

TARTU ÜLIKOOL
ÕIGUSTEADUSKOND TALLINNAS

Eraõiguse instituut

Paap Peterson

LINKIMINE JA ÕIGUSLIKUD KÜSIMUSED

Bakalaureusetöö

Juhendaja
Mag iur Kärt Nemvalts
Kaasjuhendaja
dr iur Aleksei Kelli

Tallinn 2013

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. INTERNET JA LINKIMINE	5
1.1 Erinevad linkimise viisid	5
1.2 Linkimisega seonduvad küsimused seoses autoriõigusega	9
1.3 Linkimisega seonduvad küsimused seoses kaubamärgiõigusega	16
1.4 Järeldused ja ettepanekud	25
2. INTERNETI TEENUSE VAHENDAJA	27
2.1. Teenusepakkuja ning tema vastutust välistavad asjaolud	27
2.2 Järeldused ja ettepanekud	34
KOKKUVÕTE	35
SUMMARY	38
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	41
KOHTULAHENDID	43
LÜHENDID	44

SISSEJUHATUS

Interneti¹levik on olnud selle sünnist alates kiire. 2012. aastal oli interneti penetratsiooniks Eestis 78%². Ligipääs internetile on enamikel kodus, tööl ning samuti ka kahe vahepeal. Mobiilsete seadmete tulek interneti sirvimiseks on ligipääsu veelgi suurendanud.

Peale ligipääsu internetile erinevatest seadmetest eksisteerib hulgaliselt võimalusi, kuidas sisu internetti üles laadida, alla laadida, viidata sisule ning ka selle läbi raha teenida reklaami abil või müües sisu teistele. Sellest tulenevalt on võimalik erinevatel viisidel autori- või kaubamärgiomaniku õigusi rikkuda.

Käesolev bakalaureusetöö on kirjutatud teemal „Linkimine ja õiguslikud küsimused“ põhjusel, et linkimist on Eesti õiguskirjanduses vähe käsitletud ning samuti puudub kohtupraktika.

Hetkel on aktuaalne teema Justiitsministeeriumi poolt algatatud intellektuaalse omandi kodifitseerimisprotsess³. Üks osa selles puudutab ka linkimist. Seepärast peab autor oluliseks olukorra uurimist.

Interneti üks põhiomadusi on erinevate info rohkus, mistõttu on tekkinud vajadus kasutajate jaoks seda filtreerida. See omakorda loob olukorra, kus tekib vajadus mh. otsingumootorite, blogide, sotsiaalvõrgustike ning erinevate keskkondade järgi, mis andmeid süstematiseerivad (nt. veebiportaalid). Teised interneti põhiomadused on veebilehtede seotus läbi linkide⁴ ehk viidete ning reklaamide avaldamine.

Töö hüpoteesiks on, et linkimine omab olulisi seoseid nii autoriõigusega kui ka kaubamärgiõigusega ning osadel juhtudel võib teenusepakkuja ka vastutada õigusrikkumiste

¹ Internet - magistraal-, vahe- ja tupikvõrkudest koosnev multiprotokolliline maailma suurim võrgustik. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://keelevaade.edu.ee/dict/speciality/aks/>. Viimati külastatud 18.04.2013.

² Veebistatistikat koondav portal. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>. Viimati külastatud 18.04.2013

³ A. Kelli. Intellektuaalse omandikodifitseerimine: vajadused, võimalused ja töökorraldus - Juridica, nr 7, lk 481-485.

⁴ Link - side hüperteksti osade vahel. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik. (viide 1).

eest. Käesolevas töös on kasutatud kvalitatiivseid meetodeid ning võrdlevat meetodit, et tuua välja erinevused USA ning Euroopa vahel. Lahenduse jaoks on esmalt vajalik kirjeldada erinevaid linkimise viise, uurida kas Eesti õiguskirjanduses leiduvale⁵ linkide jaotusele saab lisada uusi linkimisvõimalusi ning analüüsida seoseid autori ainuõigustega.

Lisaks autoriõiguse rikkumistele linkimise puhul on vaidlusalune teema ka kaubamärgiomaniku ainuõiguste rikkumine. Töö üheks eesmärgiks on kaardistada hetkeolukorda ning leida vastused, kas Euroopas ja Eestis võib linkimise läbi kaubamärgiomaniku ainuõigusi rikkuda. Töö fookus on suunatud otsingumootorite reklaamides märksõnade kasutamise ning erinevad reklaamviidete tüüpide seoste kaubamärgiõigusega ning leida autoriõiguste või kaubamärgiõiguste võimaliku rikkumise puhul vastutav isik. Antud töö keskendub aktuaalsematele ning vähereguleeritud teemadele, mis on peamiselt seotud otsingumootoritega ning analüüsib rikkumiste juhte.

Allikatena on autor peamiselt kasutanud Euroopa Kohtu praktikat, Eesti õiguskirjandust ning Eestis avaldatud teadustöid, mis linkimise ning internetiga seostuvaid õiguslikke küsimusi uurivad. Vähem on kasutatud USA kohtupraktikat ning õigusakte.

Töö eesmärgi saavutamiseks kaardistatakse töö esimeses peatükis erinevaid linkimise viisening seletatakse tehnilisi erinevusi. Samuti selgitatakse välja kas ja kui suurel määral esinevad linkimise puhul seosed autoriõigusega ning kaubamärgiõigusega. Teine peatükk võrdleb erinevates riikides levinud praktikat, kuidas ja kas interneti teenuse vahendaja saab vastutada autoriõiguste rikkumise eest enda keskkonnas ning mis on vastutust välistavad asjaolud autoriõiguse kui kaubamärgiõiguse rikkumise puhul.

⁵ M.Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. – Juridica, 2000, nr 10, lk 678-685.

1. INTERNET JA LINKIMINE

1.1 Erinevad linkimise viisid

Erialasõnastikus⁶ viidatakse internetile kui maailma suurimale tehnilisele võrgustikule, mis võimaldab arvutitel omavahel suhelda ning infot vahetada. Eestis on internet mõistena defineeritud Vabariigi Valitsuse määruses⁷ kui telekommunikatsioonivõrgu kaudu loodud andmeside, mis võimaldab infovahetust vastavate tehniliste seadmete ja andmeside protokollide⁸ vahendusel.

Sellesse võrku on läbi teenusepakkujate ühendatud paljud arvutid, mille kasutajad soovivad saata veebi (*World Wide Web*)⁹ ning sealt alla laadida erinevat informatsiooni (tekstidokumendid, pildid videod jne.). Selleks teeb lõppkasutaja arvuti brouser päringu vastavale serverile kuhu soovitud info on salvestatud, laeb alla lõppkasutaja arvutile saadetud informatsiooni ning kuvab seda brouseri kasutajale soovitud, eelseadistatud moel.

Kui lõppkasutaja soovib kuvada oma brouserisse veebist infot, siis on võimalus sisestada domeeni nimi või klikkida mõnel lingil¹⁰, pärast mida saadab brouser päringu serverile, kus veebileht on talletatud. Vastusaadav fail, mida brouser hakkab "kokku panema" on tavaliselt tekstivormingus ning kirjutatud HTML (*hypertext markup language*)¹¹ keeles. See fail sisaldab endas kuvatava veebilehe tekstilist osa, märgendeid ning URL –idest.

URL ehk lingid hüperteksti sees on selleks, et brouseriaknasse kuvada sisu, mis asub mõnes teises asukohas k.a välises serveris. Seega võib link olla kasutajale nähtav näiteks Delfi.ee portaalil asuv viide uusima uudise kohta või ka nähtamatu¹² kuna kasutaja teadmata kutsutakse veebilehe logo esile näiteks kolmandast serverist. Märgendid (*tag ing. K*) aitavad brouseril aru saada, kuidas peaks teksti ning veebilehe elemente kuvatama. Tekstiline osa on näiteks uudisteportaali artikli sisu.

⁶ V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.(viide 1).

⁷ Vabariigi Valitsuse 2000. aasta 4. detsembri määruses nr 398 "Üldkasutatava telekommunikatsioonivõrgu opereerimise ja üldkasutatava telekommunikatsiooniteenuse osutamise nõuded. RT I 2000, 93, 602.

⁸ Autor ei hakka peatuma kasutatavatel andmevahetusprotokollidel nagu TCP/IP, HTTP, POP3 jne. kuna need ei oma tähtsust antud töö kontekstis.

⁹ Ülemaailmne veeb – hüpertekstil põhinev hajus teabesüsteem Internetis. V. Hanson, A. Tavast. (viide 1).

¹⁰ Link – side hüperteksti osade vahel. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik (viide 1).

¹¹ Hüpertekst - internetis kasutatav märgistuskeel. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik (viide 1).

¹² Neid viiteid on võimalik kuvada erinevatel brouseritel tavaliselt View – Source käskluse abil. Seejärel kuvatakse HTML kood.

Seega teeb kasutaja arvuti rea päringuid, mille tulemusena kuvatakse brouserisse veebileht, internetireklaamid, logod, pildid, tekstid, viited videotele jms. Näiteks Google otsingumootoris¹³ otsingusõna sisestamisel kuvatakse nähtavaid linke teistele veebilehtedele. Erinevaid tüüpe linke võib olla mitmesuguseid. Järgnevalt on toodud välja olulisimad ning kirjeldab iga viisi puhul ka seotust autoriõigusega ning tekkinud õiguslikke küsimusi.

Hüperlink (ing. k *hyperlink*) on aktiveerimisel sihtobjektiga asenduv objektiviide hüpertekstis¹⁴. Hüperlink võib ka esineda muudes keeltes kui HTML (näiteks .pdf vormingus dokumendid), kuid antud töö eesmärgi puhul ei oma need tähtsust.

a) **Tavaline viitav hüperlink** on arvutikasutajale see sageli nähtav must tekstist eralduva sõna, pealkirja või tekstiosana, mis on sageli alla joonitud või muudab värvi kui hiire kursoriga sellele osutada. Autori poolt leitud kõige parem näide on esitatud Youtube/Google poolt MyVidster.com kohtuasja¹⁵ kommentaarides¹⁶:

Kasutaja brouseris veebilehel nähtav viide Youtube videokeskonda kujul www.youtube.com.

HTML märgenditena näeb see välja järgmine:

```
<B>Source Link:</B>
```

```
<a href="http://www.youtube.com/watch?v=8Ecv86o6kLM" target="blank">  
www.youtube.com</a>
```

HTML kood ütleb brouserile, et kuvada tuleb link paksu kirjalaadina ning lingina www.youtube.com (hüpertekst viide), mis viitab veebiaadressile <http://www.youtube.com/watch?v=8Ecv86o6kLM>, mis omakorda avab kasutaja brouseris uue akna koos videoga, kuid seekord juba Youtube.com keskkonnas.

¹³ Otsingumootor on internetis tegutsev teenusepakkuja, kes läbi tehniliste vahendite katalogiseerib andmebaasidesse internetis avaldatud sisu ning võimaldab oma kasutajatel seda hiljem sirvida ning teha sihtotsinguid märksõnade, ajaliste piiangute jms. kaudu. Tulemused kuvatakse algoritmide abil, mis proovivad anda kõige relevantsemaid tulemusi otsingule. Selleks kaardistatakse lisaks sisule ka meta sisu e. silmale nähtamatut infot veebilehe kohta, teatud sõnade esinemissagedust, veebilehe populaarsust jne. Täpsed algoritmid on hoitud saladuses, et vältida veebilehtede "kunstlikku" esiletõstmist otsingutulemustes. Sisestades sõna "Volkswagen esindus Tallinnas" reastatakse tulemused vastavalt Google või muude teenusepakkujate algoritmidele. Tulemused jaotuvad orgaanilisteks ja spondeeritud tulemusteks. Kättesaadav internetist www.google.com.

¹⁴ V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik. (viide 1).

¹⁵ Illinoisi ringkonnakohtu otsus Flava Works Inc. ja Marqes Rondale Gunteri vahelises kohtuasjas.

¹⁶ Illinoisi ringkonnakohtu arvamus Google Inc. ja Facebook, Inc. kohta.. Kättesaadav arvutivõrgust http://newsandinsight.thomsonreuters.com/uploadedFiles/Reuters_Content/2012/08_-_August/Flavavmyvidster-googleamicus.pdf. Viimati külastatud 18.04.2013.

M.Toomsoo¹⁷ on jaganud viitavad lingid kaheks: ühe veebilehekülje erinevaid osasid või dokumente ühendavateks lingid ja erinevaid veebilehekülgi ühendatavad lingid. Kuna autoril on oma teose mis tahes viisil kasutamiseks õigus¹⁸, siis autori enda veebilehe osadele viitavate linkide käsitlemine ei oma seoseid antud töö eesmärkidega.

b) Süvalinkimine (ing. k *deep linking*). Kujult ning tehnoloogialt on HTML keele jaoks tegemist tavalise hüperlingiga. Erinevus tuleneb asjaolust, et viide ei ole suunatud teise veebilehe pealehele vaid otse mõne veebilehe osale, dokumendile, pildile vms.

Näide süvalingist on viide Juridica artikli kokkuvõttele, mis asub aadressil http://www.juridica.ee/juridica_et.php?document=et/articles/2013/2/224387.SUM.php.

Klikkides sellele minnakse mööda www.Juridica.ee avalehest.

Üks avalehest mööda minemisega tekkiv probleem esineb selles, et viidatava veebilehe pealehel ei tehta lehekuvamist¹⁹. Lehekuvamiste esinemine ning nende sagedus on oluline just saadava reklaamituluga seoses kuna internetireklaame ostetakse ning tasu arvestatakse peamiselt näitamiste/kuvamiste järgi.

