

AUTENTICITA V POLITICKEJ RÉTORIKE ĽUDU¹

ALENA BOHUNICKÁ

Filozofická fakulta Univerzity Komenského, Bratislava, Slovensko

BOHUNICKÁ, Alena: Authenticity of political rhetoric of people. *Jazykovedný časopis (Journal of Linguistics)*, 2023, Vol. 74, No. 2, pp. 521–536.

Abstract: In our paper, we address the question of the authenticity of political rhetoric which uses the inclusive term “the people”. We build on the knowledge of classical rhetoric on the importance of sincerity, one of the fundamental pillars of a speaker’s ethos (character) and at the same time a prerequisite for his credibility. We introduce the term “rhetoric of people” to designate that part of deliberative rhetoric that addresses the people in a significant way, and bears their sealing in content, stylistic and argumentative plan. We especially single out populist rhetoric only as a special case of the rhetoric of people, in which there is a pragmatic use of authenticity as a tool to achieve specific social goals linked to the political capital of the speaker, primarily to image creation (we put it in opposition to charisma). Since style is a significant bearer of speech authenticity, our aim is to identify the stylistic values and stylistic strategies applied in the interest of authenticity and to elucidate them as instances of sincerity or, conversely, pretense. In doing so, we draw on the pragmatic grasp of linguistic style developed in the work of Professor Juraj Dolník (2010; 2023), who explains style through its anthropic character and social meaning.

Keywords: rhetoric of people, political populism, authenticity, style

1. ÚVOD

Poslucháč ako kľúčový článok rečníctva má v politickej rétorike ambivalentnú povahu: na jednej strane ide o veľmi rôznorodé auditórium (verejnosť či masy) bez identity formovanej zvnútra, na druhej strane sa s týmto nesúrodým zoskupením pomyselne narába ako s homogénnym celkom. Z perspektívy rečníka je tento celok označovaný inkluzívom *ľudia* či (knižnejšie) *ľud* a je ďalej rôzne rétoricky koncipovaný v závislosti od politického režimu, ideológie, hodnotového zamerania či konkrétnych cieľov politika, a to napríklad ako *občania*, *voliči*, *národ* či *priatelia*. Napriek značnej heterogenosti toto auditórium významne určuje obsah, štýl rečníckeho prejavu i charakter použitých argumentov: je zdrojom tém, cieľov i súboru sľubov, ktoré rečník v prejave formuluje, ľud je prameňom presvedčení, z ktorých rétorická argumentácia vychádza a ku ktorým smeruje, i nositeľom emócií, ktoré reč zasahuje.

¹ Táto práca bola podporená Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-18-0176 *Sociálna inklúzia kultiváciou používania jazyka*.

V politickej rétorike, ktorej hlavným cieľom je presviedčať, obhajovať, ochraňovať či ospevovať ľud, vystupuje do popredia otázka hodnovernosti: zásadnou úlohou recipienta je rozoznať, kde je ľud len rétorickou figúrou a kde môžeme hovoriť o autentickom záujme politika o spoločenstvo adresátov obopnutých pojmom ľud. V nadväznosti na známe poznatky o diferencovanosti pojmu ľud v bežnom a politickom diskurze je naším cieľom obohatiť skúmanie rétoriky ľudu o rozmer autenticity. Tá je jedným zo základných pilierov étosu rečníka a zároveň predpokladom jeho dôveryhodnosti. Preto sa na ňu koncentruje štylizračné úsilie politikov: a toto úsilie je možno ešte tým väčšie, že spojenie „autentická rétorika ľudu“ vyznieva ako oxymoron vzhľadom na zvyšujúci sa objem takej rétoriky ľudu, ktorú môžeme označiť ako populistickú.

Štýl rečníckeho prejavu sa od počiatkov rétoriky vnímal ako dôležitý prostriedok zosilnenia dôveryhodnosti rečníka. Významný protagonista klasickej rétoriky mieni, že „prirodzenosť sa spája s dôverou, kým umelosť pôsobí opačne; poslucháči sa domnievajú a usudzujú, že niečo proti nim strojíme, ako keby sme im miešali víno“ (Aristoteles 2009, s. 183). Je pozoruhodné, že hoci práve štylistickú stránku rečníckych prejavov máme v slovenskej rétorike podrobne spracovanú (hlavne vďaka monografii Jozefa Mistrika 1980), otázka prirodzenosti či autenticity v spojení s rečníckym štýlom nebýva predmetom výkladu. Vyzdvihnutie tejto stránky možno badať v učebnici rétoriky od D. Slančovej (2001), ktorá nabáda na civilnejší, prirodzený spôsob rečníctva a ten spája hlavne s dialogickosťou. Ako uvádza, „naším konečným cieľom je ‚zhovárať‘ sa s publikom, teda vyjadrovať sa prirodzene“ (Slančová 2001, s. 132).

V príspevku sa zameriavame na vzťah politickej rétoriky ľudu a autenticity. Keďže štýl je významným nositeľom autenticity prejavu, naším cieľom je identifikovať štylistické hodnoty a štylizračné stratégie využívané v záujme autenticity a objasniť ich ako prípady úprimnosti či, naopak, predstierania. Vychádzame pritom z pragmatického uchopenia jazykového štýlu ako sociálne relevantného spôsobu jazykovej činnosti (porov. Orgoňová – Dolník 2010, s. 166; aj Dolník 2023; Bohunická 2020), v rámci ktorého sa vysvetľuje štýl cez jeho antropický ráz a sociálny význam (štýl ako spôsob realizácie komunikačných aktivít, ako spôsob aktualizácie jednotlivca i ako kľúč k jeho čitateľnosti pre druhých a udržiavania vzťahu s nimi).

K týmto myšlienkam nás viedli okrem dlhodobého záujmu o rečnícke prejavy politikov aj vybrané state z vedeckej tvorby profesora Juraja Dolníka. Rétorika nie je ústredným predmetom jeho bádania, patrí mu však nezastupiteľné miesto v objasnení kognitívnej stránky persúazie, špecifik rétorickej argumentácie, jazykového populizmu (porov. Dolník 2013; 2021) a autenticity ako sociálneho významu jazykového štýlu (Dolník 2023). Na tieto podnety v našej štúdii nadviažeme.

