

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA BOHEMISTIKY

HYDE PARK ČT24 A IDENTITA KOMUNIKANTŮ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Veronika Uherková

Česká filologie se zaměřením na editorskou činnost ve sdělovacích prostředcích

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Polách, M.Phil., Ph.D.

Olomouc 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.

V Olomouci dne 25. 6. 2014.

Veronika Uherková

Poděkování

Děkuji vedoucímu mé práce Mgr. Vladimíru Poláchovi, M.Phil., Ph.D., za odbornou pomoc při vypracovávání diplomové práce.

Obsah

Úvod.....	5
1. Komunikace a média.....	7
2. Televize vs. internet.....	9
3. Mediální publikum.....	12
4. Virtuální identita.....	13
5. Hyde Park ČT24.....	16
5.1 O pořadu.....	16
5.2 Možnosti dotazování.....	18
5.3 Divácké dotazy v číslech.....	19
5.4 Pravidla diskuze.....	20
6. Identita diváků.....	23
6.1 Jména diváků.	23
6.1.1 Oficiální jméno.....	23
6.2 Přezdívky.....	29
6.3 Přezdívky v Hyde Parku.....	30
6.3.1 Jména slavných lidí.....	31
6.3.2 Přezdívky inspirované literaturou, filmem, seriály, hudbou.....	31
6.3.3 Fauna a flóra.....	32
6.3.4 Neživé objekty.....	32
6.3.5 Zaměření na reklamu.....	32
6.3.6 Nereálné bytosti.....	33
6.3.7 Nicky vztahující se k osobě a identitě uživatele.....	33
6.3.8 Vtipná slovní spojení.....	33
6.3.9 Hra se znaky.....	34
6.3.10 Přezdívky inspirované cizími jazyky.....	34

6.3.11 Přezdívky s čísly.....	34
6.3.12 Nové přezdívky.....	35
6.3.13 Přezdívky z Twitteru.....	35
6.3.14 Podepisování v e-mailové komunikaci.....	36
6.3.15 Podepisování v SMS zprávách.....	36
Závěr.....	38
Anotace.....	39
Seznam literatury.....	40
Příloha.....	42

Úvod

Předkládaná bakalářská práce se zaměřuje na pořad Hyde Park ČT24 a jeho aktivní diváky, kteří se do pořadu zapojují svými dotazy a tímto z velké části spoluutvářejí celý pořad. Zabýváme se identitou těchto diváků – jak ji oni sami vnímají a podle toho používají své jméno nebo přezdívku v souvislosti s dotazem určeným pro hosta v živém televizním vysílání. Je známo, že lidé většinou získávají přezdívky od osob ve svém okolí na základě toho, jak se chovají, jak vypadají, nebo jde o zvláštní úpravu jejich jména. S příchodem internetu, hlavně internetových diskuzí nebo programů určených pro komunikaci, byli lidé donuceni k vytváření vlastních přezdívek, které se ve většině případů nesměly shodovat s přezdívkami ostatních uživatelů těchto programů nebo v rámci serveru chatu, aby nedošlo k záměně identit. Právě u televizního pořadu je také v zájmu diváka, aby jeho přezdívka byla neobyčejná, jedinečná a pro něj (nebo spíše pro jeho okolí) snadno identifikovatelná.

Hyde Park je interaktivní pořad vysílaný zpravodajským kanálem ČT24 od 4. ledna 2010 a v této bakalářské práci se zaměřujeme na první měsíc vysílání (tj. leden 2010) a následně na prosinec 2012, kde se objevují prezidentské speciály, a leden 2013. Pro tuto práci jsme si vybrali právě Hyde Park ČT24 z důvodu, že jako první televizní pořad využil potenciál nových médií, hlavně možností internetu, které se výrazně projevují na chování diváků. Pořad se zajímá o dění u nás i ve světě a divák zde není pouze osoba sledující televizi, Hyde Park je postaven na diváckých dotazech a mají možnost pomáhat s výběrem hostů a významných osobností do vysílání. Jedná se o nové pojetí rolí moderátora, hosta, diváků a vztahu nimi.

U podobných publicistických pořadů byla v minulosti obvykle možnost poslat své dotazy dopisem do studia nebo prostřednictvím telefonátů a SMS zpráv. Lidé se v těchto situacích chovali podle určitých společenských pravidel, které vyplývaly z povahy komunikace. Nevýhodou těchto možností byla téměř nulová zpětná vazba ale Hyde Park ČT24 tyto podoby dotazování využívá a posouvá do modernější podoby, která je vstřícnější k divákům. Díky novým technologiím mohou diváci zaslat své dotazy také na internetové sociální sítě Facebook, Twitter, Google+, na webové stránky pořadu nebo mohou využít bezplatné volání přes internet pomocí komunikačního programu Skype.

První část této bakalářské práce je zaměřena na teoretické poznatky z oblasti elektronických médií a komunikace, kterou umožňují, dále v práci vymezujeme důležité pojmy z oblasti vlastních jmen osob a přezdívek. V praktické části analyzujeme sesbíraný materiál z výše zmíněného období vysílání pořadu a zaměřujeme se také na moderátora a jeho práci s identitou diváka. Je důležité zmínit, že předkládaná bakalářská práce se věnuje pouze dotazům zveřejněným v písemné formě během vysílání, jelikož je více než jasné, že při telefonování jsou lidé zvyklí na klasické představování se svým jménem (celým nebo jeho částí), nepoužívají běžně přezdívky, jako například Ferda nebo Alenka v říši divů, a často udávají místo bydliště.

Cílem bakalářské práce je rozlišit jména a přezdívky použité v Hyde Parku a přezdívky dále rozdělit do zvláštních kategorií. Na tomto materiálu chceme ukázat, že s příchodem nových technologií, které umožňují užitečné propojení internetu a televize, dochází ke změnám v oblasti vnímání identity jedinců a prezentování sebe sama ve virtuálním, ale postupně také v reálném světě. V Hyde Parku ČT24 nejsou diváci v oblasti přezdívek omezováni – je povolena anonymita a s tím tedy různorodé přezdívky. V tomto prostředí není možné hlídat a omezovat falešné identity, avšak v případě jmen a příjmení lze pro kontrolu využít statistik Ministerstva vnitra České republiky, které jsou dostupné na jejich internetových stránkách.

Součástí práce je příloha se seznamem jednotlivých dílů a soupisem pojmenování uživatelů společně s časem, ve kterém se dotaz objevil ve vysílání, a se způsobem, jak se dotaz do Hyde Parku dostal.

Pozornost přezdívkám byla věnována například v monografii *Čeština na WWW chatu* z roku 2006, která je souborem studií Evy Jandové, Jaroslava Davida, Jany Hoffmannové, Olgy Müllerové a Diany Svobodové. Studie se však zaměřují pouze na prostředí chatu, které je ve srovnání s tím námi zkoumaným více uvolněnější a bez zábrán, jelikož komunikace běžně neprobíhá se známou osobností. Pro tuto práci byla také užitečná kniha *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování* (2006), jejíž autorem je Joshua Meyrowitz, a *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza* (2013) Karola Jakubowicze.

1. Komunikace a média

Umět komunikovat je pro fungování lidského jedince ve společnosti jedna z nejdůležitějších schopností. Pro tento kontakt mezi zdrojem a příjemcem sdělení může být základem jazyk nebo určité zvukové, prostorové a pohybové prostředky, které napomáhají porozumění (Čermák, 2011, s. 42). V oblasti mediální komunikace této doby je vhodné vymezení, že se jedná o "*přenos (vysílání a příjem) informace pomocí znakového systému jazykového (verbální k.) nebo jiného (signály), uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků*" (Musil, 2007, s.7). Takový druh komunikace má vždy určitý cíl a záměr. Je také možné tvrdit, že podstatou mediální komunikace je svět, kde se neustále něco děje a média se k nám informace o tomto dění snaží jimi dostupnými technologiemi a ekonomickými prostředky dostat. Pojem *média* je potřeba stále aktualizovat, jelikož vznikají nové druhy médií s odlišnou funkcí, principem fungování, novým vlivem na sociální situace, nebo jsou ty staré formy médií upravovány. V předkládané práci nahlížíme na pojem *média* na základě definice Jakubowicze (2013, s. 58), kde médium je "*mediální organizací tvořící obsahy komunikace nebo distribučním kanálem těchto obsahů, tedy výsledku práce jedné nebo mnoha takových mediálních organizací*".

Velmi účelné je rozlišení médií do čtyř skupin v souladu se statí „*Mediální studia: Východiska a výzvy*“ Volka, Jiráka a Köpplové z roku 2006, které přebírá také Kraus (2008, s. 9): média primární se opírají o přirozený jazyk a neverbální prostředky komunikace s ním spojené, sekundární média zahrnují technické prostředky umožňující překonávat rozdíly v čase a prostoru (telefon a telegraf), terciární média jsou zájmem mediálních studií a zabývají se masovou komunikací, naopak nová kvartérní média jsou síťová, digitální a kladou důraz na interaktivitu jednotlivých účastníků.

Jiný pohled na rozdělení médií poskytuje teoretik Marshall McLuhan zaměřující se na vliv médií na myšlení a sociální chování lidí, který svými názory nepochybně předběhl svou dobu, a proto i dnes lze jeho práci dostatečně ocenit. Pro McLuhana (2000, s. 7) hraje významnou roli zapojení smyslů, tedy dělí média na "horká" (rozhlas, fotografie, film) a "chladná" (televize, telefon, komiksy), podle toho, zda obsahují větší množství informací pro příjemce, což znamená menší prostor pro příjemcovu vlastní pojetí událostí, nebo naopak je příjemci poskytnuto informací méně, a tudíž musí zapojit smysly ve větším rozsahu.

Pro potřeby této práce je také důležité vymezit oblast klasických médií (tisk) a těch elektronických, mezi která v současném smyslu patří internet, rozhlasové a televizní vysílání, nezávisle na technickém prostředku i na organizaci šíření signálu, který je přijímán konečným adresátem (Musil, 2003, s. 23). Žijeme v době, kdy nám je umožněno jednoduché a okamžité sdílení informací po celém světě a pro takovou i běžnou každodenní komunikaci není podstatná fyzická přítomnost všech účastníků na jednom místě (Meyrowitz, 2007, s. 9). Co se týče nepřítomnosti na určitém místě pro získání zkušeností nebo informací o události, v tom nám právě "pomáhají" elektronická média, která můžeme rozdělit na tradiční vysílání (rozhlas a televize) a na internet a multimediální formy komunikace (Musil, 2007, s. 16).

2. Televize vs. internet

Když se Meyrowitz zabýval vlivem elektronických médií na sociální chování, zmiňuje v 60. letech přechod k tomu, jak se lidé na veřejnosti začali chovat "jako by byli doma" (2007, s. 16). Tento jev dává "za vinu" příchodu televize a popisuje překrývání původně oddělených sociálních sfér v této spojitosti. Člověk se ve skutečnosti nechová pořád stejně, ovlivňují ho jeho sociální role a zkušenosti, současně dochází k postupnému uvolňování mravů – více se mluví o událost, kterým dříve nebyl poskytován prostor z důvodu nevhodnosti pro veřejnost. Žijeme v době, kdy chceme vědět o všem, dokonce i o tom, co by nás běžně nezajímalo. S vývojem elektronických médií televizi jako velké nebezpečí pro chování společnosti vystřídal počítač s internetem, které v našem běžném životě zaujaly významné postavení. Mezi elektronickými médii se internet rozvíjí nejrychleji a je nepochybně nejdůležitější součástí moderní mezilidské komunikace. Původně byl vytvořen pro výměnu informací a technický pokrok je zde velmi spjatý s tím, co uživatelé potřebují. Internet, stejně jako dříve televize, dokázal dostat na jedno místo jedince různého věku, národnosti i sociálních rolí, v obou případech došlo k velkým změnám v oblasti lidského vnímání. Díky internetu i televizi se můžeme cítit bližší s někým, kdo se ve stejnou dobu nachází stovky kilometrů daleko, ale zajímá nás stejné téma. Podrobněji se změnám v lidském vnímání a chování budeme věnovat v kapitole o virtuální identitě.

Internet nám může poskytnout vše, co lze najít u ostatních elektronických i klasických médií. Musil (2007, s. 31) píše, že "v současnosti v ČR už zcela zmizela původní dominance mužů mezi uživateli. Vliv vzdělání je stále podstatný: v r. 2007 bylo 93 % vysokoškoláků uživateli internetu, kdežto ve skupině se základním vzděláním je uživatelů jen 20 %". Dnes už rozdíly v oblasti vzdělání nejsou tolik výrazné, k internetu má přístup široká veřejnost, ale nepochybně se tyto dvě skupiny liší využitím internetu, prací s informacemi a časem, který internetu věnují. Média pomáhají lidem utvářet názory na svět, vytváří něco, co označujeme za "normální", společností přijatelné. Příjemci běžně nejsou zahrnuti do vytváření reality médií, avšak v případě nových médií se zakládá na jisté interakci mezi původcem sdělení a příjemcem, existuje možnost zapojení se do procesu vytváření sdělení nebo mají účastníci interakce minimálně pocit určité hodnotné aktivity v této důležité oblasti jejich každodenních životů. S důvěrou k informacím nalezeným na internetu by měl být každý opatrný.

Hypertextové odkazy jsou jeden ze základních prvků, které umožňují vyhledávání informací a uživatel při takové činnosti aktivně pracuje s dostupným materiálem na internetu. Internet zároveň působí na každého uživatele jinak – každému uživateli není předkládán stejný obsah na základě informací, které o něm internetový prohlížeč nebo určité stránky shromažďují. V oblasti tohoto média je zacílení na jedince nepochybně výrazné a v porovnání s rozhlasem nebo televizí jsou zde daleko větší možnosti. Pozitivní je fakt, že na počítači mladé slečny, která často vyhledává informace o koních, se nebudou objevovat reklamy například na léky na prostatu. Na druhou stranu je závažný fakt, že takové informace jsou snadno zneužitelné a mohou ohrozit bezpečnost lidí.

"Nejpozději v druhé polovině 90. let 20. století, tedy před necelými dvaceti lety, se v mnoha oblastech života západních společností začíná hovořit o digitalizaci a o tzv. digitálním obratu" (Škrábová, 2013, s. 68). Pokrok ve virtuálním světě není sám o sobě fyzicky uchopitelný, takže na jedince může působit vzdáleněji. Škrábová přebírá rozdělení lidí, které vytvořil Marc Prensky, na "digitální domorodce", ti, kteří se narodili po roce 1980, a "digitální imigranty", ti, kteří se snaží naučit žít ve světě, který se za jejich života proměnil z analogového na digitální. Novými trendy na internetu se zajímají spíše počítačová odborníci, ale nakonec se jim přizpůsobí většina, protože lidé potřebují média a média potřebují lidi.

Jakubowicz (2013, s. 16) upozorňuje na fakt, kdy v současnosti se literatura o nových technologiích a nových médiích zabývá současným stavem a za vším, co bylo před tím, je tlustá čára. Na nová média by se podle něj mělo nahlížet spíše jako na média přetvořená novými technologiemi, protože tradiční média (zatím) nebyla vytlačena, ale byla mediamorfována. Nové technologie motivují ke vzniku nových druhů forem a způsobů komunikace (Kořenský, 2008, s. 95), což umožňuje nové směřování nejen v oblasti podnikání a televizní zábavy, ale i k aktualizaci pojmů z oblasti teorie komunikace.

