# Правила рекламной деятельности Facebook

1. Обзор

Наши правила

Наши Правила рекламной деятельности указывают, какие типы рекламного контента разрешены. Когда рекламодатель размещает заказ, каждое объявление проходит проверку на соответствие этим правилам. Если вы считаете, что ваша реклама была отклонена по ошибке, сообщите нам об этом.

2. Процесс проверки рекламы

Прежде чем появиться на Facebook или в Instagram, объявление проверяется на соответствие нашим Правилам рекламной деятельности. Как правило, большая часть рекламы рассматривается в течение 24 часов, но в некоторых случаях это может занять больше времени.

Что мы принимаем во внимание

Мы проверяем изображения, текст, таргетинг и позиционирование вашей рекламы, а также материалы целевой страницы, на которую ведет реклама. Реклама может быть отклонена, если контент целевой страницы не функционирует должным образом, не соответствует рекламируемым продуктам или сервисам либо нарушает наши Правила рекламной деятельности.

Что происходит после завершения проверки рекламы

После проверки рекламы вы получите уведомление, в котором будет указано, одобрена она или нет. Если реклама будет одобрена, мы начнем ее показывать и вы сможете увидеть результаты в Ads Manager.

3. Что делать, если реклама не одобрена

Редактирование рекламы

Если ваша реклама не одобрена из-за нарушения наших правил, вы можете отредактировать ее и повторно отправить на проверку. Чтобы отредактировать рекламу:

Проверьте электронный адрес, связанный с вашим рекламным аккаунтом. Если ваша реклама будет отклонена, мы отправим вам электронное письмо с пояснениями.

Используя информацию из этого письма, вы можете отредактировать рекламу, чтобы она соответствовала нашим правилам. Инструкции по редактированию см. здесь.

Сохраните внесенные изменения. После того как вы сохраните изменения, реклама будет повторно отправлена на проверку.

Подача апелляции

Если вы не можете отредактировать рекламу или считаете, что она была отклонена по ошибке, то можете обжаловать это решение в разделе Качество аккаунта.

4. Запрещенный контент

1. Нормы сообщества

Реклама не должна нарушать наши Нормы сообщества. Реклама в Instagram не должна нарушать правила, изложенные в Руководстве сообщества Instagram.

2. Нелегальные продукты и услуги

Реклама не должна содержать упоминания незаконной деятельности, услуг или продуктов, продвигать их или способствовать их распространению. Реклама, таргетированная на несовершеннолетних, не должна продвигать продукты, услуги или материалы, которые являются неуместными, незаконными, опасными или которые вводят в заблуждение или оказывают неправомерное давление на целевые возрастные группы.

3. Дискриминация

Реклама не должна дискриминировать или поощрять дискриминацию людей на основе личных характеристик, таких как раса, этническая принадлежность, цвет кожи, национальность, исповедуемая религия, возраст, пол, сексуальная ориентация, гендерное самоопределение, семейное положение, инвалидность, состояние здоровья или генетическое заболевание.

Подробнее

4. Табачные изделия и связанные продукты

Реклама не должна содержать предложений купить или использовать табачные изделия и принадлежности для их употребления. Реклама не должна продвигать электронные сигареты, испарители или другие продукты, имитирующие курение.

Подробнее

5. Лекарства и связанные с лекарствами продукты

Реклама не должна содержать предложений о продаже или использовании запрещенных или легких наркотиков, а также лекарственных средств, отпускаемых по рецепту.

Подробнее

6. Небезопасные пищевые добавки

Реклама не должна продвигать продажу или использование добавок, которые признаны Facebook небезопасными.

Подробнее

7. Оружие, боеприпасы или взрывчатые вещества

Реклама не должна продвигать продажу или использование оружия, боеприпасов или взрывчатых веществ. К этой категории также относится реклама принадлежностей для модификации оружия.