2. ROZSAH POJMU *RÉTORIKA ĽUDU*

Spojenie *rétorika ľudu* nie je zaužívaným termínom, preto je vhodné objasniť, akú obsahovú náplň mu tu pripisujeme, uviesť motiváciu zavedenia tohto slovného

spojenia i to, na aké jazykové prejavy sa vzťahuje. Je to spojenie nesúce v sebe protichodné významy: jeden je spätý s modernistickou líniou renesancie „človeka z ľudu“, ktorá rezonuje aj v súčasnej rétorike. V tomto zmysle zahŕňa rétorika do svojho predmetu záujmu aj „hlasy zdola“, prejavy neprofesionálnych či neškolených rečníkov, občanov, ktorí sa zapájajú do verejnej rozpravy. Druhý význam sa nesie v duchu klasickej rétoriky a vzťahuje sa na rečnícke prejavy, ktorých pôvodcami sú politické osobnosti ovplyvňujúce širokú verejnosť zlučenú pojmom ľud. Tieto prejavy predstavujú „rétoriku zhora“ a reprezentujú tradičný typ rečníctva, ktorý Aristoteles označoval ako *deliberatívne reči* (Aristoteles 2009), v Mistríkovej klasifikácii žánrov spadajú tieto prejavy do triedy *agitačno-propagačných prejavov* (Mistrík 1980, s. 179 – 183). Ich deliberatívnosť spočíva v tom, že – ako výstižne uvádza J. Mistrík – táto reč „má podobu účtovania so stranami má dať a dať“ (1980, s. 179), teda vyhodnocovania kladov a záporov; s tým prepojená propagačnosť týchto prejavov potom spočíva v tom, že rečník hlása idey medzi širokou verejnosťou, pričom uvádza klady i záporné spôsoby, aby sa poslucháč priklonil k jeho názoru a stotožnil sa s tou alternatívou, o ktorej sám rečník vyvoláva dojem, že je lepšia. Veľká časť tejto rétoriky sa významným spôsobom obracia na ľud, nesie jeho pečať v obsahovom, štylistickom i argumentačnom pláne. Na tento druh rétoriky sa zameriavame aj v našom príspevku a označujeme ju ako rétorika ľudu.²

Rétorika ľudu má v prevažnej časti súčasných politických prejavov podobu *populistickej rétoriky*. Tieto dva pojmy v príspevku oddeľujeme, pretože i na prvý pohľad je zrejmé, že populistická rétorika využíva špecifické komunikačné stratégie pri uplatnení inkluzívneho pojmu ľud a že rétorika ľudu nemusí byť nevyhnutne populistickou.

Populizmus sa realizuje primárne cez jazykové konanie a jazykovú komunikáciu, rétorika (ako techné) je teda základným vehikulom populizmu. Populistickú rétoriku potom možno charakterizovať prostredníctvom nasledovných znakov, ktoré vystupujú podľa J. Ranciéra ako podstatné pre vymedzenie samotného populizmu: a) spôsob prejavu, ktorým sa rečník obracia priamo na ľud; b) frekvencované uisťovanie ľudu o tom, že vládnuce elity sa starajú o svoje vlastné záujmy a nie o verejný záujem, c) rétorika, ktorá využíva pojem identity, vyjadruje obavu z ohrozenia identity a v dôsledku toho je xenofóbna (Rancière 2013, s. 137 – 138). S týmto vymedzením konvenuje definícia politického populizmu, ktorú podávajú C. Mudde a C. R. Kaltwasser (2011) a ktorá sa opiera o tri hlavné pojmy: ľud, elity (politické, kultúrne, mediálne a i., ktoré sa vzdialili od ľudu) a vôľa (ľudu, ktorá je elitami opo-

² Na rozdiel od klasického poňatia však zohľadňujeme širší rozsah komunikátov. Zatiaľ čo pre klasickú rétoriku boli predmetom záujmu hovorené rečnícke prejavy, za rétoricky relevantné sa v modernej rétorike považujú i písané a vizuálne persuazívne útvary (napríklad *posty*, *statusy* či *komentáre* na sociálnych sieťach). Tie tvoria spolu s hovorenými prejavmi reťaz vzájomne prepojených rétorických aktov, ktorých účinok sa znásobuje práve nadväznosťou, rekurentnosťou a zdieľaním v digitálnom priestore.

menutá). Populizmus potom definujú ako ideológiu, ktorá vychádza z toho, že spoločnosť je nezlučiteľne rozdelená na dve antagonistické skupiny, a to „čistý ľud“ vs. „skorumpovaná elita“, a ktorá tvrdí, že politika by mala byť vyjadrením všeobecnej vôle ľudu (Mudde – Kaltwasser 2011, s. 5).

Sociálna identita kategórie ľud uplatnenej v politickej rétorike je veľmi rôznorodá, pretože ide o zoskupenie jednotlivcov majúci rôzne potreby, záujmy, hodnoty, postoje, a pochádzajúcich z rôznych ekonomických vrstiev či národnostných skupín. Formovaniu sociálnej identity tohto zoskupenia zvonka dopomáha perspektíva uchopenia (rétorické koncipovanie). Podľa skúmaní viacerých bádateľov (napr. C. Reinemann et al. 2017) je v populistickej rétorike s pojmom ľud spojených niekoľko reprezentácií, ktoré sa vzájomne prekrývajú. V týchto reprezentáciách sa uplatňuje perspektíva politická (ľud ako suverén so synonymami *občania*, *voliči*, či atribútom *demokratický ľud*), ekonomická (ľud ako vrstva s atribútmi *obyčajný ľud*, *chudobný ľud*, *pracovitý ľud*, *ťažko skúšaný ľud*, *ožobračovaný ľud* a pod.), národná (ľud ako národ s etnonymom v úlohe synonyma – *Slováci*, ale i inkluzívnym výrazom *bratia*), kultúrna (*prostý človek*, *osvietený ľud*, *veriaci ľud*). Každá z týchto reprezentácií ľudu môže existovať aj bez toho, aby bola zaťažená populizmom,³ v populistickej rétorike sú však vyššie uvedené reprezentácie ľudu pragmatizované takým využitím, ktoré posilňuje politický kapitál rečníka, jeho pozitívny obraz, imidž obhajcu, ochrancu, záchrancu. Ľud a jeho potreby, očakávania, pocity a túžby sa stávajú nástrojom na získanie popularity, mandátu, moci a v konečnom dôsledku osobného prospechu politika. Konkrétne: súčasťou tejto pragmatizácie v sociálne ladennej populistickej rétorike (v súčasnosti najmohutnejší variant populizmu), ktorá uplatňuje ekonomickú perspektívu pri koncipovaní ľudu (*obyčajný ľud* ako ekonomicky slabšia vrstva, a potom konkretizácia adresáta ako *rodiny*, *seniori*, *skupiny ohrozené chudobou* atď.), je napríklad také presviedčanie, ktoré využíva dosahovanie zainteresovanosti adresáta prostredníctvom apelu na základné životné potreby (porov. ukážky z billboardov zo súčasnej volebnej kampane: *Chcete lacnejšie potraviny? Chcete lacnejšie energie?*). Na jednej strane zainteresovanosť (vzbudenie záujmu) je jedným zo základných predpokladov účinnej persúázie popri dobrovoľnosti, zúčastnenosti, istote či zdôvodnenosti (Grác 1982), čo je spojené s tým, že pri presvedčovaní vplývame nielen na kognitívnu stránku (odovzdávanie informácií a poznatkov = *docere*), ale aj na emocionálnu, hodnotovú stránku psychiky. Na druhej strane však

³ Na rôzne konceptuálne varianty bežného (nie odborného) pojmu, z ktorého vyviera aj politická konceptualizácia, nás upozorňujú spojenia, ktoré sa uvádzajú vo výkladových slovníkoch slovenčiny ako doklad výskytu slova ľud: *slovenský ľud*, *nábožný ľud*, *veriaci ľud*, *Boží ľud*, *dedinský ľud*, *zbedačený ľud*, *chudobný ľud*, *neslobodný ľud*, *poddaný ľud*, *pospolitý ľud*, *prostý ľud*, *jednoduchý ľud* a i. (p. Slovníkový portál JÚEŠ SAV; Dostupné na: <https://slovník.juls.savba.sk/>). Táto stručná exemplifikácia vo výkladových slovníkoch naznačuje niekoľko pomerne jasne vyprofilovaných konceptuálnych variantov, a to národný, náboženský či sociálny. Tieto varianty (a ešte ďalšie) nadobúdajú špecifickú náplň v politickej rétorike.

