

---

# Jan Farlík

---

**Jan Farlík** se v současné době profesně věnuje reklamě na Googlu na volné noze. Dříve působil v agenturách a v Mall.cz. Na FHS absolvoval jak bakalářské studium, tak to magisterské u nás na EKS. „Už od puberty mě zajímalo, co je za digitálními médii. To, že bych se tím mohl živit nebo to studovat jsem tehdy nedoufal,“ vzpomíná. Na FHS ho přivedla touha po studiu digitálního prostoru. Sémiotice se věnoval už v rámci bakalářského studia. „V druhém roce studia se mi podařilo získat profesora Hubíka jako vedoucího bakalářky. Doporučil mi skvělý mix literatury na praktické pochopení toho, co je sémiotika, radil mi s metodou sémiotické analýzy. Ale až na magistru jsem ho zažil jako přednášejícího, a to byla bomba.“

Na studiu nejvíc ocenil výuku interpretace: „Jako chemik umí určit, z čeho se která věc skládá, měl bych já umět o každém textu, lidském výtvoru, chování atd. vystopovat ono proč – motivy, neuvědomovaná východiska, hodnoty na pozadí, zděděné i aktuální vlivy okolí, celý ten rámec. Když jsem toto v prvním roce studia pochopil, bylo to, jako bych dosud v životě chodil mezi kulisami a nenapadlo mě kouknout za ně – moc mě to bavilo.“

Z hlediska současného profesního zaměření právě ony interpretační schopnosti využívá, byť v trochu jiném smyslu: „FHS mě naučila způsob uvažování, který se promítá do mé práce neustále. Když formuluju reklamu, odhaduju slova, která lidé budou googlit, nebo vymyslím strukturu kampaně, na pozadí jsou vždy dvě otázky: jaká je situace googlího, co chce, očekává, čím je ovlivněn. A také jak má do tohoto jeho nastavení zapadnout moje reklama, co si z ní má zapamatovat a odnášet, když se přes ni proklikává na web. Vždycky už je tam toto vcítění – to je přínos studia na FHS.“