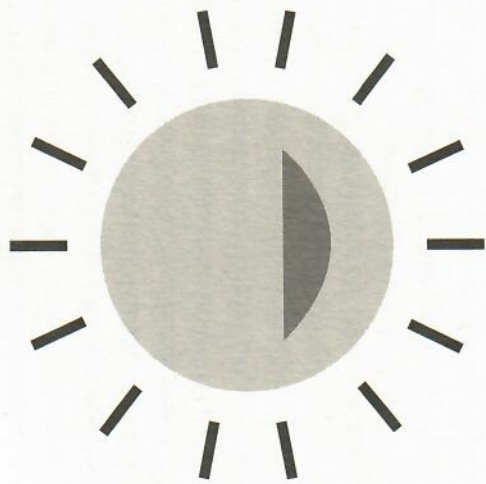




AUTENTICITA

Být sám sebou a na nic si nehrát: to jsme si vždycky přáli. Nakonec jsme to dostali za úkol. Češi mají obzvláště vroucí vztah k přirozeným věcem. V hořejové NHL si dávejte pozor na jazyk. Proč tak vášnivě bojujeme proti politické korektnosti. Technokratický populismus těží z naší touhy po přirozeném a rozumném světě.



Buďte sami sebou. Buďte opravdoví. Na nic si nehrajte. Kdo by tuto dobrou radu neznal? V knihkupectvích jsou celé regály příruček, které nám radí, jak se stát sebou samými. Na internetu a na sociálních sítích se se stejnou radou přidávají celebrity: „Jak se vám povedlo prorazit v tak náročném a soutěživém odvětví?“ „Uvědomil jsem si, že nemá cenu si na nic hrát. Že zkrátka musím být sám sebou a jít si svou vlastní cestou,“ svěřují se šéfkuchaři, modelky a herečky. Nám čtenářům je hned jasné, že i my dosáhneme úspěchu v životě jen tehdy, když budeme sami sebou.

Tento *kult authenticity*, jak jej označil americký sociolog Christopher Lasch,³⁰ je typickým rysem pozdně moderní společnosti. Nebylo tomu vždycky tak: dnešnímu důrazu na spontánnost a autenticitu předcházela důraz na pravidla. V měšťanském salonu devatenáctého a počátku dvacátého století patřilo k základním ctnostem znát pravidla etikety a umět je správně aplikovat – poslechněme si vzpomínky britské spisovatelky Elizabeth Bowen:

Ve věku dobrých mravů nepředstavoval svět žádné ohrožení. Umět se chovat ve světě bylo pro člověka stejně náročné jako projet křižovatkou u Hyde Park Corner pro někoho, kdo zná pravidla silničního provozu. Na každou společenskou příležitost se vztahovalo jedno z mnoha různých pravidel, se kterými stačilo se seznámit. Člověk pak věděl, co má

dělat, a udělal to. Společenský život šel jako hodinky.³¹

Věk dobrých mravů byl však vystřídán *věkem authenticity* a v současných salonech se cení, když je člověk sám sebou – na což ovšem žádná pravidla nejsou, a možná právě proto máme ty stohy příruček v knihkupectvích. Sociolog Georg Simmel jako jeden z prvních popsal touhu po autentickém, která nás stále volá do zbraně proti všemu formálnímu a formalizovanému.³² Snažíme se být originální, píše Simmel, protože tím sami sebe ujišťujeme, že je náš život autentický, že není jenom přehráváním vzorů, které nám zanechali druzí. *Ujišťujeme sami sebe*. Étos authenticity je jako virus, který napadá vše, co se zdá nacvičené a neautentické. Sami v sobě tyto rudimenty hledáme a jeden po druhém je nekompromisně likvidujeme.

