

Komparativní sémiotická analýza značky Victoria's Secret a její rebranding

Bc. Zuzana Pavlíková

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Zuzana Pavlíková
Osobní číslo:	K23358
Studijní program:	N0414P180005 Marketingová komunikace
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Komparativní sémiotická analýza značky Victoria's Secret a její rebranding

Zásady pro vypracování

- Zpracujte teoretická východiska k tématu. Pozornost věnujte komunikaci v módním průmyslu a možnotem její analýzy z pohledu sémiotické analýzy.
- Stanovte metody práce, cíle a výzkumné otázky.
- Charakterizujte obecnou komunikaci značky Victoria's Secret v průběhu let.
- Proveďte sémiotickou analýzu vybraných segmentů specifikovaných módních přehlídek značky Victoria's Secret.
- Komparujte výsledky jednotlivých případových studií a zodpovězte výzkumné otázky.

Seznam doporučené literatury:

LAWES, Rachel. *Using Semiotics in Marketing: How to achieve consumer insight for brand growth and profits*. 2. aktualizované vydání. Kogan Page, 2023. ISBN 978-1-3986-0764-4
JIN, Byoungcho a Elena CEDROLA. *Fashion Branding and Communication: Core Strategies of European Luxury Brands*. Palgrave Pivot, 2017. ISBN 978-1-137-52342-6
CHANDLER, David. *Semiotics: The Basics*. 4. vydání. Routledge, 2022. ISBN 978-0-367-72653-9
WOLFE, G. Mary. *Fashion Marketing & Merchandising*. 5. vydání. Goodheart Willcox Co, 2019. ISBN 978-1-63563-145-6
ECO, Umberto. *Teorie sémiotiky*. Přeložil Marek Sedláček. Argo, 2009. ISBN 978-80-257-0157-7

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2025**
Termín odevzdání diplomové práce: **11. dubna 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 1. dubna 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Diplomová práce si klade za cíl komparativní sémiotickou analýzu dominantních prvků v jednotlivých segmentech módních přehlídek v letech 2016, 2018 a 2024. Teoretická část se věnuje komunikaci v módním průmyslu a jejím formám se zaměřením na komunikaci luxusního zboží, obalového designu, využití médií a významu vizuální komunikace. Druhá kapitola se zabývá aplikací sémiotické analýzy v módním průmyslu, přičemž rozebírá různé teoretické přístupy k sémiotickému zkoumání módy. Soustředí se na symboly a jejich význam ve vizuální komunikaci, přičemž zohledňuje možnosti využití analytických metod ve fashion marketingu, zejména v kontextu denotace a konotace. Praktická část práce obsahuje tři samostatné analýzy jednotlivých segmentů módních přehlídek, kdy se zaměřuje na interpretaci použitých prvků a jejich symbolický význam. V závěrečné části jsou tyto prvky komparovány s cílem identifikovat proměny vizuální komunikace v kontextu rebrandingu značky v roce 2024.

Klíčová slova: sémiotická analýza, značka, denotace, konotace, symbol

ABSTRACT

The thesis aims to conduct a comparative semiotic analysis of dominant elements in different segments of fashion shows from the years 2016, 2018, and 2024. The theoretical part focuses on communication in the fashion industry, examining its various forms with an emphasis on luxury brand communication, packaging design, media usage, and the significance of visual communication. The second chapter explores the application of semiotic analysis in the fashion industry, discussing different theoretical approaches to the semiotic study of fashion. It specifically examines symbols and their role in visual communication, considering the potential application of analytical methods in fashion marketing, particularly in the context of denotation and connotation. The practical part includes three independent analyses of selected fashion show segments, focusing on the interpretation of utilized elements and their symbolic meaning. In the final section, these elements are compared to identify transformations in visual communication within the context of the brand's rebranding in 2024.

Keywords: semiotic analysis, brand, denotation, connotation, symbol

Poděkování patří především vedoucímu práce, panu Ing. Mgr. Radimovi Bačuvčíkovi, Ph.D a paní Mgr. et Mgr. Marice Novákové, MBA, kteří dávali práci správný směr.