Nové typy médií nám poskytují nové situace, ke kterým nemůžeme přistupovat stejně jako k těm původním, a zároveň dochází ke změnám v oblasti využívání každodenního volného času nebo i celkově životního stylu. Velké změny nastávají právě v oblasti sociálních vztahů, které jsou novými způsoby dorozumívání ovlivňovány. Musil (2007, s. 133) popisuje, jak odborníci varují před rizikem plynoucím z přenášení nových typů

vztahů virtuálního světa (e-mailová komunikace a obecně cokoliv na internetu) do běžných vztahů mezi lidmi: "*komunikátor vnímá daleko méně, jak je jeho sdělení přijímáno recipientem, protože při takové komunikaci chybí neverbální složky*" a současně se mění vnímání naší identity, "*elektrický proces z nás všech dělá nicky, které zoufale touží po identitě*" (MchLuhan, 2000, s. 8).

Pořad Hyde Park ČT24, na který se v této práci zaměřujeme a podrobněji s ním čtenáře seznamuje v kapitole *O pořadu*, propojuje právě svět internetu s televizí a hlavním smyslem pořadu je přenesení interaktivity do televizního vysílání. Rozdíl mezi těmito dvěma druhy elektronických médií je právě v aktivitě lidí, publika. Tímto se také zabývá Jakubowicz (2013, s. 31) ve své knize *Nová ekologie médií*, kde na základě různého využití internetu ve vztahu k médiím vymezuje internetizaci médií a mediatizaci internetu. V případě internetizace médií je mediální obsah určen primárně pro internet, zatímco mediatizace internetu znamená, že internet slouží médiím jako místo pro zprostředkování materiálů nad rámec možností média.

Interaktivita má také vliv na vnímání politické situace. Dřív se nad tímto tématem diskutovalo hlavně v hospodách, avšak dnes jsou domovem těchto diskuzí spíše komentářové sekce internetových zpravodajských stránek, chatovací místnosti, atd. Toto prostředí poskytuje na rozdíl od toho hospodského anonymitu lidí, kteří chtějí vyjádřit svůj názor. Nebojí se ve svém smýšlení zajít dál než v reálném světě a nelze se divit tvrzením, že internet a s tím i nová média škodí politickému systému v zemi. "*Elektronická média neoslabují autoritu jen tím, že dovolují lidem postaveným níže na žebříčku hierarchie, aby měli přístup k velkému objemu informací, ale také tím, že zvyšují počet příležitostí, při nichž lidé mohou sdílet stále více informací horizontálně*" (Meyrowitz, 2006, s. 263n) a na to Meyrowitz navazuje myšlenkou, že elektronická média výrazně podporují "vládu lidu".

3. Mediální publikum

Žijeme ve světě, kde stále roste počet technických nástrojů, prostřednictvím kterých se k lidem dostává mediální obsah a umožňují mu komunikovat se světem. Souvislost těchto změn technických a sociálních je možné vidět na proměnách chování publika, které se "roztříštilo". Volek (2008, s. 224) soudí, že *"je určující charakteristikou pozdněmoderních publik jejich fragmentarizace a specifická forma rozptýlení či difúze, která umožňuje jiný typ existence mediálních obsahů i jejich recepcí"*. Vypadá to potom tak, že u masového publika dochází ke komunikaci mediované a u rozptýleného publika ke komunikaci propojené, která zahrnuje prvky veřejnosti i soukromí.

Mezi proměny, kterých si dále Volek (2008, s. 216) všímal na začátku nového století ve spojení s novými informačními a komunikačními technologiemi, patří nárůst "vědomí komunikace uskutečňované pod dozorem", nárůst určitého kulturního narcismu a exhibicionismu v oblasti (sebe)prezentace, posílení hodnoty informace jako předmětu směny a ve spojitosti s tzv. specializovanými komunikačními kanály a malými médii se objevuje nedůvěra k hlavním masovým médiím, a jako poslední také fakt, že informace budí pozornost, že jejich konzumace se odehrává pouze ve virtuálním prostředí.

Budoucnost je dle našeho názoru ve využívání sociálních komunikací a služeb z jednoho místa, kde bude vše dostupné a snadno ovladatelné. Internet nám v tomto směru může poskytnout opravdu mnoho, je to svět virtuálních sbírek informací, filmoték, biblioték, aj. Jakubowicz (2013, s. 88) zdůrazňuje hlavní vizi budoucnosti zakládající se na vládě nových médií a komunikačních technologiích, kdy díky snadnému a kvalitnímu přístupu k internetu bude mít každý člověk dostupný jakýkoli obsah, na jakémkoli místě a v jakoukoli dobu. Jedinci si sami sestaví program, který budou chtít sledovat nebo poslouchat, a nebudou součástí malé skupiny, na kterou je mediální obsah zaměřen, ale oni sami na sebe budou obsah zaměřovat.

4. Virtuální identita

Internet se stal důležitou součástí životů většiny z nás a velmi na něm záleží proměny současné společnosti. Lidé se počítačům a chytrým telefonům (tzv. smartphonům) věnují denně, tyto nástroje nefungují už jako únik od reality, ale spíše jako únik do reality. Meyrowitz (2007, s. 266) počítač vidí jako "*hybrida knihy a televize*" a právě již s příchodem televize nastalo období, kdy mládeži byl umožněn přístup k informacím, které by získali na základě svých vlastních zkušeností v pozdějším věku nebo čtením knih. Dnes má mládež k dispozici internet, kde se k potřebné informaci "proklikají" během pár chvil.

Reálný svět je velmi rozsáhlý, nebezpečný a lidé se chovají většinou podle určitých pravidel společnosti. Ve virtuálním světě je jejich chování však úplně jiné a mnoho lidí se také cítí být někým jiným. Psychikou uživatelů na internetu se zabývala například Michala Škrábová v publikaci *Média pod Lupou* (2013), kde v příslušné kapitole upozorňuje především na různá nebezpečí pro společnost. Zaměřuje se na české uživatele, kterých bylo podle jejich zjištěných údajů z Internet World Statistics z června 2012 73 % obyvatel České republiky, evropský průměr je o deset procent menší. (Škrábová, 2013, s. 49).

Virtuální identita je odraz toho, jak se na internetu prezentujeme a jaké stopy za sebou zanecháváme. Jeden z rysů rozptýleného publika, které Volek (2008, s. 226) zmiňuje, je závislost na hodnocení druhých, protože image je v této době pro každého důležitá. Lidé se při analyzování chování, vzhledu a osobnosti druhých řídí sami sebou – oni jsou ten neutrální základ hodnocení, proto také lidé, kteří na internetu manipulují s informacemi a lžou, nevěří tolik svému okolí. Uživatelé internetu nejčastěji manipulují s tím, kolik jim je let, jestli jsou muž nebo žena, jak se jmenují nebo jak vypadají. Z jejich strany se může jednat o sociální experiment nebo záměr, aby zjistili potřebné informace, aby vypadali před ostatními lépe, nebo aby se dostali do skupiny lidí, kde se budou cítit uvolněně.

Internetový prostor může působit pozitivně na jedince s nízkým sebevědomím, jelikož mají k dispozici svůj vlastní prostor, který mohou stejně jako ostatní uživatelé ovládat, dostane se jim kontaktu s publikem, mohou snadněji překonat nesmělost a jejich komunikace potom bývá otevřenější. Negativním rysem takového prostoru je povolení

zábran a snížený pocit zodpovědnosti. Lidé se nebojí lhát a chovat se proti pravidlům společnosti, nepřikládají tomu takovou váhu. Snížený pocit zodpovědnosti lze řádně vidět při pirátském stahování filmů, hudby, her, aj. Osoby provozující tuto činnost si často nejsou vědomy svého nezákonného jednání, protože dostat se k takovému obsahu "vyžadovalo" pouze pár kliknutí myši na příslušné hypertextové odkazy. Pokud se u těchto osob dostaví pocit viny z krádeže, tak je ještě před dokončením stahování pravděpodobně také přešel.

Pokud si uživatel na internetu změní své jméno na jiné, falešné, nepovažujeme to již za experiment. Naše jméno prozrazuje základ naší identity a největší význam má pro naše blízké okolí. Proto když k takové situaci dojde, jedná se o záměrnou manipulaci (často známé osoby), například za účelem zesměšnění. Podle výzkumu Šmahela (2010), kterého se účastnilo 1832 respondentů (12 let a starší), z údajů vyplývá, že předstírání cizí identity je spíše záležitostí mládeže od 12 do 15 let a méně potom mladých lidí ve věku 16 až 20 let, ale i v takovém případě se jedná o 24 % osob. V dalších věkových skupinách tento jev postupně klesá.

V internetovém prostředí je však běžné používat přezdívky (nický) nebo různá uživatelská jména, která jak si ukážeme v naší typologii jmen/přezdívek diváků Hyde Parku, často o svém majiteli neprozrazují vůbec nic. Nelze s jistotou říct, zda se jedná o muže nebo ženu, zda se jedná o osobu mladou nebo starou, vzdělanou nebo nevzdělanou, nebo co má ráda. Ale i to je pouze jedna z forem, jak se lidé na internetu prezentují. U diváků Hyde Parku s přezdívkou se v případě, že s hostem sdílí svůj osobní problém, objevuje snazší sdílení této informace. Škrábová (2013, s. 52) pracuje s fenoménem neznámých cestujících ve vlaku a v našem případě to lze využít i na diváka, který se svěří s názorem hostovi a publiku, se kterým pravděpodobně nikdy nebude v podobném, ani v osobním kontaktu. V internetovém prostředí se může této osobě s problémem dostat podpory nebo naopak negativního přijetí od cizích lidí, což může výrazně ovlivnit její psychiku.

Velmi využívanou možností pro pokládání dotazů v pořadu Hyde Park jsou sociální sítě, především Facebook. O velké oblíbenosti sociálních sítí i v naší zemi nelze pochybovat. Je možné tvrdit, že právě Facebook do jisté míry omezuje anonymitu na internetu, protože při registraci požaduje po uživateli křestní jméno, příjmení, e-mailovou adresu, datum narození a informaci, jestli se jedná o muže nebo ženu.

Nevyskytuje se zde možnost vystupovat pod přezdívkou, to ale nebrání uživatelům této sociální sítě, aby si své jméno později změnili. Pro existování na sociální síti je základem vhodné nastavení soukromí, přiměřené vyplnění základních údajů o sobě, popřípadě vložení své profilové fotografie. Bohužel, zde jako kdekoliv jinde na internetu existuje nebezpečí kvůli neomezenému množství falešných identit, které jsou sice z velké části využívány pro marketingové účely, ale může sloužit i jinak. Aktivita uživatelů na sociálních sítích je zaznamenávána, proto by ideální situace měla vypadat tak, že každý uživatel, jelikož vystupuje pod svým skutečným jménem a je si vědom, že je pozorován okolím, bude se chovat slušně podle společenských pravidel. Za nebezpečným obsahem a nevhodným materiálem bude osoba, která si neuvědomuje svou skutečnou zodpovědnost a možné dopady jejího jednání.

Ve virtuálním prostoru mimo sociální sítě se lidé pohybují například v diskuzích zpravodajských serverů a jiných internetových stránek, kde nasytí svou potřebu vyjádřit se k danému tématu nebo problému. Zde o sobě uživatel nemusí prozradit nic víc než pár znaků, které mohou sloužit jako přezdívka, nebo naopak může využít možnost vytvořit si svůj uživatelský profil, pod kterým bude vystupovat, vždy když bude chtít. Tento prvek značné volnosti ve virtuální světě se také projevuje v tom, kdy k takové komunikaci dochází – kdykoliv. Záleží pouze na jedinci, kdy má náladu připojit se k internetu a s někým komunikovat. Když ho to přestane bavit, není nic jednoduššího než vypnout počítač, mobilní telefon, tablet a s tím také končí tato komunikace. "*Pokud se rozhodneme nevnímat, jak nás formuje prostředí, jež jsme sami zformovali, vzdáváme se tím ovšem velkého dílu potenciální svobody mít vlastní životy pod kontrolou*" (Meyrowitz, 2007, s. 270).

5. Hyde Park ČT24

5.1 O pořadu

Zpravodajský kanál ČT24 byl spuštěn 2. května 2005 jako třetí program České televize. Než se objevil Hyde Park, předcházela mu například publicistický pořad Vedlejší efekty, který se také zabýval jedním společenským tématem a spolupracoval s dotazy diváků (využíval však pouze telefonáty, SMS vzkazy a elektronickou poštu). Od poloviny roku 2009 se kanál ČT24 zaměřil na větší zapojení diváků do televizního pořadu a následně na jejich zpětnou vazbu, aby mohla vzniknout komunikace, která by se neorientovala pouze jedním směrem (MOTAL: 2012, s. 181). Hyde Park vznikl jako výsledek takového uvažování a stal se prvním pořadem tohoto druhu u nás. Bylo to především díky tomu, že se nebál využít nových technologií, které se objevily s příchodem nových médií, takže hned od prvních dílů Hyde Park představoval silnou konkurenci ostatním kanálům a pořadům v hlavním vysílacím čase. Živé vysílání probíhá každý den od pondělí do pátku vždy ve 20:05 a trvá přibližně 55 minut. Jedná se o hlavní vysílací čas, kdy se diváci rozhodují mezi zábavou nebo osvětou.

První díl pořadu byl odvysílán 4. ledna 2010 a jako host se zde objevil tehdejší ministr financí Eduard Janota, moderátorkou byla Pavlína Kvapilová. Během prvního měsíce se v moderování pořadu střídala s Danielem Takáčem a dvakrát se jako moderátor představil Jaromír Bosák (šlo o vysílání se zaměřením na sportovní téma). Později v námi zkoumaných dílech Hyde Parku (v prosinci 2012 a v lednu 2013) se už na pozici moderátora neobjevuje Pavlína Kvapilová, ale nově Lukáš Dolanský.

Podle Pavlíny Kvapilové a Milana Fridricha¹ mezi základní prvky Hyde Parku jako moderního pořadu patří především interaktivnost, otevřenost, změna role moderátora a diváka, jeden host ve studiu a zapojení sociálních sítí, které v té době zažívaly velký rozmach, umožňovaly rychlou komunikaci a "živé" spojení mezi diváky a lidmi ve studiu. (MOTAL: 2012, s. 183) Pořad se snaží nevyhýbat žádnému tématu a zaměřuje se hlavně na aktuální dění v České republice a ve světě. Podle toho také dochází k výběru hostů, které mohou navrhnout i diváci na webových nebo facebookových stránkách

¹ Pavlína Kvapilová se v počátcích Hyde Parku podílela na jeho vzniku a rok a půl ho moderovala. Milan Fridrich byl v té době ředitelem zpravodajství, aktuální publicistiky a sportu (od prosince 2007) a v srpnu 2010 zakládal novou divizi nových médií ČT, které se stal ředitelem.

pořadu. Téma každého dílu je zveřejněno vždy ten den kolem poledne společně se jménem hosta.

Hyde Park prezentuje diváky jako spolutvůrce vysílání, je na to apelováno každý díl pořadu, někdy až nepřiměřeně často, a pomoc s výběrem hosta není jediná část, kde se zapojují. Celý pořad stojí na jejich otázkách, které posílají prostřednictvím webového formuláře (dřívější označení: *chat*, později: *web*), Facebooku, Twitteru, SMS, telefonátů, Skype spojení nebo účastí v živém vstupu (o možnostech dotazování se podrobněji zmíníme v následující podkapitole). I když se divák stal důležitější součástí pořadu, moderátor nebyl upozaděn a jeho práce se nestala zbytečnou a jednoduchou. Naopak, nároky na moderátora jsou v takovém moderním pojetí publicistického pořadu přísnější. Kvůli interaktivní technologii musí umět reagovat přesně, pohotově, kreativně a ve vhodných případech také vtipně. Divácké dotazy vidí na svém monitoru notebooku nebo na interaktivní tabuli často poprvé a ne vždy je snadné tyto dotazy (často s chybami) přečíst správně na první pokus.