Kanadský sociolog Erving Goffman³³ přirovnal společnost k divadlu: společenský život je sledem výstupů, které se odehrávají pod dohledem publika na *jevišti*, ale připravují se v *zákulisí*, což je oblast, která je publiku skrytá. Kult authenticity hranici mezi jevištěm a zákulisím ruší. Nencvičujte si role, říká. Buďte sami sebou – a potom už nebudete muset nic hrát. Goffman uvádí příklad teenagera, který si před zrcadlem tajně nacvičuje světácká gesta. Návčik je to tajný, protože nacvičující tuší, že kdyby byl přistižen, byl by pro smích. Jeho tušení je správné: expresivní gesta se v naší společnosti berou jako cosi

přirozeného – autentického. Jejich cílené nacvičování potom zákonitě působí jaksi školometský a nepatřičně – a tím pádem také nedůvěryhodně.

Společenská změna se projevuje nejen v požadavcích na chování, ale i v obrazech, které produkuje: portrétní fotografie byla ještě před sto lety vážným žánrem, který vyžadoval vybraný oděv a pečlivě stylizovaný výraz. Dnešní fotky influencerů z Instagramu jsou také stylizované, ale co chvíli se mezi nimi objeví „momentky ze zákulisí“: influenceri si zkouší šaty před slavnostním vystoupením, čistí si zuby nebo si hrají se psem doma na zahradě. Na těchto momentkách nás protagonisté zvou do zákulisí, kde jsou *sami sebou*. Že je tato autenticita ve skutečnosti hraná? Možná – ale zároveň je nutná. Influenceri, jak vysvětluje antropoložka Marie Heřmanová,⁸² se od mediálních celebrit liší právě tím, že sami sebe prezentují jako autentičtější. Být dokonalý a zároveň být sám sebou je neřešitelná rovnice, nad níž si u sociálních sítí lámou hlavu nejenom oni, ale i my. Byli jste v Paříži? Máte fotku před Eiffelovou věží? Tak ji smažte – a na sociální síť nahrajte momentku z nějaké neznámé, ale autenticky pařížské kavárny, tedy takové, do níž nechodí turisté, ale která vypadá tak, že by do ní hned všichni turisté chtěli. Autenticita se cení nejenom v nás samých, ale i na místech okolo nás.

Tak jako řada jiných ideálů, i vzývání autenticity a touha být sám sebou jsou dvojsečné. Jak píše zmiňovaná Elizabeth Bowen, pravidla dobrých mravů nebyla v platnosti jenom proto, aby nás

utiskovala – ale také proto, aby nás chránila. Řídit se pravidly předepsané role je sice neautentické, nenutí nás to však chodit po světě se srdcem na dlani a v každé situaci povolávat do akce své niterné, pravé já. „Dnešní svět není divadlem, ve kterém by se přehrávaly a interpretovaly role,“ píše filozof Byung-Chul Han,⁸³ „dnešní svět je tržištěm, na kterém se vystavuje, prodává a spotřebovává intimita.“ Vše intimní a autentické je obnaženo a vystaveno na odiv – a na ty, kdo se imperativu autenticity nepodvolují, se díváme s podezřívavostí.

Psychoanalýza, která je mimochodem velkým historickým spojencem kultu autenticity, nám propůjčuje jazyk, kterým můžeme tyto odpadlíky od kultu popsat. *Neuróza, komplex* nebo *blok* patří k termínům, které z psychoanalytického pojmosloví pronikly do běžného jazyka. „Není nějaké zablokované?“ ptáme se při pohledu na člověka, který se nám nezdá dost uvolněný. Určitě je to proto, že si nedovolí být sám sebou! Lektori na večerních seminářích osobního rozvoje proto odnášejí z učeben židličky a místo nich v prázdné místnosti rozmístují polštáře: Jde o to, aby účastníci neseděli jako ve škole, a nepodléhali tak omezením a ochraně, kterou jim poskytuje role „studentů“. Jde o to, aby si každý sedl, jak je mu pohodlné, jak mu jeho vlastní autenticita velí. Výběr místa, výběr polohy, každé drobné gesto musí být napříště výrazem naší všeprostupující autentické osobnosti.