Подробнее

8. Товары или услуги для взрослых

Мы запрещаем рекламу, продвигающую продажи или использование товаров либо услуг для взрослых. Исключением является реклама средств планирования семьи или средств контрацепции. Реклама контрацептивов должна рассказывать о противозачаточных свойствах продукта, а не о сексуальном удовольствии или стимуляции, а также должна демонстрироваться людям от 18 лет и старше.

Подробнее

9. Контент для взрослых

Реклама не должна содержать контент для взрослых. Сюда относятся изображения обнаженных частей тела, людей в непристойных позах, а также действий, являющихся чрезмерно откровенными или сексуально провокационными.

Реклама, в которой явно обозначена или подразумевается возможность познакомиться, связаться или посмотреть контент, не должна позиционироваться как связанная с сексом или сексуальными отношениями с человеком, показанным в рекламе.

Подробнее

10. Ущемление прав третьих сторон

Реклама не должна содержать контент, нарушающий права третьих лиц, в том числе авторские права, права на товарные знаки, конфиденциальность, публичность и другие личные права и права собственности. О том, как пожаловаться на контент, который может ущемлять или нарушать ваши права, см. в нашем Справочном центре.

11. Сенсационные материалы

Реклама не должна содержать шокирующие, сенсационные материалы или материалы, в которых проявляется неуважение к людям или рассказывается о насилии.

Подробнее

12. Личные характеристики

Реклама не должна содержать материалы, которые ссылаются на личные характеристики или подразумевают их. Сюда относится прямое или косвенное упоминание или указание расы, этнического происхождения, религии, убеждений, возраста, сексуальной ориентации или поведения, гендерной идентичности, инвалидности, медицинского состояния (включая физическое или психическое здоровье), финансового состояния, участия в профсоюзе, уголовного прошлого или имени.

Подробнее

13. Ложная информация

Facebook запрещает публиковать рекламу, которая содержит заявления, опровергнутые сторонними экспертами по проверке фактов или — в некоторых случаях —организациями, имеющими опыт в данной сфере. Рекламодатели, неоднократно публикующие ложную информацию, могут лишиться возможности размещать рекламу на Facebook. Подробнее о проверке фактов на Facebook см. здесь.

Подробнее

14. Спорный контент

Реклама не должна содержать контент, который в коммерческих целях эксплуатирует спорные вопросы общественной значимости, политические проблемы и кризисные ситуации.

15. Неработающие целевые страницы

Реклама не должна перенаправлять людей на неработающие целевые страницы. К этой категории также относятся страницы, которые содержат контент, не позволяющий человеку покинуть их.

Подробнее

16. Мошенничество и обман

Реклама не должна продвигать товары или услуги, способствующие мошенничеству или обману.

Подробнее

17. Грамматика и ненормативная лексика

Реклама не должна содержать ненормативной лексики или грамматических и пунктуационных ошибок. Символы, цифры и буквы следует использовать должным образом, не пытаясь ввести в заблуждение нас или другие системы контроля в ходе проверки рекламы.

Подробнее

18. Несуществующие функции

В рекламе запрещено демонстрировать изображения несуществующих функций. Сюда относятся изображения кнопок воспроизведения, уведомлений, флажков, нескольких вариантов ответа, которые на самом деле невозможно выбрать, и т. д.

Подробнее

19. Личное здоровье

В рекламе не должно быть изображений "до" и "после", а также изображений неожиданных или невероятных результатов. Реклама не должна предполагать или формировать у кого-либо отрицательное представление о себе, чтобы продвигать средства для похудения, диетические добавки или другие продукты для здоровья.

Подробнее

20. Микрокредиты, займы "до зарплаты" и залоговые обязательства

Реклама не должна продвигать микрокредиты, кредиты и ссуды под залог будущей зарплаты или другие краткосрочные кредиты для покрытия чьих-либо расходов до следующей зарплаты. Под "краткосрочными кредитами" понимаются кредиты длительностью 90 дней или менее.