Moderátor dále usnadňuje průběh této komunikace, avšak nevhodné vyjadřování v diváckých dotazech určených pro zobrazení v televizi nijak neovlivní, naopak ale může zamezit nevhodnému chování hosta ve studiu. V případě, že host odpovídá na otázky velmi omezeně (nejčastěji pouze "ano" a "ne"), je potřeba situaci často "shrnout", aby byla divákovi srozumitelně zprostředkovaná situace. V dílech, kde se jako moderátor objevuje Jaromír Bosák, se diváci dozvídali informace a názory ve velké míře, kromě od hosta, taky od něj. Nepochybně na diváky působí sám o sobě jako výrazná osobnost, a proto diváci své otázky směřovali i přímo na něj. Tento jev se jindy nevyskytoval.

Důležité je nezapomenout na to, že směr dorozumívání do jisté míry ovlivňuje výběr diváckých dotazů editory. Dotazy ve vysílání působí vždy na celé publikum a pasivní diváci, kteří pouze sledují pořad v televizi, může právě názor hosta nebo aktivního diváka podnítit k zapojení do pořadu. Tento jev se často projevuje v obsahu diváckých dotazů, avšak především telefonických, kdy je pro toho původně pasivního diváka jednodušší využít telefon pro rychlou reakci než zaslat svůj názor prostřednictvím cest pro písemné dotazy. Při takové reakci lze dobře vidět účinky na okolí ve společnosti, které se primárně staví do pozice publika neúčastníka se komunikace mezi hostem a aktivním divákem.

V začátcích se Hyde Park odehrával ve studiu, které mu přenechal pořad Vedlejší efekty (společně s vybavením, u kterého došlo ve většině případů pouze k úpravám do modrozelených barev nového pořadu). Později dostalo studio pro vysílání Hyde Parku nové uspořádání a s tím i vybavení. Dříve byl středem studia obrovský stůl, po stranách seděli host a moderátor, mohli si zde rozložit potřebné podklady pro pořad a pozornost diváka směřovala hlavně na ně. Po úpravách obrovský stůl vystřídaly dva menší stoly a byly umístěny po stranách interaktivní plazmové tabule, která se náležitě stala středem pozornosti a všeho dění. Právě totiž na této tabuli zobrazuje moderátor divácké dotazy dotykem, takže staticky nestojí za stolem s notebookem a papíry.

5.2 Možnosti dotazování

Hyde Park dává divákům prostor pro svobodné vyjádření a položení otázek na témata, které je zajímají. Je zřejmé, že dotazy a příspěvky s urážkami, výhrůžkami a vulgárními výrazy se na obrazovku nedostanou a budou smazány, stejně jako reklamy a podobné záležitosti. Vždy na začátku a ještě mnohokrát během vysílání pořadu je moderátorem připomínáno, jakými cestami mohou diváci zaslat své dotazy do studia, a zároveň jsou tyto možnosti zobrazovány přímo na obrazovce nebo je diváci najdou sepsány pohromadě na webové stránce pořadu (<http://www.hydeparkct24.cz>).

Telefonáty a SMS zprávy nepředstavují v možnostech pokládání dotazů nic nového, ale stále je využívá mnoho diváků. Pro SMS zprávy je typická stručnost, anonymita a vyjadřování bez diakritických znamének. V případě telefonátů se diváci představí většinou jménem, příjmením a často dodají i místo bydliště. Předpokládá se stručnost, ale v případech, kdy se například jedná o starší jedince, je zde potřebná pohotovost moderátora kvůli jejich tendenci se rozpovídat a podstata otázky může být upozaděna, takže dochází k žádostem o zopakování a zkrácení otázky. Na druhou stranu tento způsob dotazování jako jeden z mála poskytuje příležitost pro moderátora, aby se diváka obratem zeptal na hodnocení odpovědi hosta, a tímto gestem ukazuje, že Hyde Parku na divácích opravdu záleží. Podobnou komunikaci umožňuje také program Skype, který mohou diváci využít a zeptat se hosta prostřednictvím bezplatného hovoru nebo videohovoru.

Moderní komunikaci dále zastupují internetové sociální sítě Facebook, Twitter a Google+. Facebook je jedna z největších sociálních sítí na světě a i v České republice je

velmi oblíben. Právě na facebookové stránce pořadu se hned od počátku vysílání vytvořila silná komunita fanoušků a většina dotazů přichází právě odtud. Lidé se k pořadu vyjadřují buď v komentářích pod příspěvkem, kde je oznámen host a téma, nebo později získali možnost posílat své dotazy prostřednictvím aplikace – ta jim přináší omezení 255 znaků. Zároveň tato aplikace požaduje zadání jména a příjmení, avšak nevyklučuje a nehlídá používání přezdivek, které je pro internetovou komunikaci běžné. Na stejném principu funguje i formulář na internetových stránkách pořadu. Omezení zůstalo na 255 znacích, ale navíc se zde vyskytuje dobrovolná žádost o vyplnění e-mailové adresy nebo telefonního čísla pro zpětné kontaktování.

Twitter jako mikrobloginá sociální síť představuje vedle Google+ nejméně vhodnou možnost pro dotazování. Není v České republice příliš populární (pravděpodobně kvůli tomu, že je v češtině až od srpna 2012 a stále ve zkušební verzi). Divákům poskytuje pro otázku pouze 140 znaků a část z nich zabere hashtag² #hpct24, podle kterého si editoři pořadu dotazy dohledávají. Na Twitteru lidé vystupují pod přezdívkou, vedle které může být zobrazeno i jejich skutečné jméno nebo jakákoliv jiná přezdívka. Zmíněná sociální síť Google+ funguje od roku 2011 a v námi zkoumaných dílech neměla žádné zastoupení.

Diváci se dříve mohli do vysílání zapojit také díky živým vstupům (v námi zkoumaných dílech pouze v lednu 2010). Redaktor pořadu s přenosovým vozem vyrazil na předem oznámené místo a tam mohli diváci vystoupit se svými dotazy živě před kamerou. Před vznikem pořadu se předpokládala spolupráce s diváckými videodotazy na internetovém serveru pro sdílení videí Youtube, ale nakonec od toho tvůrci Hyde Parku ustoupili, jelikož usoudili, že tento typ pořadu je pro předem nahrané videodotazy příliš živý a rychlý. Všemi těmito možnostmi nechtěli pouze ukázat, jaké prostředky dokážou propojit s televizním vysíláním, ale spíše poskytnout divákům mnoho možností pro položení dotazů a vyjádření svého názoru podle způsobu, který jim nejvíce vyhovuje (MOTAL: 2012, s. 184).

5.3 Divácké dotazy v číslech

Pro analýzu byly vybrány 3 měsíce vysílání Hyde Parku ČT24 a především kvůli porovnání jsme zvolili první měsíc vysílání (leden 2010) a z aktuálnějších měsíců

² Slovo nebo fráze, která začíná symbolem # a nesmí se v něm objevit mezerá. Sociální síť přemění hashtag na odkaz a lidé si podle něj mohou dohledat zprávy s podobným obsahem.

(v době, kdy jsme na této práci začali pracovat) prosinec 2012 a leden 2013. Pro konec roku 2012 byly typické debaty s kandidáty na prezidenta České republiky a v lednu 2013 se objevilo mnoho dílů zaměřených na tuto první přímou volbu prezidenta u nás. Proto jsme vycházeli z toho, že hlavně v těchto dvou měsících budou pořad sledovat lidé různého věku a zaměření, takže nepůjde o materiál vyhraněný pouze jedním směrem. Tomuto předpokladu se výrazněji vymyká pouze díl Hyde Parku zaměřený na téma internetu s výkonným ředitelem sdružení CZ.NIC Ondřejem Filipem. V tomto díle se objevilo větší množství diváků, využívajících přezdívky, které vychází z jejich jména minimálně a připomínají spíše nicky typické pro komunikaci na chatu. K tomu se však podrobněji dostaneme později.

Rozsahem se jedná o 50 dílů Hyde Parku (20 dílů z ledna 2010, 14 dílů z prosince 2012 a 16 dílů z ledna 2013), tj. více než 45 hodin pořadu shromážděných pro analýzu a rozdělení diváckých přezdívek. Během zkoumaných tří měsíců se objevilo 162 telefonátů a 35 vstupů s přenosovým vozem, díky kterému mohli lidé živě pokládat dotazy do studia. Přenosové vozy se vyskytují pouze v lednu 2010 a reportér se vydával do různých míst České republiky, kde se tým Hyde Parku domníval, že se budou nacházet lidé, kteří budou mít co říct k vysílanému tématu. Obě tyto možnosti dotazování nejsou v dalším zkoumání zahrnuty. Vycházíme ze 723 písemných dotazů, u kterých jsme mohli vidět jméno diváka, avšak z toho je deset opakování pěti dotazů určených pro každého prezidentského kandidáta, započítáváme tedy každý z pěti dotazů pouze jednou. Zůstává nám přesně 678 dotazů se jménem nebo přezdívkou pro analýzu. Celkový počet písemných dotazů je 751 a u 28 z nich jsme na obrazovkách neviděli jméno diváka. Je pochopitelné, že u SMS není běžným zvykem se podepisovat, podpis se objevil pouze u větší poloviny (58,82 %, tj. 20 z 34 dotazů nebo názorů zaslaných formou SMS zprávy). V dalších případech šlo o nepodepsané SMS zprávy, o dotazy pouze se zobrazením způsobu, jak se dotaz do Hyde Parku dostal, nebo se moderátoři rozhodli dotaz přečíst přímo z plochy počítače a jméno dotazujícího zůstalo neznámé.

5.4 Pravidla diskuze

Jako každá televizní diskuze, která se snaží působit otevřeně a slušně, i Hyde Park má pro pokládání dotazů a sdílení názorů určitá pravidla. Tvůrci Hyde Parku prezentují pořad jako místo, kde se diváci mohou zeptat na cokoli, co je zajímavé. Mohou si zde také vyměňovat názory, které by se stejně jako dotazy měly týkat tématu pořadu.

Nevhodné dotazy a komentáře mohou být vyřazeny. Je zakázáno šířit reklamu, odkazy na webové a facebookové stránky, posílat spam a jakkoliv podobně se neslušně projevovat. Hyde Park se nebrání negativním komentářům, ale má možnost nevhodné příspěvky smazat (vulgární, opakující se dotazy nebo dotazy jiným způsobem v nesouladu s pravidly). Tato pravidla platí i pro komentování na facebookové stránce pořadu.

Dále je zakázáno zveřejňovat identitu či osobní údaje jiných osob proti jejich vůli. Zde je nutné pozastavit se u prvního měsíce vysílání (leden 2010), kde se ve 100 % dotazů z Facebooku objevilo celé jméno diváka (jméno a příjmení). Nepochází odtud ani jedna přezdívka a v případě dvou použití křestního jména se pravděpodobně jedná o chybu. Předpokládáme tedy, že v lednu 2010 ještě nebyla spuštěna aplikace pro zasílání dotazů přes tuto sociální síť a diváci "museli" vystupovat pod jménem, které zadali při zakládání účtu. Toto tvrzení potvrzuje i fakt, že tyto dotazy z Facebooku nebyly omezené na 255 znaků a při záběrech na moderátorku vybírající nové dotazy přímo z počítače, jsme mohli vidět, že vybírá z komentářů, kde lidé vystupují pod svým celým jménem, které uvedli při registraci na této sociální síti. Zde samozřejmě také není vyloučeno, že se nejedná o falešné identity nebo osoby, které si pro zábavu vytvářejí mnoho profilů na sociálních sítích za různými účely, nepovažujeme však tyto osoby za typické diváky Hyde Parku ČT24.

6. Identita diváků

Diváci Hyde Parku mají sice svobodnou vůli ve výběru přezdívky, ale opravdu myslí na to, jak jsou skrze ni vnímáni ostatními diváky? Právě přezdívka nám může o osobě skrývající se za ni mnoho prozradit. (Nejen) diváky používající svou jedinečnou přezdívku je v internetovém prostoru možné vyhledat a pravděpodobnost, že se jedná o stejnou osobu, je velmi vysoká. Není ale vyloučeno, že se za tohoto jedince někdo pouze vydává a zviditelnění v Hyde Parku může být nástrojem zesměšnění.

Především ve virtuálním světě je budování identity velmi důležité. Člověk se stane tím, kým chce být – zakryje své nedostatky, vytvoří si přednosti, prozradí o sobě informace, které jsou mu k prospěchu. Nebo naopak svou identitu zahalí tajemstvím a prezentuje se pouze přezdívkou a názory k různorodým tématům (lidé takovou osobu mohou chybně považovat za odborníka nebo ho také dostatečně nedocení). Nesmíme opomenout, že každý může mít neomezené množství virtuálních identit. Tento jev se běžně vyskytuje v chatech a internetových diskuzích a kromě toho je to charakteristické hlavně pro oblast marketingu (nepřiměřené rozesílání reklamních materiálů atd.). Předpokládáme, že Hyde Parku se tento úkaz vyhýbá.

Všichni, kteří se pohybují v internetovém světě, za sebou zanechávají v různých podobách stopy, i když se snaží být anonymní. Může se jednat o informace v podobě dat, podpisů v internetových diskuzích nebo v podobě profilů na sociálních sítích. Poslední zmíněná možnost je pravděpodobně nejnebezpečnější, jelikož si uživatelé často vhodně nenastaví své "soukromí" a sdílený obsah nebo jejich kontaktní údaje se mohou dostat k nevhodným lidem. Pořad Hyde Park ČT24 propojuje tento svět, ve kterém se všichni z velké části zatím učí žít a přežívat, se světem reálným, obyčejným, kde se lidé běžně nechovají příliš otevřeně k cizím lidem, dávají si pozor na své osobní údaje a anonymita není víceméně možná.

6.1 Jména diváků

6.1.1 Oficiální jméno

Jméno je nejdůležitější součástí naší identity a každý člověk po narození dostane své rodné (křestní) jméno, které mu ve většině případů vybrali rodiče nebo blízcí příbuzní. Není-li ani jeden z rodičů znám, určí osobní jméno a příjmení dítěte soud. Osobní

jméno je nedědičné, i když je často zvykem pojmenovat dceru po matce nebo syna po otci, a volí se každému člověku jako dodatečné jméno ke zděděnému příjmení. Obě části se zapisují do rodného listu jedince. Miloslava Knappová v Encyklopedickém slovníku češtiny (2002, s. 205) definuje rodné jméno jako záležitost oficiálního, úředního charakteru a spolu s příjmením vytváří dvoučlenné oficiální osobní jméno. Jména dělíme například podle pohlaví, tj. na mužská (např. Karel, Tomáš, Jan), ženská (např. Kateřina, Zuzana, Eva) a obourodá (např. René, Nikola, Saša), avšak poslední kategorie je v praxi řídko zastoupena. V analyzovaném materiálu se obourodá jména nevyskytují, pouze v případě SMS zprávy podepsané „VLASTA,ZLÍN“ není jisté, zda se jedná o osobu mužského (domácká podoba jména Vlastimil nebo Vlastislav) nebo ženského pohlaví. Obtíže s určením pohlaví jsou výraznější u přezdívek, ale i domácké podoby různých jmen mohou způsobit moderátorovi potíže (př. Domča jako oslovení Dominika i Dominiky). Problémová situace nastala však jen jednou v díle Jaromíra Bosáka s místopředsedou Českého olympijského výboru u následujícího dotazu: „MÁŇA: ZDRAVÍM, JAK TO BUDE S ODMĚNAMI ZA MEDAILE? NĚKDE JSEM ČETL, ŽE SE LETOS "ZAJÍMAVĚ NAVÝŠILY".... KDYBY SE JICH URODILLO VÍC, NEBUDE TO PRO ROZPOČET ČOV PROBLÉM?“. Moderátor Jaromír Bosák v Hyde Parku působí uvolněněji než jeho kolegové a se čtením dotazů z interaktivní obrazovky má znatelnější potíže. U některých přezdívek a jmen výrazně zdůrazňuje kvantitu hlásek (může jít o záměr kvůli natahování času pro vnímání celého dotazu), zde se na výslovnost zaměřil na tolik, že automaticky, avšak chybně, vnímal diváka jako ženu *Máňu*. Po dočtení dotazu si svou chybu uvědomil a divákovi se omluvil.