Süvalinkimise kohta Eesti kohtupraktikast kaasusi ei leia, kuid mujalt maailmast on need olemas. Ükski neist ei lahenda süvalinkimise seost täielikult, kuid oluline on märkida, et kuni 2000. Aastani²⁰ oli valdav arusaam, et süvalinkide kasutamine ei tohiks olla lubatud kuna seeläbi läheb kasutaja mööda külastatava veebilehe avalehest. Samuti olid enne aastatuhande vahetust aset leidnud vaidlused valdavalt veebilehtede vahel. Hiljem on see muutunud kuna interneti kasvu tõttu on tekkinud suurem vajadus otsingumootorite järele, mis kujutavad tarkvara, mis kaardistab internetti ning seeläbi võimaldab kasutajale otsinguteenuse. Sisuliselt kujutavad otsingutulemused endast süvalinke kuna viitavad otse veebilehele, minnes mööda pealehest.

c) Inline linking.

Ühes vähestes linke kirjeldavas artiklis eesti õiguskirjanduses²¹ on käsitletud raamivaid ning *inline* linkimist ühes lõigus. Kuigi HTTP²² protokolliga ei ole vahet, kas tegemist on

¹⁷M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5) lk 679.

¹⁸H.Pisuke. Autoriõiguse alused, Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2004, lk.31.

¹⁹V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.(viide 1).

²⁰The Shetland Times Ltd against Dr Jonathan Wills and Zetnews Ltd kui ühes esimeses süvalinke käsitlevas kohtuotsuses jõuti arusaamale, et süvalinkide kasutamine ei tohiks olla lubatud kuna kasutajad lähevad avalehtedest mööda.

²¹M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5) lk 679.

²² HTTP (=Hypertext Transfer Protocol) HTTP - TCP/IP klient-server-protokoll HTML-dokumentide edastuseks veebis. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.(viide 1)

viitava, *inline* või raamiva lingiga kuna nad on kõik olemuselt hüperlingid, siis *inline* linkimist kasutatakse tavaliselt piltide puhul. Kuna pildid on mahult suuremad kui tekstifailid, siis võib tekkida vajadus paigutada pildid teise serverisse, et säästa serverikuludelt. *Inline* linkimine tähendab külastatava veebilehega samas või sellest erinevas serveris paikneva lingitud objekti kasutamist, mis sageli on pilt. Tehniliselt võib olla osadel juhtudel *inline* link ka raamiv link. Aluseks kasutan Google näidet²³:

Veebilehe aadressil http://www.myvidster.com/search/?q=car&filter_by=myvidster on võimalik tutvuda videomaterjalidega, mis tulid esile peale otsingusõna “*car*” kasutamist. Kogu selle veebilehe sisu k.a tekst, pildid jms. tuleb myvidster.com serverist. HTML koodis näeb see välja selline: ``

See märgend ütleb browserile, et alla tuleks laadida pilt (“*img*”), teha seda kindlast kohast (*src*), mis asub myvidster.com serveris ning kuvada kindla laiuse ja pikkusega (“*height*” ja “*width*”) ja kindla äärega (=border) pilt.

Oletagem nüüd, et tegemist oleks images.google.com sisestava otsingusõnaga.

Google kuvab otsingusõnale erinevaid vasteid piltide kujul, mis on Google tarkvara poolt salvestatud erinevatelt veebilehtedelt, mis ei ole Google omanduses. Väike pilt *thumbnail* asub Google serveris, kuid peale sellele klõpsamist hiirega päritakse pilt kolmandast serverist, mida Google tarkvara alguses salvestas. Ehk tegemist on tavalise hüperlingiga. Sellele otsusele on jõudnud ka USA kohtupraktika otsuses Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc. and A9.com Inc. and Google Inc²⁴.

Teine võimalus kasutada *inline* linke on järgmine:

Veebileht A tegeleb blogimisega. Kirjutades artiklit uutest automudelitest lisab ta blogipostituse keskele HTML-i lingi, mis viitab Volkswagen.com serveris asuvatele piltidele, mis on kaitstud autoriõigusega ning mille omanik on Volkswagen. Veebilehe A lugeja näeb artikli keskel pilti VW uuest mudelist, kuid ei saa aru, et tema browser tõmbas selle kolmandast veebiserverist. See on väga sarnane raamimisega.

d) **Framing ehk raamimine.**

²³ Learned treatise Brief of Amici Curiae Google Inc. and Facebook, Inc. in Support of Neither Party. (viide 17)

²⁴ United States Court of Appeals for the Ninth Circuit. Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc. and A9.com Inc. and Google Inc. Kättesaadav internetist aadressil http://www.internetlibrary.com/cases/lib_case476.cfm. Viimati külastatud 18.04.2013.

“Raamivate linkide kasutamisel ei vii lingi aktiveerimine mitte teisele veebileheküljele nagu viitavate linkide puhul, vaid laeb teise veebilehekülje või veebileheküljel asuva kujundi, teksti, audiosalvestise või videoklipi juba avatud veebilehekülje vastavasse raami (ingl *k frame*)²⁵. Seega näeb veebilehekülje külastaja Interneti brauseri aknas uue veebilehekülje sisu või osa sellest raamituna teisest leheküljest, s.t tekib „pilt pildi sees“ efekt. Seejuures veebilehekülje aadress mis on nähtav brauseri akna asukoharibas, ei muutu, mistõttu ei ole ka arusaadav, et laetud veebilehekülg, kujund või tekst ei ole tegelikult osa raamivast veebileheküljest ning tegemist ei ole ka sama autoriga.“²⁶

Viimasel ajal ei kasutata raamimist enam nii palju veebilehe ehitamisel vaid kasutatakse *div* elemente, mis ütleavad browserile, kus kohas peaks mõne veebilehe osa ilmuma.

Raamimist kasutatakse sageli näiteks otsingumootorite puhul (punktis c Google näide) , sotsiaalvõrgustikes ning veebilehtedel, mis koguvad näiteks Youtube videokeskkonna videosid.

Veebilehel http://www.myvidster.com/video/10329345/scratched_car on näha erinevaid elemente, mis laetakse lõppkasutaja poolt alla Myvidster.com serverist. Kuid video ise on paigutatud raami, mille sisu laetakse alla Youtube.com serverist.

Märgend näeb välja järgmine:

```
<iframe                                width="640"                                height="385"
src="http://www.youtube.com/embed/IBUtpnGzt10?wmode=opaque&theme=light"
frameborder="0" allowfullscreen></iframe>
```

See ütleb browserile, et tuleb luua raam (iframe), mille sisu tuleks alla laadida Youtube.com serverist.

1.2 Linkimisega seonduvad küsimused seoses autoriõigusega

Viitavad lingid

Tavalist linkimist ei peeta autori õigusi rikkuvaks tegevuseks kuna ainult viidatakse teises serveris asuval lehele ning samuti ei tehta autori tööst koopiat ning seega ei rikuta

²⁵ V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.(viide 1)

²⁶ M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5) lk 679.

linkimisega AutÕS §13 p.1 lg1-s sätestatud. Samal arvamusel on ka enamik Euroopa riike ning USA²⁷.

Tavaliste viitavate linkide puhul võib toimuda autoriõiguste rikkumine juhul kui kasutatakse teose pealkirja või tsitaati lingis ning kasutatakse seda erinevatel mitteäriilistel juhtudel kui lubatud AutÕS §-des 18-25²⁸. Samal arvamusel²⁹ on ka W3C³⁰, organisatsioon, kes arendab veebis kasutatavaid protokolle ning annavad juhtnööre selle paremaks toimimiseks.

Süvalinkimine

Kui tavaline viitav link võib autori õigusi rikkuda harvadel juhtudel, siis süvalinkimise puhul ei ole arvamused enam nii ühtsed maailmas. Nimelt kuigi W3C arvab, et ka süvalinkimine peaks olema lubatud kuna autoritel on alati võimalus oma teoseid kaitsta salasõnadega vms., et keegi ei saaks neid näha. Sellisel juhul tõstatub küsimus, miks on teost vaja interneti laadida. Samuti leitakse, et kui süvalinkimist piirata, siis peaks ka seda kontrollima, kuid sellise kontrollmehhanismi/tarkvara loomine oleks äärmiselt keeruline kui mitte võimatu.

Loomulikult on ka põhjus olemas miks W3C peab sellist arvamust avaldama. Nimelt ei ole erinevates riikides kohtupraktika olnud süvalinkimisega seoses ühtne.

90ndatel aastatel oli kaks kuulsamat süvalinkimist käsitlevat kohtuasja. Esimest neist arutati 1996. aastal (Shetland Times Ltd. v. Wills³¹) kui Shetland Times`i endine toimetaja asutas ise veebilehe nimega „The Shetland News“ ning lisas enda esilehele linke (kasutaja nägi lingina uudise pealkirja Shetland Times`i veebilehelt. Peamine mure oli kasutajate jõudmine otse artikli juurde ning seeläbi reklaamikäibe vähenemine. Kohus otsustas, et teatavatel juhtudel võib olla teose pealkirja kasutamine autori õiguste rikkumine.

Teist kaasust arutati USA-s 1997. aastal. Ticketmaster.com hagi Microsofti vastu³² Microsofti omanduses olev veebileht Sidewalk sisaldas süvalinke Ticketmaster.com lehele. Sealjuures oli hageja alus seoses kõlvatu konkurentsiga, kaubamärgi eristatavuse

²⁷ Copyright and Fair Use. Stanford University Libraries. Kättesaadav arvutivõrgus: http://fairuse.stanford.edu/Copyright_and_Fair_Use_Overview/chapter6/6-c.html. Viimati külastatud 18.04.2013.

²⁸ M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5), lk 681.

²⁹ World Wide Web Consortium. "Deep Linking" in the World Wide Web. Kättesaadav arvutivõrgust: <http://www.w3.org/2001/tag/doc/deeplinking-20030911>. Viimati külastatud 18.04.2013.

³⁰ World Wide Web Consortium.

³¹ The Shetland Times v. Wills. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.linksandlaw.com/decisions-87.htm>.

³² Kalifornia ringkonnakohtu otsus, Ticketmasteri ja Microsofti vahelises kohtuasjas.

kahjustamisega ning vara alusetu säästmisega³³ ehk ei vaieldud autoriõiguste rikkumiste üle. Siiski Microsoft saavutas kokkuleppe Ticketmaster.com-ga ning edaspidi suunasid kõik Sidewalk lingid juba Ticketmaster.com-i avalehele.

Kolm aastat hiljem leidis aset vaidlus USA kohtus³⁴ Ticketmaster Corporationi ning Tickets.com-i vahel.

Tickets.com oli veebilehe, kes andis infot toimuvate ürituste kohta. Tickets.com kasutas automatiseeritud tarkvara „ämblik“³⁵, mis kogus veebilehtedelt infot ürituste toimumiskoha, aja jms. Kohta ning seejärel kuvati need andmed Tickets.com lehel. Kõike muud info k.a autoriõigustega kaitstud tekstid, logod jms. ämblikprogrammid eirasid ning see heideti kõrvale või seda ei kuvatud üldsusele³⁶. Seejärel kuvati Tickets.com lehel lingid Ticketmasteri kodulehele ning seda tehti viitega, et Tickets.com-ile mittekuuluval veebilehel on võimalik osta kirjeldatud üritustele pileteid.

Autoriõigusega seotud küsimustes leidis kohus, et kasutajatel ei teki segadust kuhu veebilehele neid suunatakse ning teiseks, et Ticketmaster.com-i lehest ei tehta koopiat. Ticketmasteri poolt soovitud linkimise ning ämblikprogrammi abil kogutud info eeltökendi otsuses leidis kohus, et autoriõiguste rikkumist USA autoriõiguse seaduse alusel ei toimunud kuna kõigile teadaoleva info nagu kontserdi toimumise aja esitlemist oma veebilehel ei saa keelata. Samuti ei kuvanud Ticket.com infot samalaadselt või kasutades sama kujundust vaid kasutas enda vorme ning kujundust. Seega ei saa seda käsitleda ka koopiana AutÕS § 12 mõistes või isegi tuletatud teosena AutÕS § 35 mõistes. Oluline on ka märkida kohtu arvamust seoses veebilehe vahemällu talletamise kohta – kuna koopiat ei säilitatud, siis peeti seda Copyright Act-i järgi teose õiglaseks kasutamiseks (ingl k *fair use*).

Euroopas on olnud kohtupraktika veidi erinev USA omast. 2002. aastal kaardistas Newsboosteri otsinguteenuse arvutitarkvara Taani internetti, et leida enda kasutajate eelistustele vastavaid uudisartikleid, mis seejärel peale vastava otsingusõna lisamist Newsboosteri lehele kuvati lõppkasutajatele süvalinkide kujul. Taani Ajalehtede Väljaandjate Liit (*Danish Newspaper Publishers Association*) leidis, et nii minnakse mööda nende liikmete

³³ M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5) lk 680.

³⁴ Ticketmaster v Tickets.com kohtuasja kokkuvõte. Kättesaadav arvutivõrgust. http://itlaw.wikia.com/wiki/Ticketmaster_v_Tickets.com.

³⁵ Spider (=crawler) (=webcrawler) ämblik - uusi WWW-dokumente otsiv ja nende andmeid otsingundmebaasi lisav robotprogramm. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.(viide 1).

