

Ladislav Špaček  
**MALÁ KNIHA ETIKETY  
ODÍVÁNÍ**



Ladislav Špaček  
Malá kniha etikety odívání



Ladislav Špaček

**MALÁ KNIHA ETIKETY  
ODÍVÁNÍ**

EUROMEDIA GROUP

Copyright © Ladislav Špaček, 2025  
Photos © Tomáš Škoda, 2017, 2025  
Illustrations © Kristína Panská, 2017, 2025  
ISBN 978-80-284-0425-3

*„Výchova gentlemana  
trvá dvě generace,  
výchova lady pět.“*

anglické přísloví

## PÁR SLOV NA ÚVOD

Často si v každodenním shonu neuvědomujeme, jakou roli hraje oblečení v našem životě. Svým oděvem hovoříme, vyjadřujeme postoje, úctu k lidem a prostředí. Když vidím v Národním divadle člověka ve svetru nebo kárované košili, je mi jasné, že pohrdá tou budovou, která pro náš národ něco znamená, uměleckými výkony na scéně i společensky oblečenými a upravenými lidmi kolem něj. Často slyším výmluvy, že tihle nevkusně oblečení diváci jsou cizinci. Napadá mě: Cožpak v Itálii, Americe nebo Japonsku nemají divadlo?

Oblečení ve vývoji lidstva brzy rozšířilo svůj účel; z pouhé ochrany před chladem nebo palčivými slunečními paprsky se vyvinul jeden z nejdůležitějších znaků civilizovaného člověka. Podle oblečení byli lidé zařazováni do profesní nebo společenské vrstvy. Ještě dřív, než promluvíme, ví náš protějšek, kdo jsme. Nezná naše jméno, kvalifikaci a životní osudy, ale pohled na naše oblečení mu napoví, kam asi patříme. Jistě, můžeme se mýlit, nejlépe oblečený muž ve městě byl sňatkový podvodník, ale kvůli pár výjimkám neztratíme pravidlo. Už ve starém Římě senátor v šarlatové tóze demonstroval bohatství a moc, protože šarlat byl velmi vzácný, a tudíž drahý. Oblečení má dnes mnoho variant a stále se objevují další. Módní tvůrci se předhánějí v novinkách a originalitě, fashion weeky v Paříži nebo New Yorku jsou Mekkou módního světa, proslulá přehlídka Pitti Uomo ve Florencii udává tón pánské módy. Oděvní průmysl je gigantický byznys, protože všichni lidé na světě se oblékají a odívání je všude významnou položkou jejich rozpočtů.

V současné době jsme v etiketě oblékání svědky dvou protichůdných tendencí. Na jedné straně vidíme kolem sebe stále více dobře a kvalitně oblečených lidí, v každém větším městě se už objevily krejčovské salony, stále více plesů pořadatelé řadí do kategorie black tie. Na druhé straně přibývají ležérně oblečení lidé, kteří dávají najevo, že osobní pohodlí je jim nade vše, tedy i nad onou úctou k lidem a prostředím. Nehodlají respektovat tradice, vžitě zvyklosti ani pravidla, která vyplývají z dress code. Přitom etiketa odjakživa znamenala sebekázeň a sebeodříkání. Pánové ve fracích v divadlech bez klimatizace ani necekli, nebylo by jim to ani nic platné, porušení pravidel se neodpouštělo. Po Národní třídě už nechodí pánové v kabátech, polobotkách a kloboucích, ale mají kulichy a péřovky, i když Vltava už nezamrzá a na Petříně se nesáňkuje. Abychom si rozuměli: Nemám nic proti casual oblečení pro volný čas, jen bychom měli vždy přemýšlet, do jakého prostředí se vypravujeme, aby nám z celého repertoáru oděvů nezůstalo jen tričko a kraťasy.