V České republice používáme jména různého původu (slovanského, hebrejského, románského, latinského, řeckého a jiných, pode toho, jak se k nám v minulosti rozšiřovala) a základ je třeba hledat ve jménech obecných, tj. v označeních osob, zvířat, věcí, vlastností, činností a stavů (KNAPPOVÁ: 2006, s. 9). Při výběru jména pro svého potomka mají rodiče obrovské množství možností, původem nebo významem jména se vždy neřídí a víceméně záleží jen na jejich preferencích. Samozřejmě existují určité hranice, které rodiče nesmí přesáhnout a jméno dítěte nesmí být považováno úřady za nevhodné (pro porovnání *Půlnoční Bouře*³).

³ TICHÁ, Eva. iDNES.cz [online]. 21.9.2003 [cit. 2014-03-11]. *Děvčátko Bouře skončilo v ústavu*. Dostupné z WWW: < http://zpravy.idnes.cz/devcatko-boure-skoncilo-v-ustavu-dqf-domaci.aspx?c=A020425_220133_domaci_pol >.

Výběr záleží mnohdy na rodinných zvyklostech. Někteří lidé se drží tradice a pojmenují dítě po prarodiči, významné tetě nebo strýci, jindy je dítě pojmenováno na žádost sourozence nebo sourozenců – tímto způsobem si mohou k nově narozenému dítěti vytvořit lepší vztah. Je běžné, že dítě dostane jméno takové, aby se hodilo do rodiny a nebyl problém s jeho výslovností u sourozenců. Jednomu z rodičů se sice může líbit jméno originální a neobvyklé, ale kvůli jejich příjmení a popřípadě jménu sourozence dostane nový přírůstek také jméno běžnější. Rodiče se tím pádem nemusí potýkat s případnými pozdějšími stížnostmi na odlišnost dítěte. Některá jména mohou na rodiče působit až příliš jednoduše, právě zde záleží na vzdělání a sociálním postavení rodičů. Pokud mají rodiče zálibu ve filozofii, historii, sportu nebo literatuře, inspirací jim může být významná osobnost z těchto oblastí nebo rovnou z cizího jazyka. Volbu ovlivňují i kamarádi a celkově okolí. Pokud rodič nemá dobrý vztah se svým nadřazeným a jmenuje se Tomáš, je velmi málo pravděpodobné, že by usiloval o pojmenování svého dítěte právě tímto jménem.

Často záleží na současných trendech a vnímání doby. Podle Miloslavy Knappové bylo možné v 14. až 18. století podle jména poznat, odkud jedinec pocházel (KNAPPOVÁ: 2006, s. 11). Rozlišení na jména venkovská a městská by se dalo použít i dnes, ale v době televize a internetu může rodiče inspirovat cokoliv. Snaha o ožívování neužívaných českých jmen je v kontrastu s pronikáním jmen ze zahraničí. Přejímání cizích jmen je přirozený proces, avšak lidé často chybně vnímají původ jmen a ta, které se jim jeví jako česká, mohou mít původ cizí. I přes to může být přejímání cizích jmen stále považováno za neobvyklý jev. Rodiče, kteří se pro takové jméno rozhodnou, budou pravděpodobně patřit do určitého specifického okruhu jedinců. Jejich důvody mohou být kulturní i náboženské. Například v případě smíšeného manželství je praktickým krokem volba takového jména, které se vyskytuje v obou národech. Usnadní se tím přijetí dítěte na obou stranách rodiny.

Jelikož se rodiče často snaží o ozvláštnění jména svého dítěte a nechávají se inspirovat zahraničními slavnými osobnostmi nebo celkově cizími jmény, je v naší typologii přezdívek často nejasné, zda se jedná o skutečné jméno jedince nebo je to jméno, které se divákovi líbí a použil ho pouze jako přezdívku pro položení dotazu. Ve zkoumaném materiálu se vyskytují jména převážně česká a taková, která vnímáme jako tradiční (JANA, MICHAL, MAREK, PAVEL, DANA). Originalita se projevuje až v případě

přezdívek, kde je zvolena cizojazyčná varianta určitého jména pro zdůraznění jedinečnosti jedince (předpokládáme to především u přezdívek MÁRTON, KARLOS).

V analyzovaném materiálu se nejčastěji objevují jména v základním tvaru a s diakritikou (VÁCLAV, ZDENĚK, PAVLÍNA, ONDŘEJ, LUKÁŠ, PETR, VOJTĚCH, atd.). Další početnou skupinou jsou také domácké podoby jmen (HANKA, TONDA, ONDRA, PEPA, ZUZKA), i když ve spojení s příjmením mohou v některých případech působit komicky a dotazu snižují serióznost (HONZÍK JANYŠ, PÁJA ZAMAZAL). U ženských jmen se tvoří nejčastěji příponou -(v)ča (JANČA), -ka (JOHANKA) nebo -čka, -ška, a u jmen mužů jsou to přípony -da (STANDA, Zdenda), -ek (VAŠEK) nebo -an (Pepan, tento druh přípony není v současnosti příliš používán). Deminutivní tvary jako VENOUSEK, ALŽBĚTKA mají citové zabarvení často kvůli prostředí rodiny a jsou typické pro oslovování malých dětí. Do publicistických pořadů rozhodně nepatří. Velmi často se ve zkoumaných písemných dotazech zkracují jména rodná (křestní) a čtyřikrát se tento jev objevil i u pojmenování diváků. Většinou se jméno zkracuje pouze na počáteční písmeno (L. = Lenka, Lukáš, Libor; M. PACES) nebo charakteristickou počáteční skupinou končící souhláskou, např. Fr. = nejčastěji František (FR. ZAHRADNÍK a FR.SOUKUP).

Je obtížné přesně spočítat, kolik diváků použilo své jméno nebo příjmení, jelikož mnoho příjmení vzniklo odvozením od rodných jmen (HANKA, PAVEL, LUKÁŠ). Tvar MICHÁLEK můžeme považovat za příjmení (ve zkoumaném materiálu se objevuje divák jménem JAN MICHÁLEK), ale můžeme ho také zařadit do skupiny jmen zdrobnělé podoby. Podobný problém nastal i při hodnocení diváků s přezdívkami ONDRÁŠ, MARIK, FÍLA, PETRAS, MIŠO nebo PANKRÁC. Moderátor často pojmenování diváka nečte, ale MARIK můžeme zařadit mezi příjmení na základě toho, že i on diváka označil jako "pana Maříka". Jméno Pankrác se objevilo v díle odvysílaném 10 dní po svátku Pankráce, a proto je pravděpodobná inspirace pouze jménem z kalendáře a zmínkou v lidové pranostice (jeden ze zmrzlých mužů). Podle dat o obyvatelích České republiky z internetových stránek Ministerstva vnitra ČR⁴ v naší zemi žije momentálně 5 lidí a jako reálné diváky a zároveň dotazující můžeme považovat pouze dva – tyto muži jsou narozeni v roce 1973 a 1992 (zbylí tři se narodili v letech 2004, 2006 a 2012). O použití jména AURORA uvažujeme v kategorii

⁴ Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 7. 3. 2014 [cit. 2014-03-11]. Četnost jmen a příjmení. Dostupné z WWW: <<http://www.mvcr.cz/clanek/cetnost-jmen-a-prijmeni-722752.aspx>>.

přezdívek, i když se v České republice vyskytuje 22 žen⁵ s tímto jménem a není vyloučena inspirace cizím jazykem.

Důležité je také mít na vědomí fakt, že v dnešní době není neobvyklé mít dva osobní jména. Jako potvrzení tohoto jevu můžeme považovat i diváka pojmenovaného ONDŘEJ KAREL TEICHMANN a v případě JANA PETRA se může také jednat o jedince se dvěma rodnými jmény (nebo je to tradiční tvar jména a příjmení). Náznak dvou jmen lze vidět i u dotazující se jménem EWA T. MATOUŠOVÁ, kde se druhé osobní jméno může skrývat pod počátečním písmenem T.

Příjmení je dědičná část jména člověka a po sňatku přechází v přechýlené podobě z manžela na manželku a následně na jejich potomky. Existují i případy, kdy se žena rozhodne ponechat své původní příjmení (nebo dokonce manžel přijme příjmení své ženy) a společným potomkům je vybráno příjmení na základě dohody mezi partnery. Příjmení se vyvinula z příjmí, které pomáhalo odlišovat jedince se stejným rodným jménem (tento jev je dnes typickou motivací pro vznik přezdívek), a vliv na jejich vývoj měly hlavně jazykové a kulturní změny (například germanizace a později snaha o počestění). Výklady příjmení jsou vždy založeny na rozsáhlém zkoumání materiálů z historie, avšak významy se často úplně vytratily a došlo také ke změnám v oblasti pravopisu a skloňování (MOLDANOVÁ: 2010, s. 7–8).

Pojmenování příjmením vznikalo hlavně podle jména otce, tj. z Jiří Petřův se vyvinuly například tvary Petřů, Petruška, PETROVIČ (tento tvar se objevuje i ve zkoumaném materiálu), dále také podle zaměstnání (z příjmení diváků: LUMÍR KUCHAR, ONDŘEJ ZEDNÍK, FR.ZAHRADNÍK), místa původu nebo bydliště (RADEK SLOVÁK, ZDENĚK LHOTA, JAN ČECH, LUKÁŠ TOŠOVSKÝ). Velmi expresivní jsou příjmení, která vznikla na základě výrazných povahových a fyzických vlastností osob (RADOVAN KULATÝ, JAN OSTRÝ, PATRIK SMĚLÝ, MIROSLAV KŘIVOHLÁVEK, MARTINA MALÁ) nebo pravděpodobně díky zajímavým činům, příhodám a událostem z jejich života (JOSEF VYHRABAL, ALENA SMEJKALOVÁ, PÁJA ZAMAZAL, LADISLAV PŘESKOČ, JAN ZAPLETAL, JAKUB LAMAČ, ADAM POSPÍŠIL, ONDŘEJ DOLEŽAL). Výrazná a poměrně početná jsou také příjmení odvozená od pojmenování zvířat a rostlin: HONZA KRAHULEC, TOMAS JERABEK, ROSTISLAV DANĚK, JAKUB KOS, LADISLAV BERAN, LUKAS

⁵ Tamtéž.

SLAVICEK a o zařazení do této kategorie můžeme uvažovat také u diváků s přezdívkou/jménem MOTÝL, MOTÝLEK a SLAVÍK.

Do skupiny diváků, kteří se rozhodli pro podpis dotazu do Hyde Parku ČT24 pouze příjmením, jistě patří ženy (moderátorem označené jako "paní"): SEDLÁKOVÁ a NOVAKOVA. Česká ženská příjmení jsou odvozena od mužských nejčastěji přechylovací příponou -ová a díky tomu je možné okamžitě poznat pohlaví jedince. A dále do této skupiny můžeme, s větší jistotou než u pojmenování MOTÝL, MOTÝLEK, SLAVÍK, zařadit pány s příjmením KADLÍK, NOVÁK, KRÁL, KOUDELKA, HLAVÁČ, TYK, ŽÁČEK, ČÁBELKA a již zmíněného MARIKa (Mařika).

Mnoho diváků o sobě nechce vyrazit všechny základní informace (jméno, příjmení, místo bydliště), ale nezvolí si žádnou zvláštní přezdívku. Pro rozlišení od ostatních diváků používají například počáteční písmeno jejich příjmení (JOSEF S., ZDENĚK V., MICHAL B., PETRA K., PETR V., PETR K., PEPA W, ZDENEK H., aj.). Tento prvek při označení dotazu je užitečný obzvláště pro pozorné diváky, kteří si všimnou opakujících se tvarů jmen a mohou si o dané osobě vytvořit určitou (pravdivou i falešnou) představu. Dalším znakem pro rozlišení je použití svého jména ve spojení s místem: JIRKA, PROSTEJOV; HONZA, PLZEŇ; FRANTIŠEK, BRNO; DIVAK PETR Z PRAHY; MARTIN Z POMUKU; RADEK Z OLOMOUCE, MARTIN ZE SEVERU; VLASTA, ZLÍN; FERDA (František, Ferdinand?) Z MOSTU. Během zkoumaných třech měsíců se z této kategorie nejvíce projevil HONZA, PLZEŇ (čtyři dotazy) a MARTIN Z POMUKU, který se objevil dokonce s jedenácti dotazy a věříme, že i s tímto pojmenováním oba utkvěli divákům v paměti. Použití označení diváka pouze místem bydliště nebo původu se vyskytuje snad jen v případě uživatele PÍSEK.

Lze předpokládat, že u většiny sesbíraných jmen se jedná o reálná jména českých občanů a diváků Hyde Parku ČT24. Problémy nastávají až s trendy sociálních sítí, především Facebooku, kde mají lidé často potřebu ozvláštnit svou osobu (v davu lidí se stejným jménem a příjmením) nebo naopak chtějí být anonymní, jak jen to je možné. Tento jev se nám projevuje už v lednu 2010, kdy se objevily dotazy z Facebooku podepsané: JOSEPH PRIDE, JF FRELA a SAM, v prosinci 2012 na webových stránkách MACÍK PROKOPOVÁ a v lednu 2013 opět na Facebooku LUCIE MINNIE OLIVOVÁ. U posledních dvou jmenovaných se jedná opravdu jen o ozvláštnění základní podoby jména (domáckou podobou jména a přezdívkou). Jméno SAM může

být považováno za uživatelem zvolenou přezdívku a ne jméno, kterým se prezentuje na sociální síti, jelikož není vyloučeno, že v prvním měsíci došlo k několika technickým závadám a dotazy byly zobrazeny špatnou cestou (jako u záměn e-mailů za dotazy z chatu na internetových stránkách, apod.).

Když později došlo ke sjednocení vzhledu a požadavků pro pokládání dotazů v aplikaci na Facebooku a ve webovém formuláři pořadu, zmizely výraznější rozdíly mezi těmito dvěma možnostmi dotazování v počtu osob, které se rozhodly podepsat svým jménem nebo jménem i příjmením. Navíc diváci nejspíš sami zjišťují, jestli jedna cesta dotazů do studia není upřednostňována před druhou, jelikož některá pojmenování se dokonce objevují na obou těchto místech.

6.2 Přezdívky

Stejně jako se kdysi objevila potřeba pojmenovat jedince a odlišit ho určitým jedinečným označením od ostatních, vznikla také potřeba odlišit od sebe jedince stejného rodného jména, hlavně ve specifickém kolektivu (ve škole, v práci, v hospodě, v zájmovém kroužku, ve sportovním oddíle, apod.). K pojmenování přezdívkou dochází až během života a nejčastěji právě od známých z okolí. Lidé získávají přezdívku pozměněním svého rodného jména nebo příjmení, podle fyzických a psychických vlastností, podle povahy, zájmů nebo podle oblíbených postav ze seriálů, filmů, knih nebo podle známých osobností z oblasti sportu a kultury. Další možností je vznik pojmenování jedince na základě toho, že se jedná o člena určité skupiny (například zájmového klubu). V takových skupinách může docházet k speciálnímu pojmenování jednotlivých členů nebo je celá skupina označována určitou přezdívkou a ta je potom přenesena i na nového jedince. Do takové oblasti můžeme zařadit také pojmenování obyvatel místa, pro které je typický určitý produkt nebo jiný jev. Všechny tyto druhy přezdívek mohou mít pozitivní i negativní význam a přezdívaní jedinci s nimi nemusí souhlasit, nebo dokonce o své přezdínce nemusí vědět (k používání může docházet za jejich zády).