³⁶ Ticketmaster v Tickets.com kohtuasja kokkuvõte. (viide 35).

veebide avalehtedest ning põhjustati seega rahalist kahju. Kohus leidis³⁷, et sellise linkimise puhul rikutakse Taani Autoriõiguse seadust³⁸ ning Euroopa Liidu direktiivi andmebaaside kaitse kohta³⁹. Kohtu otsus oli, et veebilehed moodustasid andmebaase artiklitest ning pealkirjadest ning seeläbi saavad otsida kaitset Taani Autoriõiguse seaduse § 71 järgi ning samuti Euroopa liidu 96/9/EÜ andmebaasidirektiivist.

Sarnase kaasuse leiame ka Eesti kohtupraktikast⁴⁰, kus Sanoma Baltic esitas hagi AS Eesti Ajalehed vastu seoses viimase tegevusega, kus Ekspressauto.ee veebileht kopeeris tarkvara abil Auto24.ee veebilehelt kuulutusi, tekitades sellega autoriõiguse rikkumise ning saamata jäänud tulu litsentsitasudelt. Kohus leidis, et Auto24.ee kuulutuste näol on tegemist andmebaasiga 96/9/EÜ direktiivi alusel ning samuti tuvastati nii teose reprodutseerimise õiguse (AutÕS § 13 lg 1 p 1) kui ka avalikult kättesaadavaks tegemise õiguse (AutÕS § 13 lg 1 p 9¹) rikkumine⁴¹. Seega on üks võimalik viis otsida kaitset süvalinkimise vastu tõestades, et lingitava teenuse puhul on tegemist andmebaasiga.

Peale 2003. aastat on Euroopa (k.a Taani) kohtupraktika veidi muutunud. 2006. aastal leidis Taani Merendus - ja Kaubanduskohus (The Maritime and Commercial Court in Copenhagen) kohus⁴², et süvalinkimine on õigustatud ning internetis tegutsevad ettevõtted peavad olema valmis, et nende veebilehele viidates kasutatakse süvalinke. Kohus ei täpsustanud, miks oli otsus erinev Newsboosteri kohtuasjast.

Saksamaal⁴³ otsustati 2003. aastal, et süvalinkimine on õigustatud ning otsingumootorid ning internet ei saaks toimida teisiti. Samuti rõhutati, et kui kostja puhul oleks olnud tegemist kasumit taotleva ettevõttega (näiteks müües reklaame), siis oleks võinud otsus olla teistsugune.

Võib väita, et süvalinkimine ei riku autori õigusi juhul kui on selge kuhu lõppkasutaja suunatakse ning ei muudeta teose pealkirja. Vastupidine praktika oleks liigne interneti piiramine kuna interneti üks toimispõhimõtte on seal olevate andmete vahelised seosed.

³⁷ Taani Merendus – ja Kaubanduskohtu (Sø-og Handelsretten), 19. veebruari 2003 otsus DDF (Danske Dagblades Forening) v Newsbooster A/S,110/02.

³⁸ Taani autoriõiguse seadus. Kättesaadav arvutivõrgust: <http://kum.dk/Documents/English%20website/Copyright/Consolidated%20Act%20on%20Copyright%202010%5B1%5D.pdf>. Viimati külastatud 18.04.2013

³⁹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv andmebaaside kaitse kohta 96/9/EÜ. EÜT L77/20, 27.03.1996.

⁴⁰ Riigikohtu otsus 6.06.2012 otsus tsiviilasjas 3-2-1-71-12.

⁴¹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv andmebaaside kaitse kohta. (viide 39).

⁴² Taani Merenduse – ja Kaubanduskohtu (Sø-og Handelsretten) 1. veebruar 2006.a otsus A/S Home v Ofir A/S, v-108-99.

⁴³ Saksamaa föderalkohtu (Bundesgerichtshof, BGH)17.07.2003. a. otsus. Paperboy.de kohtuasjas I ZR 259/00.

Vastutus võib Eesti kontekstis tekkida nii Autoriõiguse seaduse §75 kui ka Euroopa Liidu andmebaasidirektiivi preambuli p 17 alusel.

Inline linking

Inline linkimise puhul võib ka olla tegemist süvalinkimisega. Siinkohal on aga olulisem fakt, et lingina esineb tavaliselt pildimaterjal. Lihtsa süvalingi puhul on selge, et see viib kasutaja kolmandas veebiserveris asuva teoseni, siis *inline* lingi puhul ei pruugi see olla alati nii selge. Erineb veel ka viis kuidas saab inline linkimist kasutada.

Juhul kui veebileht kasutab *inline* lingina enda veebilehe sees pilti, mis asub teises serveris⁴⁴, siis on tavaliselt tegemist autori õiguste rikkumisega. See on samaväärne raamimisega kuna edastatakse autoriõigusega kaitstud teost või selle osa. 2011. aastal jõudis samasugusele otsuseni⁴⁵ Düsselndorfi Appelatsioonikohus, kes otsustas, et pildi linkimine HTML koodis, sellisel moel, et lõppkasutajale võib tekkida eksitav arusaam teose autoriõigustest ei ole teose reprodutseerimine, kuid on teose edastamine Saksa autoriõiguse seaduse §19 punkti a alusel. Hageja leidis, et enda veebilehel pildi avaldamine on suunatud kindlale publikule, kuid kui keegi kolmas seda edastab, siis tekib lisapublik, kellega autor pole arvestanud.

Nimelt otsingumootorid kasutavad tarkvara, et veebilehti kaardistada ning viitavad veebilehtede piltide abil⁴⁶. Nad salvestavad pildid enda serveri vahemällu (*caching*), et lõppkasutajale saaks kuvada otsingutulemused võimalikult kiiresti. Tekib küsimus, kas vahemällu salvestamine on käsitletav teose reprodutseerimisena . E.Tohvri jõuab oma magistritöös järeldusele, et ka teose ajutine kopeerimine interneti toimimiseks mahub Berni konventsiooni⁴⁷, WCT⁴⁸ ja TRIPS lepingu alusel õiguse reprodutseerimise kaitsealasse. Samuti viitab E. Tohvri Euroopa liidu infoühiskonna direktiivile, mis ütleb, et ka vähem püsivamat koopiat käsitletakse reprodutseerimisena. Siiski leiab autor, et tulenevalt Infoühiskonna direktiivi artikli 5 lõike 1 alusel on juhusliku tehnilise protsessi osana või

⁴⁴ Punktis 1.2 kirjeldatud Volkswageni pildi kasutamise näide.

⁴⁵ Düsselndorfi Appelatsioonikohtu 8.10.2011.a. otsus kohtuasjas I-20 U 42/11.

⁴⁶ Kirjeldatud ülal p.1.2 lg c.

⁴⁷ Berni kirjandus- ja kunstiteoste kaitse konventsioon. – RT I 2004, 29, 191; RT I 2006, 31, 234

⁴⁸ WIPO autoriõiguse leping . – RT II, 06.07.2006, 14, 39.

ajutise siirdamise jaoks vajaliku koopia tegemine reprodutseerimine, kuid see arvatakse reprodutseerimisõiguse alt välja⁴⁹.

Kui lõppkasutaja otsib midagi nt. Images.google.com-st siis kuvatakse talle otsingutulemustes väikesed versioonid originaalsetest piltidest, mille Google tarkvara salvestas. Tegemist on *thumbnail*-dega ehk. miniatuuriga⁵⁰ Google leiab, et selline link on võrdväärne tavalise hüperlingiga.

Perfect 10 oli erootilist pildimaterjali sisaldav veebileht, kes oli vastu sellele, et Google otsingust tulid välja lingid kolmandatele veebilehtedele, kes olid väidetavalt rikkunud Perfect 10 autoriõigusi (teisene vastutus). Samuti peeti Googlet otseseks vastutajaks selle eest, et Google tarkvara talletas pilte vahemällu ning näitas kasutajatele nendest pisipilte.

USA kohus, leidis kohtuasja *Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc.* otsuses, et teisest vastutust ei saa kohaldada kuna olenemata Google-st on alati ka tulevikus veebilehti, kes võivad kellegi autoriõigusi rikkuda. Olulisem isegi oli kohtu otsus seoses otsese vastutusega autoriõiguste rikkumise eest piltide vahemällu salvestamisega⁵¹. Nimelt ei ole ilma loata piltide kopeerimine, juhul kui need ei salvestata otsingumootori serveritesse ning mida reprodutseeritakse lõppkasutaja arvuti abil raamimise teel, otsene autoriõiguste rikkumine. Teiseks pisipiltide salvestamine otsingumootori serverisse ei ole autoriõiguste rikkumine kuna olemuselt on need pildid tuletatud teosed. Miniatuurid on 9nda Ringkonnakohtu arvates Google puhul tuletatud teosed kuna olemuslikult on nende funktsioon teine – algselt meelelahutusliku iseloomuga piltidest on saanud viited algallikale ning samuti on ühiskonnal tervikuna sellisest teenusest kasu, mis omakorda on olulisem kui Perfect 10 poolt esitatud nõue, et Google ei tohiks saada sellisel juhul rahalist kasu sellisest teenusest. Raamimise kohta arvati, et USA Autoriõiguse seaduse⁵² alusel ei saa viidata raamimisele kui autoriõiguste rikkumisele seoses lõppkasutaja segadusega, kelle omad on vaadeldava pildi autoriõigused.

⁴⁹ Tohvri, E. Interneti teenuste vahendaja tegevusega seotud õiguslikke küsimusi autoriõiguse ja autoriõigusega kaasnevate õiguste kasutamisel internetis. Magistritöö. Juhendaja Pisuke, H. Tallinn, 2007. lk 31.

⁵⁰ Miniatuur - väike eelvaatluspilt. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik.

⁵¹ McFarlane: Copyright Law and the Internet. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://digitalcommons.law.ggu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1979&context=ggulrev>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁵² Copyright Act. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.copyright.gov/title17/>. Viimati külastatud 18.04.2013.

Raamimine

Raamimise puhul võib kasutada samalaadseid näiteid nagu punktis 1.2.3, sest olemuslikult pildile viitamine raami kaudu ongi inline linking. Aastaid tagasi oli raamimine internetis populaarsem tavaliselt sellepärast, et hoida kokku andmesidekuludelt, kuid tänapäeval on see pigem aktuaalne küsimus piltide linkimisel raamide abil, otsingumootorite tarkvara puhul (Google näide) ning samuti videomaterjali linkimisel raamide abil.

Kokkuvõtteks võib väita, et kohtupraktika on riikides erinev ning päris ühest lähenemist pole erinevatele linkimise tüüpidele seoses autoriõigusega. Tavalised viitavad lingid on üldjuhul lubatud, seda peetakse interneti toimise põhialuseks ning selle piiramine oleks ebapraktiliselt ajamahukas. Süvalinkidega on maailma kohtupraktika suund muutunud. Süvalinke (teksti kujul hüperlink) ei peeta autoriõiguste rikkumiseks enamikes riikides, sest ka antud töö autorile oleks mõeldamatu internetis asjade otsimine kui need viitaksid vaid kataloogi/veebilehe avalehele.

Inline linkide puhul on USA otsustanud, et autoriõiguste rikkumist sellisel juhul ei toimu. Seda mõlemal juhul kui veebileht lingib pilti raamina või ka teeb pisipildi kujul teosest koopia ning salvestab selle enda serverisse. USA kohus ei ole siiski välistanud õiguskaitse otsimist kõlvatu konkurentsi või kaubamärgiõiguse rikkumise alusel. Kontinentaal-Euroopa kohtupraktika veidi erineb sellest ning viide HTML-i sees pildile, mis kuvatakse raamide abil ei ole Saksamaa kohtupraktika alusel⁵³ lubatud.

Eesti kontekstis võib väita, et tavapärane linkimine ning süvalinkimist ei saaks pidada autoriõiguste rikkumiseks. Küll võib seda olla raamimine kui puudub viide autorile.

Kuna autori õigusi rikkuvate üksikisikute vastutusele võtmine vähemalt esmase õiguskaitse tagamiseks ei ole tõhus nende võimaliku paljususe tõttu, siis on õiguskirjandus ning kohtupraktika on keskendunud just teenusepakkuja vastutusele.

⁵³ Clifford Miller's law blog. "Embedding" Images From Third Party Sites In Websites Is Copyright Infringement. (viide 44).

1.3 Linkimisega seonduvad küsimused seoses kaubamärgiõigusega

Kaubamärgi definitsiooniks võib pidada järgmist: kaubamärk on tähis, millega on võimalik eristada ühe isiku kaupa või teenust teise isiku samaliigilisest kaubast või teenusest⁵⁴.

Kaubamärk on üks tööstusomandi liikidest, mis omakorda on üks kolmest põhilisest intellektuaalse omandi kolmest valdkonnast (teised on autoriõigus ja autoriõigusega kaasnevad õigused e. naaberõigused). Tööstusomand on üldmõiste, mis tähistab õigusi kaubamärgile, leiutisele, tööstusdisainilahendusele, geograafilisele tähisele ja mikrolülituse topoloogia.

Oluline on märkida, et kaubamärkide puhul ei teki ainuõigus automaatselt⁵⁵ ning kaubamärk on vajalik registreerida, et omanik saaks kasutada kaubamärki ning keelata teistel selle kasutamine.

Kaubamärgi registreerimine on vajalik, et tarbija saaks eristada ühe ettevõtja toodangut teiste omast. Kaubamärgi tuntus võimaldab luua tarbijas kvaliteedi seose – viidates vaid kaubamärgile saab tarbija olla kindel, et tegemist on kvaliteetse tootega, teenusega vms. See omakorda võimaldab seda hõlpsalt ära kasutada teistel ettevõtjatel kuna lihtsalt on võimalik tarbijat eksitada näiteks piraattoodangu puhul. Seega on kaks olulisemat kaubamärgiõiguseomadust 1) kaitsta tarbijat ja 2) kaitsta kaubamärgiomaniku ainuõigusi teiste ettevõtjate ees.