V tom by nám měla posloužit tato kniha. Vyčerpávajícím způsobem popisuje různé druhy oblečení, jak pro muže, tak pro ženy, věnuje se doplňkům, botám, košilím, byznys stylu i večernímu společenskému odívání. Nahlédneme do historie i současnosti a představíme si celé spektrum oděvů spolu s ukázkami jejich funkčnosti. *Malá kniha etikety odívání* je nepostradatelnou pomůckou každého muže či ženy, kteří se pohybují mezi lidmi.



# ETIKETA ODÍVÁNÍ



*„Když jsi líp oblečený,  
lidé se k tobě líp chovají.“*

**Patrik Hartl**

## VHODNÉ OBLEČENÍ PRO RŮZNÉ PŘÍLEŽITOSTI

Šaty dělají člověka, to platí pro společenský život dvojnásob. První dojem vytváříme gesty, hlasem, výrazem očí, úsměvem a oblečením. Náš oděv prozradí vkus, sociální roli, společenskou úroveň, zařazujeme se jím do společenské normy, nebo se z ní naopak vyřazujeme. V posledních letech to vypadá, jako by šaty přestaly hrát roli mimikry. V různých prostředích byl úbor dříve jiný a splýval s okolím. Oblečení prozradilo, kam pán míří: na procházku s dámou, do opery, na fotbal. I obyčejný dělník v železárnách se v neděli oblékl do černého obleku, uvázal si kravatu, vzal si klobouk a vyšel s dámou na promenádu. Na dovolené v přímořském letovisku můžeme chodit v tričku, kraťasech a žabkách, chodí tam tak všichni, ale proč se takhle promenují někteří muži i po Národní třídě? Potkat v tramvaji muže do půl pasu nahého není v parném létě žádná mimořádná událost. Vytratil se cit pro oblečení pro různé příležitosti a situace? Kde se bere schopnost oblékat se přiměřeně prostředí?

*Kompasem je nám vzor, který jsme denně vídali v rodině.* Muži, kteří nemají vypěstovaný cit pro vhodné oblečení, neměli v dětství patrně ve své blízkosti vzor, který by se samozřejmostí vlastní dětem napodobovali. Jestli tatínek usedal ke stolu v trenýrkách a pil pivo z láhve, pokud po večeři nepoděkoval mamince a nepohládl ji po ruce, nemělo se dítě odkázané na rodinnou scénu kde poučit, jak je to správně. Rodiče si často myslí, že momentálně nevychovávací, prostě jen jedí nebo se dívají na televizi, ale kdepak, nápodoba je nejsilnějším nástrojem výchovy, a to nepřetržitým. Muži, kteří vycházejí z rodiny s neutříděným názorem, jak se oblékat, mají velký handicap v životě, ostatně stejně jako lidé, které rodiče nenaučili správně držet příbor, skleničku nebo jíst pečivo. To, co viděli celé

dětství v rodině, považují za samozřejmé a správné a teprve v konfrontaci se světem kolem sebe zjišťují, že se musejí mnohé doučit.

Někteří se ovšem doučovat nechtějí, myslí si, že takto vybaveni rodinnými (zlo)zvyky proplují životem. Ocitáme se pak v začarovaném kruhu, kdy v jejich rodinách vyrůstá další generace bez správného vzoru. Naštěstí existuje dost povolání, která vyžadují kultivované vystupování, oblékání a stolování, a ta přimějí mladého manažera nebo manažerku, aby se poučili, jak napravit mezery v rodinné výchově. Někdy se v životě objeví jiný vzor, který bude kompasem pro nejistého člověka. Může to být kolega v práci, manželka, kamarád. *Nikdy není pozdě začít s napravováním chyb, ve kterých člověk vyrůstal.* Je to obtížnější než pro ty, kteří vstřebávali správné vzorce chování, oblékání a stolování jako samozřejmost, ale v dospělém věku není pro chyby omluva, je dost zdrojů informací a dost příležitostí doplnit si to, co nám rodiče nemohli dát.