Historický základ a celkově účel přezdívek je podobný jako u příjmí, avšak přezdívky nezůstaly zachované na úrovni osobního jména a mohlo docházet k jejich proměnám. S postupem času se přezdívky stále vyvíjejí a patří mezi velmi živou oblast jazyka. Kromě běžných přezdívek se do této oblasti mohou zařadit i pseudonymy a jiná krycí

jména, ale v těchto případech často dochází k pojmenování právě jeho budoucím nositelem a výsledek se podobá obvyklé podobě jména.

6.3 Přezdívky v Hyde Parku

V Hyde Parku ČT24 se setkáváme spíše s nicky⁶ než s běžným pojetím přezdívek. Termín nick můžeme chápat jako uživatelské jméno nebo speciální přezdívku, kterou si člověk vymyslel za účel prezentace své osoby v internetovém prostředí (chaty, internetové diskuze, komunikační programy, různé druhy sociálních sítí umožňující komunikaci pod přezdívkou zvolenou uživatelem). "*V systému proprií nicky náležejí do plánu bionymického, konkrétně mezi antroponyma*⁷" a jedná se o velmi pestrou skupinu, především formálně, slovtvorně a významově (JANDOVÁ, 2006, s. 49). Uživatelé většinou usilují o mimořádnost jejich přezdívky, jelikož je internet mezinárodní záležitostí, často se objevují prvky odlišení od českého prostředí a snaha "zapadnout" ve světě. Snadné zapamatování umožňuje především krátká forma přezdívky, tvary bez háčků, čárek a jiných neobvyklých znaků ve světových jazycích. Pokud se jedná o vlastní kreativní výtvar u uživatele, je důležitá hlásková skladba a také libozvučnost. V mnoha případech je možné vysledovat jazykové vlivy latinského, germánského, asijského nebo románského původu, někdy dokonce v kombinaci s češtinou.

U přezdívek v Hyde Parku nemůžeme jistě tvrdit, jak přezdívka vznikla, a hlavně, jestli vznikla pouze za účelem položení dotazu v pořadu. Právě u diváků televizního pořadu se totiž nepředpokládá, že se jedná o typické uživatele chatu nebo osoby žijící z větší části život virtuální. Tento předpoklad může být potvrzen tím, že u písemných dotazů převládá skupina diváků, kteří se podepsali oficiálním jménem, ale samozřejmě se opakovaně objevují i osoby používající pouze svou přezdívku, která ze jména vychází minimálně. Jedním z problémů nicků/přezdívek je určení pohlaví a věku diváka podepsaného přezdívkou. Pokud se divák pojmenuje například STUDENTKA, očekáváme, že se jedná o mladého člověka ženského pohlaví, ale skutečnost může být jiná a jedinec pouze profiluje svou identitu tímto způsobem. Větší problém při určení pohlaví nastane nepochybně u uživatelů s přezdívkami CARX, BLIX, EREMY, apod., i když to pro vnímání dotazů v Hyde Parku ve většině případů není podstatnou informací. Hodnocení nicků je velmi subjektivní záležitost a na všechna jména

⁶ Nick – z anglického nickame; přezdívka.

⁷ Vlastní jméno člověka nebo skupiny lidí.

i přezdívky jsou nepochybně odlišné názory a záleží na každém jedinci, zda uvěří tomu, jak se dotazující charakterizuje (skrytě nebo otevřeně).

Důležitým faktem je, že Hyde Park neomezuje diváky a používání jejich jména a přezdívek. Neexistují zde podmínky jako tomu bývá na různých internetových stránkách, kde si uživatel musí zvolit jméno s určitým minimálním množstvím znaků nebo se přezdívka nesmí opakovat u více uživatelů. Předpokládá se, že diváci nebudou zneužívat volnost ve volbě přezdívek a pojmenování sebe sama. Rozdělení diváckých přezdívek, ve smyslu "nicku", do určitých typů je velmi obtížné, především kvůli tomu, že nelze zjistit vztah mezi divákem a přezdívkou, kterou si zvolil. S přihlédnutím k tomuto faktu naše rozdělení probíhá na základě formy přezdívk. David (JANDOVÁ, 2006, s. 47) zmiňuje rozdělení Hayy Bechar-Isreali, která rozdělila internetové přezdívky do 14 kategorií. I když je tato klasifikace z roku 1995 a zaměřuje se na prostředí chatové komunikace, je možné najít shodné kategorie s případy, které se vyskytují mezi přezdívkami v pořadu Hyde Park ČT24.

6.3.1 Jména slavných lidí

Tato kategorie je jedna z nejvýraznějších a motivace pro pojmenování uživatelů s přezdívkami jako jsou JAMES CAMERON, GOGOL, JOSEF II, CAUVIN je brzy odhalena. Pozornost publika je přenesena na přezdívku a divákův záměr byl pravděpodobně řádně splněn. Zajímavým případem je zobrazení jména českého politika Jana Fischera jako pojmenování dotazujícího se diváka zrovna v díle, kde Jan Fischer vystupuje jako kandidát na prezidenta, proto toto pojmenování vzbudí pozornost i u moderátora a samotného hosta. Mohlo se jednat opravdu o diváka s celým stejným jménem nebo někoho, kdo se snaží pouze zaujmout svou přezdívkou, která možná hrála roli při vybírání dotazu do vysílání.

6.3.2 Přezdívky inspirované literaturou, filmem, seriály, hudbou...

Početné zastoupení má kategorie, do které patří každý uživatel s takovým zájmem o určitou oblast kultury, že tím nechá ovlivnit jeho přezdívku na internetu a v dotazech do Hyde Parku. Setkávám se zde s postavami jako ALENKA V ŘÍŠI DIVŮ, MAJOR ZEMAN, R. HOOD, KUKY, ARWEN, FERDA, DUBÍNEK, MARVIN nebo dochází k pojmenování vlivem celého názvu hudební skupiny: AC/DC. Zajímavé je, že v případě

přezdívek inspirovaných literaturou nebo filmy se objevují postavy nejen z tvorby pro dospělé, ale i pro děti.

6.3.3 Fauna a flóra

V naší typologii se projevuje absence přezdívek z oblasti flóry. Dochází k tomu pravděpodobně z důvodu, že často se jedná hlavně o květiny, které pro diváky nemusí působit dostatečně reprezentativně. Naopak ptáci a šelmy jsou jako inspirace pro přezdívky oblíbené. Početné zastoupení je zde u případů, kde je přezdívka názvem zvířete a zároveň je doplněna o akademický titul: DR.SOJKA, MGR.ŠPAČEK, PROF.KUNA. Divák na základě použití akademického titulu pravděpodobně očekává úctu publika k jeho osobě. Rozsáhlá je také oblast zvířecích přezdívek, které mohly vzniknout původem z příjmení (MOTÝL, MOTÝLEK, SLAVÍK, VČELÁK nebo HOLOUBEK. Všechny zmíněná příjmení kromě MOTÝLEK jsou doložena ve statistikách Ministerstva vnitra České republiky.

6.3. Neživé objekty

V naší práci zastupují tuto kategorii přezdívky STAN, VÁNEK, JEHLICE, ARGUMENT, u kterých je obtížné si představit fakt, že divák má rád stan, jehlice, argument. Pravděpodobně uživatelka s přezdívkou JEHLICE se objevila s dotazem ve vysílání dílu s Jindřichem Šídlem (6. 12. 2012) a osoba skrývající se za touto přezdívkou si v dotazu doslova pohrávala se slovníkem z oblasti šití.

6.3.5 Zaměření na reklamu

Velký problém může nastat v této kategorii, když divák položí kvalitní dotaz, ale jako přezdívkou si zvolí například jméno své firmy nebo název produktu za účelem zviditelnění. Takové jednání je proti pravidlům pořadu a dotaz do televizního vysílání zařazen není. Mohou se však vyskytnout případy, kdy název firmy nepůsobí příliš výrazně a diváci od vysílání dotazu s takovou přezdívkou nebudou považovat za skrytou reklamu. Během zkoumaných tří měsíců se v prezentaci sebe sama v tomhle směru nejvíce projevuje bčanské sdružení PODNĚTY.CZ. Často vystupuje svými dotazy a názory, které lidé sepsali na internetových stránkách sdružení. Ani v jednom případě zobrazení dotazu na televizní obrazovce moderátor nepřečetl nahlas název sdružení. Vždy dotaz uvedl pouze slovy například "Máme tady další dotaz..." a podobně.

Sdružení na sebe upozorňuje čtyřmi dotazy v prosinci 2012 a pěti dotazy v lednu 2013. Není možné dohledat, zda se jedná o jednu osobu nebo se nechalo více lidí inspirovat podnětem na stránkách sdružení a zaslalo dotaz nebo názor do televize. Všech 9 dotazů bylo zasláno prostřednictvím webového formuláře, který využívá i uživatel nebo uživatelka, které pro pojmenování jejich osoby inspiroval nápoj FRISCO.

6.3.6 Nereálné bytosti

V posledních letech se oblast sci-fi a fantasy filmů a knih stává stále populárnější, a proto mezi přezdívkami v Hyde Parku nepřekvapí ani DRAK. V případě další přezdívky z této kategorie, MARTĀN, může divák odkazovat například k označení pro bytost obývající jinou planetu než Zemi nebo se jedná o diváka Martina, který získal tuto přezdívku na základě podobnosti jeho jména a slova *mar'an*.

6.3.7 Nicky vztahující se k osobě a identitě (David, 2006, s. 47) uživatele

Nejpočetnější skupina přezdívek nám o jejich majiteli prozrazuje také nejvíce informací. Publiku je ihned zřejmé, kdo je ADMINKA, AJŤAČKA, ARIVISTA, EKONOM, FOTOGRAF, MAMČA, TURISTKA, ZVĚDAVEC, ZVÍDALKA, KONSPIRÁTOR, STUDENT, STUDENT 5.ROČNÍKU FPR, STRAŠNĚ VELKEJ NECHÁPAVAC, NESTRANNÝ SOUDCE, LINGVISTA, nebo aspoň přibližně v případě přezdívky LAMMER (osoba, která příliš neovládá práci na počítači). Divák s přezdívkou může manipulovat, aby bylo na něj nahlíženo jinak a skutečnost nikdo nezjistí. Tato oblast také umožňuje správné určení pohlaví diváka nebo uživatele. Lidé volí tyto přezdívky, aby vyjádřili, že patří do skupiny určitých lidí a to formuje jejich identitu.

6.3.8 Vtipná slovní spojení

Postavení přezdívek, které jsou používány hlavně kvůli pobavení, má i v naší typologii své místo. Mohla vzniknout například jazykovou hrou KOLÍM VARLA (původní sdělení: volím Karla) nebo vytvořením slovního spojení (CHLUPNAMUFLONOVÍ, MUFLONIRIZKY), svou neobvyklostí přitahuje pozornost. Na vtip určitě vsází také osoba využívající identitu ANTONÍN VEZEKMÍN a publikum se může kvůli formě oficiálního jména mylně domnívat, že se jedná a o skutečnou osobu, která použila své pravé jméno a příjmení.

6.3.9 Hra se znaky

Díky této kategorii přezdivek je zřejmé, že diváci si při zasílání dotazů do pořadu, vystačí i s tečkou jako zástupným pojmenování jejich osoby. Text, názor nebo dotaz, je podstatná část sdělení, autor sdělení a jeho pojmenování není důležité. Není potřeba mu věnovat pozornost. Dále se objevují písmové znaky: E, E., F, G., H., J, M nebo další pro nás tajemstvím zahalené zkratky IB_MP, INFO, KO, XXX, UZDV, BW a ZZZ. Poslední jmenovaná přezdívka by mohla označovat zvuk spánku, jak ho je běžné vyjadřovat například v komiksech. Moderátor přezdívky, které zde nazýváme hrou se znaky kvůli používání jednoduchého vyjádření ve formě písemného raději nahlas pro publiku nechte, pouze došlo k pozastavení nad uživatelským jménem: 123456789123456789123456789132456879.

6.3.10 Přezdívky inspirované cizími jazyky

Běžným jevem v oblasti internetových přezdivek jsou přezdívky inspirované anglickými jmény (JOE, JIMI, JOSEPH PRIDE, SAM, NAITH) nebo anglickými slovy, které mají pro uživatele této přezdívky pravděpodobně důležitý význam (DESTROY, MUMMY, ZERO). Tento typ nicků je velmi rozšířený také v chatu a moderátoři s ní již nemají takový problém, jelikož se mohou opřít o určitou znalost anglického jazyka a jiné zkušenosti. Zahraniční prostředí je také znát u nicků MÁRTON, ASFALTUS MAXIMUS nebo OTO SAN. Lidé jsou ve virtuálním prostředí blíž cizímu a více vnímají kontakt různých jazyků, podle toho dochází například k upravování jejich jména na základě tvaru anglického. Z Michaela se například stává MAJKL a z Lucie LUCIÁNA.

6.3.11 Přezdívky s čísly

Ve třech přezdívkách diváků se objevilo číslo (MISA263, ZEFAN1, ŠTANGAST 332), ale ani jedno z nich nevyjadřuje věk uživatele nebo rok narození. Tento zvyk vkládat zvláštní číslo (pro uživatele nejspíš významné, a tedy snadno zapamatovatelné) je nepochybně přenesen z prostředí chatu, kde na stejném serveru nemohou existovat uživatelé se stejným nickem, a proto dochází k používání čísel nejčastěji za přezdívkou pro odlišení.

6.3.12 Nové přezdívky

Kategorie těchto přezdivek se vyznačuje tím, že už na první pohled přezdívky působí nově, "cize" a mnoho uživatelů českého jazyka by nevěděla, jak s nimi řádně naložit. V případě, že by se moderátor přezdívku rozhodl přečíst, s největší pravděpodobností by ji nechal v původním tvaru, avšak i od čtení takové přezdívky diváka raději upouští úplně. Pokud nejsme seznámeni s uživatelem a jeho vztahem k přezdívce, většinou se o skutečném významu ani domnívat (TYK, BLIX, MADQWERT, JINOS, ...). Na základě informací například o uživatelce DEXLY, která se v internetovém prostoru nebojí přiznat motivaci pro její přezdívku, která vychází z kreativního přemýšlení nad tím, co má ráda. Nakonec majitelka zůstala u základu "DEX" podle oblíbeného seriálu Dexter a část "LY" odůvodňuje jako poslední a první písmeno běžného oslovení její osoby "Lucy". Pokud bychom uživatelku DEXLY nevyhledali, pravděpodobně bychom hodnotili její nick jako mužský. V této oblasti jsou přezdívky podobného typu velmi nebezpečné, avšak osoba takto pojmenovaná by si měla být vědoma, že kromě pár písmen, které nám dala k dispozici, o ní nic nevíme a podle toho se také vyvíjí komunikace. Tento typ přezdívek vyžaduje velkou dávku kreativity jejího majitele a opravdu tajemnými a originálními případy přezdívek z této oblasti jsou dále například KUREDOLA, WESSA, EREMY, JINOS, ...ÁČIK, PACERS, CARX, LEMONARDO, LEX DRUID, JF FRELA nebo CYRUSS.