Lisaks eristusfunktsioonile on oluline päritolufunktsioon. Sageli pole tarbijal teavet selle kohta, millisest kohast tuleb näteks ostetav karastusjook. See võib olla tehtud allhankija poolt kolmandas riigis, kuid tuntud kaubamärgi nimi Coca-Cola vms. aitab luua seose kauba või teenuse pakkujaga. Sellest tuleneb ka kvaliteedifunktsioon⁵⁶, mis aitab tarbijas kindluse toote kvaliteedis, nähes äratuntavat kaubamärki.

Eestis reguleerib kaubamärkide kasutamist kaubamärgiseadus (edaspidi KaMS) ning Euroopa Ühenduse kaubamärkide osas Nõukogu määrus (EÜ) nr 40/94, 20.12.1993, Ühenduse kaubamärgi kohta. Olulised on ka rahvusvahelised lepingud nagu 1891.a . sõlmitud Madridi kokkulepe märkide reguleerimise kohta,⁵⁷ 1989. a. sõlmitud Madridi kokkuleppe protokoll,

⁵⁴ K. Kurisoo, V. Kaur, P. Ant. Intellektuaalne omand, AS Äripäev, 2009, lk. 67.

⁵⁵ Välja arvatud üldtuntud kaubamärgi puhul.

⁵⁶ K. Kurisoo, V. Kaur, P. Ant. Viide 67, lk 67.

⁵⁷ RT II 1998, 36, 68

1957. a. sõlmitud märkide registreerimisel kasutatav Nizza kokkulepe ning 1994. a. sõlmitud kaubamärgiõiguse leping⁵⁸.

KaMS on harmoniseeritud Euroopa Nõukogu direktiiviga kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (direktiiv 89/104/EMÜ, 21.12.1988)⁵⁹. Kaubamärgiseaduses on peale kaubamärgi definitsiooni ja registreeritud kaubamärgi omaniku ainuõiguste ka käsitletud kaubamärkide kasutamist internetis. KaMS § 14 lg 3 kohaselt kaubamärgi kasutamine Internetis loetakse kaubamärgi kasutamiseks Eestis juhul kui sellel on äriline tagajärg. Antud töö kontekstis on oluline ka märkida KaMS §16 ainuõiguse piirangud, mis lubavad teatud juhtudel ka kaubamärke kasutada ärielistel eesmärkidel. Need on mainitud allpool.

Olulisemad kaubamärkide liigid linkimisega seoses⁶⁰:

a) Sõnamärgid – sõnad, tehissõnad, loosungid, tähtede ja numbrite kombinatsioonid.

Sõnamärke on võimalik kasutada viitavate linkide, süvalinkide ning sponsoreeritud reklaami puhul

b) Kujutismärgid – geomeetrilis-kujunduslikud elemendid. Hea näide kujutismärgist on autotootjate graafilised logod. Sõnaline osa kaubamärgi koosseisus puudub. Kujutismärke on võimalik kasutada nt. graafiliste kujunditega reklaamide puhul⁶¹.

Antud töö eesmärke toetades on vajalik kirjeldada olukordi, millal kaubamärgi omaniku ainuõigused pole piiratud. Piirates igasuguse kaubamärgi kasutamise võib tekkida olukord, kus tavapärane majandusloogika ei saa toimida. Sellepärast on kaubamärkide ainuõigusel ka erandid⁶²:

a) Kaubamärgiomanikul ei ole õigust keelata teistel kasutada äritegevuses häid äritavasid järgides teiste inimeste nimesid ja aadresse, kauba mittekaitstavaid osi.

b) Kaubamärgiomanikul ei ole õigust keelata teistel kasutada äritegevuses häid äritavasid järgides kaubamärki juhul kui see on vajalik kindla otstarbega kaubale (nt. abimaterjalid ja varuosad) või teenusele osutamiseks.

⁵⁸ RT II 2002, 19, 84.

⁵⁹ Euroopa Liidu Teataja L 40, 11.2.1989, lk 1-7.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Bännerreklaam.

⁶² K. Kurisoo, V. Kaur, P. Ant. Viide 68. Lk 109-110.

c) Rikkumiseks ei loeta ka kaubamärgi avaldamist avalikes publikatsioonides, kuid autor ja kirjastaja peavad tagama, et kaubamärgi juures oleks hoiatustähis ®.

d) Kaubamärgi omaniku õigused on ammenduvad ning kaubamärgiomanik ei saa keelata tema poolt käibesse lastud kauba edasist ärieesmärgil kasutamist Euroopa Majanduspiirkonna lepingu liikmesriigis. Seda on võimalik keelata juhul kui kaubamärgiomanikul on õigustatud huvi selle vastu olla. Eriti juhul kui toodet või selle pakendit muudetakse enne käibesse laskmist.

Arvestades Eestis kehtivat seadusandlust⁶³ loetakse kasutamine Internetis kaubamärgi kasutamiseks Eestis ainult siis, kui sellel on Eestis äriiline tagajärg. Seepärast ei käsitle käesolev töö registreeritud kaubamärkide kasutamist mitteärielistel eesmärkidel laiemalt kui kirjeldavatel eesmärkidel, et eristada ainuõiguste rikkumist piiratud ainuõigustest.

Internetis on sagedane lubada enda lehele lisada kood, mille käivitamisel näeb kasutaja reklaame nn. reklaamivõrgustikest⁶⁴, veebilehe omanik saab selliste näitamiste või klikkide eest rahalist kasu kuigi ise aktiivse müügiga ei tegele. Seepärast võib öelda, et ka paljud väiksemate blogipäevikute pidajad kasutavad lisaks kohalikele võrgustikele SmartAd, Adnet ning ClickIT alates 14. Juunist 2012⁶⁵ Google AdSense võrgustiku teenuseid. KaMS §14 lg 2 p 5 sätestab kaubamärgi omaniku ainuõigusena keelata kaubamärgi tähise kandmine äridokumentidele, reklaammaterjalidele ning kauba kasutusjuhendile.

a) **Viitavad lingid** - M. Toomsoo on õigustatult leidnud⁶⁶, et reklaamide näitamisega taotleb veebileht ärielist eesmärki ning, et lehele olevad viitavad lingid ning süvalingid, sisaldades registreeritud kaubamärki ning viies külastaja alldokumendini, kus on äratoodud samaliiki kaubad või teenused, millele kaubamärk on registreeritud võivad teatud juhtudel olla ka reklaammaterjalid. Juhul kui viidatakse kaubamärgi ametlikule veebilehele, siis pole tegemist rikkumisega kuna veebi üks põhiomadusi on viitamine teistele lehtedele. Küsitav võib see olla siis kui viidatakse näiteks kaubamärgiomaniku tooteid remontivale ettevõttele, kuid sellest edaspidi.

⁶³ KaMS § 14 lg 3. RT I 2002, 49, 308.

⁶⁴ Reklaamivõrgustik on ettevõtte, mis ühendab tehniliselt reklaamija veebilehega, kes soovib näidata reklaame, kuid kellel ei ole soovi või ressursse tegeleda reklaamide müügiga.

⁶⁵ Kättesaadav arvutivõrgust. <http://adwords-ee.blogspot.com/2012/06/adsense-nuudsest-ka-eestis.html>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁶⁶ M. Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. (viide 5) lk 682.

Samuti leiab käesoleva töö autor, et teatud juhtudel on võimalik kaubamärgi omaniku poolt nõuda kaubamärgi eemaldamist. Seda näiteks sellisel juhul kui reklaami müüv äriühing A viitab küllastajate saamise eesmärgil (seega suurendades potentsiaalset reklaamitulu) nt. blogipostituses veebilehele B, kus on mainitud ebaõigeid fakte autosid tootva äriühingu C autode kvaliteedi kohta. Ilmselt jääb see rohkem teoreetiliseks võimaluseks, sest Internetis ei suudeta kõiki väljaandeid kontrollida ega hallata.

Seega võib väita, et tavapärase linkimise puhul ei ole tegemist kaubamärgiõiguste rikkumisega kui ei taotleta ärilist eesmärki.

b) *Inline linking* ehk teises serveris oleva graafilise materjali kasutamine oma veebilehel omab seoseid autoriõigusega ning teatud juhtudel võib ka rikkuda kaubamärgiomaniku ainuõigusi. Nimelt kasutades IMG linke, mis sisaldavad registreeritud kaubamärke. Samalaadselt eelmise näitega viitavate ja süvalinkide kohta peavad olema täidetud ärilise eesmärgi nõue ning kasutatav graafika peab sisaldama kaubamärki. Asjaolu, et rikutakse ka autoriõigusi kutsudes enda veebilehe sisuna esile pilti teisest serverist ei oma tähtsust. Sellise näite puhul omab IMG link sarnasusi tavapärase viitava lingiga.

c) Raamivate linkide⁶⁷ kasutamine on viimastel aastatel vähenenud⁶⁸ ning veebilehed ei proovi sagedasti “koostada” oma veebilehte teiste omadest. Siiski omavad raamivad lingid tähtsust kaubamärkidega seoses. Kuna raamimise puhul ei ole ilma viiteta selge, kelles serveris asub nähtav sisu, siis on võimalik tarbijas või küllastajas luua mulje, et raamivaid linke kasutav veebileht omab majanduslikku seost raamitava sisu omanikuga.

Teenusepakkujate puhul nagu Google Images on vastutus eelnevates peatükkides järeldata kohaselt välistatud, kuid ärilist eesmärki taotleb veebileht, kes seab ise üles raamivaid linke, taotleb ärilist eesmärki ning raamitud sisus sisaldub registreeritud kaubamärk on vastutav.

Vastutus võib tekkida eksitava reklaami puhul ka Reklaamiseadusest⁶⁹(edaspidi RekS) §4, mis kirjeldab eksitava reklaami juhud.

Tavapärase linkimise ning süvalinkimise puhul on seega võimalik teatud juhtudel kaubamärgi kasutamist proovida keelata, kuid seda väga ei praktiseerita. *Inline* ja raamivate linkide puhul

⁶⁷ Ptk. 1.2.4.

⁶⁸ Autori hinnang. Põhineb igapäevasel teadmistel Eesti veebilehete sisust ning tehnikatest, kuidas on veebilehed koostatud.

⁶⁹ RT I 2008, 47, 261

võib olukord olla teistsugune. Kui veebileht taotleb ärilist eesmärki, siis on kaubamärgiomanikul ka vastavalt KaMS-le õigus kaubamärgi kasutamise keelata.

d) Otsingumootorid ja spondeeritud viited

Lisaks nõ. orgaanilistele⁷⁰ viidetele kuvatakse Google otsingumootoris ka spondeeritud linke⁷¹. Selle teenuse nimi on GoogleAdWords ning selle tulu oli eelmisel aastal ca 24 miljardit dollarit⁷² ning Eestis ca 3-7m eurot⁷³. Teenusele on ka konkurente nagu Yahoo search, kuid Google AdWords on suurim⁷⁴ sellise teenuse pakkuja. Reklaamijatel on võimalik osta teenust Google käest, mille sisuks on otsingutulemustes enne orgaanilisi viiteid kuvada linke, mille eest on Google`e makstud. Samuti kuvatakse selliseid linke veebilehtedel (k.a Eesti omadel), kes on liitunud Google AdSense reklaamivõrgustikuga. Märksõnade sisestamine, mille puhul reklaame kuvatakse on reklaamija poolne tegevus ning Google pakub selleks vaid tehnilist lahendust.

Tavakasutuses olevate sõnade, mis ei ole registreeritud kaubamärgid, kasutamine ei tekita olukorda, kus tekivad vaidlused kaubamärgi kasutamise üle. Küll aga võimaldab selline tehniline lahendus kasutada reklamijatel vabalt valitud kaubamärke märksõnadena. Mis omakorda on tekitanud ning tekitab ka tulevikus palju vaidlusi.

Lisaks spondeeritud tekstiviidetele on võimalik osta ka bannerreklaami Google reklaamivõrgustikus. Google kogub pidevalt infot enda kasutajate ning reklaamivõrgustikus olevate saitide sisu kohta. Algoritmide tulemusel on võimalik olukord, kus Volkswageni fännklubi leheküljel näidatakse Volkswageneid halvustavaid reklaame.

Kõige enam on tekitanud vaidlusi nii Euroopas kui USA-s just spondeeritud viited ning enamik kohtuasju on seotud Googlega, kellel on ka kõige suurem katvus⁷⁵. Eestis ei ole autorile teadaolevalt ühtegi kohtuasja olnud, kuid registreeritud kaubamärkide omanikud on

⁷⁰ Otsingutulemuste järjestusse sattumine ei ole tasuline seal olevatele veebilehtedele ning seda ei saa mõjutada ostetavate teenuste kaudu.

⁷¹ *Sponsored links.*

⁷² Kätesaadav arvutivõrgust. <http://investor.google.com/financial/tables.html>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁷³ Autori hinnang, mis baseerub vestlustel Google Adwordsi ekspertidega. Google ei avalda enda käibe suurust Baltikumi riikides.