účinná persvázia naráža na hranice korektnosti v prípade, že sa apeluje na základné potreby adresáta (ako istota, bezpečie, rodina); tak sa síce veľmi jednoducho dosiahne jeho zainteresovanosť, ale výsledok presvedčovania prináša prospech hlavne persvadérovi. Tým, že sociálne ladená populistická rétorika vytvára kvázihomogénnu skupinu *obyčajný ľud* a naturalizuje presvedčenie, že táto skupina trpí ekonomickou nedocenenosťou, vytvára zároveň priestor pre politické kompenzácie, ktoré ťažia z tohoto presvedčenia (kompenzácie ako „rodinné balíčky“, 200 eur na dieťa, 500 eur odmena za voľby a pod.).

To, že v protiklade k populistickej rétorike môžeme hovoriť aj o autentickej rétorike ľudu, dokladá v slovenských dejinách nepopulistická rétorika L. Štúra. V Štúrovej národnoobrodeneckej rétorike ľudu je podobne v popredí rétorické koncipovanie ľudu zo sociálnoekonomickej perspektívy (porov. frekventované spojenia ako *chudobný ľud*, *biedny ľud*, *úbohý ľud*, *utlačený ľud*, *prostý ľud* a hlavne *obecný ľud*; porov. Štúr 1954).⁴ Štúr však hájil práva a záujmy slovenského ľudu napriek tomu, že politicky v danom historickom kontexte nemohol ťažiť z priazne ľudu a premeniť ju na politický kapitál. Povedané novodobým jazykom: Štúrove reči nie sú zamerané na presvedčanie, ktorého cieľom je mobilizácia ľudu s mandátom voličov. Jeho reči mali vplývať na uhorský snem, nie pôsobiť ľúbivo na samotný ľud. Práve naopak, v statiach adresovaných ľudu Štúr tento ľud viac karhá ako velebí, nikdy vo svojich politických statiach nevyužíva rétorické figúry úprimnosti, ktorými by potreboval povrchovo deklarovať svoj úprimný záujem o ľud (ako to poznáme zo súčasnej rétoriky v podobe floskúl *hovorím otvorene*, *budem k vám úprimný*, *nemám čo skrývať* a pod.). Pravda, pálčivejšou otázkou je existencia súčasnej autentickej rétoriky ľudu a naopak, prípadov jej predstierania. Ešte skôr je však namieste objasniť, v čom spočíva autenticnosť rétoriky.

3. AUTENTICKOSŤ RÉTORIKY ĽUDU

Ako je dobre známe, rétorika ako disciplína oddávna považovala za základný predpoklad presvedčivosti rečnického prejavu jeho hodnovernosť. Tá sa spája jednak s dôkazmi (ktoré spadajú do oblasti logosu: hodnoverné je to, čo je dostatočne zdôvodnené či dokázané), jednak s charakterom rečníka (jeho étosom) a so štýlom prejavu. Pokiaľ ide o osobnosť rečníka, podľa Aristotela sú tri dôvody, prečo niekomu veríme: je to rozumnosť, česťnosť a priazeň (Aristoteles 2009, s. 100) – tri vlastnosti, ktoré predstavujú piliere étosu. Teda na to, aby rečník pôsobil dôveryhodne, musí vzbudiť dojem, že je múdry, čestný (zmýšľa a koná v súlade s hodnotami, ktoré deklaruje) a priateľsky naklonený. Odveký problém spojený s étosom predstavuje otázka, či je étos inherentnou súčasťou osobnosti rečníka (či teda musí tvoriť súčasť

⁴ Podrobnejšiu analýzu uvádzame v monografii *Sociálna inklúzia a používanie jazyka* (Orgoňová – Bohunická – Kazharnovich 2023, s. 80 – 83).

jeho pravého „ja“) alebo je to konštrukt viazaný na očakávania, ktoré sa spájajú s rolou, z ktorej sa rečník prihovára (v našom prípade s rolou politika). V prvom prípade je predpokladom hodnovernosti autentické vystupovanie, úprimnosť rečníka, jeho otvorenosť; v druhom prípade je dôležité, aby v duchu vyššie uvedených pilierov étosu rečník vystupoval, konal a budil tak *dojem*, že *zosobňuje* tieto vlastnosti. V tomto druhom prípade sa autenticita „inštrumentalizuje“, stáva nástrojom hodnovernosti.⁵ Vyššie spomínané spôsoby využitia rôznych reprezentácií ľudu v populistickej rétorike sú ukážkou toho, ako nastáva prípad modelovania autentického záujmu vytváraním a fixovaním presvedčení, ktoré sú zdanlivo v záujme ochrany ľudu, prvoradým zmyslom ich využitia je však popularita politika, čo autenticitu posúva do roviny simulácie. V jednom aj druhom prípade štýl môže vytvoriť dojem autentickosti, tá sa však presúva z úrovne ontológie do sféry poetiky (z charakteru rečníka do štýlu prejavu) a kľúčovou je otázka spôsobu štylizácie.

3.1 Autentickosť štýlu z pohľadu klasickej rétoriky

Podporným faktorom pre dojem autentickosti (teda úprimnosti ako pilieru étosu) je štýl rečníckeho prejavu, čo sa v klasickej rétorike pretavovalo do známej opozície dvoch hlavných stylistických paradigiem, a to aticizmu s príklonom k výrazovej nestrojenosti a azianizmu s tendenciou k ozdobnosti. Aristoteles, ktorý spájal autentickosť na rovine štýlu s prirodzenosťou výrazu, azianistickým poetizovaním v rečníckych prejavoch vyslovene opovrhoval a považoval ho za prejav nevzdelanosti. Upozorňuje, že ak aj rečník „použije ozdobu, musí to urobiť nepozorovane, musí vzbudzovať dojem, že hovorí prirodzene, že reč nie je vyumelkovaná. Prirodzenosť reči sa spája s dôverou, kým umelosť pôsobí opačne“ (Aristoteles 2009, s. 183). Táto prirodzenosť sa podľa Aristotela dosahuje *zvyčajnými* prostriedkami hovorenej reči, ktoré zároveň vedú k jasnosti vyjadrovania myšlienok ako najdôležitejšej vlastnosti štýlu. Od prirodzenosti sa podľa neho odkláňame neprimeraným a nadmerným využívaním kompozít, nezvyčajných a dlhých prívlastkov, neznámych slov, básnických metafor, dvojzmyslov či zaužívaných rečníckych obrátov (Aristoteles 2009, s. 187 – 189). Toto obzvlášť podľa neho platí v deliberatívnom rečníctve, ktorým sa obraciame na ľud.

