



## Ústav autorského práva, práv průmyslových a práva soutěžního PRÁVNICKÉ FAKULTY UNIVERZITY KARLOVY

116 40 Praha 1, nám. Curieových 7, telefon (+420) 221 005 111

Institute of Copyright, Industrial  
Property Rights and Competition Law  
of the Law Faculty  
of Charles University

Institut für Urheberrecht,  
gewerbliche Schutzrechte  
und Wettbewerbsrecht  
der Karls-Universität

### Posudek oponenta diplomové práce

Diplomantka: Bára Piskačová

Téma diplomové práce: Autorské dílo a reklama

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Zuzana Císařová

Oponentka: JUDr. et MgA. Petra Žikovská

Diplomantka se v odevzdané diplomové práci věnuje tématu reklamy v autorském právu a využití autorských děl pro reklamní účely. Práce pojímá zvolené individuální téma poměrně široce, včetně obecných otázek týkajících se obsahu autorského práva a jeho historie a obecných otázek vymezení hranice mezi uměním a reklamou.

Práce nerozebírá teoretické právní otázky do úplné hloubky tématu, na druhou stranu její předností je fakt, že přináší některé zajímavé poznatky z praxe, které autorka čerpala z aktuálních zdrojů. Z práce je patrný osobitý přístup autorky a zájem o individuálně zvolené téma. Obsahově jsou splněny požadavky kladené na tento druh prací. Zároveň je předností, že diplomantka pojmenovává a správně chápe rozdílnost oblastí soukromého práva a veřejného práva a zabývá se oběma těmito oblastmi relevantními v oblasti autorské reklamy a jejich vzájemným vztahem.

Použité metody využívané diplomantkou při psaní práce jsou zejména metoda analytická a syntetická.

Práce je přehledná a čtivá, což však není na úkor požadovanému obsahu a úrovni požadavků kladených na diplomovou práci.

Přínosem práce je zpracování soudobé literatury, a to zejména komentářové a vědecké literatury, včetně literatury specificky zaměřené na oblast reklamní tvorby.

Předností práce je její přehlednost a dobrá srozumitelnost. Některé otázky by bylo vhodné dále teoreticky rozpracovat, jako je např. otázka originality a původnosti fotografií využívaných v reklamě. Zajímavé jsou také úvahy o promítnutí autorova postoje a osobnosti do reklamního výtvaru, kdy autorka práce čerpala i z mimoprávní literatury a zabývá se i hranicí mezi skutečným (volným) uměním a reklamou. Jako určitý nedostatek vidí oponentka absenci hlubších teoreticko-právních úvah k nastoleným otázkám, vzhledem ke znalosti materie ale lze předpokládat, že si vlastní názory může diplomantka dále dotvářet v rámci dalšího případného studia a praxe.

I přes uvedenou menší výhradu lze však práci hodnotit jako splňující všechny obsahové požadavky kladené na tento druh prací.

Po formální stránce práce nevykazuje vady. Obsahuje seznam zkratk a poznámkový aparát. Po stylistické stránce je práce na úrovni obvyklé pro daný druh prací.

Práce jako taková splňuje nároky kladené na obdobný druh prací a doporučuji ji k ústní obhajobě.

V Praze dne 16. 5. 2019

JUDr. et MgA. Petra Žikovská