



Google、Microsoft、Yahoo、AOL、24/7 Media、Adtegrity、Condé Nast、SpotXchange數個以美國為主要營運基地的廣告網路平台服務提供者於7月中針對抑制網路侵權聯合發佈一套最佳作業準則，規劃透過減少涉嫌侵權、盜版網站的廣告收益分配，達到抑制網路侵權的效果。

在這個自發性參與的準則中，廣告網路平台服務業者將維持並公告其遏阻與避免販售盜版物品、侵害著作權網站的政策，根據該作業準則，廣告網路平台業者將接受並處理來自權利人有關有疑慮的網站通知、提供合適的通知內容參考指引、指定負責收受侵權通知的窗口，並針對相關控訴採取適當的調查，相關業者將確保其內部處理程序能落實此一作業準則要求。

針對此一發展，著作權產業團體如美國唱片業協會、美國電影協會對此一準則皆大表贊成與歡迎，而公益團體Public Knowledge亦讚許此一準則相當明智，同時也呼籲內容產業團體可以發展其保護網路使用者與媒介的相關作業準則。

相關連結

[Google, Yahoo, And Ad Networks Agrees To Set Of Best Practices To Combat Online Piracy, Mondaq, Aug. 18, 2013](#)

[US Advertising Networks Issue Best Practices For Online Infringement, Intellectual Property Watch, Jul. 15, 2013](#)

林若凡 編譯整理

上稿時間：2013年11月

資料來源：

US Advertising Networks Issue Best Practices For Online Infringement, Intellectual Property Watch, Jul. 15, 2013, <http://www.ip-watch.org/2013/07/15/us-advertising-networks-issue-best-practices-for-online-infringement/> (last visited Aug. 23, 2013).

Google, Yahoo, And Ad Networks Agrees To Set Of Best Practices To Combat Online Piracy, Mondaq, Aug. 18, 2013, <http://www.mondaq.com/unitedstates/x/258434/Copyright/Google+Yahoo+And+Ad+Networks+Agrees+To+Set+Of+Best+Practices+To+Combat+Online+Piracy> (last visited Aug. 23, 2013).

文章標籤

 推薦文章