

Činnost influencerů na sociální síti Instagram z hlediska zákona o regulaci reklamy

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou influencer marketingu na sociální síti Instagram jako moderní formy reklamy, která je činěna prostřednictvím tzv. influencerů. Zaměřuje se především na otázku regulace reklamy na platformě Instagram, a to specificky na tzv. skrytou reklamu, potažmo pravidla, vhodnost a dostatečnost označování reklamních spoluprací mezi zadavateli a influencery a problematiku této oblasti.

Za tím účelem vymezuje především v 1. a 2. kapitole jednotlivé pojmy jako je influencer marketing a jeho formy, influencer, platforma Instagram jako sociální médium a reklama včetně jejich odnoží v podobě teleshoppingu, product placementu a spozoringu, nejen z hlediska marketingového, ale především z hlediska právního, a oba obory tak propojuje.

Stěžejní část diplomové práce ve 3. kapitole je věnována rozboru nekalé obchodní praktiky spočívající v nepřiznání obchodního záměru. V této kapitole je rovněž zahrnuto srovnání s přístupem jiných států (zejm. Německa a Švédska) prostřednictvím tamní judikatury.

Problematika samotného označování reklamních příspěvků na Instagramu zohledňující specifické nástroje poskytované Instagramem či jazyk užívaný k označení a jejich vhodnost je potom rozebrána ve 4. kapitole diplomové práce. V této části je pro porovnání opět zahrnuta judikatura německých a švédských soudů, případně přístup maďarských orgánů.

Poslední, tedy 5. kapitola, je potom věnována veřejnoprávní odpovědnosti influencerů ve vztahu k influencer marketingu. Zejména tedy vymezení jejich právního postavení jako subjektů reklamy, dozorových orgánů, které na regulaci reklamy dohlíží, a sankcí, které mohou být za klamavou reklamu uloženy.

Cílem diplomové práce je přiblížit aktuální českou právní úpravu a zhodnotit její dostatečnost ve vztahu k předmětné oblasti influencer marketingu na Instagramu. Poukazuje na některé její nedostatky a současně snaží nastínit možné přístupy *de lege ferenda* založené na komparaci české právní úpravy se zahraniční judikaturou a metodikou.

Klíčová slova: regulace reklamy, influencer marketing, skrytá reklama na Instagramu