

**Posudek k diplomové práci kol. Kristýny Kubištové**  
**na téma „Činnost influencerů na sociální síti Instagram**  
**z hlediska zákona o regulaci reklamy“**

1. Aktuálnost (novost) tématu:

Aktuálnost tématu: Vysoce aktuální / **Nadstandardně aktuální** / Dostatečně aktuální / Neaktuální

Novost tématu (v kontextu zpracovaných témat diplomových prací na PF UK): Zcela nové / **Relativně nové** / Dosud plně nezpracované / Dostatečně zpracované

2. Náročnost tématu (teoretické znalosti, vstupní údaje a jejich zpracování, použité metody).

Náročnost tématu z hlediska úrovně teoretických znalostí vyžadovaných pro zpracování tématu: Vyšší / **Standardní** / Nižší

Náročnost tématu z hlediska rozsahu dostupných zdrojů (rozsahu právní úpravy, doktrinárního zpracování, aplikovatelné judikatury): Vyšší / **Standardní** / Nižší

3. Kritéria hodnocení práce:

A. Splnění cíle práce

Stanovení cíle práce: **Provedeno řádně** (s. 2) / Provedeno nikoliv řádně / Neprovedeno

Splnění cíle práce: **Cíl řádně splněn** / Cíl spíše splněn / Cíl spíše nesplněn / Cíl nesplněn nebo vůbec nestanoven

B. Samostatnost při zpracování tématu

Tvůrčí uchopení tématu (individualita zpracování): **Ano** / Spíše ano / Spíše ne / Ne

Závislost na použitých pramenech: **Ne** / Ano (odůvodnění: ...)

C. Logická stavba práce

Systematika práce: Vhodně zvolena / **Zvolena spíše vhodně s těmito výhradami:...** / Zvolena nevhodně (odůvodnění: ....)

*Zahájit řešení zvoleného tématu až na s. 33 (kapitola 3) není úplně šťastné. Přitom již na úvod této kapitoly je rozebrána skrytá reklama jako forma závadné reklamy, avšak v navazující kapitole 3.2 se řeší obecnější otázky (vymezení reklamy).*

Dodržení zvolené systematiky: **Ano** / Ano s těmito výhradami: ... / Ne (odůvodnění: ....)

D. Práce s literaturou (využití cizojazyčné literatury) včetně citací

Reprezentativnost zdrojů: **Ano** / Ne (odůvodnění: ...)

Aktuálnost zdrojů: **Ano** / Dostatečná s těmito výhradami: ... / Nedostatečná (odůvodnění: ...)

Primární zdroje využity: **Dostatečně** / Nedostatečně (odůvodnění: ...)

Zahraniční zdroje využity: **Ano** / Ne

Dodržení zásad odborné práce se zdroji: **Ano** / Ne (odůvodnění: ...)

E. Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)

Téma zpracováno nikoliv deskriptivně: **Ano** / Převážně ano / Převážně ne / Ne

Dostatečná analýza problematických otázek: **Ano** / Ne (odůvodnění: ...)

*Oceňuji zejména průběžně prováděná dílčí shrnutí.*

Úplnost zpracování tématu: **Ano** / Ne (odůvodnění: ...)

Zhodnocení tématu a práce v závěrečné kapitole: **Řádné** / Dostatečné s těmito výhradami: ... / Nedostatečné (odůvodnění: ...)

Komparace s jinou právní úpravou: **Ano** / Ne

F. Úprava práce (text, grafy, tabulky)

Formální podoba textu: **Bez výhrad** / S těmito výhradami: ...

Formální podoba poznámek pod čarou a seznamu literatury: **Bez výhrad** / S těmito výhradami: ...

Grafy a tabulky: **Ano** / Ne

Jejich případný význam pro kvalitu zpracování tématu: Vyšší / **Běžný** / Nižší

G. Jazyková a stylistická úroveň

Jazyková úroveň textu (z hlediska užívání odborné terminologie): **Standardní** / Dostatečná s těmito výhradami: ... / Nedostatečná (odůvodnění: ...)

Stylistická úroveň textu (čitivost, přehlednost): **Standardní** / Dostatečná s těmito výhradami: ... / Nedostatečná (odůvodnění: ...)