⁷⁴ Märtsis 2013 90.46% kogu otsingumootorite turust. Kätesaadav arvutivõrgust: http://theword.co.uk/info/search_engine_market.html. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁷⁵ *Ibid.*

http://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2013/2/comScore_Releases_January_2013_U.S._Search_Engine_Rankings. Viimati külastatud 18.04.2013.

teinud üksteisele nõudeid reklaame eemaldada nii Neti.ee kui ka Google Adwordsi keskkonnast⁷⁶.

Kaks kõige tavalisemat juhtumit on:

a) Kaubamärk kui märksõna.

Reklaamija A ostab märksõna X, mis on registreeritud kaubamärk ning mille omanik on äriühing B. Peale kasutaja otsingut, kasutades sõna X kuvatakse orgaaniliste otsingutulemuste ees spondeeritud reklaami, mis viitab reklaamija A kodulehele. Äriühingule B see ei meeldi ning ta palub kaubamärgi kasutamine lõpetada.

Peamine küsimus on kas KaMS § 14 lg 3 järgi on sellisel kasutamise viisil äriühing tagajärg. Reklaamides teenuseid või tooteid või pakkudes teenust selliseid reklaame sihtida (Google), siis võib öelda, et on küll. Sellisel juhul on kaubamärgiomanikul õigus keelata oma kaubamärgi kasutamine.

Selline lähemisviis ei ole praktiline. Keelates sihtimise kaubamärgi järgi avaldub mõju ka ettevõtetele, kes soovivad kasutada kaubamärgi lubatud viisidel.

Euroopas ning Eestis seaduses viited puuduvad ning liikmesriigid on otsinud sellisele probleemile lahendust Euroopa Kohtust. Kohtuasjas C-558/08⁷⁷ soovis hageja Portakabin Ltd, et kostja Primakabin BV lõpetaks enda reklaamide kuvamise külastajatele, kes sisestavad Google otsingumootoris hagejale kuuluvaid kaubamärke. Peamine küsimus oli, kuidas tuleb tõlgendada 89/104/EMÜ direktiivi, kus sisalduvates artiklites 5-7 (nendele vastavad KaMS §-d 14 ning 16) on kirjeldatud kaubamärgiomaniku ainuõigusi ning erandeid, millal võib kaubamärki selle omaniku loeata kasutada. Kohus leidis:

Kaubamärgidirektiivi artikli 5 lõiget 1 (KaMS § 14 lg 1) tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiomanikul on õigus keelata selliste märksõnade kasutamine juhul kui keskmine internetikasutaja ei saa aru või saab aru raskustega, kas reklaamitav kaup või teenus pärineb kaubamärgiomanikult, temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult.

⁷⁶ Suulises vestluses saadud info.

⁷⁷ Euroopa Kohtu 08.07.2010 a.otsus asjas C 558/08, Portakabin Ltd and Portakabin BV v Primakabin BV. Kättesaadav <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=83130&pageIndex=0&doclang=ET&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1711426>. Viimati külastatud 18.04.2013.

Sama direktiivi artikli 6 lõige 1 (KaMS § 16 lg1 ja lg 2) sätestab erandid, millal võib kaubamärgiomaniku nõusolekuta kaubamärki kasutada. Nendeks on mh. kaubamärgi kasutamine, et viidata teatud teenustele või abimaterjalidel, kauba või teenuse liigile jne. Kohus leidis, et kui on kohaldatav artikli 5 lg 1 sisalduv keeld, siis üldjuhul ei saa rakendada vastutusest vabanemiseks artikli 6 lg 1 sisalduvaid erandeid. Siseriiklik kohus peab hindama, kas tõesti ükski kasutus asjaomase artikli 6 lõike 1 tähenduses ei ole kooskõlas ausa tööstus- või kaubandustavaga.

Artiklis 7 (ning KaMS § 16 lg 3) sisalduvat õigust kasutada ärieesmärgil kaubamärgiga tähistatud kaupa selle omaniku loata peale selle käibesse laskmist Eestis või Euroopa Majanduspiirkonna lepingu liikmesriigis tuleb tõlgendada selliselt, et kaubamärgiomanikul ei ole õigust keelata märksõnade kasutamine välja arvatud sellisel juhul kui kauba omadused on pärast käibesse laskmist muutunud ning kui tähise kasutamise tulemusena võib internetikasutajal tekkida arvamus, et kaubamärgiomaniku ja edasimüüja vahel on majanduslik seos või tähise kasutamine kahjustab oluliselt kaubamärgi mainet. Majandusliku seose ning kaubamärgi maine kahjustamist peab hindama igal juhul eraldi siseriiklik kohus.

USA-s on Google enda kasutajatingimustes⁷⁸ märkinud, et ei hakka uurima kaubamärkide kasutamist märksõnadena, ning nende kasutamist vaid reklaamis/viites endas. Avaldust märksõnana kasutatav kaubamärk deaktiveerida Google eirab. Euroopas⁷⁹ seevastu Google eemaldab reklaami, siis kui märksõna koos kuvatava reklaamiga võib tekitada külastajas segadust toote või teenuse päritolu osas.

Käesoleva töö autor ühineb arvamusega, et kaubamärkide kasutamist märksõnadena sihitud reklaami puhul ei tohiks piirata. Vastasel juhul minnakse vastuollu otsingumootorite ja interneti põhimõtetega suunduda avatuse poole. Raskeks võib osutuda otsida näiteks Volkswagenile rehvide otsimine. Seega võib järeldada, et märksõnade järgi reklaami sihtimine on lubatud, kuid teatavate piirangutega.

b) Kaubamärgi kasutamine kuvatavas viites

Reklaamija A ostab märksõna X, mis on registreeritud kaubamärk ning mille omanik on äriühing B. Peale kasutaja otsingut, kasutades sõna X kuvatakse orgaaniliste otsingutulemuste ees spondeeritud reklaami, mis viitab reklaamija A kodulehele ning mille viites on kasutatud

⁷⁸ Google Adwordsi kasutajatingimused. Kättesaadav arvutivõrgust. <https://support.google.com/adwordspolicy/answer/6118?hl=en&rd=1#>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁷⁹ *Ibid.*

registreeritud kaubamärki. Näiteks veebipood kasutab viites sõnastust “Odavad Kalevi kommid” omamata seejuures kaubamärgiomaniku nõusolekut ning veebipood ei müügi neid komme või müüb piraatoodangut.

Lisaks märksõna alusel reklaami sihtimisele kasutatakse sellisel juhul kaubamärki ka viitavas lingis endas.

USAs on valdav arusaam, et märksõnade kasutamist ei tohiks piirata⁸⁰ juhul kui sellega identifitseeritakse reklaamitud kaupu ning ei teki segadust nende päritolu osas.

Selliste viidete puhul, kus kasutatakse kaubamärki viite osana võib eristada kolme juhtu:

- 1) Võrdlev reklaam
- 2) Viites eksitatakse kasutajat või viidatakse piraatoodangule
- 3) Kaubamärgi kasutamine head äritava järgides edasimüügiga seoses

Eelpool järeldata kohaselt on kaubamärkide kasutamine märksõnadena lubatav, välja arvatud kirjeldatud erandid. Seega võib väita, et reklaamviite aktiveerimine märksõna abil on lubatav. Kuid lisaks aktiveerimisele on võimalik ka kasutada kaubamärki võrdleva reklaami puhul. Näiteks soovib Volkswageni kaubamärgi kohalikku kasutusõigust omav edasimüüja reklaamida oma uut Golf mudelit ning tuua välja selle väiksem kütusekulu⁸¹ või muu omadus võrreldes Fordi Focus mudeliga. Viide “Focuses väiksem kütusekulu”, mis aktiveerub sisestades märksõnanana registreeritud kaubamärgi “Ford Focus” võib tekitada konkurendis soovi selline reklaam keelata.

KaMS § 14 järgi tundub see õigus ka Ford Focus kaubamärgi omanikul olevat. Nimelt on ka reklaamil äriiline tagajärg. Reklaamiseadus § 5 järgi on võrdlev reklaam lubatud kui sellega ei kahjustata konkurenti.

Samalaadselt kaubamärgi kasutamisele märksõnana peab kaubamärgidirektiivis sätestatud tõlgendama ning Euroopa Kohus on seda ka teinud kohtuasjas C-533/06⁸². Esiteks leidis

⁸⁰ 9nda ringkonnakohtu 1.12.2002. a. otsus Playboy Enter., Inc. v. Terri Welles vahelises kohtuasjas 279 F.3d 796, 801 (9th Cir. 2002).

⁸¹ Võrdlus on toodud näite eesmärgil. Autor ei oma andmeid tegelike kütusekulude või muude omaduste kohta.

⁸² Euroopa Kohtu 08.07.2010 a.otsus asjas C-533/06, O2 Holdings Limited and O2 (UK) Limited v Hutchison 3G UK Limited. Kättesaadav arvutivõrgust. Kättesaadav arvutivõrgus. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db5ada8f125e3f49909afae031a77a0122.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuKc3v0?docid=67485&mode=req&pageIndex=1&dir=&occ=first&part=1&text=&doclang=ET&cid=2930067>. Viimati külastatud 18.04.2013.

kohus, et kaubamärgidirektiivi Artikli 5 lg 1 ja 2 on rakendatavad võrdleva reklaami puhul kui tegemist on kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamist kolmanda isiku poolt turustatavate kaupade või osutatavate teenuste puhul ning et võrdleva reklaami üks eesmärke on eristuse tegemine oma ja konkurendi kauba või teenuse vahel. Teiseks, et Artikli 5 lg 1 ja 2 alusel ei saa kaubamärgiomanik võrdleva reklaami puhul keelata kaubamärgi kasutamist välja arvatud kui reklaam põhjustab reklaami avalikustaja ja konkurendi kaupade või teenuste segiajamise.

Juhul kui viide on eksitav või internetikasutajal tekib seos reklaami avalikustaja ja kaubamärgiomaniku vahel saab kaubamärgiomanik KaMS § 14 lg 1 alusel keelata sellise kaubamärgi kasutamise spondeeritud viites.

Kolmas tavapärane viis kasutada kaubamärki spondeeritud viites on edasimüüjatel, kaubaga seotud abiteenuste pakkujatel jms. Näiteks võib Toyota hooldamisega tegelev äriühing kasutada viidet “Soodne Toyota hooldus Tallinnas” omamata seejuures kaubamärgiomaniku luba Toyota registreeritud kaubamärki kasutada. Kaubamärgiomaniku ainuõiguse piirangud sisalduvad KaMS § 16-s ning kaubamärgidirektiivi artiklis 6 ja 7. Juhul kui reklaami avalikustaja kasutab kaubamärki järgides KaMS § 16 lg 1 ja 3 sätestatut saab väita, et selline reklaam ei riku kaubamärgiomaniku ainuõigusi.

Teine Euroopa Kohtu otsus, mis kinnitab veelgi, et kaubamärkide kasutamine ilma kaubamärgiomaniku loata märksõnadena on lubatud toimus 2010. a. Kohtuasjas C-238/08 andis Euroopa Kohus suunised siseriiklikele kohtutele⁸³, kuidas peaks tõlgendama kaubamärgidirektiivi. Louis Vuitton Malletier soovis keelata Google Adwordsi teenuses märksõnade kasutamise, mis sisaldavad temale kuuluvaid kaubamärke. Nimelt kuvati internetikasutajatele peale märksõna sisestamist spondeeritud linke, mis viitasid veebilehetele, kus müüdi piraattooteid, mis kandsid Louis Vuittoni logosid. Prantsuse Kassatsioonikohus soovis Euroopa kohtult küsimuse lahendamist kas kaubamärke sisaldavate märksõnade kasutamine on lubatud.

Otsus oli võit Google jaoks. Kohus leidis, et kaubamärke sisaldavaid märksõnu tohib kasutada reklaamide aktiveerimiseks kui see ei tekita internetikasutajas segadust või muljet, et reklaami avaldaja omab majanduslikku seost kaubamärgiomanikuga. Teatavatel juhtudel

⁸³ Euroopa Kohtu 23.03.2010 a.otsus asjas C-236/08, Google France SARL and Google Inc. v Louis Vuitton Malletier SA. Viide 62.

võib peale märksõna sisestamist selline segadus ka tekkida ning sellisel juhul on kaubamärgiomanikul õigus selline reklaam keelata. Siseriiklik kohus peab hindama, kas ja kui palju selline võis tekkida ning kas sellise reklaami tulemusena võib tekkida internetikasutajas raskusi arusaamisega kauba päritolu kohta.

1.4 Järeldused ja ettepanekud

Erinevaid linkimise viise on mitmeid ja seepärast peab autor oluliseks, et neid käsitletatakse eraldi kuna igalühel on erisusi. Seetõttu on ka seosed autoriõigusega ja kaubamärgiõigusega erinevate linkide liikide puhul.

Käesoleva töö üks eesmärke oli välja tuua linkimisie seosed kaubamärgiõigusega ning selgitada, kas linkimisega on võimalik rikkuda autori ainuõigusi.

Autoriõiguste rikkumine esineb tavaliste viitavate linkide puhul kui need sisaldavad autoriõigustega kaitstavat tsitaati. Tavapäraste viitavate linkide kasutamine on autori hinnangul lubatud kuna ei tehta teosest koopiat ega ole tegemist tuletatud teosega. Süvalinkide puhul tuleks kindlasti aga lisada lingile viide, mis selgitab internetikasutajale kuhu link ta viib ning seeläbi muudab võimatuks segaduse tekitamise. Inline linkingut ei saa pidada autoriõiguste rikkumiseks juhul kui lisaks on toodud selge viide, millisel lehel pilt või *thumbnail* asub ning ei tehta teosest koopiat jäädava iseloomuga.