21. Сетевой маркетинг

Реклама, которая продвигает возможности получения дохода, должна подробно описывать продукт или бизнес-модель и не должна продвигать модели, предлагающие быструю прибыль при небольших вложениях, включая модели сетевого маркетинга.

Подробнее

22. Скандинавские аукционы

Реклама не может продвигать скандинавские аукционы, аукционы с платой за ставку и прочие похожие бизнес-модели.

23. Заявления, вводящие в заблуждение

Реклама не должна содержать ложных заявлений, например преувеличивать эффективность товара или услуги, приписывать им несуществующие характеристики или давать надежду на нереалистичные результаты в плане исцеления от болезней, поиска работы, похудения и т. д.

Подробнее

24. Контент низкого качества или непристойного характера

Реклама не должна содержать ссылки на внешние целевые страницы с несоответствующим или назойливым содержанием. Сюда относятся случаи вводящего в заблуждение позиционирования рекламы, например добавление сенсационных заголовков и привлечение людей на целевые страницы, где мало оригинального контента и много посторонней или низкокачественной рекламы. Подробнее о том, какую рекламу мы считаем низкокачественной, см. в Справочном центре по рекламе.

Подробнее

25. Шпионское или вредоносное ПО

Реклама не должна содержать шпионское ПО, вредоносное ПО или любые другие программы, которые могут привести к неожиданным последствиям или обману пользователей. К этой категории также относятся ссылки на сайты с этими продуктами.

26. Автоматическая анимация

Реклама не должна содержать аудио- или флеш-анимацию, воспроизводимую автоматически без вмешательства человека или открывающуюся на Facebook после нажатия рекламы.

27. Недопустимые бизнес-модели

Запрещается рекламировать товары, услуги, схемы или предложения с целью ввести пользователей в заблуждение, в частности для получения денег или личной информации обманным путем.

Подробнее

28. Системы для обхода средств безопасности

В рекламе не должна использоваться тактика, направленная на обход нашей проверки рекламы или системы контроля за соблюдением правил. Запрещены в том числе технологии, направленные на маскировку контента рекламы или целевой страницы.

Подробнее

29. Запрещенные финансовые продукты и услуги

Реклама не должна продвигать финансовые продукты и услуги, которые часто ассоциируются с мошенническими схемами.

Подробнее

30. Продажа частей тела

Объявления не должны рекламировать продажу частей человеческого тела или биологических жидкостей.

5. Контент с ограничениями

1. Алкоголь

Реклама, в которой предлагается или упоминается алкоголь, должна соответствовать всем действующим местным законам, необходимым или установленным отраслевым стандартам, правилам, лицензиям и согласованиям. Таргетинг должен быть настроен на аудиторию, которая по возрастным и региональным критериям отвечает требованиям Facebook относительно целевой аудитории и действующему местному законодательству. Обратите внимание, что реклама, в которой предлагается или упоминается алкоголь, запрещена в некоторых странах, включая следующие: Афганистан, Бангладеш, Бруней, Гамбия, Египет, Йемен, Кувейт, Ливия, Литва, Норвегия, Объединенные Арабские Эмираты, Пакистан, Россия, Саудовская Аравия и Турция.

Подробнее

2. Знакомства

Реклама онлайн-сервиса знакомств разрешается только при наличии предварительно полученного письменного разрешения. Такая реклама должна отвечать требованиям таргетинга для служб знакомств и нашему руководству по качеству служб знакомств, приведенным здесь. Чтобы стать зарегистрированным партнером в сфере сервисов знакомств, заполните эту форму. Мы рассмотрим вашу заявку.

Подробнее

3. Азартные игры на реальные деньги

Реклама, которая продвигает азартные и коммерческие игры и лотереи за реальные деньги, в том числе онлайн-казино, букмекерские конторы, сайты для игры в бинго или покер, или способствует их распространению, допускается только в определенных странах при наличии предварительно полученного письменного разрешения. Разрешенные азартные игры, головоломки или лотереи могут быть адресованы пользователям старше 18 лет и находящимся в юрисдикциях, для которых имеются соответствующие разрешения.

