Posudek vedoucího bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
Studijní obor: **Podnikání a právo**
Akademický rok: **2019/2020**
Název práce: **Autorskoprávní ochrana hudebního díla užitého v reklamě**
Řešitel: **Anastasia Ratusneac**
Vedoucí práce: **Ing. Tomáš Votava, M.A., Ph.D.**
Oponent: **prof. JUDr. Martin Boháček, CSc.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	**3**
2.	Logická stavba práce	**2**
3.	Práce s literaturou, citace	**2**
4.	Adekvátnost použitých metod	**2**
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	**3**
6.	Vlastní přístup k řešení	**3**
7.	Formální úprava práce	**1**
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	**2**

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka předložila bakalářskou práci na téma autorskoprávní ochrany v oblasti reklamy, konkrétně si vybrala užití děl hudebních v reklamě. Cíl práce, který je v úvodu rozveden dílčími výzkumnými otázkami, je jasně formulován. Zvolené metody odpovídají danému druhu i zaměření kvalifikační práce. Struktura práce je v zásadě logicky rozvržena, autorka se však na více místech vrací k již probraným otázkám, ke kterým přidává určité podrobnosti, což působí rušivě.

Po až příliš stručném úvodu autorka zařadila přehled historického vývoje autorského práva, který však vypracovala na základě jediného zdroje (Vašíček, L.). Teoretická část práce dále obsahuje základní přehled autorskoprávní úpravy hudebních děl – pojem autorského díla, obsah autorského práva, užití děl a okrajově se věnuje i zákonným výjimkám a omezením. Oceňuji rozbor hudebního díla i z muzikologického pohledu, avšak chybí hlubší zaměření na problematiku reklamy (v podstatě úplně chybí!), jež má být tématem bakalářské práce. Očekával bych alespoň stručné vymezení pojmu reklamy a jejích specifik, a zejména pak hlubší rozbor konkrétních způsobů užití hudebních děl v reklamě a zákonných výjimek využitelných při užití hudebních děl v reklamě, jakož i rozbor a aplikaci platné právní úpravy konkrétně na oblast reklamy, nikoli obecně. Toto v předložené práci zcela chybí a je podle mého názoru největším a zásadním nedostatkem předložené práce. Práce se také pouze zcela okrajově věnuje problematice licenčních smluv, kterými autor hudebního díla (resp. nositel práv) poskytuje nabyvateli licence souhlas s užitím hudebního díla a důsledkům v případě porušení autorských práv (pouze jeden odstavec na s. 31). Celkově chybí dostatečná hloubka provedené analýzy, aby práce mohla být přínosná pro praxi. Na řadě míst se autorka dopouští nepřesností v právní terminologii a výkladu právní úpravy. V celé práci chybí vlastní názor autorky na zkoumanou problematiku, její stanoviska a doporučení.

V praktické části práce autorka předkládá vlastní výběr příkladů porušení autorského práva k hudebním dílům, které se však ve většině případů nevztahují k užití hudebního díla v reklamě, nýbrž k užití hudebních děl obecně.

Použité zdroje autorka formálně správně cituje, často však užívá sekundární zdroje tam, kde by mohla použít zdroj primární, zejm. přímo zákon. Výhrady mám též k používání zkratek – autorka nestandardně vypisuje v poznámkách pod čarou celé znění zákonů, zkratky zákonů buď nezavádí vůbec, anebo nedůsledně užívá. Seznam zkratek v práci zcela chybí. Uváděním plných citací zákonů v poznámkách pod čarou je uměle rozšiřován poznámkový aparát, který je i tak není příliš rozsáhlý (celkem 71 poznámek pod čarou).

Celkově předložená bakalářská práce postrádá hlubší analýzu platné právní úpravy a především zacílení konkrétně na oblast užití hudebních děl v reklamě, a to v podstatě napříč celou prací. Autorka tak

nevyužila možný potenciál zkoumané problematiky k napsání práce, která by mohla být skutečným přínosem jak pro teorii, tak praxi.

Otázky k obhajobě:

1. O jaká konkrétní užití hudebních děl podle autorského zákona se jedná v případě užití hudebního díla v různých typech reklamy (rozhlasové a televizní reklamy, na internetu atd.)?

2. Jakým způsobem a od koho (uveďte jednotlivé nositele práv) je možné získat licenci v případě užití hudebního díla v reklamě? V jakých případech je naopak možné užít dílo i bez licence poskytnuté licenční smlouvou? Co musí být z pohledu uživatele hudebního díla splněno, aby užití nebylo v rozporu s tzv. tříkrokovým testem? Jaká jsou specifika citace hudebního díla v reklamě (kap. 2.1.2)?

3. Čeho se může domáhat autor hudebního díla, které bylo v reklamě neoprávněně užito? Jaký postih hrozí tomu, kdo hudební dílo v reklamě neoprávněně užil?

Závěr: Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **3**

Datum: 20. 8. 2020

Ing. Tomáš Votava, M.A., Ph.D.
vedoucí práce