6.3.13 Přezdívky z Twitteru

Na této sociální síti je užitečné, že každý uživatel má své jedinečné uživatelské jméno (username), podle kterého ho lze vyhledat. Ke komplikacím však dochází v případě, kdy si uživatel toto jméno změní a ostatní k němu "ztratí cestu". Tento druh jména doplňuje ještě jméno (name), které můžeme považovat za to oficiální, v profilu uživatele sociální sítě je výraznější než uživatelské jméno, a proto více odráží uživatelům pohled na sebe sama. Celkem 7 uživatelů Twitteru dává ve svém uživatelském jménu přednost tvaru, který vychází z jeho oficiálního jména (ZDENEKA, LUKASCHADRABA, JAKUBHAJEK, TOMCUPRCZ, HRUBESK, JMURON, RSUKUP) a 4 uživatelů dali přednost větší anonymitě, kterou poskytuje pojmenování (CTVRTKAR, FREMYCZ, LORDXITERa a NO4711). Přezdívka CTVRTKAR vznikla na základě pojmenování z oblasti sportu a u uživatele FREMYCZ vidíme běžný jev na celosvětové sociální síti, kde se na konci nicku objevuje zkratka CZ, na základě které můžeme určit, odkud uživatel pochází.

6.3.14 Podepisování v e-mailové komunikaci

Psaní mailů - využívání elektronické pošty je dnes zcela běžné, jak v soukromé, tak v profesní sféře. Typickým znakem je komunikace bez diakritických znamének, tzn. bez háčků, čárek, kroužku nad písmenem u - celkově u dotazů psaných na počítači, nebrání nikomu v porozumění textu, v e-mailech mohou být běžně přiložené odkazy, soubory. Uživatelům je také umožněn automatický podpis, který se vkládá do všech odeslaných e-mailů. V Hyde Parku se objevilo 5 e-mailových dotazů, z toho však jeden bez podpisu a další bych chybně zařazen editory pořadu mezi e-maily, jelikož se jedná o dotaz z Twitteru. Naznačuje tomu přezdívka PAULOSV a zároveň forma zprávy, která obsahuje všechny potřebné části pro sdílení dotazu na sociální síti Twitter. Takže nám zůstaly 3 e-maily podepsané JAN RAMBOUSEK, LUKAS CHADRABA a MAREK KLOBOUK.

6.3.15 Podepisování v SMS zprávách

Krátké textové zprávy patří mezi oblíbené způsoby komunikace už mnoho let a staly se běžnou záležitostí každého, kdo používá mobilní telefon. Typickým znakem je psaní zpráv bez interpunkce, háčků, čárek a kroužku nad písmenem u, dochází k tomu za účelem zrychlení psaní. Často jsou také vynechávány mezery za slovy i za interpunkčními znaménky, aby byl ušetřen počet znaků, tedy aby zpráva byla kratší a odesílatel za ni zaplatil méně peněz. Těchto rysů si lze všimnout u dotazů v Hyde Parku ČT24, avšak absence interpunkce a mezer za ní je viditelná i v dotazech zaslaných na sociální síť Facebook a prostřednictvím chatu/webového formuláře.

Tuto skupinu vymezujeme zvlášť, jelikož v případě určování identity se jedná spíše o podpis a ne úplně vlastní pojmenování diváka, avšak i zde se objevily podpisy neobvyklé pro běžné SMS zprávy. Jedná se například o přezdívky GOGOL a KUKY. Podepisování se přezdívkami není běžným jevem, který se objevuje v SMS zprávách, v běžném životě totiž převládají podpisy různým tvarem určitého jména. Adresát totiž často ví, kdo mu píše, tento způsob totiž není běžně volen pro formální komunikaci. Při využití SMS zprávy pro položení dotazu v Hyde Parku není vyloučeno, že stejným způsobem by se daná osoba podepsala i v případě, že by zvolila jinou možnost pro položení dotazu, ale je nutné mít na paměti, že v případě SMS zpráv není podpis nutný.

Právě uživatel s přezdívkou KUKY nebo někdo jiný využívající tuto přezdívku použil později pro položení do vysílání webový formulář.

V této kategorii jsou podepsané zprávy přibližně ve stejném počtu jako zprávy nepodepsané a u těch podepsaných převládá podpis formou oficiálního jména, kde uživatelé dokonce doplňují místo bydliště.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo rozlišit jména a přezdívky použité v Hyde Parku a přezdívky dále rozdělit do zvláštních kategorií. Zabývali jsme se také problémy, které jsou s určitými kategoriemi spojené. Materiál, jak jsme předpokládali, ukázal vznik skupiny přezdívek, kterou označujeme jako "nové přezdívky", jelikož jinak se zařadit nedají a v minulosti nebyla tato oblast tak výrazná a prozkoumána. Tyto přezdívky se objevily s vývojem internetu a v oblasti chatové komunikace se dříve nevyskytovaly nebo aspoň ne v takovém rozsahu. V dnešním světě díky televizním pořadům jako je Hyde Park pronikají z virtuálního světa do reálného tyto zvláštní přezdívky, které v mnohých případech nejsme schopni s jistotou vyslovit. Kromě této oblasti se velmi často objevily přezdívky z kategorií jmen slavných lidí, přezdívky inspirované literaturou, filmem, seriály, hudbou, aj., a nejpočetnější kategorií se stala ta s nicky vztahujícími se k osobě a identitě uživatele.

Přezdívek se z celkového počtu pojmenování diváků objevilo pouze 142 případů, což je 115 jedinečných případů přezdívek, kde započítáváme i případy, kdy bychom mohli uvažovat o možnosti, že se jedná o mužské příjmení (MOTÝL, HOLOUBEK, SLAVÍK, VČELÁK, HONZÁK), při nezapočítání těchto pánů nám zůstane 99 přezdívek, které jsem řádně zařadili do některé z námi vytvořených skupin.

Z analyzovaného materiálu vyplývá, že chování adresátů je ovlivňováno změnami souvisejícími s elektronickými médii, jak prostředím internetu, tak světem televize, a vývoj, který vychází z prostředí chatovacích místností a internetových diskuzí se stále více přibližuje reálnému světu. Možná je jen otázkou času, kdy se tyto přezdívky rozšíří do povědomí lidí a začnou se tímto způsobem pojmenovávat novorozenci, ale na takové vize je nejspíš ještě dost času vzhledem k tomu, že většina diváků se ještě stále podepisuje svým oficiálním jménem nebo aspoň nějakou jeho podobou.

ANOTACE

Autor: Veronika Uherková

Název fakulty a katedry: Filozofická fakulta, Katedra bohemistiky

Název bakalářské práce: Hyde Park ČT24 a identita komunikantů

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Polách, M.Phil., Ph.D.

Počet znaků: 72 154

Počet příloh: 1

Počet titulů použité literatury: 23

Klíčová slova: elektronická média, identita, mediální publikum, kyberprostor, internetová komunikace, Hyde Park ČT24

Anotace bakalářské práce:

Bakalářská práce Hyde Park ČT24 a identita komunikantů se zabývá analýzou diváckých dotazů televizního pořadu Hyde Park ČT24, které byly posbírány, zpracovány a při analýze se práce zaměřuje především na identitu dotazujících se diváků. Jedná se o písemné dotazy, které byly do pořadu zaslány prostřednictvím Facebooku, Google+, Twitteru, SMS, e-mailu nebo je diváci poslali na chat oficiální stránky pořadu. Úvodní část práce je věnovaná uvedení do problematiky elektronických médií a vlivu televize a internetu na publikum. Praktická část práce se zabývá rozdělení jmen a přezdívek diváků a problematiku s tím spojenou.

The bachelor thesis Hyde Park ČT24 and identity of the communicants analyzes viewers' queries of television broadcast Hyde Park ČT24. Main focus of the analysis is viewers' identity which was observed from collected and processed viewers' queries. The queries were sent through Facebook, Google+, Twitter, SMS, e-mail or official chat accessible via broadcasts' web page. The first part is devoted to survey of electronic media and influence which they have on a viewer. The practical part of thesis deals with typologization of used names and nicknames as well as with issues associated with it.

Seznam literatury

- ČERMÁK, František. Jazyk a jazykověda: přehled a slovníky. Vyd. 4., V Karolinu 2., dopl. Praha: Karolinum, 2011.
- FORET, Martin, LAPČÍK, Marek a ORSÁG, Petr. Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008.
- HOFFMANNOVÁ, Jana, ed. a ČMEJRKOVÁ, Světlá, ed. Jazyk, média, politika. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003.
- HUK, Jaroslav. Mediální publikum a výzkum veřejného mínění. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola Jana Amose Komenského, 2007.
- JAKUBOWICZ, Karol. Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza. 1. vyd. Zlín: Verbum, 2013.
- JANDOVÁ, Eva et al. Čeština na WWW chatu. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006.
- JANDOVÁ, Eva. Konverzace na WWW chatu. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006.
- JIRÁK, Jan a kol. Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání). 1. vyd. Praha: Powerprint, 2013.
- KRAUS, Jiří. Jazyk v proměnách komunikačních médií. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2008. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze; 15.
- MCLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura: výbor z díla. Vyd. 1. Brno: Jota, 2000. Nové obzory.
- MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007.
- MEYROWITZ, Joshua. Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2006. Mediální studia.
- MOTAL, Jan a kol. Nové trendy v médiích. II, Rozhlas a televize. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012.

MUSIL, Josef. Elektronická média v informační společnosti. Praha: Votobia, 2003. Institut mediální komunikace.

MUSIL, Josef. Sociální a mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010.

REIFOVÁ, Irena a kol. Slovník mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004.

RŮŽIČKA, Vlastimil. Politika a média v konzumní společnosti. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011.

TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006.

Internetové zdroje

Hyde Park ČT24: Historie a vznik pořadu. [online]. [cit. 2014-06-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10252839638-hyde-park-ct24/bonus/11156-historie-a-vznik-poradu>.

Hyde Park ČT24: Ze zákulisí. [online]. [cit. 2014-06-24]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10252839638-hyde-park-ct24/bonus/919-ze-zakulisi>.

Hyde Park ČT24. [online]. [cit. 2014-06-24]. Dostupné z: <http://www.hydeparkct24.cz>.

Ministerstvo vnitra České Republiky. [online]. [cit. 2014-06-24]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/cetnost-jmen-a-prijmeni-722752.aspx>.

ŠMAHAL, David. Virtuální identita, její vytváření a experimentování s identitou. In: Aktualne.cz [online]. [cit. 2014-06-27]. Dostupné z: <http://blog.aktualne.cz/blogy/david-smahel.php?itemid=10055>.

Příloha

4. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Eduard Janota, ministr financí

06:09 FACEBOOK: JAN BRATT

07:28 CHAT: STANISLAV KLÁPŠTĚ

31:59 CHAT: JAROSLAV ORLÍK

40:09 CHAT: VAŠEK

42:40 FACEBOOK: MILOSLAV BENIŠ

46:37 SMS: ZDENEK H.

47:53 FACEBOOK: PETR BÚCI

5. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Anna Siváková, maminka popálené Natálky

04:46 CHAT: HANKA

05:28 SMS: GOGOL

05:53 CHAT: PEPINA

08:03 FACEBOOK: RADEK KLIGER

12:09 FACEBOOK: LUKAS SLAVICEK

30:01 FACEBOOK: JOSEPH PRIDE

31:25 CHAT: ONDŘEJ ZEDNÍK

36:58 CHAT: PETR JIRÁSEK

39:02 CHAT: BORIS VANKA

40:17 CHAT: JANA

46:01 CHAT: JAN

6. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Jiří Pospíšil, bývalý ministr spravedlnosti, děkan, Fakulta práv v Plzni

02:38 FACEBOOK: ADAM KOTRBATÝ

06:26 CHAT: ZDENEK RAŠKA

07:43 FACEBOOK: MARCO OUREDNIK

12:17 FACEBOOK: JAN BRATT

14:39 CHAT: JIRKA SIRKA

24:15 CHAT: MARIE PALEČKOVÁ

24:50 FACEBOOK: TOMÁŠ SPEN KORDINA
37:01 SMS: FERDA
38:24 CHAT:STUDENT 5.ROČNÍKU FPR
45:45 CHAT: KAREL
48:51 E-MAIL: LUKAS CHADRABA

7. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Tomáš Lerch, Ředitelství služby dopravní policie

02:30 CHAT: JAN BRATT
05:45 FACEBOOK: ADAM KOTRBATÝ
06:45 CHAT: MARTIN KOKEŠ
07:58 SMS: PETR
18:57 CHAT: RADEK DOLEŽAL
20:10 CHAT: DANIEL, PRAHA
22:44 FACEBOOK: PETR DUCHEK
26:03 CHAT: VILÉM
36:52 CHAT: PAVEL
45:07 CHAT: PETR V.
46:08 FACEBOOK: VIKTOR CHLUPÁČ
47:38 FACEBOOK: MICHAL FRANC

8. 1. 2010 20:10, uvádí Jaromír Bosák

Čeněk Lorenc, šéfredaktor časopisu Golf Digest

02:58 CHAT: MICHAL B.
03:50 CHAT: PAVLÍNA
05:10 SMS: KUKY
08:26 FACEBOOK: MAREK
09:39 SMS: HONZA FRI
22:04 CHAT: HONZA
28:39 CHAT: SANDRA
30:55 FACEBOOK: ROMANA SUDOVA
32:14 FACEBOOK: ANDREA BLAHOUTOVÁ
34:49 CHAT: FÍLA
35:32 CHAT: ONDŘEJ MROSEK

38:53 CHAT: PETRA K.

40:12 SMS: JENDA

47:02 CHAT: FÍLA

11. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Vladimír Bezděk, expert na důchodový systém

03:13 FACEBOOK: JAN ŘEŽAB

05:00 FACEBOOK: TOMÁŠ BRYCH

09:17 FACEBOOK: JAN MIKOLA

20:21 CHAT: ANTONÍN

22:54 CHAT: MILOSLAV CHOCHOLATÝ

26:56 FACEBOOK: LUKÁŠ SUTNAR

41:11 CHAT: DANIEL

42:35 FACEBOOK: JÁN ŠPES

43:45 FACEBOOK: ŠTĚPÁN NOVOTNÝ

44:53 CHAT: JAROMÍR TOMAN

46:23 CHAT: DUŠAN

12. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Jaroslav Kubera, senátor, primátor Teplic /ODS/

05:02 CHAT: VÁCLAV VLČEK, PRAHA SMÍCHOV

07:53 CHAT: ANDREA FILOVÁ

17:33 FACEBOOK: JAROSLAV BURYŠEK

23:56 CHAT: MÍRA

28:06 CHAT: BUCHTA FRANTIŠEK

29:46 FACEBOOK: PAVEL MARANEK

39:34 FACEBOOK: ŠTĚPÁNKA BÁLKOVÁ

41:05 CHAT: JAKUB KOS

42:40 CHAT: IVA SOUKUPOVÁ

46:02 SMS: DALIBOR MATEJU

13. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Ota Černý, šéfredaktor redakce sportu ČT

02:38 CHAT: JAROSLAV BEDNÁREK

02:55 E-MAIL: MAREK KLOBOUK
03:17 CHAT: ZEFAN1
05:35 CHAT: LADISLAV NOVOTNÝ
20:48 TWITTER: CTVRTKAR
21:47 CHAT: ŽÁČEK
22:08 CHAT: ANTONÍN JANDEK
29:03 CHAT: JAKUB LAMAČ
30:21 FACEBOOK: FILIP MAZEL
31:54 FACEBOOK: LUKÁŠ ŽÁČEK
35:01 CHAT: HONZA
40:02 E-MAIL: JAN RAMBOUSEK:
44:08 CHAT: MARTIN
45:10 FACEBOOK: PETR BATKO
47:05 CHAT: PETR
47:33 CHAT: PETR K

14. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Lubomír Kvíčala, bývalý šéf, Útvar pro ochranu ústavních činitelů