Подробнее

4. Государственные лотереи

Реклама государственных лотерей может размещаться на Facebook при условии, что целевая аудитория рекламы соответствует действующему местному законодательству, а таргетинг рекламы настроен на людей в рамках той юрисдикции, в которой проводится конкретная лотерея.

Подробнее

5. Онлайн-аптеки

Реклама не может содержать предложения о продаже фармацевтических препаратов, отпускающихся по рецепту. Реклама онлайн- и обычных аптек разрешена только при наличии предварительно полученного письменного разрешения.

6. Продвижение безрецептурных лекарств

Реклама безрецептурных лекарств должна соответствовать всем действующим местным законам, отраслевым стандартам, правилам, лицензиям и разрешениям. Таргетинг по возрасту и стране тоже должен соответствовать действующим местным законам.

7. Услуги подписки

Реклама услуг подписки или продуктов и услуг, которые включают в себя негативные варианты, автоматическое обновление, систему оплаты продуктов или мобильный маркетинг, должна соответствовать нашим требованиям.

Подробнее

8. Финансовые и страховые продукты и услуги

Целевая страница рекламы кредитных карт или финансовых услуг аккредитованных учреждений должна в достаточной мере раскрывать информацию относительно комиссий, в том числе годовую процентную ставку, комиссии за транзакции, ставки по кредитам и физический адрес организации, предлагающей данный продукт. Таргетинг рекламы, продвигающей кредитные карты, займы или услуги страхования, должен быть настроен на людей в возрасте 18 лет и старше. Реклама услуг по кредитованию и страхованию не должна напрямую запрашивать чью-либо финансовую информацию, включая данные кредитной карты.

Подробнее

9. Брендированный контент

В рекламе, продвигающей брендированный контент, с помощью инструмента работы с брендированным контентом должны быть отмечены все упомянутые сторонние продукты, бренды и бизнес-партнеры. Брендированный контент в рекламе — это контент автора или издателя, который представляет бизнес-партнера или создан с его участием на возмездной основе. Рекламодатели должны продвигать интеграции брендированного контента с помощью инструмента работы с брендированным контентом (подробнее о том, как отмечать рекламируемые сторонние продукты, бренды или бизнес-партнеров, читайте здесь).

10.a Реклама, связанная с вопросами общественной значимости, выборами или политикой

Рекламодатели могут запускать рекламу, связанную с вопросами общественной значимости, выборами или политикой, только если они следуют всем применимым законам и прошли процесс получения разрешения Facebook. В некоторых случаях Facebook ограничивает рекламу, связанную с вопросами социальной значимости, политикой или выборами.

Подробнее

10.б Заявление об источнике финансирования для рекламы, связанной с вопросами общественной значимости, выборами или политикой

Если в вашей стране можно пройти процедуру получения разрешения для рекламы, заявление об источнике финансирования в вашей рекламе, связанной с вопросами общественной значимости, выборами или политикой, должно соответствовать Нормам сообщества и Правилам рекламной деятельности Facebook, а также требованиям ниже. Эта информация предоставляется в ходе процесса получения разрешения для рекламы и будет отображена в заголовке рекламы.

Подробнее

11. Криптовалюта и связанные с ней продукты и услуги

Реклама не может продвигать криптовалюту или связанные с ней продукты или услуги без нашего предварительного письменного разрешения. Подробнее о том, как получить разрешение, см. здесь.

Подробнее

12. Лечение алкогольной и наркотической зависимости

Рекламодатели, которые хотят продвигать услуги лечения алкогольной и наркотической зависимости с таргетингом на жителей США, должны получить сертификат LegitScript и разрешение Facebook.