„Módu si můžete koupit, ale styl, ten musíte mít.“ — Coco Chanel

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 KOMUNIKACE V MÓDNÍM PRŮMYSLU.....	13
1.1 MÓDNÍ MARKETING.....	13
1.2 DRUHY KOMUNIKACE V MÓDNÍM MARKETINGU	13
1.2.1 Komunikace luxusního zboží	13
1.2.2 Komunikace skrze obal produktu.....	14
1.3 KOMUNIKACE ZNAČEK SKRZE RŮZNÁ MÉDIA	16
1.3.1 Tištěná inzerce	16
1.3.2 Instagram, Twitter	16
1.3.3 YouTube.....	17
1.3.4 Knihy.....	17
1.4 VIZUÁLNÍ KOMUNIKACE.....	18
1.4.1 Merchandising.....	18
1.4.2 Veletrhy.....	18
1.5 MÓDNÍ PŘEHLÍDKY	18
1.5.1 Týden módy	19
1.5.2 Modelky a modelové.....	19
1.6 KOLABORACE SE ZNÁMÝMI OSOBNOSTMI.....	19
1.7 REBRANDING.....	20
2 MOŽNOSTI SÉMOTICKÉ ANALÝZY V PROSTŘEDÍ FASHION MARKETINGU.....	21
2.1 ZNAK VE FASHION MARKETINGU	21
2.2 SYMBOLY V MÓDNÍM PRŮMYSLU A JEJICH VYUŽITÍ	22
2.2.1 Dvojitě kódování hodnot v módním průmyslu	22
2.2.2 Barvy	23
2.2.3 Užití symbolů ve vysoké módě	23
2.3 MOŽNOSTI UPLATNĚNÍ ANALYTICKÝCH PŘÍSTUPŮ VE FASHION MARKETINGU	25
2.3.1 Denotace a konotace	25
2.3.2 Paradigmatická a syntagmatická rovina.....	25
2.4 DŮLEŽITOST SÉMOTICKÉ ANALÝZY VE FASHION MARKETINGU	25
3 METODOLOGIE.....	27
3.1 VÝZKUMNÝ PROBLÉM	27
3.2 CÍL ANALÝZY A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	27
3.3 CHARAKTERISTIKA A ZPŮSOB VÝBĚRU VZORKU	28
3.4 ANALÝZA A JEJÍ APLIKACE	30

3.5	VÝHODY, NEVÝHODY A LIMITY VYUŽITÍ SÉMOTICKÉ ANALÝZY V MÓDNÍM PRŮMYSLU.....	33
II	PRAKTICKÁ ČÁST	35
4	VICTORIA´S SECRET	36
4.1	VZNIK A VÝVOJ SPOLEČNOSTI	36
4.2	VICTORIA´S SECRET FASHION SHOW	37
5	SÉMOTICKÁ ANALÝZA	39
5.1	VICTORIA´S SECRET FASHION SHOW 2016.....	39
5.1.1	The Road Ahaed	40
5.1.2	The Mountain Romance	49
	54	
5.2	VICTORIA´S SECRET FASHION SHOW 2018.....	56
5.2.1	PINK.....	57
5.2.2	The Flight of Fancy	64
5.3	VICTORIA´S SECRET FASHION SHOW 2024	74
5.3.1	Atelier.....	75
5.3.2	Unwrap The Magic.....	82
6	VYHODNOCENÍ	90
6.1	KOMPARACE.....	90
6.2	ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY	106
	ZÁVĚR.....	110
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	111
	KNIŽNÍ ZDROJE.....	128
	SEZNAM OBRÁZKŮ	137

ÚVOD

V módním průmyslu existuje široké spektrum značek, od nadnárodních korporací až po specializované ateliéry, kdy jejich společným propojovacím prvkem je snaha o efektivní komunikaci směrem k zákazníkům. Pro úspěšnost této komunikace je důležité porozumět cílové skupině a na základě toho zvolit odpovídající strategii. Ta zahrnuje nejen samotné formy prezentace, ale také promyšlený výběr vizuálních a verbálních prvků, jež zásadním způsobem ovlivňují vnímání značky. Právě tento komplexní charakter brandové komunikace je jeden z hlavních důvodů výběru tématu této práce.