Ľud ako druh auditória je podstatným parametrom, ktorý sa prejavil v Cicerovej klasifikácii rečníckych štýlov, neskôr chápanej ako vertikálna.⁶ V rámci nej Cicero zvlášť vyčlenil štýl *strophý* (genus submissum, inak aj *prostý* alebo *utiahnutý*, porov. Cicero 1982, s. 29 – 34⁷): ten zodpovedá jazyku všedného dňa a má solidarizačný potenciál, zbližuje rečníka s poslucháčmi tým, že „hoci by to boli samotné ne-

⁵ J. Dolník hovorí o pragmatickej inštrumentalizácii autentickosti, ku ktorej dochádza vtedy, ak sa autenticnosť stáva nástrojom na dosahovanie cieľov v sociálnom živote (Dolník 2023, s. 133).

⁶ Porovnajme stylistickú tradíciu staršieho, vertikálneho delenia štýlov na vysoký, stredný a nízky.

⁷ Oproti štýlu *umiernenému* (genus temperatum) a *vznešenému* (genus grande); porov. aj Vertanová – Štubňa – Andoková – Moyšová 2020.

mluvňatá – sú presvedčení, že oni tiež zvládzu takto hovoriť“ (Cicero 1982, s. 30). Tento štýl charakterizujú i znaky, ktoré majú svedčiť o „vítanej nedbanlivosti“ rečníka, lebo je to prejav toho, že mu viac ide o vec ako o slová. Dôležité je však dodať, že ide o nedbanlivosť, ktorá vzbudzuje eleganciu. Nejde o nedbanlivosť, ktorá má podobu bezhraničnej spontaneity zbavujúcej rečníka dôstojnosti. V záujme elegantnej strohosti Cicero odporúča vyhýbať sa práve tomu, čo sa považuje za „rečnícku výbavu“, teda ozdobným figúram, zaužívaným rečníckym zvratom (opakovacím figúram či patetickým zvolaniam) či zriedkavo používaným výrazom (príležitostným slovám, nápadným metaforám, poetizmom, archaizmom). Tento štýl ladí s tzv. atickým profilom rečníka, ktorý je v duchu Cicerovho výkladu prototypom autentického rečníka. Autentické vyjadrovanie v rečníckych prejavoch tak podľa kánonu klasickej rétoriky charakterizovali na rovine štýlu jazykové prostriedky, ktoré charakterizujú aj bežnú hovorenú reč, avšak nie v prospech jednoduchosti, ani spontánnej emocionálnosti či individuálnej zaujímavosti, ale v záujme jasnosti vyjadrovania.

3.2 Autenticita ako štylistická kategória

Hoci uchopenie autenticity v modernej spoločenskovednej reflexii poznačili viaceré diskusie a ich výsledkom nie je jednoznačná syntéza, môžeme predsa vidieť, že vysvetľovanie tohto fenoménu v modernej slovenskej štylistike sa nesie v kontúrach antického dedičstva výkladu prirodzenosti a spája sa s hovorovým štýlom, ktorý sa považuje za základný, primárny štylistický fenomén (v ontogenetickom i fylogenetickom zmysle). Naznačujú to aj úvahy F. Mika, podľa ktorého „hovorová reč svojim bezprostredným vzťahom k životu jednotlivého človeka je autentickým výrazom psychiky jednotlivca, vyjadrením jeho osobnosti, jeho ponímania sveta“ (Miko 1976, s. 321). Inde autor poznamenáva, že hovorovosť je „manifestáciou nefalšovanosti, pravosti subjektu a rozprávaného. Má byť zárukou autenticity“ (Miko 1969, s. 168 – 169). Hovorovosť je štylistická kvalita primárne viazaná na každodenné spontánne dialógy realizované v súkromí; môžeme potom sledovať, že v štylistickej teórii aj v bežnom ponímaní sa znaky charakteristické pre takýto typ dialógov (spontánnosť, subjektívnosť, dôvernosť, expresívnosť či emocionálnosť) považujú za autenticnosť samotnú a nie celkom vhodne sa tak autenticnosť stavia do disjunktívneho vzťahu k spoločenskému aspektu výrazu a konvenčnosti.

Za neželaný sprievodný efekt funkčnoštylistického uvažovania o jazykovom štýle a neskoršieho prepojenia štylistických výskumov so stimulmi, ktoré poskytovala konverzačná analýza, možno považovať presunutie kategórie autenticity do oblasti individuálneho sveta subjektu a do súkromnej sféry komunikácie. Aj v novšej štylistike nadväzujúcej na výrazovú teóriu štýlu F. Mika sa počíta s autenticitou ako štylistickou kvalitou rozvíjajúcou subjektívny aspekt výrazu. Autenticitu uvádza *Tezaurus estetických výrazových kvalít* (Plesník a kol. 2011, s. 54) ako samostatnú výrazovú kategóriu, zodpovedajúcu takým štylistickým hodnotám v texte, ako sú úprimnosť, nefalšovanosť, vyjadrovanie bez pretvárk a konvencií (tamže). V duchu

tohto chápania sa v záujme autentického vyjadrovania tvorca komunikátu vyhýba klišéovitým výrazom, formálnosti a, naopak, uprednostňuje prostriedky podporujúce originalnosť a uvoľnenosť výrazu, ale i exotizáciu. Autori ďalej charakterizujú: „Autentické dielo vyjadruje predstavy, pocity, idey svojho tvorcu. Nepôsobí klišéovito a nevyužíva len tradičné vyjadrovacie postupy dominantnej kultúry. Autentický výraz sa cieľavedome orientuje na otvorené a úprimné predvedenie pocitov tvorcu. Ukazuje, že hodnotu nemajú konvencie, ale originálne vnímanie, individuálne pociťovanie a chápanie sveta“ (Plesník a kol. 2011, s. 54). Za protiklady autentického výrazu sa tu považujú štylistické hodnoty konvenčnosti, hranosti a křčovitosti. V tejto práci sa zdôrazňuje, že autentický výraz má byť zbavený nielen falošnosti, ale i konvenčnosti a formálnosti a v záujme toho sa neraz neberie ohľad „na objektívne štýlotvorné činitele, čiže na adresáta, situáciu a podobne“ (Plesník a kol. 2011, s. 54). Psychologický výklad kategórie autenticity nás však upozorňuje na to, že autenticitu nemožno vnímať ako popretie konvenčnosti, pretože individuálny subjekt sa autenticky realizuje vždy v rámci kolektívneho určenia. To podľa M. Nakonečného znamená, že autenticita osobnosti sa na jednej strane prejavuje ako schopnosť načúvania vlastných vnútorných impulzov a poznávania toho, čo jednotlivec skutočne chce, na druhej strane však u zrelého jedinca dochádza k vyrovnávaniu absolútnej spontaneity sebakontrolou so zreteľom na sebahodnotenie, čo má zaručovať zachovanie spoločenskej dôstojnosti (Nakonečný 2009, s. 403). Klasické objektívne štýlotvorné činitele (adresát, situácia, spoločenské normy, morálne princípy a spoločenské hodnoty) tak, naopak, zohrávajú veľmi dôležitú úlohu pri autenticite, ktorá nesie príznak dôstojnosti a podporuje nie krajne individuálnu, ale „kolektívno-individuálnu existenčnú nastavenosť“ (Dolník 2023, s. 128) jedinca ako kultúrneho subjektu. V rámci tejto kolektívno-individuálnej nastavenosti identifikuje J. Dolník ako základný princíp sociálnej interakcie udržiavanie ducha solidarity, teda citu a vedomia spolupatričnosti ku kolektívu (Dolník 2023, s. 129), a autenticite v zmysle úprimnosti priznáva autor status jednej z troch základných maxím (popri pravdivosti a štandardizovanosti), bez ktorých by táto solidarizácia nefungovala. Okrem iného potom aj zmysluplné jazykové štylizácie sú v duchu tejto koncepcie chápané ako nositeľa sociálnych významov, ktoré sú v podpornom alebo v nepodpornom vzťahu k solidarite ako základnému princípu sociálnej interakcie (Dolník 2023, s. 130). Takto napríklad spontánne stváranie pocitov jednotlivca je prípadom interakčne funkčnej autenticity do tej miery, ak nie je vnímané druhými ako agresívne alebo infantilné. Interakčne funkčná autenticita je vyobrazením identity v jej individuálnej aj sociálnej orientácii (sebavyjadrenie a priblíženie k druhému, resp. sebavyjadrením sa urobiť čitateľným; prejsť druhému, aký v skutočnosti som, s cieľom udržania interakcie). Sociálna interakcia je perpetuum mobile pre človeka, ktorý z nej nemôže vystúpiť, lebo univerzálnym príznakom jeho života je dialóg s druhými. V tomto nastavení je nefunkčná individualisticky poňatá autenticita založená na sebarealizácii vyzdvihujúcej výlučnú vernosť samému, pokiaľ postráda sociálne relevantný zmysel. V ta-