## HYGIENA JE SOUČÁST ŠARMU

### Přitažlivá žena

Pravidelné sobotní koupání, které patřilo k životnímu rytmu našich dědečků a babiček, je dnes nahrazeno pravidelným denním koupáním a sprchováním v teplé vodě. To ovšem nestačí, po ženách i po mužích už dnes požadujeme používání deodorantů a parfémů. *Deodorant nenahradí parfém a naopak.* Musíme použít oboje, abychom zabránili pocení a vyladili vůni těla do příslušného žánru – lehkého denního nebo těžšího večerního, dráždivě svůdného nebo naivně květinového či ovocného.

*Pro denní potřebu a pro mladší ženy a dívky se hodí spíš lehčí vůně, večer můžeme zvolit těžší a nápadnější varianty.* Přes den jsou vhodné toaletní vody, parfémů si necháme na večer, ale i parfém použijeme v rozumné míře dané intenzitou vůně. Jestliže kolem sebe vytvoříme oblak silné vůně, která dokonce přebije parfém ostatních žen ve skupince, kde konverzujeme, budeme působit nepříjemně. *Zvláště opatrní musíme být při stolování, tady s parfémem šetříme, abychom umožnili ostatním u stolu vnímat spíš vůně pokrmů než sousedky.* Čich se rychle přizpůsobuje na nové vůně a brzy je přestane vnímat, proto se ženě může stát, že vůbec nevnímá intenzitu vůně svého těla. Parfém aplikujeme na místa, kde tepny zahřívají pokožku (krk, spánky a vnitřní strana zápěstí), aby se aromatické látky postupně odpařovaly. Vhodné je malé balení do kabelky, aby žena v průběhu večera mohla vyčerpanou vůni obnovit.

Parfémy se zrodily ve starém Egyptě, zvláště v éře královny Kleopatry (69–30 př. n. l.) si získaly oblibu ve vyšších vrstvách. Parfémy mohli míchat pouze kněží. Kleopatřin oblíbený parfém obsahoval výtažky z myrhy, skořice, kardamomu, kosatce, lotosu, šafránu a majoránky. Řekové, kteří velmi dbali na tělesnou kulturu, používali na každou část těla jiný parfém. Velký pokrok učinili ve výrobě parfémů Arabové svým vynálezem destilačního přístroje, tím umožnili velké rozšíření parfémů. Díky křižáckým výpravám se parfémy dostaly do Evropy.

V 16. století přijíždí do Paříže z Itálie Kateřina Medicejská, aby si vzala krále Jindřicha II. (v době sňatku bylo oběma 14 let), a ta přinesla do kulturního světa parfém jako nezbytný dámský doplněk. Centrem výroby parfémů se stalo provensálské městečko Grasse, kde dodnes najdeme slavné Musée du Parfum. Dalším přelomovým bodem v historii parfémů bylo vytvoření kolínské vody v roce 1709 – šlo o směs rozmarýnu, neroli, bergamotu a citronu. V éře posledních Ludvíků žilo Versailles různými parfémy, za které vydávaly madame de Pompadour a Marie Antoinetta neuvěřitelné částky ze státního rozpočtu.

19. století přišlo s objevem syntetických vůní, což umožnilo výrazné zlevnění výroby, a tudíž masové používání parfémů. V roce 1921 zavedla Gabrielle Coco Chanel svou vlastní značku parfému Chanel No. 5 (byl to pátý vzorek v sérii pokusů o dokonalý parfém). Namíchat dobrý parfém je náročný úkol, podílejí se na něm parfuméri a „čičači“, kteří hledají ideální skladbu tří hlavních složek každého parfému. Hlavní substance se nazývá srdce, ta udává hlavní tón vůni parfému. Doplnuje ji nejméně těkavá látka nazývaná fixátor, která zaručuje stabilitu a trvanlivost vůně. Třetí složkou je tzv. špička s aromatickými těkavými látkami. Dobrý parfém by při odpařování neměl nijak podstatně měnit vůni.

