


Volební prohlášení, AS FaVU

Hlavní postavou naší nové propagační strategie je Hrdina VUT. Ten se ve stejnojmenném promo spotu ocitá v postapokalyptickém světě a virtuální učitel mu ukazuje, jak díky znalostem a skillům získaným na brněnské technice může zlepšit svět. Video je dalším zářezem do série spotů, v nichž je propagace univerzity rozvíjena jako svébytný obor, skrze nějž nám svoje pojetí vzdělávání sdělují marketingoví specialisté. Kolektivní instagramový účet studentů FaVU video označil za *cringe*,  který si ani nezaslouží, aby z něj někdo udělal meme a oficiální instagramový účet VUT tento krok označil za podkopávání univerzity jako celku, což prý svědčí o nejednotnosti komunikace navenek: „Zrovna FaVU má v této kampani největší podíl a prostor. Ať už ve spolupráci s Ateliérem herních médií, který vytvořil VUT hru nebo v natočených extras,“ stojí ve zprávě od VUT.



„Ježí se vám chlupy, krčíte nos, už se nechcete dál koukat, je vám trapně za toho človíčka, který rozumuje na obrazovce. Dokážete si ten pocit představit? Přesně tohle je cringe.“

www.startujemewebby.cz/

blog/vite-co-znamenaci-cringe/

Člen akademického senátu Univerzity Karlovy David Hurný mluví v pořadu Universum věnovaném akademickým senátům o tom, že k nedorozuměním na půdě fakulty nebo univerzity často dochází jenom z důvodu špatné komunikace. Ta je podle něj zapříčiněna tím, že studenti o různých problémech neví a fakulta nebo univerzita by přitom jejich řešení mohla na základě studentských podnětů řešit. Nevím, jestli k tomu mám znalosti a skilly, ale kandidovat do Akademického senátu jsem se rozhodl i proto, že mám pocit, že FaVU toho může univerzitě nabídnout víc, než skilly k vytvoření obsahu do dalšího promo videa a VUT toho může FaVU nabídnout víc, než prostor v natočených extras.

Protože se osobně neztotožňuju s tím, co ve spotu působí jako ucelená a jednotná zpráva zaštrešující přístup celé FaVU, začalo mě zajímat, jak by propagaci univerzity mohl někdo ovlivnit (nebo úplně zrušit) ze studentské pozice na Akademickém senátu. To, co někdo považuje za krásný věci, které stojí za to dělat a někdo jiný za *cringe*, by na půdě fakulty mohlo nejdřív projít společnou debatou. FaVU by tak univerzitě nemusela nabídnout něco krásného, ale třeba společné stanovisko k tomu, co si jako fakulta myslíme o univerzitní propagaci a jakým směrem by mohla směřovat. Univerzita by tak mohla dostat podnět k tomu, aby přestala investovat do místy až populistických promo spotů a uvolněné finanční prostředky začala vkládat třeba do předávání smysluplné zprávy o tom, jak na VUT vzdělávání probíhá – aktuální spot je totiž cílený především na ty, kdo o studiu teprve uvažují.

Přišlo by mi fajn, kdyby univerzitu propagovaly názory studentů, které nové spolužáky inspirují. Ne názory marketingových specialistů, pro které je uchazeč další cílovka a student bublina v myšlenkové mapě, kterou je potřeba nahradit vtipným avatarem. Kdyby se o těchto a podobných aktivitách vědělo dopředu, mohl by např. instagramový účet @fa_vu_l_i_f_e sbírat názory a nápady pro jejich řešení místo toho, aby mu nezbylo nic jiného, než se jim po zveřejnění s odstupem ironicky vysmát.