komto svetle interpretujeme aj spojenie autenticity s hovorovosťou. Zmyslom tohto spojenia však nie je zdôrazniť moment individualizácie v štylizácii, ale antropickú podstatu štýlu, ktorá spočíva v aktualizácii subjektu ako individuálnej aj kolektívnej bytosti. Aktualizácia subjektu ako nepriamy dôsledok istého spôsobu hovorenia (na strane hovoriaceho) a interpretácie stylistického pôsobenia (na strane príjemcu) nesie sociálny význam, identifikuje človeka a vedie k jeho pochopeniu a porozumeniu. Sociálny význam autentického štýlu je v naozajstnosti vyjadrenia subjektu a jeho ponímania sveta, v jeho čitateľnosti pre druhého. Táto aktualizácia je prvotne a bezprostredne spätá práve so sférou bežného dorozumievania a hovorovou rečou ako základným spôsobom vyjadrovania. Typické znaky hovorovej reči sa tak bežne synekdochicky považujú za autenticitu samotnú, čo splošňuje aj chápanie autenticity štýlu a obmedzuje na určenie v medziach subjektivity a súkromnosti. Ako nepriamu námietku voči tomu môžeme vnímať názor H. Arendtovej, podľa ktorej autenticita v zmysle pôvodnosti sa zúročuje, naopak, vo verejnej sfére, kde sa ukazuje skutočnosť sveta v pluralite pohľadov a spôsobov uchopenia totožného (Arendtová 2009, s. 75). To, čím je autenticita vo verejnom priestore zatlačovaná, nie je podľa nej konvenčnosť, ale masovosť. Potom aj sériové reprodukovanie stylistických prvkov a postupov (ktoré sa pôvodne vyznačovali kreativnosťou či ozvláštnením, ale napodobňovaním sa z nich stali kliše a frázy) či zámerná štylizácia v duchu nekonvenčnosti a spontánnosti, ktorej sociálny význam spočíva len v „zaujímavosti“, sú prípadmi pseudoautenticity a v konečnom dôsledku znemožňujú, aby bol niekto vidieť a prispel svojím „ja“ k ďalšiemu rozvíjaniu dialógu.

3.3 Autenticita a štýl v rétorike súčasných politikov

Odhladnuc od úsilia bádateľov uchopiť komplexný fenomén autenticity z filozofického, psychologického či poetologického hľadiska, snaha politikov pôsobiť autenticky sa riadi bežnou predstavou o autenticite, teda o tom, čo to znamená byť sám sebou. Treba povedať, že do tejto predstavy i do samotných prejavov sa premieňa skutočnosť, že sme spoločnosťou „vyznávačov“ autenticity. To, že autenticita sa v súčasnosti pod vplyvom médií silno axiologizovala v neodbornom diskurze (autenticita je pozitívna hodnota a byť autentický je želateľné), spôsobuje, že súčasťou tejto bežnej predstavy o autenticite sú i štylizované stratégie, ktorými sa dosahuje efekt „pôsobiť autenticky“. Výber jazykových prostriedkov v politike zodpovedajúcich tejto bežnej predstave o autenticite poukazuje na to, že autenticita na úrovni štýlu predstavujú také (intuitívne) stylistické hodnoty, ako je subjektivita a individualita (výber motívov zo súkromného života politika či každodenného života občanov, koncipovanie skutočnosti z perspektívy vlastného ja), emocionálnosť (zvýšený výskyt jazykových prostriedkov, ktoré sú nositeľom citového hodnotenia), uvoľnenosť, neformálnosť (využívanie nespisovných lexikálnych prostriedkov, ako sú dialektizmy či slangizmy, využitie syntaxe charakterizujúcej spontánne prejavy), konverzačnosť/dialogickosť (využívanie otázok či fiktívneho dialógu, oslovenia, ná-

vestné výpovede), simplicitnosť (selekcia bežných výrazových prostriedkov, obmedzenie dĺžky a komplikovanosti jazykových foriem, a to syntaktických aj žánrových – napr. využívanie krátkych žánrov ako vlog, status a pod.) či originalnosť (okazionalizmy, neologizmy, cudzie slová). Ich koncentráciu možno ilustrovať na jednoduchom facebookovom statuse politika:

BYE BYE 🖐️

Tento týždeň bol záhul. Za 6 dní sme dali 12 debát od Sobraniec na d'alekom východe po posledné Ficove Topolčany, v ktorých prišlo cca 300 ľudí ... výborné debaty s kopou skvelých ľudí.

*Na týždeň si teraz s debatami dáme pauzu ... ideme s mojimi babami na doľču do Egypta. Od 2018 sme vlastne na poriadnej doľče neboli, minulý rok síce v Malage, ale to celý čas piloval nervy povalač vlád, tak to ani oddych nebol ... teraz budeme, aspoň dúfam, naozaj vegetiť!...*⁸

Na základe pozorovania jazykových štylizácií, teda formatívnej zložky authenticity v konkrétnych prejavoch súčasnej politickej rétoriky ľudu,⁹ môžeme v tejto sfére delimitovať niekoľko reprezentácií spätých s autentickosťou:

1. Autentický v etickom zmysle ako *pravý*, „bez pretvárký“, *úprimný*. Medzi konkrétne prejavy patria rétorické figúry úprimnosti ako metarečové prostriedky artikulácie authenticity, napr.: *ruku na srdce, buďme k sebe úprimní, nemáme čo skrývať, poviem vám to narovinu, ja sa nebudem na nič hrať, ja veľmi úprimne bojujem v parlamente za práva žien* a i. Podobne sa metarečovo vyjadruje autentickosť v rétorických formulách odtajnenia, napr. *poviem vám, ako to v skutočnosti je; niečo vám prezradím; prezradím vám tajomstvo* a podobne. Tieto metarečové prostriedky artikulácie úprimnosti sa dopĺňajú typicky s citovými motívmi (pripomeňme slogan lídra Sme rodina z roku 2020 *Myslím srdcom*) a citovo hodnotiacimi prostriedkami, ktoré majú podporovať dojem otvorenosti. Porovnajme aj výroky z tlačovej konferencie politika¹⁰ (v danom období v pozícii premiéra) na adresu zástupcov Slovenskej lekárskej komory, v ktorom sa úprimnosť intenzifikuje citovo hodnotiacimi výrazmi a zvrtnami: *Prezradím*

⁸ Status umiestnený 3. júna 2023 na facebookovom profile Igora Matoviča <https://www.facebook.com/igor.matovic.7> [cit. 3. 7. 2023]

⁹ Zámerne spojenie rétorika ľudu vymedzujeme vyššie len prostredníctvom intenzie významu bez uvedenia politikov či politických strán, ktoré patria do jej rozsahu. Zistenia formulujeme na základe dlhodobého pozorovania politickej rétoriky prítomnej v hovorených žánroch (politické debaty, tlačové konferencie, videoblogy) i písaných prejavoch (statusy) – výber materiálu neobmedzujeme na isté časové obdobie, pretože zmysel niektorých vyjadrení sa lepšie ukáže v niekoľkoročnom odstupe v konfrontácii so zmenou rétoriky, ktorá je odpoveďou na pôvodnú rétoriku. Konkrétne ukážky vyberáme len na ilustráciu a úmyselne neuvádzame mená tam, kde to nie je súčasťou bibliografického záznamu.

¹⁰ Tlačová konferencia Igora Matoviča 28. 10. 2020, dostupné napríklad na <https://tv.pravda.sk/relacie/spravodajstvo/epizoda/5318-matovic-vynadal-lekarom-vybilo-mi-poistky> [cit. 10. 11. 2022].

vám také malé tajomstvo. Na túto tlačovú konferenciu sme prišli preto, lebo mne vybilo poistky. (...) Chceme naozaj prikladať akúkoľvek váhu slovám týchto bludárov? (...) To naozaj idú takto kľúčoví ľudia šíriť tieto kotlebovské bludy? Opakom takejto autenticity je maskovanie, zastieranie, hranosť.

2. Autentický v „rousseauvskom“ zmysle ako *prirodený, nestrojený, bezprostredný* a potom aj *spontánny, uvoľnený, zbavený formálnosti*. Medzi konkrétne prejavy patria hovorové štylizácie, ktoré imitujú jazyk ľudu, približujú sa charakteru každodennej komunikácie a evokujú dôvernosť (porovnajme aj názov tlačovej konferencie s hovorovým prvkom: *Ľudí v šticu nenecháme*¹¹ či zámerné využívanie prvkov trnavského dialektu v hovorených prejavoch aj písaných statusoch I. Matoviča). V záujme tejto prirodzenosti sú znova typicky zapojené aj emocionálne prvky (porov. napríklad status iného politika: *Ježiši, skoro som zabudol. Tento víkend vstúpili do platnosti dve zmeny, ktoré sme pre vás presadili ešte minulý rok v decembri. Ušetríme vám nimi približne 100 miliónov eur ročne! Tieto peniaze vám ostanú v peňaženkách*.¹² a dialogické prvky – tie majú aj v písanej rétorike evokovať spontánne rozhovory, ktoré nie sú zámerné a vedome usmerňované (porov. *Ale prosím vás, 33 tisíc eur sa vám zdá ako prijateľná pokuta za takýto prehrešok? Zbytočne likvidačné pre akéhokoľvek zamestnávateľa. Toto je 16. opatrenie zo stoviek zlepšení z nášho Kilečka. Každé jedno zamestnávateľom, podnikateľom a tým, ktorí tvoria hodnoty, rozviaže ruky, zlepši prácu, pomôže lepšie dýchať*.¹³ Opakom takto chápanej autenticity je formálnosť.
3. Autentický v zmysle *obyčajný*. Medzi konkrétne prejavy patria floskuly typu „som jeden z vás“ (porovnajme volebnú kampaň lídra strany Sme rodina v roku 2020: *Môžete mi veriť, ja nie som politik*; ale i názvy politických strán: *Obyčajní ľudia* či *Zmena zdola*). Opakom takto chápanej autenticity je exkluzívnosť, osobitosť. Táto reprezentácia obsahuje aj príznak tradičnosti: obyčajný ľud je autentický, lebo je nositeľom tradície. Takúto štylizáciu môžeme sledovať v súčasnej predvolebnej kampani, v ktorej politik stavia rétoriku na tradičných motívoch, ako je práca s baníkmi či furmanmi, o ktorej referuje: *S týmito koňmi ťahajú drevo furmani v lesoch tu vo Viglaši. Naozaj ťažká práca. Mám obrov-*

¹¹ Tlačová konferencia Igora Matoviča a Eduarda Hegera 25. 6. 2022, dostupné napríklad na <https://www.youtube.com/watch?v=-VS3BSqkqVs> [cit. 3. 10. 2022]. Zvrat „nenechať ľudí v šticu“ sa stal na niekoľko mesiacov súčasťou idiolektu I. Matoviča, porovnajme jeho ďalší výrok: Štát nie je bankomat alebo oslíček otras sa, ale nikoho nenecháme v šticu (25. 9. 2022 v relácii O 5 minút 12).

¹² Status umiestnený 3. júla 2023 na facebookovom profile Richarda Sulíka <https://www.facebook.com/RichardSulik> [cit. 3. 7. 2023].

¹³ Status umiestnený 4. júla 2023 na facebookovom profile Richarda Sulíka <https://www.facebook.com/RichardSulik> [cit. 3. 7. 2023].

*skú úctu ku skvelým chlapom, ktorí sú ochotní ísť každý deň do lesa a v ťažkých podmienkach ťahať drevo z neprístupného terénu. Tento spôsob ťažby dreva je naša slovenská tradícia. A v ľuďoch, ktorí dodnes tradičné remeslo robia, je naše národné bohatstvo. Preto ich musíme podporiť a hlavne zaplatiť, lebo bez nich tradícia nenávratne zanikne.*¹⁴

4. Autentický v zmysle individualizmu ako *nekonvenčný, alternatívny*. Porovnajme, ako v tomto zmysle tvoria „párovú sekvenciu“ spojenia z dvoch rôznych volebných období: v roku 2020 bolo spojenie *nesystémový/neštandardný* politik spájané s očakávaniami autentickej politickej osobnosti, zatiaľ čo v roku 2023 je odpoveďou na negatívnu skúsenosť s politickou osobnosťou reprezentujúcou nesystémovú politiku volebný slogan lídra strany Sme rodina *V súkromí neštandardný, v politike normálny*. Opakom takto chápanej autentickej je konvenčnosť, konformnosť (a pragmatickým opozitom je, ako vidno, i normálnosť). Špecifikáciou tohto poňatia je autentický v zmysle *osobitý* a (a hádam najvýstižnejšie) *zaujímavý*. Medzi konkrétné prejavy patria kreatívne pôsobiace štylizácie využívajúce okazionalizmy, metafory či cudzie výrazy s príznakom expresívnosti. Nie je ničím neobvyklým, že tento význam je zároveň vo vzťahu protikladnosti k autentickej vo význame *obyčajný, tradičný*¹⁵ a dokonca, vzhľadom na to, že máme do činenia so štylizáciou, nositeľom autentickej v oboch zmysloch môže byť tá istá politická osobnosť, ktorá sa metarečovo označuje ako obyčajný človek (jeden z vás) a na druhej strane inklinuje k expresívnosti výrazu (v zmysle výrazovej zvláštnosti).