Krutost tohoto étosu je zřejmá. Když se ve věku *dobrých mravů* někdo nedokázal přizpůsobit

požadavkům společenského vychování, tak byl nanejvýš za nezdvoračka. Ovšem nezdvořilost se dá napravit výchovou a navíc, kdo je v měšťanském salonu nezdvoračkem, může být jinde – doma, v zaměstnání, mezi svými nejbližšími – dobrým člověkem. Jenomže co si počít ve věku *autenticity* s člověkem, který nedokáže být sám sebou? Co si počít s někým, kdo je nespontánní a zablokovaný? Co s člověkem, který nedokáže dostát tomu, co považujeme za nejjákladnější a nejhlubší lidskou vlastnost?

AUTENTIČTÍ A PŘIROZENÍ ČEŠI

Tak jako každý sociální jev, i oblíba kultu *autenticity* je rozložena nerovnoměrně: někde je důraz na to být sám sebou větší, někde menší. Tím se dostáváme k nám domů, do Česka. Pro Čechy je vnímavá *autenticita* a přirozenost důležitou kulturní hodnotou. Antropolog Ladislav Holý označil protiklad mezi *přirozeně vzniklým* a *uměle vytvořeným* za jednu z klíčových os české kultury.⁸⁴ S tím, jak do naší kultury vrůstáme, se učíme oceňovat přirozené proti naučenému a učíme se bránit to, co vnímáme jako přirozený řád, proti umělým zásahům zvěňšku – zejména pokud jsou tyto zásahy motivovány ideologicky nebo politicky.

Důvod, proč česká kultura tak silně oceňuje přirozenost, není snadné identifikovat a bylo by možná

namístě ptát se historiků. Sociolog Norbert Elias, autor rozsáhlé studie o původu dobrých mravů, tvrdí, že jde o specifikum německého kulturního okruhu, pod jehož vliv dlouhou dobu spadali i Češi.⁸⁷ Německý termín *Kultur* označuje vnitřní, autentickou kultivovanost. „Kultura“ v německém smyslu neoznačuje vnější chování, ale vnitřní, niterné hodnoty. Na opačnou stranu staví Elias francouzský pojem *civilité*, který označuje naučená gesta a rituály etikety. *Civilité* se rozvíjela v Paříži osmnáctého a devatenáctého století, kde se nová měšťanská třída intenzivně stýkala se zástupci aristokracie a částečně přebírala jejich obřadné a formalizované chování. Německé země v téže době na rozdíl od svých sousedů centrální královský dvůr postrádaly a němečtí měšťané a intelektuálové se na vzdálené aristokratické způsoby dívali podezřívavě. „Jsou to jen lidé, jejichž celá duše spočívá na obřadech a kteří po léta ve dne v noci neusilují o nic jiného, než jak by se při tabuli dostali o židličku výši“ stěžuje si Goethe v *Utrpení mladého Werthera*. Německá intelektuální tradice opovrhne dvorskou etiketou, obřadností a prázdnými gesty. *Kultur* místo toho označuje něco, co je vnitřní, přirozené a autentické. Německý romantismus devatenáctého století je jednou velkou oslavou „autentického vnitřního prožitku“.

Protikladem této vnitřní *autenticity* je vnější umělost. Umělé zásahy do něčeho, co vnímáme jako přirozené, jsou pro nás nepřijatelné a odsouzené. Pro příklad se nemusíme vracet časem do

raně moderní Francie – stačí se podívat přes oceán do Kanady a Spojených států. V hokejové NHL zde působil i český hokejista Václav Prospal. Na počátku roku 2000, v zápase Prospalových Ottawa Senators proti Montreal Canadiens, se český útočník dostal do konfliktu s protihráčem, který pocházel z frankofonní části Kanady. Rozzouřený Prospal na svého soupeře vykřikl, že je „zasraná žába“ (*fucking frog*). V lize, kde si protihráči rutinně vyměňují rány pěsti a ze střídaček si vyhrožují fyzickou likvidací, by se taková urážka mohla ztratit – jenže se neztratila. Prospalův útok narážel na etnický původ protihráče a na to jsou Kanadáné citliví. Český centr následně putoval na kobereček, musel se veřejně omluvit a vedení NHL mu uložilo navštěvovat vzdělávací kurz o soužití s menšinami.⁸⁶

