Автор: Administrator
08.07.2013 18:21 - Обновлено 12.02.2014 08:31

«Facebook» считается крупнейшей в мире социальной сетью. На этой неделе СМИ взорвала новость о том, что руководство соцсети собирается удалять рекламу со страниц «для взрослых». Оно боится того, что в конечном итоге соцсеть будут бойкотировать рекламодатели. Правда, всю рекламу не будут удалять. Принято решение об ограничении доступа к ней на страницах и в группах, где контент хоть и не нарушает правила «Facebook», но считается недопустимым властями, так как наличествует элементами насилия и эротики. Как говорят пользователи сети, ранее они видели на правой панели страниц размещение рекламы товаров для взрослых наряду с другой полезной и нужной.

В мае 2013 г. уже был скандал, когда стало известно о письме к руководству соцсети сотрудников североамериканской общественной организации под названием «Women, Action & the Media». В письме было указано на то, что специалисты работают некачественно, не модерируют группы, а между тем в них есть реклама, пропагандирующая насилие над представительницами слабого пола и она размещается параллельно с нормальными рекламными баннерами. Итог отправления письма был не таким, как ожидало руководство соцсети. Дело в том, что многие брендовые компании – «Nissan», «Dove» и другие обратились с просьбой об убирании своей рекламы, так как она размещалась вперемешку с «плохим» контентом, а, следовательно, пагубно влияла на их устоявшуюся репутацию.

Уже с будущего понедельника начнет работать новый механизм оценки информации, размещенной в группах. В итоге рекламу запретят в группах, где контент далек от нормального и учит совсем не тем вещам, которые необходимо знать. Новые ограничения заработают. Говорят, что сам механизм пока не отточен до идеала, а

поэтому на первых порах будут использовать ручной труд в модерации рекламных сообщений. Мера, внедряемая «Facebook», вынужденная, так как соцсеть «кормится» рекламой, т.е. она является главным источником дохода. В первом квартале 2013 г. «Facebook» уже заработала на ней 1,46 млрд. долларов, имея аудиторию в размере 1,1 млрд. человек.