*„Velmi vhodné jest koupání dle okolností ve studené aneb teplé vodě a za letní doby mělo by se alespoň jednou v týdnu státi... Mnohé ženy libují sobě v tom, míti nehty dlouhé, drápům podobné, avšak to nechválí nikdo, neboť jest to vkus převrácený... Padají-li vlasy následkem nemoci, prospěje v týdnu několikrát na noc hlavu umýt červeným vínem, francouzskou kořalkou nebo pravým rumem z Jamajky.“*

Božena Nováková,  
*Dobry ton čili Pravidla slušnosti  
a dobrých mravů pro dámy, 1895*

*Velkou pozornost musí žena věnovat úpravě nehtů a vlasů. Zvláště při obchodním jednání neujdou ruce a nehty pozornosti ostatních. Při gestikulaci, předkládání dokumentů a podepisování jsou ruce dominantní a každý defekt působí velmi rušivě. Nehty potřebují pravidelné obnovování laku, pilování, udržování tvaru. Vlasy by měla mít žena sestřiženy tak, aby vypadala upraveně, navíc by je měla zkontrolovat vždy před zahájením jednání nebo vstupem do sálu při společenské akci. Vyčesané a sepnuté vlasy působí slavnostněji, ale stejně jako u šatů nelze ani u účesu stanovit ženám jeden správný model. Právě střih a úprava vlasů jsou výrazem osobitosti. V zaměstnání jsou v Americe běžné rozpuštěné dlouhé vlasy, v Evropě jsou naopak obvyklé sepnuté vlasy nebo krátký sestřih. Je už běžné barvit si vlasy i jednotlivé prameny dvěma i více barvami, ale žena by si měla nechatčas dobarvovat odrostlé partie, ty vytvářejí dojem zanedbanosti, ledaže by to byl módní trend, za který ženy vynakládají u kadeřníků nemalé částky.*

### **Elegantní muž**

Pokud se dřív mužnost projevovala tím, že muž byl cítit potem, tabákem a koňským sedlem, dnes okolí očekává, že bude vnímat osobnost a přitažlivý mužský parfém.

*Muž by si měl kromě základní hygieny hledět úpravy tváře a vousů. Muž s hladkou tváří by se měl holit minimálně jednou denně, tedy ráno, a pokud by strniště bylo večer už patrné, namísto by bylo ještě jedno přeholení. Nenechejme se ukolébat zamilovanou partnerkou, které se její „drsnák“ takhle líbí. Ve společnosti budou ženy s kritičtějším pohledem a ty nám nic neodpustí. Chceme-li udělat dojem svým mužným strništěm, musí být zřejmé, že jde o pěstěný záměr, ne o nedbalost nebo důsledek časového stresu. Muž s tváří*

zarostlou třídenním vousem a oholenou hlavou by ještě před třiceti lety vyvolával podezření, že je uprchlý trestanec.

I dnes musíme mít vous jakékoli délky upravený – sestřižený na stejnou výšku, pečlivě strížený kolem rtů, a nepokrývá-li celou partii tváří a krku, musíme být na bezvousých plochách čistě oholeni. Při úpravě vousů si všimneme i vyčnívajících chloupků v nose a divokých výhonů v obočí. Při konverzaci tváří v tvář vidí náš protějšek všechny tyto detaily, a třebaže je nepovažujeme za důležité, mohou se podílet na celkovém hygienickém dojmu, který vzbuzujeme. I muž, který jinak přehnanou péčí o svůj zevnějšek odmítá, by měl mít ostříhaný viditelné chloupky v nose a měl by se čas od času prohlédnout v pořádném zrcadle, aby se zbavil chlupu nebo vousu, který občas dosáhne nečekané délky zcela mimo organizovanou oblast obličeje, na uchu, na nose, v obočí nebo na krku. Taková anomálie dokáže přitahovat pozornost kohokoli, s kým hovoříme, působí rušivě a zanedbaně. Čím je muž starší, tím více mu hrozí podobný defekt.