Z celé této zprávy vzbudila v Česku největší povzdvižení její poslední část. Vzdělávací kurz o soužití s menšinami? Boj proti politické korektnosti v té době ještě zdaleka nebyl leitmotivem české politické diskuse, ale údiv nad rozhodnutím funkcionářů se tím nijak neumenšil. Prospal si prostě ulevil, v zápale boje řekl cosi, co mu přišlo na jazyk. Autenticky, aniž by nad tím moc přemýšlel. A Kanadáné si teď myslí, že ho převychovali? Že udělají z dospělého člověka nějakého robota, který bude mluvit v *newspeaku* šroubovaných, politicky korektních termínů? Skutečnost, že to Kanadáné s převýchovou Václava Prospala myslí vážně, byla mimo chápání českých čtenářů.

Téma takzvané *politické korektnosti*, které před dvaceti lety takto proběhlo sportovními stránkami deníků, se mezitím pevně zabydlelo v českém politickém diskursu, a to přes svou očividnou paradoxnost (poslechněte si, jak se v Česku vyjadřují vrcholní ústavní činitelé – a potom zkuste s vážnou tváří prohlásit, že u nás vládne korektnost). *Boj proti politické korektnosti* se stal rutinní součástí rétoriky nejen populistických stran, ale v podstatě celého politického spektra, v němž i progresivní politici potřebují občas na voliče zamrkat, že jsou na jejich straně. Ústřední motiv je stále stejný: politická korektnost je něco umělého, co nám bylo vnuceno zvnějšku – hokejovými úředníky, pomýlenými profesory z amerických univerzit nebo třeba francouzskými aristokraty. To, co je přirozené a autentické, to *jak nám zobák narost*, je utiskováno mocnými vnějšími silami, které z nás chtějí udělat poslušné roboty. Když konzervativní apokalyptici rozhlašují, že se místo „otec a matka“ bude muset napříště říkat „Rodič 1 a Rodič 2“, tak míří právě na tento bod. Rodina, otec a matka jsou nezákladnějšími prvky naší představy přirozeného světa. Proto je třeba prohlásit, že toto uspořádání je ohroženo politickou korektností, a příběh pro vystrašené voliče je na světě.

Politická korektnost je odmítána proto, že je vykreslována jako protiklad authenticity. Nejde přitom ani zdaleka o to, jakých skupin se tato debata týká. O postavení francouzských Kanadánů ostatně nevíme v Čechách dohromady nic, ale to nám

nebrání v tom, abychom nad Prospalovým trestem kroutil hlavou. Boj proti politické korektnosti není primárně veden snahou o útlak zranitelných skupin, nýbrž snahou o ochranu domněle přirozenosti a autenticity. Pokud nám vadí, že v některých jazycích se zažitý termín *Eskymáci* nahrazuje termínem *Inuité*, není to proto, že bychom přáli severským národům něco zlého nebo že bychom jim chtěli říkat tak, jak to sami nemají rádi. Je to proto, že hájíme termíny, které považujeme za přirozené.

Mezi aktivisty, kteří bojují za rovná práva, je neporozumění této skutečnosti poměrně rozšířeným omylem. Když se například česká veřejnost brání požadavkům na explicitní souhlas jako podlévání sexu, není to proto, že by Češi podporovali násilí na ženách. Je to proto, že sex a rozhodnutí milovat se spolu jsou v naší kultuře silně zakódovány jako *přirozené*, tedy niterné a nevyřčené. Obava z „korektnosti“ je obavou z robotických partnerů z dialogů: *Chceš se mnou mít sex? Ano, chci. Dobrá, pojďme mít sex.* Jistě že je tato představa lichá a jistě že o ní slýcháme především od širitelů bludů na sociálních sítích. To je však jiná otázka. Obava o přirozenost, která v pozadí této představy stojí, je reálná. Socioložka Eva Illouz se této otázky dotýká, když píše, že korektní a ke všem spravedlivě užívání jazyka vyžaduje transparentnost. Korektní jazyk je jazyk čistý a jednoznačný; jsou z něj odstraněny prvky moci, násilí nebo újmy, kterou by

