Ústav informačních studií a knihovnictví
Filozofická fakulta
Univerzita Karlova

Název práce: **Etický rozměr content marketingu na sociálních sítích**

Typ práce: diplomová

Hodnocení práce: **velmi dobře**

Vedoucí práce: Mgr. Josef Šlerka, Ph.D.

Oponent práce: Ing. Petr Koubský, CSc.

Řešitel/ práce: Bc. Viktor Švamberk

Slovní hodnocení práce

Dovolím si obsah předložené práce zjednodušit mírně znevažujícím způsobem: její autor vyzkoušel krajně neetickou obchodní praktiku v prostředí sociálního média, aby mohl závěrem konstatovat, že tato praktika je neetická, když se na ni aplikuje koncepce tzv. globální informační etiky Luciana Floridiho. Řečená neetická praktika spočívala v tom, že uživatelům sítě nenápadně podstrkával obchodní nabídky konkrétní firmy, vydávaje se za neexistující osobu, která s danou firmou nemá nic společného a nic neprodává; to v přímém rozporu s explicitně formulovanými pravidly daného prostředí.

Okamžitě lze namítnout že a) morálně pochybný experiment nebylo nutné vůbec uskutečnit, jeho výsledek je zřejmý předem, b) Floridiho teorii mohl autor klidně vynechat (neboli: narouboval ji na svůj experiment dost samoúčelně), protože popsaný prodejní postup je očividně neetický v *jakémkoli* konzistentním etickém systému.

Práci z mého pohledu zachraňují tři věci: autorova odvaha pustit se do obtížného tématu; dosti detailní popis jeho pochybného působení na Redditu; a konečně její skutečná, byť autorem nedoceněná pointa, že totiž neetická marketingová technika může být v prostředí sociálních médií výrazně výdělečnější než etická, tudíž existuje silná pobídka k neetickému chování. Kdyby autor tento bod důkladně rozebral a kdyby byla práce slohově a jazykově přijatelná, s radostí bych za ni navrhl jedničku.

Ani jedno z toho se však nestalo. Po jazykové a slohové stránce je práce na hraně akceptovatelnosti. Toto tvrzení zde nepodpořím žádnou citací, abych autorovi zbytečně nepřitěžoval. Na případné vyžádání jich mohu dodat řadu. Práce by se také dala prospěšně zkrátit proškrtáním četných redundantních pasáží a formulací.

Nejlepší částí je popis, jak autor v omezeném čase dokázal získat důvěru uživatelů Redditu a přimět je k nákupnímu rozhodnutí, aniž by si oni uvědomili manipulaci. Pozoruhodné je, že si k tomu vybral právě to sociální médium, kde je taková manipulace nejobtížnější a riziko postihu největší. Práce tak může posloužit jako praktický návod tomu, kdo by chtěl podobný pokus zopakovat. To je pěkný etický paradox sám o sobě.

Ústav informačních studií a knihovnictví
Filozofická fakulta
Univerzita Karlova

K obhajobě navrhuji například následující otázky:

1. Na několika místech textu uvádíte pojem „férovost ceny“. Co jím rozumíte?

2. Jak jste experiment na Redditu ukončil? Existuje identita u/StreetwearMagician i nadále? Pokud ne, vysvětlila nějak své zmizení? Máte v plánu uživatelům Redditu a moderátorům příslušného subredditu svůj experiment dodatečně vysvětlit? Rozeberte, prosím, odpovědi na tyto otázky pomocí etického rámce, který jste v práci navrhl.

3. Porovnal jste výnosy etického (přiznaná reklama) a neetického (doporučení fiktivní postavy) marketingového působení na Redditu. Porovnejte i náklady obou postupů. U neetické metody to udělejte nadvakrát, jedna z variant bude zahrnovat dlouhodobé náklady neetického postupu – riziko trvalé ztráty důvěry, negativní publicitu, morální problémy pracovníků pověřených touto činností…)

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji známku 2 (velmi dobře).

Hodnotící tabulka

Aspekty práce	Vysvětlení	Možné hodnocení
metodologie a věcné zpracování tématu	Metodologicky nejistá půda, není se o co opřít, přidávám body za snahu a odvahu.	27
přínos a novost práce	Originální téma.	20
citování, korektnost citování, využití inf. zdrojů	Překlady citací z angličtiny jsou velmi nekvalitní.	12
slohové zpracování	Zbytečně složitá souvětí, redundance textu, nesrozumitelné formulace, banální slohové chyby.	2
gramatika textu	Četné chyby v interpunkci, drastické chyby v psaní velkých písmen.	0
CELKEM		**61**

V Praze dne 31. 5. 2020

Petr Koubský