

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je představení skryté reklamy na sociálních sítích, možnostech jejího šíření napříč platformami a vymezení jejího právního rámce. První část bakalářské práce se bude týkat představení reklamy, převážně té digitální, a následně jejích jednotlivých druhů, které se vyskytují na sociálních sítích na kanálech influencerů. Reklama, zejména ta skrytá, bude vydefinována z pohledu vnitrostátního práva a práva Evropské unie. Influencerství bude dále představeno na základě jeho povahy a obsahu, ale také na základě povinností influencerů, které vznikají při šíření sponzorovaného obsahu.

V druhé části se budu věnovat analýze povědomí o skryté reklamě z pohledu uživatelů sociálních sítí. Zkoumána bude jak jejich teoretická znalost reklamy a spoluprací, tak i jejich schopnost tuto reklamu prakticky posoudit a zejména pak to, jestli by se o sponzorovaný příspěvek mohlo jednat. Na závěr budu porovnávat aktuální právní úpravu s výsledky analýzy a představím možnosti úpravy této oblasti z pohledu její efektivity, kvality a potřeby.