Raamimise kasutamist veebilehe osana soovitab käesoleva töö autor mitte kasutada teose autori loata kuna internetikasutajas võib tekkida arvamus, et teos on veebilehe autorite poolt loodud ning seeläbi rikutakse autori ainuõigusi. Juhul kui on toodud selge viide ning teosest ei tehta püsiva iseloomuga koopiat on autori hinnangul selline tegevus lubatud.

Kaubamärkide kasutamise kaubamärgiomaniku loata peab jälgima, et registreeritud kaubamärki ei kasutataks viitavates linkides kui sellega taotletakse ärilist eesmärki.

Raamivates ja *inline* linkides peaks käituma samalaadselt kui kaitstud teose kasutamisega. Juures peab olema selge viide, et kasutajal ei tekiks vale arvamust nagu omaks kaubamärki esitlev veebileht majanduslikku seost kaubamärgiomanikuga. Samuti tuleks vältida sellise kaubamärgi ärilisel eesmärgil kasutamist.

Kaubamärgi kasutamine kaubamärgiomaniku loata märksõnana otsingumootoris on lubatud ning kaubamärgiomanikul ei ole õigust sellist kasutamist keelata v.a. kui kasutamine

märksõnana tekitab internetikasutajas segadust, kas reklaamitav kaup või teenus pärineb kaubamärgiomanikult, temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult. See muudab ka võimalikuks otsingumootori kui intereti jaoks tähtsa teenuse kasutamise.

Spondeeritud viites endas kaubamärgi kasutamine kaubamärgiomaniku loata on lubatud sellisel juhul kui on tegemist võrdleva reklaamiga ja head äritava järgides kasutamine seoses edasimüügiga.

2. INTERNETI TEENUSE VAHENDAJA

2.1. Teenusepakkuja ning tema vastutust välistavad asjaolud

Juhul kui toimub autori õiguste, kaubamärgiõiguste rikkumine internetis, näiteks laeb eraisik internetti autoriõigustega kaitstud teosed, siis on võimalik tema IP aadressi järgi aru saada, kus piirkonnas isik asub ning samuti on võimalik interneti ühenduse teenuse osutaja (Internet Service Provider⁸⁴) käest saada info tema isiku, aadressi jms. kohta. Elektroonilise side seaduse § 111 alusel on ühenduse teenuse osutajal kohustus säilitada lg 3-s loetletud andmed. See võimaldab rikkuja tabada ning Prantsusmaa näite⁸⁵ kohaselt ka peale kolmandat rikkumist ühendus katkestada. Kuid interneti ühenduse pakkuja üksnes pakub tehnilist võimekust, et internetti kasutada. Linkimise ning võimalike autoriõiguste rikkumise eest soovitakse tavaliselt vastutusele võtta seda keskkonda, kes oma kasutajatele (viitega autoriõigusega kaitstud materjalile) linke pakkus. Mõlemad nii ISP kui onlain keskkond nagu Starman ja Google on E.Tohvri poolt kaetud ühise nimetajaga interneti teenuse vahendaja⁸⁶, mitte interneti teenuse pakkuja. Infoühiskonna teenuse seaduses, mis nende tegevust ja ka vastutuse välistust reguleerib, ei ole interneti teenuse vahendaja definitsiooni. E. Tohvri toob välja kaks peamist interneti teenuse vahendajat iselomustavat funktsiooni:

- 1) Internetile ja Internetis pakutavatele teenustele juurdepääsu võimaldamine;
- 2) Interneti toimimiseks vajalike tehniliste süsteemide ja seadmete kasutamise võimaldamine.

Ameerika ühendriikides on Interneti teenuse pakkuja (ingl k *Online Service Provider*) ka defineeritud seaduses. Nimelt On USA-s vastu võetud Digitaalse aastatuhande autoriõiguse seaduses (*Digital Millenium Copyright Act*, edaspidi DMCA) ning onlain autoriõiguse rikkumise vastutuse piiramise seaduses (*Online Copyright Infringement Liability Limitation Act*, edaspidi OCILLA), mis on osa eelmainitud DMCA-st interneti teenuse vahendaja laiendatud (enne seda peeti teenusepakkujaks erinevalt ISP-st sellis ärilist organisatsiooni, kes pakkus lisaks ühendusele ka sisu raha eest) definitsioon E.Tohvri magistritööst:

⁸⁴ Internet service provider (=ISP) - Interneti-teenuse pakkuja, Interneti tarnija, kes ühendab oma kliente Internetiga. 11. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik. (viide 1).

⁸⁵ Law and Disorder. French copyright cops: we're swamped with "three strikes" complaints. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://arstechnica.com/tech-policy/2011/07/french-agency-were-swamped-with-three-strikes-complaints/>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁸⁶ Tohvri, E. Interneti teenuste vahendaja tegevusega seotud õiguslikke küsimusi autoriõiguse ja autoriõigusega kaasnevate õiguste kasutamisel internetis. (viide 47). lk 16-21.

“USA DMCA § lõike (k) punkt (a) ütleb, et üksnes edastamise teenuse osutajana käsitletakse isikut, kes pakub edastamise ja marsruutimise teenuseid või juurdepääsu andmesidele, mille käigus kasutaja saab edastada tema poolt valitud teavet tema poolt valitud punktide vahel või hulgas. Lisaks ei muuda teenuse osutajasaadetud või saadud teabe sisu.”

Kuna E.Tohvri lähtub enda definitsioonis Euroopa õigusest, siis kasutab bakalareusetöö autor tema lähtepunkte ning selgitab teenuse vahendajate liikide erinevusi E.Tohvri magistritöö, artikli⁸⁷ ning infoühiskonna teenuse seaduse alusel.

Interneti vahendamise teenuseid on kolme liiki:

1) üksnes teabe edastamine (ingl k *mere conduit*)

InfoTS § ja Euroopa Liidu E-kaubanduse direktiivis artiklis 12 on toodud tunnused, et määrata, kas teenus on üksnes teabe edastamine.

Nendeks on:

a) Teenuse osutamine, mis seisneb üksnes teenuse kasutaja pakutava teabe edastamises üldkasutatava andmesidevõrgu kaudu

või

b) Teenuse osutamine, mis seisneb andmesidevõrgule ligipääsu pakkumises.

Samuti märgib E.Tohvri: „Edastamise ja juurdepääsu pakkumise käigus peab edastatava teabe talletamine olema automaatne, vahepealne ja ajutine niivõrd, kuivõrd selle ainus eesmärk on edastamise sooriutsa üldkasutatava andmesidevõrgu kaudu ja eeldusel, et teavet ei talletata pikema ajavahemiku vältel, kui see on edastamiseks põhjendatult vajalik“.

2) vahemällu salvestamine (ingl k *caching*)

Sellise teenuse mõte seisneb selles, et andmefail või selle osa salvestatakse (lokaalse serveri) vahemällu, mistõttu on selle faili mitmekordne pärimine kiirem ning seega muutub kogu internet kiiremaks. InfoTS §9 ütleb, et vahemällu salvestamine peab toimuma tehnilistel põhjustel ning olema ajutise iseloomuga mitte pikaajaline salvestamine.

Erinevused üksnes edastamise ja vahemällu salvestamise vahel toob välja E.Tohvri:

⁸⁷ E. Tohvri. Interneti-teenuse vahendaja vastutus reprodutseerimisõiguse rikkumise näitel. – Juridica 2008, nr 4. lk 244-247.

a) vahemällu salvestamise teenuse osutamise käigus tehtud koopiaid hoitakse arvutis kauem kui üksnes edastamise puhul

b) vahemällu salvestamise teenuse eesmärk on erinevalt üksnes teabe edastamise teenusest kvaliteetsema teabe edastamine saajale.

c) isikute arv, kellel on vahemällu salvestatud teabele juurdepääs, on rohkem kui üks isik

3) andmete talletamine (ingl k *hosting*)

Hosting tähendab teenuse pakkumist, mille sisuks on pakkuda võimalust isikutele rentida serveripinda ning talletada seal vajalike faile. Selliseks näiteks on näiteks ettevõtte, kes tasu eest annab ligipääsu pinnale kuhu eraisik või ettevõtte saab üles laadida oma veebilehe failid (pildid, teksti jms.), peale mille pärimist saab lõppkasutaja browser kokku panna veebilehe.

Kuna eelpoolmainitud teenused on tehnilist laadi, sageli automaatsed, andmete hulgas on väga suured ning lõppkasutajate arv on loetav tuhandetes või isegi miljonites, siis on selge, et kogu andmemahutu ei saa kontrollida ja monitoorida. Eriti andmete või ka linkide kaudu õiguste rikkumist. Seepärast on teatud juhtudel interneti teenuse vahendaja vastutus välistatud. Vastasel juhul oleks võimatu interneti areng. Interneti teenuse vahendajatele on kasulik mitte vastutada õigusvastase tegevuse eest, mis leiab aset nende keskkonnas ning viiakse läbi kolmandate isikute poolt. Seadustes sisalduv regulatsioon ning Euroopa Kohtu lahendites välja toodud juhises annavad vastutuse välistamise teel interneti teenuse vahendajale õiguskaitse. Järgnevalt on välja toodud kolme interneti vahendamise teenuse vastutuse välistuse asjaolud.

Osaliselt on viidatud teenuse vahendaja vastutuse välistamisele WIPO autoriõiguse lepingu⁸⁸ kokkulepitud lisa⁸⁹, milles on täpsustatud edastamise mõistet. Nimelt füüsiliste seadmete pakkumine edastamise võimaldamiseks või ühenduse tegemine ei ole iseenesest edastamine.

Hiljem on vastutuse välistamist täpsustatud USA DMCA-s ning Euroopa Liidus e-kaubanduse direktiivis⁹⁰ Viimasest omakorda on tuletatud sätteid InfoTS-s ning mis

⁸⁸ WIPO autoriõiguse leping. – RT II, 06.07.2006, 14, 39. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.kul.ee/index.php?path=0x710>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁸⁹ Agreed Statements concerning the WIPO Copyright Treaty. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/statements.html>. Viimati külastatud 18.04.2013.

reguleerivad Eestis interneti teenuse vahendaja vastutuse välistamist. Oluline on märkida, et erinevalt USA seadustest ei ole Euroopa Liidu e-kaubanduse direktiivis välja toodud hüperlinkimise ning otsingumootoreid eraldi.

Vastutuse välistus üksnes teabe edastamise (ingl k *mere conduit*) puhul

Regulatsioon on välja toodud InfoTS-s, mille järgi teabe edastaja ei vastuta edastatava teabe sisu eest eeldusel, et ta:

- 1) ei algata edastust;
- 2) ei vali edastuse vastuvõtjat;
- 3) ei vali ega muuda edastuses sisalduvat teavet.

See tähendab, et kui kõik need kolm tingimust on täidetud, siis saab pidada edastamiseks tehtud koopiategemist õiguspäraseks⁹¹

Vastutuse välistus vahemällu salvestamine (ingl k *caching*)

InfoTS §9 alusel ei vastuta teabe vahemällu salvestamise teenuse pakkuja juhul kui:

- 1) ei muuda antud teavet;
- 2) järgib teabele juurdepääsu tingimusi;
- 3) järgib teabe ajakohastamise kohta vastavas majandusharus laialdaselt
- 4) järgib teabe ajakohastamise kohta vastavas majandusharus laialdaselt tunnustatud ja kasutatud nõudeid;
- 5) ei takista vastavas majandusharus laialdaselt tunnustatud ja kasutatud tehnoloogia seaduslikku kasutamist, et saada andmeid teabe kasutamise kohta;
- 6) saades teada, et teave on edastuse algpunktis võrgust eemaldatud või juurdepääs sellele tõkestatud või et kohus, politsei- või riiklik järelevalveasutus on andnud korralduse see kõrvaldada, kõrvaldab kohe vastava talletatud teabe või tõkestab sellele juurdepääsu.

⁹⁰ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2001/29/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (E-kaubanduse direktiiv) – Euroopa Liidu Teataja L 178, 17.07.2000.

⁹¹ E. Tohvri. Interneti-teenuse vahendaja vastutus reprodutseerimisõiguse rikkumise näitel. (viide 55).

Vastutuse välistus andmete talletamise (ingl k *hosting*) puhul

InfoTS §10 alusel ei vastuta teabe vahemällu salvestamise teenuse pakkuja juhul kui:

- 1) teenuse osutaja ei tea teabe sisu ega ole kahjutasu nõude puhul teadlik faktidest või asjaoludest, millest ilmneb ebaseaduslik tegevus või teave;
- 2) käesoleva lõike punktis 1 nimetatud asjaoludest teadlikuks saades kõrvaldab teenuse osutaja kohe vastava teabe või tõkestab sellele juurdepääsu.

Vastavalt InfoTS §-le 11 puudub interneti teenuse vahendajal jälgimis – ehk monitoorimiskohustus. Käesoleva bakalareusetöö autor on seisukohal, et selline monitoorimiskohustus DMCA eeskujul on teoreetiliselt vajalik kuna internetiliikluse võimaldaja saab ka seda kontrollida, kuid võib viia olukorrani, kus iga bitti peaks monitoorima. Kuid peale teoreetilise võimaluse monitoorida iga bitti oleks see liialt koormav meede interneti teenuse vahendajale. Samuti peale ressursikulu võib see kaasa tuua ka soovimatu tsenseerimise kui iga foorumipostitust, emaili, muusikateose üleslaadimist vms. peaks kontrollima. Juhul kui on aset leidnud autoriõiguste rikkimine saab autoriõiguste omanik avalduse alusel paluda lõpetada ainuõiguste rikkumine ning vajadusel esitada nõude rikkuja vastu. Sellist järelust on kinnitanud ka Euroopa Kohus⁹². Tulenevalt sellest on kohustus rikkumine eemalda peale vastava teate saamist piisav sätte, et tagada autori ainuõiguste kaitse

Kohtupraktika riikides pole küll ühene, kuid soov interneti teenuse vahendaja käest nõuda autoriõiguste rikkumise eest hüvitust on laialdane.