04:06 CHAT: PETRA
05:36 CHAT: PETR GÖTZ
19:03 FACEBOOK: JAN PETR
24:04 CHAT: MARTINA ANDĚLOVÁ
24:59 CHAT: ADAM FOGL
27:42 SMS: PETR MECL, PLZEN
28:01 FACEBOOK: ONDŘEJ KAREL TEICHMANN
30:49 CHAT: MAJOR ZEMAN
40:12 CHAT: PAVEL
42:41 CHAT: NINA
45:08 FACEBOOK: ZDENĚK VANĚK
46:57 E-MAIL: PAULOSV
47:46 CHAT: NOVAKOVA
48:29 CHAT: XXX

15. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Tomáš Sokol, advokát vlády ve sporu s Dělnickou stranou

01:58 CHAT: JAN ŠKAŘUPA
02:28 FACEBOOK: ANEZKA STVERAKOVA
03:15 CHAT: LEMONARDO
07:58 FACEBOOK: MARCO OUŘEDNÍK
21:40 CHAT: MARIE
22:13 FACEBOOK: LUJZA PECHÁČKOVÁ
27:11 TWITTER: NO4711
33:08 FACEBOOK: MIROSLAV KŘIVOHLÁVEK
35:34 FACEBOOK: LUKAS POHL
36:36 SMS: PAVEL
37:59 CHAT: JAN ŠINÁGL
39:13 FACEBOOK: PAVEL VANĚČEK
41:09 FACEBOOK: JIŘÍ ZAHORČÁK
42:20 CHAT: MIREK
43:30 CHAT: JIRKA
43:55 SMS: MARTIN
44:50 SMS: TOMAS
45:44 FACEBOOK: JAN OSTRÝ
47:57 CHAT: TOMÁŠ

18. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Miloš Zeman, předseda přípravného výboru, Strana práv občanů

04:00 FACEBOOK: VLASTIMIL BRYCHNÁČ
05:42 CHAT: VAŠEK
06:37 FACEBOOK: ALES
07:14 CHAT: ARWEN
17:38 CHAT: PETR OCELÍK
22:59 CHAT: MUFLONIRIZKY
26:22 FACEBOOK: ONDŘEJ KUBÍČEK
27:01 FACEBOOK: PETR MOŠTĚK
34:22 FACEBOOK: ONDŘEJ DOLEŽAL
35:32 CHAT: CHLUPNAMUFLONVI
37:40 CHAT: VÍT VÁLKA

38:08 FACEBOOK: JOSEF TOMAN

40:42 FACEBOOK: TOMÁŠ DUDA

19. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Antonín Blažek, náměstek generálního ředitele Českých drah pro osobní dopravu

02:28 CHAT: LADISLAV PŘESKOČ

03:55 CHAT: PETR NOVÁK

05:15 CHAT: MARTIN H

12:28 SMS: MICHAL

16:02 CHAT: PETR STUDNIČKA

20:46 SMS: FRANTISEK

33:25 FACEBOOK: PŘEMYSL KRCH

37:25 CHAT: JAN ZAPLETAL

40:30 FACEBOOK: JIRKA VODICKA

41:27 FACEBOOK: JAN MICHÁLEK

42:50 CHAT: MARIK

43:29 FACEBOOK: PETR MOŠTĚK

46:31 FACEBOOK: LUMÍR KUCHAR

20. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Martin Macík, Dakar 2010

01:47 FACEBOOK: JIRKA ŠTEFL

02:48 CHAT: ČÁBELKA

07:11 FACEBOOK: JAROSLAV ZÍKA

07:43 SMS: JIRKA, PROSTEJOV

09:19 FACEBOOK: TOMAS JERABEK

26:24 CHAT: MIREK BEDNAŘÍK

27:39 FACEBOOK: JAN BRATT

29:48 FACEBOOK: JF FRELA

30:57 FACEBOOK: HONZÍK JANYŠ

34:24 FACEBOOK: VOJTĚCH KOTOUČ

44:08 CHAT: RADEK SLOVÁK

46:59 FACEBOOK: ZDENĚK LHOTA

47:25 CHAT: MARIAN

48:04 SMS: TOMAS Z PRAHY

21. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Milan Richter, náměstek pražského primátora /ODS/

03:01 CHAT: PETRA ROŠKOTOVÁ

03:52 CHAT: MILADA FORMÁNKOVÁ

16:20 CHAT: PETR

17:26 FACEBOOK: RADEK GABČAN

17:57 CHAT: PETR

22:51 CHAT: MARIE

25:15 FACEBOOK: ADAM POSPÍŠIL

30:11 FACEBOOK: JAN ZAMAZAL

35:33 FACEBOOK: HONZA KRAHULEC

42:53 FACEBOOK: JIŘÍ ŠTĚRBA

44:02 FACEBOOK: FRANTIŠEK PELIKOVSKÝ

22. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Tomáš Sedláček, ekonom, hlavní makroekonomický stratég ČSOB

05:55 FACEBOOK: PETR KAŠPAR

11:33 TWITTER: LUKASCHADRABA

16:09 CHAT: HANA

29:20 FACEBOOK: LUCIE DIVISOVA

30:42 CHAT: PETRSKÁCEL

37:02 CHAT: PETR MACH

45:40 CHAT: MICHAL DVORAK

46:53 CHAT: PANKRÁC

48:04 FACEBOOK: VOJTĚCH KOTOUČ

25. 1. 2010 20:10, uvádí Daniel Takáč

Klára Veselá Samková, advokátka

07:57 CHAT: MAREK H.

10:16 FACEBOOK: MILOSLAV BENIŠ

12:17 FACEBOOK: PÁJA ZAMAZAL

12:46 CHAT: MICHAL KOKEŠ

27:57 CHAT: DŘEVOJAN ZBYŠEK ZNOJMO

35:27 FACEBOOK: HONZA RYCHLÝ

36:42 FACEBOOK: LUBOMIR STASO

42:36 FACEBOOK: KATEŘINA RATHOUSKÁ

45:07 CHAT: MICHAL

46:54 CHAT: MARIE, TÝN

47:17 FACEBOOK: SAM

26. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Tomáš Březina, Podnikatel roku 2007, majitel firmy Best

02:44 FACEBOOK: JAN PETR

04:27 TWITTER: TOMCUPRCZ

07:33 FACEBOOK: PETR MARKUS

12:16 FACEBOOK: LUKÁŠ MAČÍ

29:29 TWITTER: ZDENEKA

35:36 FACEBOOK: ROSTISLAV DANĚK

45:47 FACEBOOK: JOSEF VYHRABAL

47:25 FACEBOOK: PAVEL TRTÍLEK

27. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Miloslav Vlček, předseda Poslanecké sněmovny

04:15 FACEBOOK: EWA T. MATOUŠOVÁ

10:41 CHAT: DIVAK PETR Z PRAHY

22:57 CHAT: WESSA

25:55 FACEBOOK: PETR PILSKÝ

30:14 FACEBOOK: PETR NOVÁK

34:55 FACEBOOK: LUKÁŠ MAČÍ

41:07 FACEBOOK: MIROSLAV HONSYCH

45:00 CHAT: IGOR

45:31 FACEBOOK: ONDŘEJ BAROCH

46:56 FACEBOOK: MICHAL NEŠKUDLA

28. 1. 2010 20:10, uvádí Pavlína Kvapilová

Šimon Pánek, ředitel, Člověk v tísni

02:16 FACEBOOK: JIŘÍ NÁPRAVNÍK

11:00 FACEBOOK: DANIEL UHRIN

24:17 FACEBOOK: RADEK UXA

25:59 CHAT: ARGUMENT

46:59 CHAT: ANDREA

48:35 CHAT: MAREK OČENÁŠEK

29. 1. 2010 20:10, uvádí Jaromír Bosák

Jiří Kejval, místopředseda Českého olympijského výboru

05:48 FACEBOOK: LUKÁŠ MAČÍ

07:45 TWITTER: FREMYCZ

23:13 FACEBOOK: FRANTISEK HRUSKA

26:29 CHAT: KAREL K

29:09 CHAT: DRAK

32:27 CHAT: MÁŇA

34:26 SMS: PAVEL Z MOSTU

36:10 FACEBOOK: JAKUB LÍBAL

36:32 SMS: LUDEK CERNOVSKY

37:10 FACEBOOK: TOMAS HAJDUK

38:01 FACEBOOK: MARTIN ŘEHÁK

38:57 TWITTER: JAKUBHAJEK

42:02 FACEBOOK: VLASTIMIL BRYCHNÁČ

42:50 SMS: IVETA

43:55 CHAT: MISA263

45:03 CHAT: DAWE

45:29 CHAT: NINA

46:38 TWITTER: LORDXITER

3. 12. 2012 20:05, uvádí Daniel Takáč

Miroslav Zajíček, Národohospodářská fakulta VŠE

03:27 WEB: LEX DRUID

05:30 WEB: PAVEL

17:15 FACEBOOK: EKONOM

21:52 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ

23:05 WEB: KAREL

27:07 WEB: PETR HAVLÍK

29:23 WEB: MOTÝL

34:03 FACEBOOK: PACERS

35:09 FACEBOOK: JAROSLAV

37:23 FACEBOOK: HONZA, PLZEŇ

45:31 FACEBOOK: BLIX

47:05 WEB: JINOS

48:59 FACEBOOK: KONSPIRÁTOR

52:36 WEB: G.

5. 12. 2012 20:05, uvádí Daniel Takáč

Ondřej Filip, výkonný ředitel sdružení CZ.NIC

04:27 WEB: MARTIN Z POMUKU

06:59 FACEBOOK: JINOS

09:55 FACEBOOK: JAN KAROLI

13:15 FACEBOOK: JANČA

16:09 WEB: ONDRA

20:55 WEB: LUBOŠ

25:56 FACEBOOK: DANIEL WALTER

28:25 WEB: TONDA

32:20 WEB: PAVEL

47:11 TWITTER: RSUKUP

48:40 TWITTER: JMURON

50:16 FACEBOOK: MARIANA

50:53 WEB: ZERO

53:10 FACEBOOK: AJŤAČKA

6. 12. 2012 20:05, uvádí Daniel Takáč

Jindřich Šídlo, komentátor, Hospodářské noviny

03:58 WEB: RADEK

09:24 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ

11:02 WEB: HONZA, PLZEŇ

14:46 FACEBOOK: ANNA

16:47 FACEBOOK: JANA

19:46 WEB: VENOUSEK

26:42 WEB: VLADIMÍR

28:05 FACEBOOK: KAREL

30:44 WEB: ANTONÍN VEZEKMÍN

35:13 WEB: KLÁRA JÁNSKÁ

36:46 FACEBOOK: MICHAL KREJDL

39:38 FACEBOOK: MICHAL

42:21 WEB: PAVEL

43:03 WEB: MADQWERT

45:57 FACEBOOK: VÁCLAV

48:08 FACEBOOK: JEHLICE

48:55 WEB: NOVÁK

50:26 WEB: JOSEF II

51:46 WEB: LUCIE

53:01 FACEBOOK: MARTIN HERZÁN

7. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Zuzana Roithová, kandidátka na prezidentku, KDU-ČSL

02:55 FACEBOOK: JAN ČECH

04:15 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ

05:00 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ

09:41 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK

11:45 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA

13:37 WEB: ONDŘEJ

20:59 WEB: HONZA

23:24 WEB: MARTIN Z POMUKU

26:43 FACEBOOK: JAN

28:08 WEB: EKONOM

31:00 WEB: HONZÁK

33:13 WEB: JOSEF S.

35:07 FACEBOOK: DEXLY
45:11 WEB: ALEŠ FLÍDR
50:34 WEB: EVA ČERNÁ
51:44 FACEBOOK: E.
52:35 WEB: JAN
53:19 FACEBOOK: LUKAS
53:55 FACEBOOK: JAROSLAV PLESKOT
54:26 WEB: JANA

10. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Jiří Dienstbier, ČSSD, kandidát na prezidenta

02:53 FACEBOOK: JAN ČECH
03:40 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
04:31 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
06:23 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
07:46 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
09:21 WEB: JIMI
12:00 WEB: STRAŠNĚ VELKEJ NECHÁPAVAC
15:45 WEB: HOLOUBEK
17:48 WEB: JANA JÍROVÁ
21:04 FACEBOOK: RADEK TRČKA
29:21 WEB: ZDENĚK V.
35:17 WEB: JOSEF
42:47 WEB: DANIELA
45:24 WEB: ROMAN
49:07 WEB: RADKA
52:17 WEB: KADLÍK
53:18 WEB: PETR

11. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Vladimír Dlouhý, kandidát na prezidenta

02:57 FACEBOOK: JAN ČECH
04:09 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
04:53 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ

08:36 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
09:43 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
11:53 WEB: MARTIN Z POMUKU
15:58 WEB: MATYÁŠ AUER
19:46 WEB: JARA
22:03 WEB: MADQWERT
26:48 FACEBOOK: ROMAN
34:05 WEB: MAREK K
39:31 WEB: ZDENĚK
41:30 FACEBOOK: FRANTIŠEK KOLBABA
43:12 FACEBOOK: JINDŘICH OSVALD
45:17 WEB: LAMMER
47:21 WEB: M. PACES
49:01 WEB: DŽEJDÝ
50:54 FACEBOOK: JAROSLAV PLESKOT
53:09 FACEBOOK: F
53:52 WEB: JIŘÍ.
54:42 FACEBOOK: EREMY

12. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Vladimír Franz, prezidentský kandidát

03:17 FACEBOOK: JAN ČECH
04:26 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
05:03 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
07:54 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
08:56 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
10:15 WEB: SLAVÍK
11:12 WEB: ZZZ
15:38 WEB: ZDENĚK
20:47 WEB: BLANKA
23:26 WEB: DUSAN
28:46 FACEBOOK: HONZA, PLZEŇ
30:52 FACEBOOK: JONÁŠ
37:22 FACEBOOK: PETR

43:07 WEB: JINDŘICH OSVALD
44:47 FACEBOOK: DUBÍNEK
47:05 WEB: PAVEL REIMANN
49:51 FACEBOOK: PETR KULÍK
53:29 FACEBOOK: VILMA SVOBODOVÁ
54:24 FACEBOOK: JAMES CAMERON

13. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Táňa Fischerová, prezidentská kandidátka

02:37 FACEBOOK: JAN ČECH
03:15 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
03:50 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
06:09 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
06:54 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
08:21 WEB: JAN BLUMENSTEIN ML.
09:31 WEB: VENOUSEK
11:52 WEB: VĚROSLAVA
14:24 FACEBOOK: VACLAV
17:51 WEB: ALENKA V ŘÍŠI DIVŮ
18:46 FACEBOOK: MESALINDA
21:22 WEB: VLASTA
27:39 WEB: JAKUB ČECH
28:15 WEB: UZDV
31:47 FACEBOOK: PETRA
36:05 FACEBOOK: CARX
43:15 WEB: FR. ZAHRADNÍK
45:47 WEB: J
48:16 FACEBOOK: RICHARD NOVOTNÝ
50:52 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ
51:28 WEB: M
52:25 FACEBOOK: ALENA SMEJKALOVÁ
52:56 WEB: ALŽBĚTKA

14. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Jan Fischer, prezidentský kandidát

02:41 FACEBOOK: JAN ČECH
03:23 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
03:52 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
05:44 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
06:53 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
08:21 WEB: MARTIN BARTÁK
14:03 WEB: MILAN NEUŽIL
16:26 WEB: PETR NEPOHODA
20:06 FACEBOOK: JAN FISCHER
24:47 FACEBOOK: RADEK
28:02 WEB: 123456789123456789123456789132456879
29:50 FACEBOOK: MARTIN KOVANDA
32:07 FACEBOOK: ASFALTUS MAXIMUS
42:33 WEB: JANA
45:15 WEB: ROSTISLAV MALÝ
46:36 WEB: JAROMÍR SOUKUP
49:49 FACEBOOK: LUKÁŠ TOŠOVSKÝ
50:55 WEB: SEDLÁKOVÁ
51:58 WEB: ADAM KUČERA

17. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Tomio Okamura, vyřazený prezidentský kandidát, senátor

01:12 WEB: STANDA
08:06 FACEBOOK: LUBOŠ
13:02 WEB: PEPA
14:08 WEB: HUGO
19:19 FACEBOOK: MARTIN Z POMUKU
21:13 WEB: ANTONÍN HUSTOLES
26:10 WEB: ADAM RÁDL
29:11 WEB: MADQWERT
32:27 WEB: ARIVISTA
40:43 WEB: MUMMY

42:09 FACEBOOK: HONZA, PLZEŇ

51:37 WEB: NOVÁK JAN

54:12 WEB: IVAN

18. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Jana Bobošíková, prezidentská kandidátka, Suverenita

02:48 FACEBOOK: JAN ČECH

04:05 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ

05:39 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ

06:37 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK

07:19 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA

08:19 WEB: PEPA W

10:41 WEB: ADMINKA

11:24 FACEBOOK: MICHAL

13:22 WEB: MARTIN Z POMUKU

15:44 WEB: DANA

21:47 WEB: FRISCO

25:44 WEB: PETR

27:35 FACEBOOK: MARTIN HANSON

28:57 WEB: ZDENĚK V.