V politickej rétorike ľudu narážame na rozkol medzi situáciou „je autentický“ a „tvári sa autentický“, pretože táto sféra obsahuje veľké množstvo jazykových prejavov, ktoré sú výsledkom zámerného štylizovania v duchu istej predstavy o autentickej. V dôsledku toho sú tieto komunikáty poznačené pseudognómiou (bližšie k pojmu aj Plesník a kol. 2011, s. 51 – 52): rečník navonok prejavuje to, čo v skutočnosti nejestvuje. Vypuklým príkladom je synkretická autoštylizácia politika do dvoch identít (súkromnej a verejnej) zodpovedajúcich dvom kontradiktórickým poňatiám autentickej, a to autentický v zmysle *osobitý* vs. autentický v zmysle *tradičný* (porov. už spomínaný volebný slogan lídra strany Sme rodina *V súkromí neštandardný, v politike normálny*; ale takisto si pripomeňme, že tento aktuálny slogan je vo vzťahu protirečivosti k sloganu spred troch rokov: *Môžete mi veriť, nie som politik*, ktorým sa tento líder práve vyhraňoval voči „normálnej“ politike). Autoštyli-

¹⁴ Status umiestnený 17. júla 2023 na facebookovom profile Petra Pellegriniho <https://www.facebook.com/pellegrini.peter>, [cit. 18. 7. 2023].

¹⁵ Toto už skôr zachytáva aj literárnovedná reflexia autenticity, v ktorej sa na jednej strane uvažuje o autenticite ako protipóle literárnej tradície, a na druhej strane sa stavia téza, že proti autenticite vystupuje štylizovanosť (čo syntetizuje vo svojom texte napr. Machala 1999, s. 79 – 82).

zácie založené na simulácii autenticity sú takto súčasťou zámerne a účelovo pestovaného obrazu politikov (imidžu) s cieľom získať pozornosť, úspech, popularitu. Autenticita je takto „pragmaticky inštrumentalizovaná“ (Dolník 2023), stáva sa nástrojom sebareprezentácie zámeru a tvorby imidžu politika, ktorý je v protiklade s charizmou ako spojením autentických duševných kvalít (Plesník a kol. 2011, s. 52). Pseudognómia autenticity podlieha globálnemu trendu personalizácie politiky, ktorá spočíva v presune pozornosti z politického programu strany na osobnosť politika, jeho celkový imidž (porov. aj Cingerová – Dulebová – Štefančík 2021, s. 52). Sprievodným efektom využitia autenticity ako nástroja budovania imidžu sú synkretizmy a kontradikcie – jednotlivé znaky autentického štýlu prerastajú vo svoj opak, a rétorika sa vyznačuje tým, že je vnímaná ako:

- falšná – túto rétoriku charakterizuje nadužívanie spomínaných rétorických figúr úprimnosti, sľubov, vzbudzovanie nesplniteľných očakávaní. Samotný pojem ľud v takejto rétorike vystupuje len ako rétorická figúra (*robíme to pre ľudí; kto myslí na ľudí; na prvom mieste sú problémy ľudí; riešime problémy ľudí; dôležité je, aby to pocítili ľudia vo svojich peňaženkách...*).
- strojená – nadmerné využívanie hovorových a emocionálnych jazykových prostriedkov vedúce k štylistickej afektovanosti či infantilnosti (porovnajme status politika v znení: 22:38 ... *a ja idem práve zmňankovať túto mňamku od Pavlinky. No, čo už, raz za čas si môžem dopriať,))) ... hlavne keď som dnes akosi zabudol na obed, mňáám*).¹⁶
- neobratná – môžeme sledovať, že obvyklým dôsledkom štylizovania sa do polohy bezprostrednosti a spontánnosti je v súčasnosti aj Cicerom spomínaná „nedbanlivosť bez elegancie“ (neštruktúrovaná reč obsahujúca množstvo expletívnych prvkov), ktorá neslúži jasnosti vyjadrovania.
- fraškovitá – inscenovaná obyčajnosť a využívanie tradičných motívov – ľudových či náboženských (účasť na folklórnych slávnostiach či cirkevných podujatiach), motívov z každodenného rodinného života (detských osláv), ktoré sú v ostrom kontraste so spôsobom života politika, vyúsťuje do komickosti/frašky.
- gýčovitá – špecifickým spôsobom sa prejavuje napríklad v populistickej rétorike využívajúcej národnú konceptualizáciu ľudu. Tu sa nadväzuje na poňatie autenticity v spätosti s tradíciou: autentické je to pôvodné, teda tradičné a najlepším reprezentantom tradičného je národ. Do gýčovitosti prerastá táto autenticita pri monumentalizácii národa aj prostredníctvom zneužívania rodovo korektných oslovení *Slováci a Slovenky*.
- stádovitá – v snahe o osobité vyznenie pri vytváraní imidžu siaha politik po prvkoch, ktoré sú zaujímavé, módne či populárne. V protiklade so všednos-

¹⁶ Status umiestnený 30. júna 2023 na facebookovom profile Igora Matoviča <https://www.facebook.com/igor.matovic.7> [cit. 3. 7. 2023]

ťou dochádza k samoučelnému zatraktívňovaniu prejavu, pričom sa ale využívajú prostriedky a postupy, ktoré v skutočnosti nie sú originálne, ale sú masovo rozšírené (napr. nadužívanie anglicizmov či slangizmov, porov. *DNES si dám na obed DOUBLESHOT ... najprv v O 5 MINÚT 12 s Uhríkom ... a potom v NA TELO s Dankom*).¹⁷

4. ZÁVER

Autentickosť v politickej rétorike ľudu má dva základné spôsoby existencie: ako úprimnosť viazaná na étos a ako prirodzenosť viazaná na (jazykový) štýl, pričom platí, že štýl priamo podporuje dojem autentickosti. Politická rétorika ľudu obsahuje veľké množstvo jazykových prejavov, ktoré sú výsledkom zámerného štylizovania v duchu istej predstavy o autentickosti, až jej predstierania. Výber jazykovo-štylistických prostriedkov v politike zodpovedajúcich tejto bežnej predstave poukazuje na to, že autenticitu na úrovni štýlu predstavujú také (intuitívne) štylistické hodnoty, ako je subjektívnosť a individuálnosť, emocionálnosť, uvoľnenosť, neformálnosť, konverzačnosť/dialogickosť, simplicitnosť či zvláštnosť, ktoré sa považujú za autentickosť samotnú a nie celkom vhodne sa stavajú do protikladu ku konvenčnosti, čo vedie k preceňovaniu subjektívneho aspektu a individualnosti v aktualizácii „pravého ja“. Vysvetlením sčasti je, že autenticita je takto inštrumentalizovaná v záujme špecifického cieľa – stáva sa nástrojom seaprezentácie zámerného zámeru a tvorby imidžu politika. Imidž (ako výsledok štylizovanej autentickosti zameranej na seaprezentáciu) nie je nijako motivovaný charizmou (ktorá predstavuje autentickú štylizáciu orientovanú na vzťahovú prezentáciu). Štylizovaná autentickosť tak v rozpore so solidarizačnou podstatou autentického štýlu slúži globálnemu trendu personalizácie politiky. V dôsledku pseudognómie neraz dochádza ku synkretizmom a kontradiktórnym efektom (neobratnosť, fraškovitosť, gýčovitosť či stádovitosť).

