا» یا Content مهمتر از فاوا است؛ زیرا فاوا در اصل در خدمت محتوا است و محتوا نیز در خدمت توانمندسازی همگان است.
- ایمپرسوم، فقط شناسنامه رسانه نیست، بلکه شناسنامه محتوا نیز هست و همین شناسنامه به‌ظاهر کوچک و ساده، می‌تواند کمک بسیار بزرگ و سترگی به



رونق و ساماندهی صنعت محتوا و حقوق مصرف‌کنندگان کند.

- علاوه‌بر آن که ایمپرسوم، شناسنامه مطبوعات چاپی - کاغذی (کتاب‌ها و ادوارنامه‌ها) است، شناسنامه رسانه‌های الکترونیکی برون‌خط (الواح فشرده و انواع نوارهای ویدئویی) و شناسنامه رسانه‌های برخط نیز هست و به هر وب‌نوشت^۱ یا وبگاه^۲ هم تعلق دارد.
- برابر با تصمیم‌گیری و توصیه کمیسیون اروپا، رعایت ایمپرسوم برای همه عرضه‌کنندگان محتوا در اروپای واحد واجب است و براساس تجربه اتحادیه اروپا، سایر کشورها هم به‌مرور از مدل «ایمپرسوم» تبعیت می‌کنند.

منابع و مآخذ

1. en.wikipedia.org/wiki/impressum.
2. dictionary.sensagent.com/impressum/en-en/.
3. en.wikipedia.org/wiki/masthead.
4. www.language-boutique.com/lost-in-translation-full-reader/items/impressum-or-imprint.html.



شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۹۹۸۵

عنوان گزارش: قانون شناسنامه محتواها و وبگاه‌ها در آلمان و کشورهای اتحادیه اروپا به کمک «ایمپرسوم»

نام دفتر: مطالعات فناوری‌های نوین

تهیه و تدوین: عباس پورخصالیان

ناظر علمی: رضا باقری اصل

متقاضی: معاونت پژوهشی

ویراستار تخصصی: حسن پوراسماعیل

سر ویراستار: حسین صدری‌نیا

واژه‌های کلیدی: —

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸/۹/۱۱