

Abstrakt: Právní aspekty skryté reklamy na sociálních sítích se zaměřením na její vnímání dítětem

Cílem této diplomové práce je posouzení, zda aktuální účinné právní předpisy jsou schopné reagovat na nový fenomén sociálních sítí, a to primárně v oblasti reklamní činnosti. Autorka diplomové práce si dává za cíl zanalyzovat aktuální právní stav v oblasti skryté reklamy a zhodnotit, zda tato úprava představuje účinnou ochranu v tomto on-line prostředí a zvláště, jestli reflektuje věk uživatelů sociálních sítí a zda dětskému publiku poskytuje zvýšenou ochranu.

První kapitola práce rozebírá sociální sítě a influencers, a to nejen z obecného hlediska, avšak i z pohledu práva. Tato kapitola taktéž blíže popisuje tři vybrané sociální sítě, tj. Facebook, Instagram a YouTube.

Následující část práce obsažená v druhé až čtvrté kapitole zaměřuje svou pozornost na úpravu skryté reklamy v českém právní řádu, požadavky vybraných sociálních sítí na označování reklamního obsahu a zahraniční rozhodovací praxi v oblasti skryté reklamy na sociálních sítích. Předmětem rozboru byly nejen předpisy aplikovatelné v rámci sociálních sítí, ale i předpisy upravující reklamu v jiném prostředí pro získání uceleného přehledu úpravy skryté reklamy.

Kapitola pátá se zabývá postavením dítěte v českém právním řádu. Popisuje požadavky zákonů obsahující úpravu reklamy na obsah mířený na dítě. Dále rozebírá českou soudní rozhodovací praxi v oblasti dítěte a reklamy. V závěru této části dochází k zhodnocení vnímání skryté reklamy dítětem a zda je zvýšená regulace potřeba.

Rozbor vybraných příspěvků byl proveden v rámci kapitoly šesté, aby si čtenář práce mohl udělat představu o způsobu, jakým influenceři reklamu na sociálních sítích označují. Popsány byly jak řádné označené reklamní příspěvky, tak i ty problematické.

Poslední sedmá kapitola práce komplexně hodnotí stav aktuálních právních předpisů v oblasti skryté reklamy na sociálních sítích s ohledem na dětské publikum a navrhuje vhodné úpravy právního řádu, které by mohly zajistit efektivnější ochranu.

Klíčová slova: sociální sítě, dítě, influencer marketing, skrytá reklama