Diplomová práce se zaměřuje na sémiotickou analýzu jednotlivých segmentů módních přehlídek značky Victoria's Secret, přičemž hlavním cílem je ukázat, jakým způsobem se proměnil vizuální styl a celková prezentace těchto přehlídek v souvislosti s rebrandingem značky. Teoretická část práce se věnuje specifikům marketingové komunikace v módním průmyslu a roli sémiotické analýzy v rámci fashion marketingu. Praktická část následně analyzuje konkrétní prvky vybraných segmentů módních přehlídek Victoria's Secret z let 2016, 2018 a 2024. Na základě této analýzy je v závěru provedena komparace vizuálních a symbolických prvků před a po rebrandingu, která poukazuje na hlavní změny.

V rámci práce byl využit ChatGPT od OpenAI pro následující účely: překlad textu z cizího jazyka, kontrola gramatiky a stylistiky, vyhledávání zdrojů. Veškeré úpravy byly autorkou zrevidovány a přebírá za ně plnou odpovědnost.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KOMUNIKACE V MÓDNÍM PRŮMYSLU

1.1 Módní marketing

Módní komunikace představuje klíčový prvek módního průmyslu, jelikož umožňuje efektivní identifikaci potřeb zákazníků a následnou tvorbu produktů a služeb, jež odpovídají jejich preferencím. Rovněž role designu, jenž reaguje na spotřebitelskou poptávku a také ji aktivně formuje, přispívá k diverzitě strategií v módním marketingu (Easey, 2009). V rámci odvětví se uplatňuje široké spektrum komunikačních přístupů reflektující dynamiku trhu a preference zákazníků.

1.2 Druhy komunikace v módním marketingu

V módní komunikaci je možné se setkat s přímou interakcí se zákazníky a s komunikací skrze produkty, jakými jsou oděvy vyráběné společnostmi. Za příklad lze uvést značku Victoria's Secret produkující spodní prádlo. Je tudíž patrné, že je zaměřena na ženy. Současně lze považovat za komunikaci společnosti cenu produktu, zvolenou distribuci, materiál oděvu, velikost vyrobených šatů a jejich značku ať už luxusního charakteru či běžné konfekce (Kapferer a Bastine, 2012, s. 255).

1.2.1 Komunikace luxusního zboží

Jelikož luxusní značka často komunikuje sama za sebe, měla by vnímat samu sebe jako médium, prostřednictvím kterého je komunikována její jedinečnost. Tento aspekt luxusu je silně originální a odlišuje jej od světa klasického spotřebního zboží, neboť komunikace luxusu není přímým sdělením ukazující výhody vlastnictví nebo nošení produktu (Kapferer a Bastine, 2012, s. 255). Příkladem může být kampaň značky Louis Vuitton, kdy pro prezentaci zvolila pouštní resortní město Palm Springs (Louis Vuitton). Na obrázku 1 je patrné, že dominantním prvkem fotografie pro kampaň byly produkty samotné značky, jež jsou typické rovněž pro svůj obal, neboť balení Luis Vuitton má své charakteristické prvky. Je inspirováno nejranějšími truhlicemi Maisonu, přičemž barva "Imperial Saffron" evokuje plavby do vzdálených zemí, zatímco historická barva VVN kůže je použita na vnitřní straně krabic (Louis Vuitton).



