PRÁVNICKÁ FAKULTA
Univerzita Karlova

CENTRUM PRÁVA DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ

POSUDEK OPONENTKY DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomantky:	**Martina Jirůtková**
Téma práce:	Právní aspekty skryté reklamy na sociálních sítích se zaměřením na její vnímání dítětem
Rozsah práce:	celkem 99 (číslovaných) stran, součástí je přílohová část o 25 stranách (20 příloh a přehled příloh), vlastní text práce od Úvodu po Závěr má 60 stran; vlastní obsah práce včetně poznámek pod čarou 176 537 znaků včetně mezer (dle údaje v práci), tj. více než požadované minimum 108 000
Datum odevzdání práce:	12. prosince 2022 (elektronická podoba)

1. **Aktuálnost (novost) tématu**

Téma skryté reklamy, téma ochrany dítěte v prostředí internetu (konkrétně na sociálních sítích), ale i obecně téma právní regulace obsahu internetu jsou témata vysoce aktuální a společensky velmi významná.

2. **Náročnost tématu na teoretické znalosti, vstupní údaje a jejich zpracování, a použité metody**

Téma je v úrovni vyšší náročnosti. Vyžaduje seznámení se s tuzemskou, evropskou i mezinárodní legislativou, samoregulačními mechanismy, výklady odborné veřejnosti, soudní judikaturou i rozhodnutími správních orgánů. Předpokladem je i porozumění věcné stránce fungování sociálních sítí, jakož i orientace v koncepci právní ochrany práv dítěte. Diplomantka volí metodu popisnou, analytickou, syntetickou a komparativní.

3. **Formální a systematické členění práce**

Vlastní práce je členěna do 7 kapitol: 1. Sociální sítě, influenceři a jejich zakotvení v právu, 2. Právní úprava skryté reklamy, 3. Požadavky sociálních sítí na označování reklamy, 4. Rozhodovací praxe v oblasti skryté reklamy na sociálních sítích, 5. Postavení dítěte v českém právním řádu, 6. Rozbor vybraných reklamních příspěvků na sociálních sítích, 7. Návrhy a doporučení v rámci právní úpravy. Dále obsahuje Úvod, Závěr, 20 příloh s příklady, které jsou předmětem rozboru v kapitole 6., Titulní stranu, Prohlášení, Poděkování, Obsah, Seznam zkratek, Seznam použitých zdrojů, Seznam příloh, Abstrakt a klíčová slova v českém a anglickém jazyce. Jednotlivé kapitoly jsou dále členěny až do tříbodové úrovně.

4. **Vyjádření k práci**

Diplomantka si stanovila za cíl 1) popsat a rozebrat aktuální právní úpravu regulace reklamy na sociálních sítích se zaměřením na otázku skryté reklamy a jejího vnímání dítětem; 2) přednést úvahy de lege ferenda. V první, druhé a zčásti páté kapitole popisuje diplomantka východiska pro další výklad jako pojem sociálních sítí obecně, specifika tří významných sítí (Facebook, Instagram a YouTube), pojem influencer, základní právní rámec, dítě a právní ochrana jeho práv ve vztahu k reklamě a další. Třetí kapitola popisuje úpravu pravidel k označování reklamy tří výše jmenovaných sociálních sítí. Tato část, ač rozsahem není nejrozsáhlejší, přináší významné podněty, a

Univerzita Karlova, Právnická fakulta
Centrum práva duševního vlastnictví
nám. Curieových 901/7
116 40 Praha 1

telefon: 221 005 247
e-mail: holcova@prf.cuni.cz
datová schránka: piyj9b4
http://www.prf.cuni.cz

to i s ohledem na závěr diplomantky, že regulace ze strany samotných provozovatelů sociálních sítí se pojí s cennou možností přímého zásahu proti jednání v rozporu s podmínkami, byť současně výstižně poznamenává, že aktuálně se pozornost těchto subjektů soustředí na eliminaci násilného obsahu a nenávistných projevů. Významná je i zmínka (bod 2.6) o tuzemské samoregulaci prostřednictvím nejprve Doporučených pravidel spolupráce zadavatele a influencera vydaných SPIR v roce 2018 a návazně prostřednictvím Kodexu influencera přijatého v roce 2020 SPIR společně s uskupením pod názvem Platforma profesionální komunikace. Čtvrtá a šestá kapitola, jakož i část kapitoly páté (5.3) jsou kazuistické. Je třeba ocenit z hlediska originality obsahu a samostatného přístupu zejména kapitolu šestou včetně příloh. S diplomantkou lze jistě i polemizovat, sama některé případy považuje za hraniční, ale i samotný impuls k diskusi je zde cenným přínosem. Podnětná jsou i závěrečná doporučení – úvahy de lege ferenda. Diplomantka správně zmiňuje vliv evropské legislativy na tuzemskou právní úpravu, do určité míry tak chybí úvahy o možnostech, potažmo smysluplnosti regulace obsahu dostupného celosvětově ryze národním zákonodárstvím. S ohledem na zmínku pravidel provozovatelů sociálních sítí i etický kodex by práce mohla obsahovat i výběr inspirativních ustanovení pro regulaci právní. Avšak i tak diplomantka bezesporu naplnila předsevzaté cíle.

5. Kritéria hodnocení práce

Splnění cíle práce	ano
Logická stavba práce	ano
Samostatnost při zpracování tématu včetně zhodnocení práce z hlediska plagiátorství	ano; kontrola na plagiáty ze dne 14. prosince 2022 v pořádku – vygenerovaný protokol Theses vykazuje údaj: počet podobných dokumentů 54, celková podobnost 19 %; nejvyšší dosažená míra podobnosti: 4 % (souvisí s citací právních předpisů a souvisejících dokumentů). Nejvyšší podobnost s jinou závěrečnou prací je ve vztahu k diplomové práci z Masarykovy univerzity *Mgr. Jiří Trávniček: Omezení reklamy v ČR ve světle ústavních hodnot*, i zde jsou důvodem tytéž prameny; protokol přes Turnitin vykazuje celkovou shodu 20 %, jednotlivě 3 % s dspace.cuni.cz, 1x 1 % a pak vždy pod 1 %; nejvyšší počet společných slov 50
Práce se zdroji (využití cizojazyčných zdrojů) včetně citací	bez výhrad, využívá i cizojazyčné zdroje
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	dostatečná pro práci typu diplomová
Úprava práce (text, grafy, tabulky)	bez výhrad, včetně obrazových příloh (bez grafů a tabulek)
Jazyková a stylistická úroveň	bez výhrad

6. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě

Doporučení/nedoporučení k obhajobě	doporučuji k obhajobě
Otázka k obhajobě	co je reklamním obsahem z obsahu sdělovaného na sociálních sítí influencerem – 1) jak musí být označen, 2) zda a jak musí být označen, aby se nejednalo o skrytou reklamu
Navržený klasifikační stupeň	v závislosti na průběhu obhajoby výborně

Praha 12. ledna 2023

_____

JUDr. Irena Holcová
oponentka diplomové práce