Реклама услуг лечения алкогольной и наркотической зависимости включает, в числе прочего: медицинские услуги по лечению алкогольной и наркотической зависимости, сайты с информацией по индивидуальному лечению, группы поддержки онлайн и офлайн, "горячие линии" для лиц, проходящих лечение или ищущих информацию о лечении алкогольной или наркотической зависимости.

Подать заявку на получение сертификата LegitScript можно здесь.

Подробнее

13. Косметические процедуры, а также товары и услуги для похудения

Таргетинг рекламы товаров и услуг для похудения должен быть настроен на людей в возрасте 18 лет или старше.

Таргетинг рекламы косметических процедур и хирургических операций должен быть настроен на людей в возрасте 18 лет или старше.

Подробнее

6. Видеореклама

Видеореклама и другие виды динамической рекламы должны соответствовать всем требованиям, перечисленным в настоящих Правилах рекламной деятельности, включая Нормы сообщества, а также требования, изложенные ниже.

1. Агрессивный контент

Видеореклама и другие подобные виды рекламы не должны быть слишком агрессивными, например не следует использовать в них мигающие экраны.

2. Ограничения в отношении развлекательных материалов

Рекламу, содержащую трейлеры фильмов, телепередач, видеоигр и другие подобные материалы для взрослых, разрешается демонстрировать только с предварительного письменного согласия Facebook и только лицам, достигшим 18 лет. В такой рекламе запрещено с чрезмерной интенсивностью изображать следующее:

1. Прием наркотиков и алкоголя

2. Контент для взрослых

3. Ненормативная лексика

4. Насилие и кровавые сцены

7. Таргетинг

1. Запрещается использовать параметры таргетинга для дискриминации, оскорбления, провоцирования или унижения людей или для проведения агрессивной рекламной политики.

2. Если вы настраиваете таргетинг рекламы на индивидуально настроенные аудитории, то при их создании вы должны соблюдать применимые условия.

8. Позиционирование

1. Актуальность

Все компоненты рекламы, включая текст, изображения или другие медиаданные, должны быть актуальными и соответствовать предлагаемому продукту или услуге, а также аудитории, которой демонстрируется реклама.

2. Точность

Реклама должна четко представлять рекламируемую компанию, продукт, услугу или бренд.

3. Целевые страницы по теме

Товары и услуги, упомянутые в тексте рекламы, должны совпадать с представленными на целевой странице, а целевой сайт не должен предлагать запрещенные товары или услуги или содержать ссылки на них.

Рекомендации, как повысить качество рекламы, см. здесь.

9. Текст в рекламных изображениях

Если в рекламном изображении слишком много текста, охват рекламы может снизиться или она может быть не допущена к показу. По возможности старайтесь использовать изображения, содержащие минимум текста или вообще без него. Подробнее об этом правиле и исключениях из него см. в Справочном центре для рекламодателей.

10. Реклама для лидов

Рекламодатели не должны задавать в рекламе для лидов вопросы с целью получить следующие типы информации без нашего предварительного письменного разрешения:

1. Номера аккаунтов

В рекламе нельзя запрашивать номера счетов, в том числе номера постоянных клиентов авиакомпании, номера бонусных карт или номера телефонного или кабельного счета, без нашего предварительного разрешения.

2. Криминальное прошлое

Реклама не должна запрашивать сведения об арестах и судимостях без нашего разрешения.

Подробнее

3. Финансовая информация

В рекламе нельзя запрашивать финансовую информацию, такую как номера банковских счетов, кредитных или дебетовых карт, коды банков, кредитные рейтинги, размер дохода или задолженности или чистая стоимость активов, без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

4. Удостоверения государственного образца

Реклама не должна запрашивать удостоверения государственного образца, в том числе номера социального страхования, паспорта или водительских прав, без нашего предварительного разрешения.

5. Информация о здоровье

Реклама не должна запрашивать информацию о состоянии здоровья человека, включая физическое здоровье, психическое здоровье, лекарства, которые принимает человек, заболевания или инвалидность, без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

6. Информация о страховании

Реклама не должна запрашивать сведения о страховании, включая номер страхового полиса, без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

7. Политические предпочтения

Реклама не должна запрашивать информацию о политических предпочтениях.