Gramatická úroveň textu: Standardní / **Dostatečná s těmito výhradami: Ve srovnání s jinými diplomovými pracemi přeci jen text obsahuje poněkud vyšší počet překlepů (například „marketingového“ - s. 7).** / Nedostatečná (odůvodnění: ...)

#### 4. Případné další vyjádření k práci:

Vzhledem k tomu, že se práce výslovně svým tématem hlásila k zákonu o regulaci reklamy, předpokládal jsem, že bude zohledněna relativně kazuistická úprava propagace jednotlivých komodit. Diplomová práce však propagované produkty z hlediska jejich významu či rizik pro spotřebitele neřeší (přitom právě v oblasti alkoholických nápojů či kojenecké výživy je Instagram cenným zdrojem deliktního chování).

Některé faktické informace o zkoumaném tématu byly překládány způsobem „nikoliv vědeckým“. Na straně 7 například autorka popisuje značnou penetraci Instagramu mezi mladými. Srovnává přitom údaje české a celosvětové, avšak předkládá veličiny nesourodé. Lze chápat, že důvodem je čerpání z různých zdrojů. Je však na místě pokusit se identifikovat, do jaké míry jsou předkládané informace srovnatelné. Pokud jde o pohled celosvětový, uvádí se zjištění jen pro věkové rozpětí 18 až 34 let (60 % této skupiny). Zatímco pro ČR je naopak uvedeno absolutní číslo pro veškerou populaci s obecnou informací, že nejčastěji nalezneme uživatele v obdobné (ale nikoliv shodné) věkové skupině 15 až 29 let. Přitom právě věková skupina 15 až 18 let je obzvláště významná právě pro rizika deformace jejich spotřebitelského chování. Navíc informace o počtu uživatelů je dosti dynamická, nutno zohlednit i relevantní čas zjištění. Světový údaj je datován k dubnu 2022, zatímco český pouze obecně k roku 2021, ačkoliv ČTK pravděpodobně též časově lépe určila svůj údaj, resp. zpráva byla vydána určitého dne (diplomová práce hovoří jen o roce 2021). Chápu, že autorka se spokojila s tím, že těmito daty dokládá, že uživatelů je hodně a jsou hlavně mezi mladými. Ale z hlediska odborného přístupu je takové pouhé předložení přeci jen diskutabilní.

Na s. 38 je kritizováno užití slova „redakční“, aniž by byl formulován výraz vhodnější.

3.3.1 – Lze považovat jedno rozhodnutí patentového a obchodního soudu ve Stockholmu za vystižení přístupu Švédska k dané problematice? Možná ano, ale „švédská“ kapitola se věnuje jen tomuto rozhodnutí a nedává informaci o jeho významu v kontextu švédského přístupu.

#### 5. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě:

- Na s. 16 autorka konstatuje, že spotřebitel má právo na pravdivé informace o nabízených a prodávaných produktech. V jakém rozsahu a z čeho to lze dovozovat?
- Jaký je tedy současný náhled českého práva na skrytou reklamu?
- Lze považovat za zpracovatele / šířitele reklamy influencera, který na Instagramu propaguje určitý produkt, nemá s jeho výrobcem / distributorem smlouvu na tuto činnost, avšak postupuje tak právě v zájmu toho, aby jeho pozornost upoutal a placenou spoluprací získal.....?
- Švédský průměrný spotřebitel je modelován jako osoba zvyklá číst v anglickém jazyce (s. 58). Platí toto pro jeho český model, či nikoliv?
- Na s. 66 autorka uvádí postih chování na Instagramu – o jaké se jednalo konkrétně delikty?

6. Doporučení / nedoporučení práce k obhajobě a navržený klasifikační stupeň:

Předchozí text se cíleně věnoval identifikaci vad předložené práce. Je však na místě konstatovat, že autorka shromáždila úctyhodný počet zdrojů a to k tématu, jež se obecně větší právní analýze vzpírá a k němuž české praxe nenabízí dostatek rozhodovací praxe. Jako čtenář mohu konstatovat, že jsem se seznámil s mnoha zajímavými informacemi a že právní hodnocení přinejmenším může být předmětem dalších polemik.

Proto doporučuji práci k obhajobě, neboť splňuje předepsané předpoklady a s ohledem na výše uvedené jí předběžně navrhuji klasifikovat stupněm velmi dobře.

V Praze dne 15. 11. 2022

Doc. JUDr. Daniel Patěk, Ph. D.  
vedoucí diplomové práce