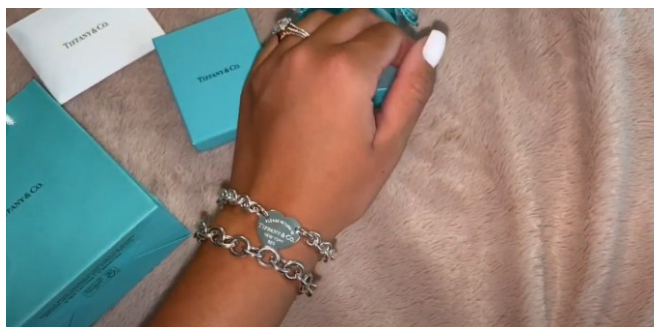
Obrázek 1 – Presentace kampaně (Louis Vuitton)

1.2.2 Komunikace skrze obal produktu

Nedílnou součástí komunikace hodnoty a exkluzivity značky je její obal. Tento přístup podtrhuje prestiž produktu a naplňuje psychologickou funkci obalu, jež zvyšuje v očích spotřebitele vnímanou hodnotu a posiluje emocionální propojení se značkou. Obal navazuje vztah se spotřebitelem a motivuje k opakovaným nákupům. Rovněž dodává produktu identitu, poněvadž nezabalený produkt je pro spotřebitele anonymní, cizí a nedůvěryhodný (Vysekalová, 2011, s.180).

Pečlivě navržený obal vytváří zážitek z otevírání, posiluje image a loajalitu. U luxusních produktů je rozbalování součástí značky – každý detail hraje důležitou roli, přičemž tento zážitek je často sdílen na sociálních sítích (viz obr. 2 [03:08]). Příkladem je značka Tiffany, jež je ikonická svou modrou krabičkou s bílou stužkou, která funguje jako její podpis. Typická barva značky Tiffany: Tiffany Blue, je chráněna ochrannou známkou. V mezinárodním vzorníku Pantone nese číslo 1837, neboť v tomto roce byla značka založena. Charakteristická barva značky Tiffany podporuje myšlenku, že konzistentní používání barev v brandingové strategii hraje klíčovou roli při budování silné identity značky na trhu. Barvy jsou tudíž mocným nástrojem ovlivňující vnímání spotřebitelů. Barva dokáže efektivně vyjadřovat osobnost značky a rezonovat s její cílovou skupinou. (Jsi modrá jako Tiffany Blue?, 2012; Between communication and sustainability: the importance of packaging in fashion © 2023; Gupta a Dingliwal, 2023).

Dalším podporujícím argumentem, že obal tvoří nedílnou součást produktu, je změna designu krabičky umělcem Danielem Arshamem (viz obr. 3). Daniel se rozhodl přistoupit k její interpretaci jiným způsobem, než jaký byl původně zamýšlen. Usiloval o to, aby objekt získal patinu a výraz historické kontinuity, které by podtrhly jeho ikonický status a nadčasovost – takovou, jež přetrvá desetiletí i staletí (Šlaich, 2021). V kontextu módního průmyslu však zůstávají neméně důležitým nástrojem pro komunikaci média, která zprostředkovávají veřejnosti informace o značce.



*Obrázek 2- Otevírání krabiček značky Tiffany
(Zdroj: Racic, 2020)*



*Obrázek 3– Transformace krabičky Tiffany umělcem Danielem
Arshamem (Zdroj: Šlaich, 2021)*

1.3 Komunikace značek skrze různá média

V rámci efektivní komunikace značky je klíčovým prvkem oslovení cílové skupiny a jejich seznámení se s nabízeným produktem. V módním průmyslu je tento proces realizován skrze marketingový mix skládající se z reklamy, vztahů s veřejností, digitálním marketingem a společenských akcí (Wolfe, 2019, s. 448).

Kvalitní komunikace je nezbytná pro vytvoření povědomí o produktu, jeho přínosech a pro podpoření rozhodování zákazníka k jeho pořízení. Tato komunikace je praktikována skrze kampaně různého rozsahu v odlišných médiích, přičemž nejpoužívanějším médiem je tištěná inzerce.

1.3.1 Tištěná inzerce

Tištěná inzerce představuje jeden z nejrozšířenějších komunikačních nástrojů v oblasti módy, kdy kupříkladu prosincové vydání amerického Vogue z roku 2008 obsahovalo 221 stran reklamy, kdy rovněž prosincové vydání Vogue z roku 2024 obsahovalo přes 180 stran s reklamou (Condé, 2024). Ačkoli inzerce bylo méně, je důležité zohlednit i fakt, že časopis byl stručnější. Dalším charakteristickým kanálem je národní tisk, v němž jsou reklamy tištěny černobíle (Posner, 2015, s. 161-162). Avšak v dnešní moderní společnosti jsou pro módní komunikaci důležitá sociální média.

