

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce popisuje a analyzuje etický rozměr content marketingové praxe na sociálních sítích. Rapidní tempo technologického pokroku, formující zrod participativního webu 2.0 a sociálních sítí, vedlo k vytvoření stále zvětšující se mezery mezi každodenní online zkušeností a diskurzem aplikované etiky. Skrze trojici cílů diplomové práce je tak nejprve literární rešerší popsáno dosavadní vědění v oblasti marketingové a informační etiky (a jsou identifikovány jeho limity), za pomoci informační etiky Luciano Floridiho je následně sestrojen jednotný etický rámec pro posouzení specifických morálních dilemat vznikajících na sociálních sítích a tento rámec je otestován případovou studií na sociální síti Reddit. V ní je skrze nepřiznanou marketingovou praxi otestována funkčnost šestice pilířů sestrojeného etického rámce. Ty postihují zásadní parametry a projevy indikující neetickou činnost. Současně je tak ilustrována existence a způsoby vzniku tzv. etického vakua dokreslující potřebu aktualizovat přístupy teorií aplikované etiky pro prostředí sociálních sítí a informační sféry obecně.