Bibliografia

- ARENDOVÁ, Hannah (2009): *Vita activa: neboli O činném živote*. Preklad V. Němec. Praha: Oikymen. 432 s.
- ARISTOTELES (2009): *Rétorika*. Preklad P. Kuklica. Martin: Thetis. 260 s.
- BOHUNICKÁ, Alena (2020): Pragmatizácia štylistiky. In: *Jazykovedný časopis*, roč. 71, č. 2, s. 281 – 291.
- CICERO, Marcus Tullius (1982): Rečník. Preklad P. Kuklica. In: P. Kuklica (ed): *Rečník. Reči proti Catilinovi. Filipiky a iné*. Bratislava: Tatran, s. 7 – 79.

¹⁷ Status umiestnený 25. júna 2023 na facebookovom profile Igora Matoviča <https://www.facebook.com/igor.matovic.7> [cit. 3. 7. 2023]

- CINGEROVÁ, Nina – DULEBOVÁ, Irina – ŠTEFANČÍK, Radoslav (2021): *Politická lingvistika*. Bratislava: Ekonóm. 153 s.
- DOLNÍK, Juraj (2013): *Všeobecná jazykoveda*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV. 432 s.
- DOLNÍK, Juraj (2021): *Jazyk v sociálnej praxi*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV. 222 s.
- DOLNÍK, Juraj (2023): *Jazyk v dynamike demokracie*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV. 216 s.
- GRÁC, Ján (1985): *Persuázia. O vplyvňovanie človeka človekom*. 2. vyd. Martin: Osveta. 376 s.
- MACHALA, Lubomír (1999): Autenticita čili... ??? In: V. Křivánek (ed): *Autenticita a literatura*. Praha – Opava: Ústav pro českou literaturu AV ČR – Slezská univerzita – Slezské zemské muzeum, s. 79 – 82.
- MIKO, František (1969): *Estetika výrazu. Teória výrazu a štýl*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 296 s.
- MIKO, František (1976): Hovorovosť a odkrývanie individuálneho u Mariana Pilota. In: *Štýlové konfrontácie. Kapitoly z porovnávacej štylistiky*. Bratislava: Slovenský spisovateľ, s. 321 – 337.
- MISTRÍK, Jozef (1980): *Rétorika*. 2. upravené vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 220 s.
- MUDDE, Cas – KALTWASSER, Cristóbal Rovira (2011): *Voices of the peoples: Populism in Europe and Latin America compared*. (working paper). Dostupné na: https://kellogg.nd.edu/sites/default/files/old_files/documents/378_0.pdf
- NAKONEČNÝ, Milan (2009): *Psychologie osobnosti*. Praha: Academia. 622 s.
- ORGOŇOVÁ, Oľga – BOHUNICKÁ, Alena – KAZHARNOVICH, Maryna (2023): *Sociálna inklúzia a používanie jazyka*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. 218 s.
- ORGOŇOVÁ, Oľga – DOLNÍK, Juraj (2010): *Používanie jazyka*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. 230 s.
- PLESNÍK, Ľubomír a kol. (2011): *Tezaurus estetických výrazových kvalít*. 2. doplnené vyd. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. 486 s.
- RANCIÈRE, Jacques (2013): L'introuvable populisme. In: A. Badiou – P. Bourdieu – J. Butler – G. Didi-Huberman – S. Khiari – J. Rancière: *Qu'est-ce qu'un peuple?* Paris: La fabrique, s. 137 – 143.
- REINEMANN, Carsten – AALBERG, Toril – ESSER, Frank – STRÖMBÄCK, Jesper – VREESE, Claes de (2017): Populist political communication: Toward a Model of its causes, forms, and effects. In: T. Aalberg – F. Esser – C. Reinemann – J. Stromback – C. De Vreese (eds.): *Populist political communication in Europe*. New York: Routledge, s. 12 – 25.
- SLANČOVÁ, Daniela (2001): *Základy praktickej rétoriky*. Prešov: Náuka. 211 s.
- ŠTŮR, Ľudovít (1954): *Dielo v piatich zväzkoch. Politické state a prejavy*. Zväzok I. Zost. J. Ambruš. Bratislava: Slovenské vydavateľstvo krásnej literatúry. 436 s.
- VERTANOVÁ, Silvia – ŠTUBŇA, Pavol – ANDOKOVÁ, Marcela – MOYŠOVÁ, Stanislava (2020): *Tlmočník ako rečník*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. 350 s.
- ZAJAC, Peter (1999): Autenticnosť ako rétorická figura. In: V. Křivánek (ed.): *Autenticita a literatura*. Praha – Opava: Ústav pro českou literaturu AV ČR – Slezská univerzita – Slezské zemské muzeum, s. 21 – 28.

Internetové zdroje

Facebookový profil Borisa Kollára. Dostupné na: <https://www.facebook.com/BorisKollarOfficial>. [cit. opakovane 3. 10. 2022 – 3. 18. 2023].

Facebookový profil Igora Matoviča. Dostupné na: <https://www.facebook.com/igor.matovic.7>. [cit. opakovane 3. 10. 2022 – 18. 7. 2023].

Facebookový profil Petra Pellegriniho. Dostupné na: <https://www.facebook.com/pellegrini.peter>. [cit. opakovane 3. 10. 2022 – 18. 7. 2023].

Facebookový profil Richarda Sulika. Dostupné na: <https://www.facebook.com/RichardSulik>. [cit. opakovane 3. 10. 2022 – 18. 7. 2023].

Facebookový profil Roberta Fica. Dostupné na: <https://www.facebook.com/robertficosk>. [cit. opakovane 3. 10. 2022 – 18. 7. 2023].

Matovič, Igor: *Tlačová konferencia Igora Matoviča 28. 10. 2020*. Dostupné na <https://tv.pravda.sk/relacie/spravodajstvo/epizoda/5318-matovic-vynadal-lekarom-vybilo-mi-poistky>. [cit. 10. 11. 2022].

Matovič, Igor – Heger, Eduard: *Tlačová konferencia Igora Matoviča a Eduarda Hegera 25. 6. 2022 Ludi v štichu nenecháme*. Dostupné na <https://www.youtube.com/watch?v=-VS3BSqkqVs>. [cit. 3. 10. 2022].

Slovníkový portál Jazykovedného ústavu L. Štúra SAV. Dostupné na <https://slovník.juls.savba.sk/>. [cit. 3. 10. 2022].