1.3.2 Instagram, Twitter

Sociální média a internet zpřístupnily módní informace všem. Nadšenci objevují trendy a značky, zatímco firmy budují komunity a šíří svůj vliv globálně s minimálními náklady. Nejpoužívanějšími platformami v módním průmyslu jsou Twitter a Instagram.

- Twitter je známý pro svou možnost reálné konverzace, navazování kontaktů a vytváření trendů. Rovněž je typický hashtagy, jež jsou klíčem komunikace – od *#OOTD* po *#FashionWeek*, kdy tyto hashtagy vytvářejí společný příběh, který zve uživatele, aby se zapojili do konverzace (Verma, 2024).
- Instagram je vysoce vizuální reklamní kanál umožňující značkám ukázat zákulisí své činnosti a přiblížit se zákazníkům (Winter, 2023; Austin, 2013).

Přestože Instagram umožňuje nahrávání videí, dominantní platformou v tomto segmentu zůstává YouTube.

1.3.3 YouTube

YouTube byl důležitý v období pandemie, neboť přenášel módní přehlídky online. Přestože se přenosy módních událostí objevovaly již před pandemií, právě v období covidu se platforma YouTube stala klíčovým médiem pro módní značky, jelikož sehrála zásadní roli při realizaci prvního digitálního týdne módy. YouTube Fashion zaznamenal více než 12 milionů zhlédnutí na 80 přehlídkách haute couture a pánské módy. Vertikála YouTube.com/Fashion byla spuštěna v roce 2019 a má již 1,2 milionu odběratelů. Tato platforma nabízí divákům pohled z první řady na živý obsah z oblasti módy (Brown, © 2016). Součástí módní komunikace je také využívání alternativních médií, mezi něž se řadí i publikace v knižní podobě.

1.3.4 Knihy

Značka Tod's, jež byla založena na počátku 80. let, zvolila jako komunikační médium knihy. Skupina Tod's nedávno vydala čtyři knihy na mezinárodní úrovni. První dvě knihy, *Italian Touch* a *Italian Portraits*, obsahují svědectví Italů zachycených v jejich každodenním životě oslavující italskou estetiku a "la dolce vita". Další dvě sponzorované knihy oslavují italský styl prostřednictvím historických portrétů dvou světových ikon – princezny Diany a Jacqueline Kennedy. Tyto dvě knihy ilustrují nadčasový, klasický styl Tod's (Byoungho a Cedrola, 2017, s. 110-115). Módní komunikace zahrnuje nejen média, ale i retail a módní přehlídky.

1.4 Vizuální komunikace

1.4.1 Merchandising,

Jedním z nástrojů komunikace značky je vizuální merchandising, kdy tento přístup zahrnuje promyšlené uspořádání a prezentaci produktů, celkovou koncepci prodejního prostoru zahrnující rozmístění regálů, výloh a osvětlení. Klíčová je optimalizace estetického a funkčního uspořádání s cílem maximalizovat atraktivitu produktů, podpořit emocionální zapojení zákazníků a stimulovat prodejní výkonnost značky (Kulshreshtha, 2022).

Precizní vizuální merchandising vytváří inspirativní nákupní prostředí, neboť vizuální podněty, jakými jsou barvy, uspořádání a tvary, mohou mít vliv na emocionální reakce zákazníků, protože esteticky příjemné prostředí může vyvolat pozitivní pocity a zlepšit celkovou zkušenost z nakupování (Wijaya et al., 2020). Na podobném principu fungují rovněž veletrhy, jelikož se snaží o co nejlepší odprezentování produktů.