Jako houby po dešti se v současnosti objevují barber shopy, kombinace pánského kadeřnictví a „holírny“. Muže tam dokonale ostříhají a perfektně oholí namokro, tedy pěnou a břitvou, což už je málem zapomenutá klasická metoda, kterou muži používali po staletí. Vysoké hygienické nároky vedou barber shopy spíš k používání shavett namísto břitev (shavetta je břitva s vyměnitelným ostrím, žiletkou pro jedno použití). Stálí zákazníci si nosí své britvy nebo si je mohou nechávat v barber shopu v úschově. *Trend je nezadržitelný: kosmatá hrud' vykukující z košile a chlupaté podpaží se už nepovažuje za znak mužnosti, ale vzbuzuje rozpaky.* Ani pečliví muži si sice ještě nohy neholí, ale přistřihují si chomáče chlupů v podpaží na půlcentimetrovou délku a hrud' udržují v únosném stavu občasným sestřihem nebo holením. Sem patří i *ostříhané nehty a umyté*

*„Varovati musíme před ostříháním  
vlasů na čele, což hyzdí a zpotvořuje  
i nejsličnější obličej a dává mu ráz  
divokosti a zvířeckosti.“*

Božena Nováková,  
*Dobrý ton čili Pravidla slušnosti  
a dobrých mravů pro dámy,*  
1895

*vlasy*, to už není metrosexuální libůstka, ale hygienická povinnost. Ženy obvykle věnují manikúře a účesu větší pozornost, navštěvují kosmetické salony a kadeřníky, ale péče o pěstěné ruce a perfektní účes musí být viditelná i na muži.

### **I hygiena má své trendy**

Jedním z moderních trendů je *depilace chloupků na viditelných částech těla*. Chmýří pod nosem, chlupaté nohy či podpaží budí nelibost, protože se vymykají představě o soudobém ideálu, jakou vytvořily módní a společenské časopisy, televize nebo soutěže krásy.

Někdy musíme řešit delikátní problém, jak sdělit svému kolegovi v kanceláři, že by měl *používat deodorant*, nebo dokonce, že by asistentka, která přijímá návštěvy, měla začít s depilací nohou nebo podpaží. *Je možné, že nesoulad s estetickou normou odráží klienty, proto v pracovním prostředí nejde jen o soukromou záležitost*. Přesto jde o intimní výtku, proto by ji neměl sdělovat šéf s úředním výrazem ve tváři. Taktnější je, když požádáme kolegu nebo kolegyni, kteří se s dotyčnou osobou přátelí, aby jí při nějaké neformální příležitosti mimo kancelář naznačili, co se od ní očekává. Hodně záleží na vhodné formě. Lze říct například: „Všiml jsem si, že některým kolegům (nebo šefovi) vadí, že nepoužíváš deodorant. Nechci, aby si o tom začali povídat, a chtěl bych tomu – ve tvém zájmu – předejít.“ I drobné výtky, třeba i používání nadměrně intenzivního parfému, raději řešíme taktním upozorněním přes přátele.

## OVERDRESSED - UNDERDRESSED

Oblečení volíme podle příležitosti: slavnostní oblečení pro společenské příležitosti (formal dress, black tie), pro denní nošení do práce (business dress) a pro neformální příležitosti a volný čas (casual dress). *Jdeme-li na společenskou akci, musíme vědět, jaká je její úroveň, protože podle toho volíme stupeň společenského oblečení.* Hostitel na pozvánce obvykle uvede tzv. dress code, tedy pokyn, jak se obléct, abychom nevybočovali z normy. Často se tento pokyn uvádí jen pro muže a žena se mu přizpůsobuje, aby společně vytvořili souladný pár. Určit oblečení muži je totiž poměrně jednoduché, existuje jen několik málo standardů, kdežto určit oblečení ženě je obtížnější, protože žena má desítky možností, jak vyjádřit společenskou rovinu setkání. Jestliže hostitel uvede na pozvánce, že muž má přijít v černém obleku, a my máme doma smoking, nesmí nás ani napadnout, abychom se blýskli v tom nejlepším, co máme. *Jakékoli vybočení z normy je chyba, ať už jsme „overdressed“ (oblečeni ve vyšší společenské rovině), nebo „underdressed“ (oblečeni v nižší rovině, než předepsal hostitel).*

