

Abstrakt

Cílem této práce je poskytnout vhled do problematiky nákupu programatické reklamy na konspiračních a propagandistických webech, se zaměřením na to, jak se k problému staví čeští a slovenští inzerenti. V teoretické části se na tuto problematiku bude nahlížet z 3 perspektiv. První perspektiva bude technická, v rámci které si ukážeme, jak programatická reklama funguje. Druhá perspektiva bude etická, kdy bude diskutováno, zda je aktivita těchto webů v rozporu s etickými principy masových médií a žurnalistiky. Třetí pohled pak bude řešit téma z pohledu zabezpečení značky v prostředí internetu. V závěru práce prezentujeme výsledky průzkumu přístupu českých a slovenských inzerentů k inzerci na takovýchto webech. Tyto výsledky pak uvedeme do kontrastu s teorií.