31:18 WEB: VČELÁK

33:51 FACEBOOK: MGR.BELINDO COME

36:46 FACEBOOK: HELENA

39:00 WEB: JANA

39:50 FACEBOOK: MIROSLAV O.

40:11 WEB: EKONOM

44:07 FACEBOOK: PETR

47:41 WEB: EKONOM

49:56 FACEBOOK: KRISTINA

50:17 FACEBOOK: JIRI ANDRAS

51:36 WEB: PETR DZIK

54:54 WEB: VOJTA

19. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Přemysl Sobotka, prezidentský kandidát, ODS

02:37 FACEBOOK: JAN ČECH
03:16 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
04:13 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
05:42 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
07:00 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
08:27 WEB: AC/DC
11:00 FACEBOOK: TONDA
12:02 WEB: KOLÍM VARLA
14:52 WEB: ŠÁRKA
17:32 FACEBOOK: JOSEF S.
20:07 WEB: PAVLA
22:53 WEB: MIŠO
25:17 FACEBOOK: MICHAL
30:38 FACEBOOK: DESTROY
32:19 WEB: ALŽBĚTA
34:11 WEB: MACÍK PROKOPOVÁ
35:24 WEB: FRANTIŠEK, BRNO
36:12 WEB: EKONOM
37:39 FACEBOOK: E
39:59 WEB: ZDENĚK
41:57 WEB: DR.SOJKA
43:54 FACEBOOK: ONDRÁŠ
46:49 WEB: PETR
47:07 FACEBOOK: JAROSLAV ŠVÁBÍK
49:39 FACEBOOK: PAVEL FRANČIAK
50:16 WEB: JIRKA
50:48 FACEBOOK: THOMAS BARDOT
53:38 WEB: KO

20. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Karel Schwarzenberg, prezidentský kandidát, TOP 09

02:47 FACEBOOK: RADKA
05:43 WEB: ZVĚDAVEC

07:56 WEB: PETRAS
08:34 FACEBOOK: JAN ČECH
09:08 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
09:56 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
12:05 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
14:41 WEB: ANNA RYBÁŘOVÁ
15:38 WEB: CYRUSS
20:06 WEB: KUREDOLA
20:57 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ
22:13 WEB: KAREL
23:59 FACEBOOK: VERONIKA
27:30 WEB: ONDŘEJ VICHNAR
30:46 WEB: JIŘÍ DVOŘÁK
33:59 WEB: ELIŠKA
37:20 FACEBOOK: MÁRTON
38:29 FACEBOOK: MARTIN
41:23 FACEBOOK: IVA
44:21 WEB: MARTIN Z POMUKU
48:08 WEB: MADQWERT
49:56 WEB: .
53:07 WEB: LINGVISTA
54:10 WEB: MARTINA MALÁ

21. 12. 2012 20:05, uvádí Lukáš Dolanský
Miloš Zeman /SPOZ/, prezidentský kandidát
02:38 FACEBOOK: JAN ČECH
03:43 FACEBOOK: JIŘÍ KACÍŘ
04:43 FACEBOOK: IDA ČAPOUNOVÁ
08:13 FACEBOOK: ALEŠ CHLÁDEK
10:24 FACEBOOK: MARTIN PROCHÁZKA
11:58 WEB: MOTÝLEK
17:04 WEB: EKONOM
19:32 FACEBOOK: CAUVIN
23:08 FACEBOOK: JANA

30:26 WEB: MAREK
32:11 WEB: KAREL KIČMER
34:04 FACEBOOK: POHANKA ZDENĚK
39:12 WEB: ZUZKA
44:34 FACEBOOK: MARTIN Z POMUKU
46:27 WEB: E
49:07 WEB: VOJTĚCH PINC
51:47 WEB: MICHÁLEK
53:46 WEB: OTO SAN

2. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Daniel Volák /ODS/, 1. náměstek ministra spravedlnosti

05:22 WEB: DANA Z PRAHY
20:44 FACEBOOK: DAVID ŠTIPKA
31:14 FACEBOOK: JAN KAVINEK
36:07 WEB: PEPA
37:18 WEB: HONZA
39:15 WEB: ANTONIE
40:57 WEB: LENKA
44:36 SMS: VLASTA,ZLÍN
49:03 WEB: ŠIMON Z BRNA
50:15 WEB: PAVEL
51:59 WEB: VÁCLAV

4. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

**Jaroslav Kuba, advokát, poradce prezidenta, expert na ústavní právo, člen
Konzultativního orgánu právníckého prezidenta republiky**

04:11 WEB: ANNA
13:50 FACEBOOK: HYNEK HELOČEK
16:29 WEB: PÍSEK
23:45 WEB: HYNEK VOŘÍŠEK
26:36 WEB: MAJKL
30:19 WEB: ONDŘEJ
37:09 FACEBOOK: JAN

41:36 WEB: MGR.ŠPAČEK
45:50 WEB: MICHAL
47:35 WEB: JIRKA
48:11 WEB: RADEK Z OLOMOUCE
51:24 WEB: KARLA
51:43 FACEBOOK: NINA

8. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Alena Gajdušková, ČSSD, 1. místopředsedkyně Senátu

04:50 WEB: HONZA, PLZEŇ
07:30 WEB: MARTIN Z POMUKU
09:51 WEB: BARBORA KOPICOVÁ
10:53 FACEBOOK: KARLA JUNKOVÁ
14:54 FACEBOOK: MICHALA PÁTÁ
22:25 WEB: JOHANKA
23:40 FACEBOOK: MATĚJ ŠIMONÍK
31:48 WEB: TEREZA
35:00 FACEBOOK: KRYŠPÍN
41:26 WEB: DR.SOJKA
41:55 WEB: TOMÁŠ Z PARDUBIC
43:50 WEB: LENKA
45:58 WEB: SKÁCEL PETR
50:02 WEB: VÁCLAV
52:00 WEB: JAN
53:26 WEB: JOHANA

11. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Václav Stárek, prezident Asociace hotelů a restaurací ČR

05:06 WEB: ALOIS BEDNÁŘ
12:02 WEB: FRANTA
13:07 FACEBOOK: RADEK DVOŘÁK
15:14 WEB: JIRI
22:28 FACEBOOK: LUCIE MINNIE OLIVOVÁ
25:59 WEB: ROMAN

27:42 WEB: MIRIAM
28:56 FACEBOOK: MICHAL RUSEK
33:08 WEB: VLADIMÍR VEČEŘA
35:19 FACEBOOK: PAVLÍNA JÍLKOVÁ
37:13 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ
44:07 WEB: MICHAL HORAC
44:50 FACEBOOK: KATEŘINA FIBIGEROVÁ
49:13 WEB: VÁCLAV
50:49 WEB: PAVEL STRAZ
53:53 FACEBOOK: ŠTANGAST 332

14. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Jana Hamanová, socioložka

05:13 WEB: FRANTA
08:10 WEB: KOUDELKA
12:38 WEB: MICHAL KREJDL
16:02 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ
31:32 WEB: ONDŘEJ
37:49 WEB: KRÁL
38:14 WEB: KRISTIÁN
42:40 WEB: MARTIN Z POMUKU
45:03 SMS: MARTIN ČERNÍK
47:30 WEB: PETR PETROVIČ
49:19 WEB: ONDŘEJ
50:33 FACEBOOK: NINA

15. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Martin Cejp, Institut pro kriminologii a sociální prevenci

11:36 WEB: JIŘÍ
16:08 WEB: TYK
17:27 WEB: KAREL KIČMER
22:26 WEB: VOJTĚCH RUSZ
31:45 WEB: DANA Z PRAHY
37:37 FACEBOOK: PATRIK SMĚLÝ

41:38 WEB: JOE
45:56 WEB: LUCIÁNA
50:26 FACEBOOK: JINDŘICH OSVALD
52:27 WEB: AURORA

16. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Michal Babák /VV/, poslanec

03:51 WEB: EKONOM
04:45 WEB: R. HOOD
06:09 WEB: DENKA
08:47 WEB: HANA
14:39 FACEBOOK: IGOR
22:47 WEB: HLAVÁČ
27:24 FACEBOOK: E
29:08 WEB: ROBIN
34:02 WEB: JIŘÍ KUŽELKA
37:20 FACEBOOK: JOSEF
38:01 WEB: PROF.KUNA
39:15 WEB: MICHAL KERN
43:49 WEB: VÁNEK
45:10 WEB: ADAM
46:59 FACEBOOK: ZDENĚK ČERNÝ
48:07 WEB: PETR

18. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Richard Jaroněk, žralokář, cestovatel

03:48 WEB: MAREK SUCHAŘÍPA
06:39 WEB: KARLA
10:46 FACEBOOK: KAMIL JANÁK
16:39 FACEBOOK: STUDENT
22:45 WEB: MATĚJ
23:53 FACEBOOK: ZVÍDALKÁ
29:30 FACEBOOK: FOTOGRAF
31:15 WEB: ANETA

48:57 WEB: KAROLÍNA

51:45 FACEBOOK: MARŤAN

21. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Kamil Kydalka, předseda trestního senátu, Městský soud v Praze

03:38 FACEBOOK: JOSEF P.

12:13 FACEBOOK: SIR HANS

15:23 FACEBOOK: MARTIN PADĚRA

20:42 WEB: LINDA

28:03 FACEBOOK: OLGA DRÁBOVÁ

30:57 WEB: HONZA

33:36 WEB: MARTA

37:02 FACEBOOK: JOSEF VYHRABAL

39:03 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ

45:25 FACEBOOK: SIR HANS

46:36 WEB: IVA DOHNALOVÁ

49:58 WEB: MILOSLAVA KADLECOVÁ

51:39 WEB: NESTRANNÝ SOUDCE

52:47 FACEBOOK: MARTIN VEJMOLA

22. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Martin Mařík, redaktor týdeníku Ekonom

04:13 FACEBOOK: RICHARD HANYS

09:55 WEB: BĚDA Š.

15:41 FACEBOOK: LUKÁŠ KUDIL

21:16 WEB: VĚRA SVÁČKOVÁ

23:28 WEB: VLADA

24:43 FACEBOOK: STANISLAV KLÍR

27:45 FACEBOOK: LADISLAV BERAN

33:11 FACEBOOK: ROMAN

43:20 WEB: JOLANA

45:47 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ

49:35 WEB: RADKA

52:27 WEB: PAVEL NOVOTNÝ

23. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Ivan Buchta a Martin Pezlar, Češi propuštění z řeckého vězení

05:04 WEB: MARTIN Z POMUKU

06:17 WEB: IB_MP

13:59 WEB: OLDŘICH TOULEC

24:58 WEB: PETR KULÍK

36:30 WEB: STAN

36:54 FACEBOOK: JONÁŠ

38:17 FACEBOOK: HAVLA

41:40 FACEBOOK: JAN PROCHÁZKA

42:51 WEB: BW:

46:00 WEB: ANTONÍN HUSTOLES

48:03 WEB: KARLOS

48:20 WEB: PETR

50:56 FACEBOOK: MIREK PLZEN

51:23 WEB: VLADIMÍR

25. 1. 2013 20:05, uvádí Daniel Takáč

Dalibor Dědek, podnikatel, majitel firmy Jablotron

03:19 WEB: HANA

14:13 WEB: KUKY

16:23 FACEBOOK: NAITH

19:21 WEB: FR.SOUKUP

20:30 WEB: MARTIN Z POMUKU

22:27 WEB: JIŘÍ KUŽELKA

23:48 FACEBOOK: LIBOR BÁRTA

27:55 WEB: MARTIN Z KARLOVARSKA

29:46 WEB: O.S.PODNĚTY.CZ

32:38 WEB: IVANA

35:20 WEB: SKÁCEL PETR

38:27 WEB: JIŘINA

40:37 WEB: ROMAN KISKE

44:50 FACEBOOK: NAĎA KŘÍŽKOVÁ

47:43 WEB: SKÁCEL PETR
50:03 FACEBOOK: TURISTKA
52:47 FACEBOOK: SIMONA

28. 1. 2013 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

**Anna Matušková, politoložka, Katedra marketingové komunikace a PR Institutu
komunikačních studií a žurnalistiky, FSV UK**

04:12 WEB: HONZA
09:11 WEB: PEPA
12:59 FACEBOOK: KARLA
15:53 FACEBOOK: ZUZANA ŠIMÁNKOVÁ
19:33 FACEBOOK: MARTIN
24:16 WEB: AŇA
29:53 FACEBOOK: KAREL JANEK
35:29 WEB: IGOR
40:49 WEB: PAVEL
43:59 TWITTER: HRUBESK
45:04 FACEBOOK: HONZA
46:37 FACEBOOK: JOSEF
51:14 WEB: JIRI
53:44 FACEBOOK: MARIANA

29. 1. 2013 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Vratislav Mynář SPOZ, předseda strany

03:51 WEB: MARTINA
06:27 WEB: MARVIN
17:38 FACEBOOK: MARTIN ZE SEVERU
21:07 WEB: TOMÁŠ HAKR
28:18 WEB: JARA
31:50 WEB: J
36:14 WEB: HANA
42:27 FACEBOOK: PEPA
47:43 WEB: H.
49:49 WEB: ONDŘEJ

52:13 WEB: LENKA

30. 1. 2013 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Karel Svoboda, prezident Asociace penzijních fondů ČR

03:14 WEB: KAREL

07:28 WEB: ROMAN MIROSLAV

15:02 WEB: HANA

25:21 FACEBOOK: MARIE

35:39 FACEBOOK: MADQWERT

38:42 WEB: PAVEL

40:22 WEB: LENKA

40:55 FACEBOOK: ONDŘEJ MÁLEK

49:26 WEB: PETR SVOBODA

50:13 WEB: INFO.CREW

31. 1. 2013 20:05, uvádí Lukáš Dolanský

Raduan Nwelati, ODS, člen výkonné rady, primátor Mladé Boleslavi

03:41 WEB: RADOVAN KULATÝ

11:25 WEB: TOMÁŠ M.

22:30 WEB: JAROSLAV

25:23 FACEBOOK: ...ÁČIK

27:06 WEB: LENKA

31:37 WEB: LUKÁŠ

35:38 WEB: FR. SOUKUP

36:44 FACEBOOK: EVA

37:58 WEB: HANA

39:46 WEB: KAREL

42:13 FACEBOOK: MADQWERT

47:04 WEB: ONDŘEJ

51:32 WEB: MAMČA

54:06 WEB: FERDA Z MOSTU