Eelpool mainitud põhjustel on aga proovitud vastutust välistada. E.Tohvri järeltus on, et kui järgitakse InfoTS-s reguleeritud, siis interneti teenuse vahendaja ei saa vastutada nii tema teenuse pakkumiseks vajalike tehniliste protsesside⁹³ õiguspärasuse eest kui ka tema keskkonnas toimivale õigusvastase tegevuse eest (nt. kaubamärgiõiguse rikkumine läbi linkimise, failivahetuskeskkonnades autoriõigusega kaitstud teoste jagamine vm.). Sama mõte on kohalduv ka linkimisele. Interneti teenuse vahendaja võib olla nii ühenduse pakkuja, e-posti teenuse pakkuja, onlain portaal või muu. Otsene vastutus autoriõiguste rikkumie

⁹² Euroopa Kohtu 23.03.2010 a.otsus asjas C-236/08, Google France SARL and Google Inc. v Louis Vuitton Malletier SA. Kättesaadav arvutivõrgust. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db5ada8f125e3f49909afae031a77a0122.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuKc3v0?docid=67485&mode=req&pageIndex=1&dir=&occ=first&part=1&text=&doclang=ET&cid=2930067>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁹³ Reprodutseerimine

eest näiteks sotsiaalvõrgustiku või portaali poolt jääb (nt. teise veebilehe osade kasutamine läbi raamide) olenemata InfoTS-st alles. Olenemata sellest on vastutuse välistuseks Eestis piisav meede rikkumisest teadasaamisel ühendusele või teosele ligipääsu piiramine.

Belgias⁹⁴ leiti, et teenuse vahendaja Google News (mis on uudiste aggregaator, kuid ei toimetata uudiseid nagu uudisteportaalid vaid avaldab vaid pealkirja ning paarilausealise kokkuvõtte ning lingil klikkides viiakse lõppkasutaja otse uudise autori lehele) peaks eemaldama vahemällu salvestatud materjali (uudised ja pildid), mida Google.be tarkvara internetist kogus kuna leiti, et see on autoriõiguste rikkumine reprodutseerimise alusel. Otseselt ei vaieldud hüperlinkide üle. Selle peale Google eemaldas Belgia Ajalehtede liidu lehed oma vahemälust (k.a Google.be omast). See aga viis olukorrani, kus nimetatud ajalehed jäid ilma olulisest veebiliiklusest ning peagi soovisid, et Google.be-s oleksid lehed jälle nähtavad, kuid mitte Google News-i teenuse läbi. See on selge viide, et Belgia kohtu otsus võis olla neile kahjulikum ning samuti viitab see vajadusele otsingumootorite kohta käivat regulatsiooni täpsustada (nt. USA näitel).

USA-s on linkija vastutus välistatud autoriõigusi rikkuvale sisule viidates. Nimel DMCA osaks oleva Ocilla § 512 on sätestatud juhud, millal *Online Service Provider*⁹⁵ vastuta ning punktis d-s sisaldub vastutuse välistus autoriõigusi rikkuvale sisule viitamise puhul. Siiski, erinevalt Euroopa õigusest on USA kohtupraktikast⁹⁶ tulnud välja kohustus autoriõigusi rikkuvad lingid eemaldada nendest teadasaamisel ning samuti monitoorida oma keskkonnas tegevust. Küll saab USA-s teenusepakkuja vastutada sellisel juhul kui tal on võimalus ning õigus kontrollida oma keskkonnas tegevust ning ta saab tänu autoriõiguste rikkumisele tulu (näiteks reklaamist).

Otsingumootorite vastutus kaubamärkide kasutamisel märksõnadena ja viidetes.

Juhul kui esineb selline kaubamärgiomanike õiguste rikkumine, siis on järgnev küsimus seotud vastutusega. Kas vastutama peaks reklaami avaldaja või teenusepakkuja.

⁹⁴ Belgian Association of Newspaper Editors v. Google kokkuvõte. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://etcjournal.com/2011/08/01/belgian-newspapers-against-google-decision/>. Viimati külastatud 18.04.2013.

⁹⁵ *Online Service Provider* – Geneeriline termin, mis kirjeldab ettevõtet, organisatsiooni või gruppi, kes pakub internetis teenuseid. Nende hulka võivad kuuluda näiteks veebilehed, otsingumootorid, foorumid, e-posti teenuse pakkujad, jututoad. Samuti võib termin viidata internetiühenduse pakkujale.

⁹⁶ 9nda ringkonnakohtu A&M Records, Inc. ja Napster, Inc vaheline kohtuasi..., 239 F.3d 1004(9th Cir. 2001).

Teenusepakkuja vastutus spondeeritud linkide puhul on kindlasti paljude kaubamärgiomanike soov kuna üksikute reklaamijate käive on sageli tuhandetes kordades väiksem kui näiteks Google oma. Google kirjeldab ennast kasutajatingimustes vaid kui tehnilise lahenduse pakkujat ning on proovinud kogu vastutuse kaalu seada reklaamijale. Autoriõiguste rikkumiste puhul on teatavatel juhtudel teenusepakkuja vastutus välistatud. Kaubamärgiomanike õiguste rikkumise puhul liikmesriikide siseriiklik kohtupraktika olnud mitmesugune. Kuni 2010. Aasta märtsini polnud selgust, kas AdWordsi laadse teenuse pakkuja võib vastutada märksõnade järgi reklaamide sihtimise eest kui need sisaldavad kaubamärke ning kaubamärgiomanik ei ole selleks luba andnud.

Samas kohtuasjas C-238/08, kus Euroopa kohus leidis, et kaubamärkide kasutamine kaubamärgiomaniku loata on lubatud tekkis ka teine küsimus seoses vastutusega. Kes vastutab kaubamärkide loata kasutamise eest. Kas see on teenuse pakkuja või reklaami avaldaja.

Otsus oli võit Google jaoks. Kohus leidis, et kaubamärke sisaldavaid märksõnu tohib kasutada reklaamide aktiveerimiseks kui see ei tekita internetikasutajas segadust või muljet, et reklaami avaldaja omab majanduslikku seost kaubamärgiomanikuga. Teatavatel juhtudel võib peale märksõna sisestamist selline segadus ka tekkida ning sellisel juhul on kaubamärgiomanikul õigus selline reklaam keelata. Siseriiklik kohus peab hindama, kas ja kui palju selline võis tekkida ning kas sellise reklaami tulemusena võib tekkida internetikasutajas raskusi arusaamisega kauba päritolu kohta.

Kohus leidis, et märksõnapõhise reklaami avaldaja, kus sisaldub kaubamärgiomaniku poolt registreeritud kaubamärgiga sarnaseid või identseid tähiseid, omab suure tõenäosusega äriilist eesmärki. Google on vaid teenuse pakkuja, kes võimaldab reklaamijatel sellist tegu teha.

Eestis peab kohus hindama kui palju segadust selline reklaam tekitab igal juhul eraldi. Siiski võib väita, et ka Eestis on kaubamärgiomanikul õigus sellist reklaami keelata, kuid vastutus lasub sellise reklaami avaldajal, mitte teenuse pakkujal. Samalaadselt Googlega pakub Eestis samalaadselt teenust äriühingule Elion AS kuuluv veebileht Neti.ee. Kuid ka Neti.ee ei saa selliste reklaamide avaldamise ees vastutada kuna ei oma kontrolli reklaamijate tegevuse üle.

Seega kokkuvõtteks võib väita, et ka Eestis on reklaami avaldaja vastutav. Olukord oleks teistsugune kui reklaamiteenuse pakkuja kontrolliks üle kõik reklaamid enne avaldamist.

Seeläbi poleks protsess enam automaatne ning osaliselt võib vastutav olla ka reklaamteenuse pakkuja.

2.2 Järeldused ja ettepanekud

Interneti teenusepakkuja definitsioon on nüüdseks iganenud. Käesolev töö on selgitanud välja uue ning sobivama nimena „interneti teenuse vahendaja“ E. Tohvri eeskujul. See definitsioon peaks ka jõudma seadustesse. USA eeskju kohaselt interneti teenuse vahendaja pakub edastamise ja marsruutimise teenuseid või juurdepääsu andmesidele, mille käigus kasutaja saab edastada tema poolt valitud teavet tema poolt valitud punktide vahel või hulgas. Samuti ei muuda teenuse osutajasaadetud või saadud teabe sisu.

Autoriõiguste ja kaubamärgiomanike õiguste rikkumise eest peab ka keegi oelma vastutav. Reeglina teenusepakkuja ei vastuta tema keskkonnas toimuva eest. Samuti pole interneti teenuse vahendajal kohustust tema keskkonnas toimuvat tegevust monitoorida. Juhul kui ta seda aga teeb ning näeb rikkumist on tal kohustus rikkumine eemaldada. Samuti on teose autoril õigus paluda kaitstud teos eemaldada.

Kaubamärgiõiguste rikkumise puhul otsingumootorites on kaubamärgiomanikul õigus paluda interneti teenuse vahendajal rikkumine eemaldada. Kuid rikkumise eest ei ole teensue vahendaja vastutav vaid reklaami avaldaja.

Ettepanekuna pakub autor välja otsingumootorite defineerimise ning selge linkimise regulatsiooni väljatöötamise. Vaja on otsingumooorite jms. selget definitsiooni kui teenuse pakkuja nagu DMCA-s. Eeskjuks võib tuua *Online Service Provideri* definitsiooni ning E.Tohvri definitsiooni interneti-teenuse vahendaja. Teiseks ettepanekuks on mitte piirata interneti levikud kohustades teenusepakujat monitoorima kogu enda keskkonnas käivat liiklust.

Lisaks eelnevale peaks reklaami avaldaja olema tuttav kaubamärgiomanikun õiguste juhtudega ning analüüsima, kas avaldatav reklaam võib neid rikkuda.

KOKKUVÕTE

Interneti kiire areng on toonud vajaduse autoriõiguse regulatsiooni uuendada. Erinevad teenusepakkujad kasutavad teiste autorite teoseid, teevad neist koopiaid nii tehniliste protsesside osana (otsingumootorid) kui viitavad nendele erinevat tüüpi linkidega ning kasutavad nende teoseid enda veebilehtede osadena. Teatud juhtudel on võimalik vastutus linkimise eest autoriõigusi kaitsvate õigusaktide alusel.

Linkimise viise on mitmeid ning kõikidel on seos autoriõigusega. Google on seisukohal, eranditult kõikide linkide kasutamine peaks olema lubatud juhul kui sisu asub teises serveris. Kohtupraktika nii Euroopas kui USA-s seda seisukohta ei jaga ning ühtset praktikat pole veel täielikult olemas. Töö tulemusena saab väita, et tavapärane viitavate linkide kasutamine on lubatud kuna autori tööst ei tehta koopiat ega pole tegemist tuletatud teosega. Kasutades autori loata ning viitamata tsitaati lingi sees on aga autori ainuõiguste rikkumine. Samuti on vaidluste vältimiseks aalati soovitatav internetikasutajas mitte tekitada segadust ning nimetada link korrektse nimega. Sama reegel kehtib ka süvalinkide kohta, ilma milleta internet ei täidaks avatuse põhimõtet. Siiski tuleb ka sellisel juhul tuua selge viide kuhu link internetikasutaja viib.

Inline linkingu ja raamimise puhul (eriti otsingumootorite puhul) autori õigusi ei rikuta kui teosest ei tehta koopiat (v.a tehnoloogilise protsessi osana ning ajutise iseloomuga). Autori õigusi aga rikutakse kui tema teost kasutatakse tulu saamise eesmärgul näiteks veebilehe kujundamisel.

Viitavate linkide puhul võib olla kaubamärgiomaniku õiguste rikkumiseks kaubamärgi loata kasutus lingis, siis kui sellega taotletakse ärilist eesmärki.

Raamivate ja *Inline* linkide puhul peab graafikas sisalduma kaubamärk. See on piisav, et kaubamärgiomanik saab teha avalduse pildi eemaldamiseks. Nii viitavate linkide kui raamimise puhul on oluline võib kas sisu või viidatud sisu asuda kellegi teise serveris. Oluline on, et internetikasutajas ei tekiks segadust, mille tulemusena on võimalik tarbijas või küllastajas luua mulje, et raamivaid linke kasutav veebileht omab majanduslikku seost raamitava sisu omanikuga.

Töö üks eesmärke oli leida, kas linkimise puhul võib olla tegemist kaubamärgiomaniku õiguste rikkumisega, keskendudes nimelt otsingumootorite spondeeritud linkidele. Selliste linkide puhul on kaubamärgiõiguste rikkumine kõige sagedasem. Seoseid on mitmeid ning kaubamärgiomanikul on ka aluseid, et keelata temale kuuluva kaubamärgi kasutamine mh. reklaamides. Siiski on selline õigus kehtiv vaid siis kui kaubamärgi kasutamine märksõnana tekitab internetikasutajas segadust, kas reklaamitav kaup või teenus pärineb kaubamärgiomanikult, temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult. Lisaks eelnevale ei ole õigust kaubamärgi kasutamist keelata kui seda kasutatakse mõnele kaubamärgile seotud abiteenusele viitamisel ning juba käibesse lastud kauba reklaamimisel kaubamärgiomaniku loata juhul kui kauba omadused pole peale käibesse laskmist muutunud. Kui kaubamärgiomanikul oleks õigus keelata igasugune registreeritud kaubamärgi märksõnana kasutamise juht, siis muutuks võimatuks otsida paljude teenuste ja kaupadega seotud infot.

