

# Abstrakt

## Autorské právo a reklama

Tato diplomová práce se zabývá autorským právem, právním odvětví náležejícím do oblasti práva duševního vlastnictví, resp. práva k nehmotným statkům a jako druhému tématu se věnuje reklamě. Cílem diplomové práce je seznámit čtenáře nejprve s autorským právem, reklamou a následně propojit tato dvě hlavní témata a v neposlední řadě se věnovat také reklamě zakázané. Jádrem diplomové práce je spojení autorského práva a reklamy, konkrétně předmětu autorského práva, kterým je autorské dílo a reklamy a poukázat na užití konkrétních autorských děl v reklamě. Práce je členěna na Úvod, Obecnou část skládající se z 8 kapitol, Zvláštní část zabývající se ve dvou kapitolách rozhodnutími českých soudů a Závěr. První kapitola pojednává o pojmu a zařazení autorského práva, o jeho vzniku, obsahu a předmětu. V druhé kapitole je vymezen přehled mezinárodních, unijních a českých pramenů právní úpravy. Třetí kapitola se zabývá pojmem reklamy, jejími druhy a právní regulací reklamy. Na tuto kapitolu logicky navazují v kapitole čtvrté reklamní subjekty, jež vymezuje zákon o regulaci reklamy a na ní navazující kapitola pátá pojednávající o orgánech dozoru podle zákona o regulaci reklamy. Šestá a sedmá kapitola jsou výše zmíněným jádrem diplomové práce, které vysvětlují jediné možné a legální tituly užití autorského díla v reklamě. Kapitola je soustředěna na mimosmluvní instituty užití děl v reklamě a s tím související podmínky, které vymezuje tzv. třístupňový test, ale též užití děl v reklamě na bázi smluvní, tedy Licence. Sedmá kapitola prezentuje nejprve kumulativní podmínky, jež je nutné splnit, aby se jednalo o autorské dílo a následně kapitola pojednává o vybraných autorských dílech upravených autorským zákonem, a to jmenovitě citátu, písni, fotografii, výtvarnému a architektonickému dílu a jejich konkrétním užití v reklamě. V poslední osmá kapitola se zaměřuje na reklamu zakázanou, včetně reklamy, která je stížena jistými omezeními, podmínkami, které je nutné splnit, jinak by se pravděpodobně jevily jako problematické. Ve zvláštní části je popsána judikatura související s autorským právem i s reklamou, a to ve dvou kapitolách. První kapitola popisuje dva mediálně známé judikáty týkající se ilegálního užití cizího autorského díla v reklamě a v druhé kapitole zvláštní části je popsán opačný případ, tedy legálního užití autorského díla v reklamě. Součástí této judikatury jsou známé české celebrity, obchodní společnost, hudební skupina a politická strana. Závěr práce obsahuje shrnutí a zamyšlení se nad splněním stanoveného cíle vytyčeného v Úvodu.

Práce byla vypracovaná dle platné právní úpravy k 21.3. 2023.

**Klíčová slova:**

- **Autorské právo, Reklama, Autorské dílo**