Подробнее

8. Раса и этническая группа

В рекламе нельзя запрашивать сведения о расовой или этнической принадлежности человека без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

9. Религия

Реклама не должна запрашивать сведения о религиозных или философских взглядах человека без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

10. Сексуальная ориентация

Реклама не должна запрашивать информацию о сексуальной ориентации или половой жизни человека, в том числе о том, с людьми какого пола человек предпочитает встречаться, без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

11. Шаблоны вопросов

Реклама не должна запрашивать информацию, совпадающую или аналогичную по сути с той, которую вы можете получить с помощью шаблона вопроса.

Подробнее

12. Членство в профсоюзе

Реклама не должна запрашивать сведения о статусе членства в профсоюзе без нашего предварительного разрешения.

Подробнее

13. Имена пользователей и пароли

Реклама не должна запрашивать имена пользователей и пароли, в том числе для существующих и новых аккаунтов, без нашего предварительного разрешения. Если вы хотите направить людей на страницу регистрации на вашем сайте или сервисе, вы должны использовать цель Клики на сайт или Конверсии на сайте при запуске рекламы.

Подробнее

11. Использование наших ресурсов бренда

Ознакомиться с правилами использования брендов Facebook и Instagram в рекламе и скачать одобренные ресурсы можно в Центре ресурсов бренда Facebook и в Центре ресурсов бренда Instagram.

1. Одобрение бренда

В рекламе не должна подразумеваться поддержка со стороны Facebook или Instagram, партнерство с ними или поддержка со стороны любой другой компании Facebook.

2. Использование брендов в рекламе

Реклама со ссылкой на контент на Facebook или Instagram (включая Страницы, группы, мероприятия или сайты, для доступа к которым необходимо войти на Facebook) может содержать ограниченное упоминание Facebook или Instagram в рекламном тексте в целях уточнения ее места назначения.

Бренд Facebook не должен быть самым заметным или привлекающим внимание элементом оформления рекламы.

Запрещается вносить изменения в ресурсы бренда Facebook (например, изменять дизайн, цвет, назначение специальных эффектов или анимации).

Подробнее

3. Авторское право и товарные знаки

В любой другой рекламе или на целевых страницах запрещается использовать объекты нашего авторского права, товарные знаки или любые знаки, похожие на них, кроме явно разрешенных в Центре ресурсов бренда Facebook и Instagram, а также тех, на использование которых у вас есть наше предварительное письменное согласие.

4. Снимки экрана пользовательского интерфейса

Изображение пользовательского интерфейса Facebook, Messenger или Instagram в рекламе должно точно отражать внешний вид и функции новейшей версии данного интерфейса. В рекламе запрещается показывать действия или функции, невозможные или отсутствующие в текущей версии пользовательского интерфейса этих продуктов.

Изображение пользовательского интерфейса в рекламе должно соответствовать тому, как он выглядит на соответствующем устройстве (например, смартфоне или ПК), а также требованиям Руководства по использованию бренда Facebook или Instagram.

Запрещается вносить изменения в пользовательский интерфейс, в том числе добавлять в него спецэффекты, наложения или анимацию. Значки или элементы пользовательского интерфейса запрещено использовать отдельно.

12. Ограничения использования данных

1. Убедитесь в том, что все данные, собираемые или получаемые посредством вашей рекламы на Facebook или в Instagram ("данные Facebook по рекламе"), будут доступны только тем, кто действует от вашего имени, например вашему поставщику услуг. Вы несете ответственность за то, чтобы ваши поставщики услуг защищали любые данные Facebook по рекламе или любую другую информацию, полученную от нас, за ограничение использования ими этой информации, а также за ее конфиденциальность и безопасность.