Kaubamärgi kaubamärgiomaniku loata kasutamine spondeeritud viites endas on lubatud sellisel juhul kui on tegemist võrdleva reklaamiga ja head äritava järgides kasutamine seoses edasimüügiga. Kindlasti ei ole lubatud kaubamärgi viites kasutamine kui kasutajat eksitatakse või viidatakse näiteks piraattoodangut pakkuvale veebilehele.

Interneti teenusepakkuja, interneti-teenuse vahendaja või *Online Service Provider* on mõned viisid defineerida ettevõtteid ja organisatsioone, kes internetis oma teenuseid pakuvad. Nii E. Tohvri kui ka käesoleva töö autor on arvamisel, et sarnaselt USA-ga peaks olema paremini defineeritud sellelaadne internetis teenuseid pakkuv ettevõtte või organisatsioon. Sellise interneti teenuse vahendaja pakub edastamise ja marsruutimise teenuseid või juurdepääsu andmesidele, mille käigus kasutaja saab edastada tema poolt valitud teavet tema poolt valitud punktide vahel või hulgas. Samuti ei muuda teenuse osutajasaadetud või saadud teabe sisu.

Internetile omane on suur kasutajate hulk ning informatsiooni suur maht. Sellepärast on nii Euroopas kui USA-s proovitud piirata teenusepakkuja vastutust. Iga keskkonnas toimetava lõppkasutaja tegude kontrollimine on praktiliselt võimatu ning samuti tekib küsimus tsenseerimise kohta. Teenusepakkuja reeglina ei vastuta enda keskkonnas toimuva õigusrikkumise eest kui tal puudus teadmine selle kohta. Juhul kui keegi sellisest rikkumisest teda teavitab, siis peab teenusepakkuja rikkumise eemaldama või piirama sellele ligipääsu. Kehtiv õigus on selles küsimuses piisav, kuid siiski võiks USA eeskujul defineerida otsingumootori ning sellele kehtivad erisused.

Autor on seisukohal, et seadused ning Euroopa Kohtu antud direktiivide tõlgendamisjuhised on hetkel piisavad, et tagada interneti teenuse vahendajate kaitse, piirates nende vastutust ning teisalt andes autoriõiguste omanikele võimalused takistada teoste loata kasutust ja vajadusel ka rikkuja vastutusele võtmine seejuures häirimata interneti avatuse põhimõtet.

Sarnaselt autoriõiguste rikkumise puhul tekib vastutuse küsimus. Võib väita, et teenuse pakkuja ei ole vastutav, kuid vastutav võib olla reklaami avaldaja kui rikutakse kaubamärgiomaniku õigusi.

SUMMARY

Linking and legal Aspects

The quick development of the Internet has brought on the need to update the regulation of copyright. Different service providers use the products of other authors, make copies of those both as part of technical processes (search engines) and refer to them with different types of links and use their products as parts of their own websites. In certain cases, liability for linking is possible under legislation that protects copyright.

There are different ways to link and they are all related to copyright. Google is of the opinion that the indiscriminate use of all links should be permitted if the contents are in another server. Court practices in Europe and USA do not share that opinion and a unified practice does not yet fully exist. As a result of this paper, it can be claimed that the regular use of referring links is permitted, as the author's work is not copied and it is not a derived product. However, using a quote without reference without the permission of the author in the link is the violation of the sole right of the author. It is also always recommended to not confuse the Internet user to avoid arguments and name the link correctly. The same rule applies to deep links, without which the Internet would not meet the principle of openness. However, a clear reference to where the link will take the Internet user will also have to be provided in such a case.

In the case of inline linking and framing (especially for search engines) the rights of the author are not violated if the product is not copied (excl. as part of the technological process and with a temporary nature). However, the rights of the author are violated if their product is used for the purpose of generating revenue, for instance for designing a website.

In the case of referring links, the violation of the rights of the owner of a trademark may be unauthorized use of the trademark in the link if it is for business purposes.

In the case of framing and inline links, the graphics must include a trademark. This is sufficient for the owner of the trademark to petition for the removal of the image. Both in the case of referring links and framing, the contents or referred contents may be located in someone else's server. It is important that the Internet user is not confused, resulting in

enabling to create the impression in the consumer or visitor that the website which uses framing links has an economic connection with the owner of the framed contents.

One of the purposes of the paper was to find whether linking may constitute the violation of the rights of the owner of the trademark, focusing specifically on sponsored links of search engines. The violation of trademark rights is most common for those links. There are several connections and the owner of the trademark also has grounds to prohibit the use of their trademark, incl. in advertisements. However, this right is only valid if the use of a trademark as a keyword causes confusion in the Internet user, whether the advertised goods or services are from the owner of the trademark, an enterpriser economically connected to them, or a third person. In addition to the above, there is no right to prohibit the use of a trademark if it is used to refer to some additional service related to a trademark and the advertising of goods already circulated without the permission of the owner of the trademark if the properties of the goods have not changed after the release into circulation. If the owner of the trademark had the right to prohibit any case of using a registered trademark as a keyword, then searching for information related to many services and goods would be rendered impossible.

The use of a trademark without the permission of the owner of the trademark in a sponsored link is permitted if it is comparative advertising and use for resale by following good business practice. It is definitely not permitted to use the trademark in a reference if the user is being misled or directed for instance to a website which provides pirated goods.

Internet service provider, Internet service mediator or online service provider are some ways to define companies and organizations, which provide their services on the Internet. Both E. Tohvri and the author of this paper are of the opinion that similarly to the USA, such a company or organization providing services on the Internet should be better defined. Such Internet service mediator provides the services of forwarding and routing or access to data communication, during which the user can forward the information they choose between or among the points they select. The service provider does also not alter the contents of the information sent or received.

A large number of users and a large volume of information are characteristic to the Internet. Hence the liability of the service provider has been attempted to be limited both in Europe and in the USA. Controlling the actions of every final user who works in the environment is practically impossible and the question of censoring also becomes valid. The service provider is generally not liable for offences committed in their environment if they were unaware of it.

If someone informs them of an offence, the service provider must remove the offence or limit access to it. The legislation currently valid is sufficient in this question, but the search engine and specific rights applying to it could still be defined by the example of the USA.

The author is of the opinion that the legislation and the interpretation directions provided by the directives of the European Court are currently sufficient to ensure the protection of Internet service providers by limiting their liability and at the same time providing the options for the owners of copyright to prevent unauthorized use and also the prosecution of a violator if necessary, while not interfering with the principle of openness of the Internet.

The question of liability arises similarly with the violation of copyright. It can be claimed that the service provider is not liable, but the advertiser may be liable if the rights of the owner of the trademark are violated.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

1. A. Kelli. Intellektuaalse omandikodifitseerimine: vajadused, võimalused ja töökorraldus. *Juridica*, nr 7.
2. Copyright and Fair Use Overview. Kättesaadav arvutivõrgust.
http://fairuse.stanford.edu/Copyright_and_Fair_Use_Overview/chapter6/6-c.html. Viimati külastatud 18.04.2013.
3. Links and Law. Court Decisions. Kättesaadav arvutivõrgust:
<http://www.linksandlaw.com/decisions.htm>.
4. G. Mazziotti. *EU Digital Copyright Law and the End-User*. Heidelberg, Springer, 2008.
5. Learned treatise Brief of Amici Curiae Google Inc. and Facebook, Inc. in Support of Neither Party. Kättesaadav arvutivõrgust:
http://newsandinsight.thomsonreuters.com/uploadedFiles/Reuters_Content/2012/08_-_August/Flavavmyvidster--googleamicus.pdf. Viimati külastatud 18.04.2013.
6. Merges, R.P, Menell. P. S., Lemley M.A. *Intellectual Property In the New Technological Age*. New York, Aspen Publishers, 2007.
7. Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc., et al. Kättesaadav arvutivõrgust.
http://www.internetlibrary.com/cases/lib_case476.cfm.
8. Pisuke, H. *Autoriõiguse Alused*. Tallinn, KPMS & Partnerid, 2006.
9. Smith, G.J.H. *Internet Law and Regulation*, Sweet & Maxwell, London, 2002.
10. Sterling, J.A.L. *World Copyright Law*. London, Sweet & Maxwell, 2008.
11. Ticketmaster Corp. v. Tickets.com kokkuvõte. Kättesaadav arvutivõrgust:
http://www.bc.edu/bc_org/avp/law/st_org/ipf/headlines/content/2000040401.html. Viimati külastatud 18.04.2013.
12. Tikk, E. Internet ja õigus. *Juridica* 2000, nr 6.

13. Tohvri, E. Internetiteenuste vahendaja tegevusega seotud õiguslikke küsimusi autoriõiguse ja autoriõigusega kaasnevate õiguste kasutamisel internetis. Magistritöö. Juhendaja Pisuke, H. Tallinn, 2007.
14. Managing Intellectual Property. The Global IP Resource. Kättesaadav arvutivõrgus:
<http://www.managingip.com/Article/1326313/German-ruling-sanctions-deep-linking.html>.
Viimati külastatud 18.04.2013.
15. Clifford Miller's law blog. "Embedding" Images From Third Party Sites In Websites Is Copyright Infringement. Kättesaadav arvutivõrgus:
<http://cliffordmillerlaw.wordpress.com/2012/01/27/embedding-images-from-third-party-sites-in-websites-is-copyright-infringement/>. Viimati külastatud 18.04.2013.
16. M.Toomsoo. Veebileheküljel linkide kasutamise õiguslikud aspektid. – Juridica, 2000, nr 10.
17. V. Hanson, A. Tavast. Arvutikasutaja sõnastik. Kättesaadav internetist aadressil
<http://keeleveeb.edu.ee/dict/speciality/aks>. Viimati külastatud 18.04.2013.

NORMATIIVAKTID

1. Autoriõiguse seadus. 11. November 1992 – RT I 1992, 49, 615; RT I 2008, 59, 330; RT I, 28.12.2011,
2. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2001/29/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (E-kaubanduse direktiiv) – Euroopa Liidu Teataja L 178, 17.07.2000.
3. Infoühiskonna teenuse seadus - RT I, 06.01.2011, 12.
4. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv andmebaaside kaitse kohta 96/9/EÜ. EÜT L77/20, 27.03.1996.
5. WIPO autoriõiguse leping. – RT II, 06.07.2006, 14, 39. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.kul.ee/index.php?path=0x710>. Viimati külastatud 18.04.2013.

KOHTULAHENDID

1. Düsseldorf Apellatsioonikohtu 8.10.2011.a. otsus kohtuasjas I-20 U 42/11.
2. Eesti Vabariigi Riigikohtu Tsiviilkolleegiumi otsus nr. 3-2-1-71-12.
3. Euroopa Kohtu 08.07.2010 a. otsus asjas C 558/08, Portakabin Ltd and Portakabin BV v Primakabin BV.
4. Euroopa Kohtu 08.07.2010 a.otsus asjas C-533/06, O2 Holdings Limited and O2 (UK) Limited v Hutchison 3G UK Limited.
5. Euroopa Kohtu 23.03.2010 a.otsus asjas C-236/08, Google France SARL and Google Inc. v Louis Vuitton Malletier SA.
6. Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. v. Grokster, Ltd., 545 U.S. 913, 929-30, 125 S.Ct. 2764, 162 L.Ed.2d 781 (2005).
7. Perfect 10, Inc. v. Amazon.com, Inc., 508 F.3d at 1161.
8. Saksamaa föderaalkohtu (Bundesgerichtshof, BGH)17.07.2003. a. otsus. Paperboy.de kohtuasjas I ZR 259/00.
9. Taani Merendus – ja Kaubanduskohtu (Sø-og Handelsretten), 19. veebruari 2003 otsus DDF (Danske Dagblades Forening) v Newsbooster A/S,110/02.

10. Taani Merenduse – ja Kaubanduskohtu (Sø-og Handelsretten) 1. veebruar 2006.a otsus A/S Home v Ofir A/S, v-108-99.
11. United States District Court for the Northern District of Illinois. Flava Works, Inc. v. Marques Rondale Gunter d/b/a myVidster.com; Salsaindy, Llc; Voxel Dot Net, Inc., and John Does 1-26.

LÜHENDID

AutÕS – autoriõiguse seadus

DMCA – *Digital Millennium Copyright Act*. (Digitaalse aastatuhande autoriõiguse seadus).

HTML - hüperteksti märgistuskeel (*hypertext markup language*)

InfoTS – infoühiskonna teenuse seadus

ISP – *Internet Service Provider* (Internetiteenuse pakkuja)

KaMS - Kaubamärgiseadus

OCILLA - *Online Copyright Infringement Liability Limitation Act*. Onlain autoriõiguse vastutuse välistamise seadus.

USA – *United States of America* (Ameerika Ühendriigid)

WCT – WIPO autoriõiguse leping

WIPO – Ülemaailmne Intellektuaalse Omandi Organisatsioon

Autor:

Kuupäev:

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Paap Peterson

(sünnikuupäev: 29.05.1985)

annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Linkimine ja õiguslikud küsimused“,

mille juhendaja on Kärt Nemvalts,

reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tallinnas, 20.05.2013