Etiketa není určena k tomu, aby nás omezovala, ale aby nám život usnadňovala a činila náš pohyb ve společnosti přirozeným a pohodlným. Budeme-li dobře oblečeni, v souladu se stylem ostatních účastníků, budeme se cítit lépe, než když přijdeme oblečeni zcela odlišně, výš nebo níž, než hostitel předepsal. Jsou exhibitionisté, kteří si zakládají na tom, že záměrně budou provokovat v odlišném úboru, ale to by gentlemana a dámu nemělo odradit. Budeme tolerantní k bohémům, kterým je souzeno se odlišovat, potřebují to, aby poutali pozornost okolí, musejí být výjimeční, jako je výjimečná jejich tvorba. Obyčejní smrtelníci by si z nich neměli brát příklad a měli by respektovat dress code předepsaný hostitelem.

Summit hlav států v Helsinkách počátkem devadesátých let. Prezident Havel vstupuje do sálu, kde začíná závěrečná recepce. V sále stojí padesát nejvyšších představitelů v černých oblecích, jen náš prezident a pár číšníků mají smoking. Většinu recepce strávil prezident na toaletě, nervózně kouřil, díval se na hodinky a čekal, až ta trýzeň skončí. Přitom proklínal šéfa protokolu, který mu dal špatnou instrukci.

Večeře s mexickým prezidentem na Pražském hradě o deset let později. V předsálí Španělského sálu probíhá aperitiv, osmdesát hostů očekává příchod prezidenta, všichni muži mají smoking. Dveře se otevírají a do sálu jednou nohou vstupuje prezident Havel v černém obleku. Stačí jediný pohled (a vzpomínka na Helsinky), noha se vrací a dveře se zavírají. Za dvacet minut vstupuje do sálu prezident ve smokingu.

## OBLEČENÍ PROZRADÍ OSOBNOST

Mimořádnou volnost mají v těchto pravidlech umělci – herci, výtvarníci, hudebníci. Jejich sociální role jim přikazuje vymykat se průměru, a tak jako na sebe poutají pozornost svým dílem, obvykle ji poutají i svým zevnějškem. Jejich osobnost odráží jejich často nekonvenční tvorbu, proto jim promineme roztodivné kreace, ve kterých vyrážejí do společnosti. Pohled na svět by byl šedý a jednotvárný, kdybychom nepřipustili výjimky pro bohémy a celebrity, ostatně tak tomu bylo vždy. Karel Hynek Mácha šokoval Pražany svým šarlatovým dlouhým pláštěm, George Sandová nosívala pánské oblečení a kouřila dýmku. Na politika nebo manažera máme ovšem přísnější požadavky. Konzervativním pojetím slavnostního oblečení rozhodně nic nezkazíme.

Dodržení určité roviny oblečení neznamená, že nemůžeme dát průchod osobitosti ve svém odívání; zvláště ženy mají nekonečné množství možností, jak naplnit očekávaný dress code. I muži, jakkoli jsou jejich možnosti mnohem menší než u žen, mohou překvapit zajímavým střihem, materiálem či vzorkem obleku, kravatou nebo doplňky. Nicméně pokud jde o oblečení do zaměstnání, tam se žádná kreativita neočekává. V Americe je firemní dress code symbolem loajality: „Přizpůsobil jsem se, patřím k týmu.“ V osobním životě a společenských aktivitách můžeme, ba měli bychom projevit svou individualitu.

Pozoruje to na sobě každý: *Jakmile se oblékneme do určitého druhu oblečení, přizpůsobíme se mu i svým chováním.* Žena kráčí jinak v džínách a jinak ve velké večerní, jinak sedí, volí jiná gesta. Oblečení je sice vnějšíkový prvek, ale velmi rychle ovládne i naše vnitřní ustrojení a vyladí naše chování do souladu s vnějším image.

Vážení čtenáři, právě jste dočetli ukázkou z knihy ***Malá kniha etikety odívání***.  
Pokud se Vám ukázka líbila, na našem webu si můžete zakoupit celou knihu.