mohl způsobit druhým. Erotika je naopak spojena s nejasností a mnohoznačností. Svádění v sobě nese riziko újmy, stejně jako prvky tajemství, váhání, touhy a obav. Svádění je hrou významů a svůdnici a svůdnice jsou vždy netransparentní – odsud pramení jejich přitažlivost.⁹⁹ Proto je právě oblast sexualit tak citlivá vůči nájezdům bojovníků proti politické korektnosti. To, za co bojují, je přirozenost – nebo minimálně to, co zrovna za přirozenost považujeme.

POLITIKA PŘIROZENOSTI A ROZUMU

Po všem řečeném není divu, že si do svého čela vybereme někoho, komu věříme, že se umí postavit na stranu přirozenosti. Toto kritérium bohatě splňují současný český prezident i předseda nejúspěšnější politické strany Andrej Babiš z hnutí ANO.

Marketing hnutí ANO je produktem propracované a patřičně drahé kampaně, která v konkurenci nepotistických, amatérských a chudších kampaní ostatních stran vytvořila z ANO hegemonu české politiky. Řada poznatků, které Babišův marketingový tým produkuje, se přitom shoduje s tím, co o české populaci dlouhodobě zjišťují sociologové a sociální vědci. Již zmiňovaný Ladislav Holý může sloužit za vzor: jeho kniha *Malý český člověk a velký český národ* je shrnutím pohledu emigranta, který se na začátku devadesátých let minulého

století na pár let vrátil do Prahy, aby antropologickým jazykem popsal, jak Češi vnímají sami sebe.

Holého pozorování, jakkoli vycházejí z kusých zdrojů, jsou pronikavá. Češi rozlišují mezi věcmi přirozenými (které „nikdo nevytvořil“) a věcmi umělými. Přirozené jsou například vztahy mezi pohlavími, které jsme podělili po svých rodičích. Umělé jsou vztahy mezi pohlavími „na Západě“, protože zde jsou výsledkem feministické agitace. Přirozený je volný trh, neboť jsme přesvědčeni, že volný trh „nikdo nevytvořil“. Umělé jsou experimenty, *sociální inženýrství* či snaha *poroučet větru dešti*. Umělá jsou politicky a ideologicky motivovaná rozhodnutí, kterými se politici snaží zasahovat do přirozeného běhu věcí. Výsledkem je buď korupce (ze zlého úmyslu), nebo kolaps (z neohrabanosti a neodbornosti).

Kampaň hnutí ANO, tak jako řady dalších populistických hnutí, je postavena právě na této logice. Tvrzení o tom, že „nejíme politici“, které si například slovenský podnikatel Boris Kollár vybral jako své předvolební heslo,¹⁰⁰ je snahou zdůraznit voličům, že populisté stojí s nimi na straně přirozeného. Populisté na billboardech *nekradou* (versus korupce ze zlého úmyslu) ani *neblábolí* (versus kolaps z neohrabanosti). Řešení, která Babiš, Kollár a spol. nabízejí, musejí v každém okamžiku vypadat jako technická a „manažerská“ – a nikdy jako ideová nebo politická. To samozřejmě přináší určitá úskalí: většina voličů si je vědoma toho, že rozhodování o budoucnosti země je především politická

činnost, a představa univerzálně platných manažersko-inženýrských řešení u nich naráží na své limity. Marketingoví poradci tyto limity obcházejí s pomocí dvou základních charakteristik technokracie: datové expertizy a tvrdé práce. Babišovi lidé se za všech okolností zaštiťují expertizou a daty na jedné straně a tvrdou prací, „makáním“, na straně druhé. Vzniká tak dojem, že pro populistická hnutí místo několika dobře zaplacených marketérů pracují stovky bezejmenných, politicky neutrálních odborníků, kteří dnem i nocí usilovně těží data, z nichž později vzniknou odborná a striktně apolitická řešení.