2. Запрещается использование данных Facebook по рекламе для любых целей (включая ретаргетинг, объединение данных кампаний нескольких рекламодателей и использование тегов перенаправления), за исключением использования данных на общей и анонимной основе (если от Facebook не получено разрешение на иное) для оценки результативности ваших рекламных кампаний на Facebook.

3. Запрещается использовать данные Facebook о рекламе, включая критерии таргетинга для вашей рекламы, чтобы создавать, редактировать, изменять, объединять профили, влиять на них или увеличивать их количество, включая профили, связанные с идентификаторами любых мобильных устройств или другими уникальными идентификаторами, с помощью которых можно установить личность конкретного человека, тип браузера, компьютера или устройства.

4. Запрещается передавать какие-либо данные Facebook по рекламе (в том числе анонимные, агрегированные или производные данные) в любую другую рекламную сеть, на рекламную биржу, брокеру данных или любой другой службе, деятельность которой связана с рекламой или монетизацией.

13. Что следует знать

1. Правила рекламной деятельности применимы (1) ко всей рекламе и рекламным материалам, предоставляемым или приобретаемым через Facebook, в рамках сервисов Facebook или за их пределами, включая рекламу, приобретаемую в соответствии со Стандартными положениями и условиями AAAA (Американская ассоциация рекламных агентств)/IAB (Совет по архитектуре Интернета), (2) к рекламе в приложениях на Facebook, и (3) к рекламе в Instagram. Использование вами рекламных продуктов и сервисов Facebook является частью "Facebook" в соответствии с Положением о правах и обязанностях Facebook (https://www.facebook.com/legal/terms, "ППО") и регулируется его положениями. К вам могут применяться дополнительные условия или руководства, если вы используете Instagram или определенные продукты или сервисы на Facebook, связанные с рекламой.

2. Рекламодатели несут ответственность за понимание и соблюдение требований всех применимых норм и законов. Несоблюдение может привести к различным последствиям, включая прекращение показа размещенной рекламы и удаление аккаунта.

3. При таргетинге рекламы не используются конфиденциальные личные данные. Параметры, которые вы выбираете для таргетинга рекламы, не должны отражать личное мировоззрение, качества или ценности людей, использующих Facebook или Instagram.

4. После начала показа реклама становится общедоступной информацией. Лица, не входящие в вашу целевую аудиторию, могут осуществлять доступ к рекламе и делиться ею (в том числе на Странице Facebook, с которой она была запущена, или в других Продуктах Facebook). Если пользователи взаимодействовали с вашей рекламой, она может сохраняться в наших Продуктах (например, ее репост может быть виден, пока человек не удалит его) или быть видна пользователям в инструментах аккаунта. Если реклама является политической, она будет отображаться в нашей Библиотеке рекламы. Это означает, что Facebook может (бесплатно) показывать ее и предоставлять доступ к ее контенту и креативу, а также сведениям о рекламной кампании (таким как общая сумма расходов и дата показа) в течение 7 (семи) лет после выполнения вашего заказа. Facebook может раскрывать контент вашей рекламы и всю информацию, связанную с вашей рекламной деятельностью, государственным органам или агентствам, если сочтет, что это поможет проведению законного расследования.

5. Если вы управляете рекламой от лица других рекламодателей, для каждого рекламодателя или клиента должен быть отдельный рекламный аккаунт. Запрещается менять рекламодателя или клиента, связанного с существующим рекламным аккаунтом. Создайте новый аккаунт. Вы несете ответственность за соблюдение этих Правил рекламной деятельности всеми рекламодателями.

6. Мы оставляем за собой право на свое усмотрение отклонять, одобрять или удалять рекламу по любой причине, в том числе рекламу, которая негативно влияет на наши отношения с людьми или продвигает контент, услуги или деятельность, противоречащие нашим интересам, принципам или философии рекламной деятельности.

7. Если правила требуют наличия предварительно полученного письменного разрешения, Facebook или компания Facebook могут дать такое разрешение.

8. Эти правила могут быть изменены в любое время без уведомления.