

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky:	Nikola Aichingerová
Téma práce:	Autorské právo a reklama
Rozsah práce:	139 000 znaků vč. mezer
Datum odevzdání práce:	leden 2023

1. Aktuálnost (novost) tématu

Téma reklamy a užití autorských děl v reklamě se v posledních letech řadí mezi populární témata. Studenti mohou svůj zájem o autorské právo spojit se studiem jedné z poměrně zajímavých forem komunikace, kterou je reklama, tj. komunikace směřovaná vůči veřejnosti (ať již odborné nebo spotřebitelské) s cílem ovlivnit jejich chování. Téma je stále nové a inspirující.

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

Pro studenty je u individuálních témat tohoto druhu obvykle nejobtížnější rozlišit právní otázky od otázek ekonomických, sociálních, technických a obecných. Je-li vyříděna podstata právní, je nutné se ještě zorientovat v právních oblastech: zejména oddělit veřejnoprávní regulaci reklamy od soukromoprávních vztahů a dále v oblasti soukromého práva odlišit otázky práv duševního vlastnictví. Je patrné, že na některých místech autorka v teoretické rovině poněkud zakolísala, tj. její právní kvalifikace někdy není zcela přesná nebo jí chybí systematické utřídění.

3. Formální a systematické členění práce

Práce je v podstatě rozdělena do dvou částí: části teoretické, která pojednává obecně o autorském právu, a části speciálně věnované reklamě. Je poněkud na škodu, že autorka svému zvolenému tématu dala jen menší prostor než obecným otázkám, které jsou navíc zpracovány spíše popisně a nepřinášejí příliš nového.

4. Vyjádření k práci

Kladně lze hodnotit samostatnost zpracování. Příliš široký záběr práce věnovaný historii a obecným otázkám autorského práva neumožnil autorce dostatečně hlubokou právní analýzu, kterou by bylo možné spíše provést, kdyby těžiště práce bylo věnováno specifickým otázkám užití děl v reklamě. Na druhou stranu jsem si vědoma obtížnosti takového úkolu, neboť zdroje jsou omezené a diplomantka musela řadu věcí psát za použití omezeného množství literatury a tzv. „sama“. Přínosem práce je zpracování judikatury k tématu a také obohacení práce o otázky nekalé soutěže a veřejnoprávní regulaci reklamy, jakož např. i problematiku užití symbolů, která je také z oblasti mimo autorské právo (kapitola 8 proto není nazvána příliš výstižně). V každém případě psaní práce autorku jistě obohatilo a posunulo její právní znalosti. Doporučovala bych ještě se zaměřit na otázku děl užitých ve spojení, což je častý způsob užití děl v reklamě, a vyjasnit si i otázky zpracování díla a spoluautorství.

5. Kritéria hodnocení práce

Splnění cíle práce	cíl práce byl splněný
Samostatnost při zpracování tématu včetně zhodnocení práce z hlediska plagiátorství	autorka psala práci na individuálně zvolené téma a postupovala samostatně při vyhledání zdrojů i jejich zpracování
Logická stavba práce	z hlediska logické výstavby by bylo vhodné, aby autorka zejména v kapitole 8 odlišovala jednotlivé právní oblasti

Práce se zdroji (využití cizojazyčných zdrojů) včetně citací	autorka samostatně dohledala dostatečné množství literatury k tématu a prokázala schopnost jeho zpracování
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	téma bylo zpracováno do hloubky, která je pro obhajobu práce dostačující
Úprava práce (text, grafy, tabulky)	bez připomínek
Jazyková a stylistická úroveň	stylisticky někdy spíše populární, např. pro účely publikační by práce vyžadovala dopracování

6. Připomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě

Navrhované otázky	Jaký je právní rozdíl mezi spoluautorským dílem, spojením děl a zpracováním díla?
Doporučení/nedoporučení práce k obhajobě	doporučuji k obhajobě
Navržený klasifikační stupeň	velmi dobře

V Praze dne 20. 1. 2023

JUDr. et MgA. Petra Žikovská