To, co je přirozené, autentické, a tudíž nepolitické, je také rozumné. Rozum – často dokonce selkový rozum – stojí v protikladu k nepromyšleným experimentům a sociálnímu inženýrství. Holý ve své knížce cituje megalomanskou stavbu vodního díla na Slovensku, kterou doboví komentátoři označili jako „vítězství ideje nad rozumem“. Rozum je v české představivosti něčím, co drží na uzdě nejen emoce, ale také politický a ideologický dogmatismus. „Nemíchat politiku do...“ (dosadte si sport, kulturu, populární hudbu nebo libovolnou další společenskou sféru) je v Česku běžným požadavkem na racionalitu diskuse. Být rozumný znamená také nebýt politickým dogmatikem a nevnučovat svou ideologii druhým – tak jak to údajně dělají údajní obhájci údajné politické korektnosti. Přitom věříme, že i oni sami musí v nitru tušit, že jejich úsilí je

mýlné, politizované a ideologicky motivované. Proč to musí tušit? Protože jim to říká jejich *přirozenost*.

A to je další výrazný prvek, který bohaté kampaň populistů využívají. Protože jsme všichni v jádru rozumní a věříme v to, co je přirozené, tak jsme si všichni aspoň v určité míře rovní. Můj rozum a mé tíhnutí k přirozenému je stejné jako u Andreje Babiše – proto rozumí on mně a proto rozumím já jemu. Skutečnost, že on je miliardář a já ne, v tomto vztahu ustupuje stranou. Pečlivě připravená neformálnost a lidovost lidra hnutí ANO, který mluví *jak mu zobák narost* a občas mu, tak jako Václavu Prospalovi, ujede něco, co se úplně nehodí, k nám promlouvá mocnou silou egalitářství. Vraťme se naposledy k Ladislavu Holému a podívejme se, jak česko-britský antropolog popisuje masarykovský mýtus:

Masarykovská legenda klade velký důraz na to, že se Masaryk choval jako obyčejný člověk. Každé školní dítě ve své době vědělo, že spal v prosté vojenské železné posteli, jedl jídlo jako ostatní, a nic nesymbolizovalo jeho odpor k okázalosti lépe než jednoduchá vojensky střižená blůza a vojenská čapka se stužkou v národních barvách – jako by se jednalo o jediné oblečení, které skrýval jeho šatník.

Masaryk, ač byl vůdcem národa, zůstal *jedním z nás*. Stejně jako později Václav Havel, i on svým osobním strážcům připravoval těžké chvílky, když

z trasy oficiálního protokolu co chvíli vybočoval mezi své, obyčejné lidi. Tato sounáležitost se od Masarykových časů stala běžnou výbavou v sebe prezentaci každého politika, ale Andrej Babiš, který objíždí hudební festivaly a na sociálních sítích se chlubí tím, kolik sní ovocných knedlíků, ji posunul ještě o něco dál. Jeho sepětí s publikem je utvořeno skrze opakované apely na společný rozum a přirozenost. Vždyť jsme přece všichni lidi!

Tím se dostáváme zpět ke kultu autenticity. Tuzemská hnutí jako ANO nebo Přísaha (případně slovenské politické projekty Borise Kollára nebo bývalého premiéra Igora Matoviče) bývají oprávněně kritizována za to, že jsou vnitřně vyprázdněná a nemají žádný politický program. To je ovšem jádro celé věci. Kdyby populisté program měli, tak se zpronevěří základu svého úspěchu: pečlivě budované image autenticity. Programem autenticity je rozum a tvrdá práce – nikoli politika. Kult autenticity po nás nechce, abychom měli předem připravené role – tedy osobní nebo politické „programy“ –, které bychom správně odehráli. Kult autenticity vyžaduje, abychom byli sami sebou: v každé chvíli připraveni reagovat, otevřít se a ukázat se. Výfotit se na Instagram při čištění zubů, na semináři osobnostního rozvoje si svůj sedací polštář položit na originální místo, překvapit své voliče fotkou s talířem osmnácti ovocných knedlíků. Práce marketingového týmu, který ty knedlíky naaranžoval, představuje cenu, za niž se v naší společnosti autenticita prodává.