

OPONENTSKÝ POSUDEK

Jméno diplomanta/diplomantky:	Barbora Krchovová
Téma práce:	Právní postih skryté reklamy influencerů na sociálních sítích
Rozsah práce:	139 854 znaků včetně mezer
Datum odevzdání práce:	2.11.2023

- 1. Aktuálnost (novost) tématu** Jde o nové téma, které zpracovává velmi aktuální problematiku. Aktuálnost problematiky je dána jednak novými jevy (influencer, reklama, sociální sítě) a jednak dosud málo realizovaným zkoumáním právních aspektů těchto jevů v právním prostředí.
- 2. Náročnost tématu na teoretické znalosti, vstupní údaje a jejich zpracování a použité metody** Pro zpracování tématu je jen velmi málo adekvátní odborné právní literatury a jen omezeně využitelná soudní judikatura. Autorka diplomové práce rovněž musí být schopna vlastním úsilím formulovat některé dosud nezpracované otázky a vymezit jejich formálně právní základ. Jde o relativně velmi obtížný úkol i pro zkušeného autora a badatele.
- 3. Formální a systematické členění práce** Diplomová práce je členěna na Úvod, 5 samostatných kapitol a Závěr. Struktura přeložené práce není úplně zdařilá. Autorce se zcela nepovedlo najít pevnou páteřní kostru diplomové práce, na kterou by systematicky navěsila jednotlivé kapitoly v logické souslednosti. Autorka se například v první kapitole zaměřuje na odměňování influencerů, aby v další kapitole teprve vymezila některé pojmy a základní otázky. Vzniklo tak dílo poněkud nekompaktní a myšlenkově rozptýlené.
- 4. Vyjádření k práci** Na diplomové práci pozitivně hodnotím výběr tématu, ambicióznost při jeho zpracování a snahu vypořádat se různými úskalími tématu, které není příliš probádané a odbornou právní literaturou zpracované. Zároveň se však ukázalo, že právě shora uvedené výzvy pro autorku představovaly velký problém, který se úplně nepodařilo v diplomové práci překonat.
- 5. Kritéria hodnocení práce**

Splnění cíle práce	Autorka vymezuje cíl práce na str. 7: „Práce si tedy klade následující cíle: poskytnout základní přehled o právní regulaci influencer reklamy v ČR, a to ve světle regulace EU. Dále vymezit právní postavení všech aktérů, kteří se na influencer reklamě mohou podílet. Také popsat možnosti správného označování reklamních sdělení a vymezit hranice mezi doporučením a obchodním sdělením. Dále ukázat, jak je v současné době veřejnoprávní regulace reklamy vymáhána správními orgány a zhodnotit, nakolik je efektivní. V neposlední řadě také představit českou autoregulaci reklamy a porovnat ji s autoregulací v zahraničí. Nakonec popsat a vzájemně porovnat tři odlišné zahraniční přístupy k postihu.“ Samo vytýčení cílů naznačilo, že záměr autorky diplomové práce je velmi ambiciózní. Ne všechny cíle byly formulovány v intencích tématu
--------------------	--

	diplovové práce (např. skrytá reklama influencerů na sociálních sítích), některé cíle byly mnohem širší (rozsah veřejnoprávní regulace reklamy atp.) a jejich zhodnocení by vyžadovalo prozkoumání většího množství pramenů. Nicméně pokud na vzniklé dílo hledíme prizmatem názvu diplomové práce, je autorce možno přiznat částečné naplnění cíle.
Samostatnost při zpracování tématu včetně zhodnocení práce z hlediska plagiátorství	Nemám žádné důkazy o tom, že by diplomantka nepostupovala při zpracování samostatně. Jejím autorství též nasvědčuje i odkaz na již dříve publikované články v časopisu Soukromé právo.
Logická stavba práce	Určité připomínky ke struktuře, a tudíž i logické stavbě práce jsem vznesl pod bodem 3.
Práce se zdroji (využití cizojazyčných zdrojů) včetně citací	Diplomová práce pracuje se zdroji tuzemskými i cizojazyčnými v přiměřeném rozsahu pro práci této povahy.
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	Vzhledem k „pionýrské povaze“ díla zpracovávajícího novou tematiku považuji hloubku analýzy za mělkou, byť ještě dostačující.
Úprava práce (text, grafy, tabulky)	---
Jazyková a stylistická úroveň	Stylistickou úroveň hodnotím jako solidní. K jazykové stránce uvádím, že používání některých pojmů jako „influencer“ a „influencer reklama“ nebylo úplně přehledné.

6. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě

V souvislosti se zpracovávanou problematikou bych uvítal názor autorky na otázky:

- za jakých podmínek je influencer provádějící reklamu podnikatelem,
- jakou povahu má smlouva podnikatele s influencerem o poskytování služeb?

Doporučení/nedoporučení práce k obhajobě	Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.
Navržený klasifikační stupeň	Dobře

V Praze dne 3.12.2023

doc.JUDr. Petr Liška, Ph.D., LL.M

oponent/oponentka