

Právní postih skryté reklamy influencerů na sociálních sítích

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá fenoménem influencer reklamy a jeho právní regulací v České republice a Evropské unii. Také hodnotí efektivitu vymáhání právní úpravy v ČR a představuje tři odlišné přístupy k postihu v zahraničí, mezi nimi se věnuje i české a zahraniční autoregulaci.

V první části práce stručně nastiňuje, jak fenomén v ČR postupně vznikal a jak vypadá v současné době s důrazem na odměňování influencerů, jestliže jeho nejpálčivějším problémem je skrytá podoba reklamy a jde tak o reklamu klamavou. Druhá část se věnuje platné tuzemské veřejnoprávní a soukromoprávní úpravě reklamy, kterou aplikuje v prostřední sociálních sítí a vymezuje právní postavení aktérů, kteří se na ni mohou podílet. Právní úprava v ČR vychází z práva Evropské unie, a proto práce reflektuje klíčové pojmy ve světle pokynů k výkladu směrnice o nekalých obchodních praktikách. Na analýzu právní úpravy navazuje kapitola, která si klade za cíl vymezit rozdíl mezi doporučením influencera a komerčním sdělením, když uvádí konkrétní indicie.

Ve třetí části se práce vypořádává s rozhodovací praxí krajských živnostenských úřadů, které jsou oprávněny k veřejnoprávnímu postihu reklamy na sociálních sítích. Zvýšený důraz je pak kladen na tři rozhodnutí konkrétního úřadů, která podrobněji přibližují reklamy, které jsou v ČR postihovány. Čtvrtá část práce představuje českou autoregulaci, porovnává ji se zahraniční a navrhuje její větší zefektivnění.

Poslední část práce analyzuje a vzájemně porovnává tři rozdílné přístupy k postihu influencer reklamy v zahraničí. Nejprve zkoumá konkrétní rozhodnutí německých soudů, dále věnuje pozornost praxi britského autoregulátora a nakonec nastiňuje státní dohled v USA.

Na základě analýzy české právní úpravy a jejího vymáhání a s ohledem na prostudování zahraničních přístupů práce závěrem navrhuje možné řešení, jak efektivněji a důrazněji dohlížet v ČR nad reklamou na sociálních sítích.

Klíčová slova: klamavá reklama, nekalá obchodní praktika, ochrana spotřebitele, influencer