1.4.2 Veletrhy

Módní značky pro komunikaci využívají tzv. trade show (veletrhy), jež jsou určeny odborné veřejnosti. Veletrhy představují klíčovou platformu pro prezentaci módních kolekcí a poskytují prostor pro komunikaci s médii. Značky si nechávají vyrábět výstavní stánky pro veletrhy, čímž oslovují širší publikum napříč lokalitami. Tento model využívají i velké značky jako Tommy Hilfiger, Levi's či Calvin Klein. (Swanson a Everett, 2016, s. 333-368). Pro komunikaci nejen s odbornou veřejností módní značky aplikují módní přehlídky.

1.5 Módní přehlídky

Módní přehlídky jsou eventy, které prezentují nové kolekce designérů, učí spotřebitele kombinovat kousky a vytváří emocionální spojení s publikem. Event marketing je proto definován jako zinscenování zážitků, které mají za úkol vyvolat psychické a emocionální podněty skrze akce podporující image společnosti a jejich produktů (Bickle, 2011, s. 92; Šindler, 2003).

1.5.1 Týden módy

Módní přehlídky se pravidelně konají v rámci události nazývané „týden módy“, během které mají značky příležitost představit nové kolekce. Hlavní mezinárodní přehlídky designérů se konají dvakrát ročně v Londýně, Paříži, Miláně a New Yorku. Nicméně poskytují také velmi důležité PR a publicitu pro návrháře. Maloobchodníci mohou rovněž uspořádat módní přehlídku či speciální akci v rámci své PR kampaně, aby odměnili věrné zákazníky a sledující na sociálních sítích (Posner, 2015, s. 172-173).

1.5.2 Modelky a modelové

Módní přehlídky by se neobešly bez modelek a modelů, kteří efektivně prezentují designerské kousky. Typ přehlídky, cílové publikum a zboží určují, jaký typ modelů bude pro přehlídku použit (Swanson a Everett, 2016, s. 344-346). Modelky a modelové nemusí být angažovány pouze na jednorázovou módní přehlídku, ale mohou se stát dlouhodobými ambasadory značky. Taková spolupráce přispívá k posílení důvěryhodnosti značky a vytváří silnější emocionální propojení mezi značkou a jejím reprezentantem.

1.6 Kolaborace se známými osobnostmi

V módním průmyslu se rozlišují různí reprezentanti značky: ambassador, influencer a spokesperson. Ambassador je dlouhodobý podporovatel značky, který ji propaguje v souladu s obchodními cíli. Další osobou je influencer využívající svůj okruh sledujících k propagaci značky a přitahování pozornosti k jejím produktům a službám (Collier, © 2024). Třetím termínem je Spokesperson, kdy se jedná o osobu, často celebrity, která je vybrána na základě popularity a počtu sledujících. Spokesperson nosí módu nebo používá produkty značky. Je celosvětově rozpoznatelný a díky tomu vhodný mluvčí pro marketing, přičemž musí reprezentovat hodnoty a atributy značky. (Bickle, 2011, s. 107).

Cílem spolupráce s celebritymi je, aby se jejich prestiž a charisma spojily se značkou a posílily image a postavení značky na trhu. Správný výběr celebrity je klíčový. Index Davie-Brown (DBI) pomáhá reklamním agenturám a značkám posoudit vhodnost celebrity, přičemž hodnotí osobnosti na základě osmi kritérií zahrnující přitažlivost, viditelnost, vliv, důvěryhodnost, podporu značky, určování trendů, inspirativnost a povědomí. (Posner, 2015, s. 176-177).

1.7 Rebranding

Rebranding je chápán jako změna identity organizace a/nebo snaha změnit její image mezi externími stakeholdery. Tento proces bývá uskutečněn z několika důvodů: změna vlastnické struktury či změna korporátní strategie (Muzellec a Mary, 2006). Cíle rebrandingu jsou různé, od obnovení až po posílení či znovuvytvoření identity korporátní značky. Rebranding vyžaduje spoustu změn jak ve společnosti, tak u zákazníků firmy, aby přijali nový positioning značky na trhu. Tento proces zahrnuje nové definování poslání a hodnot společnosti a vytvoření nového obrazu firmy (Whitler, 2022). Proces rebrandingu může společnosti přinést značné výhody, avšak v případě, že změna není implementována konzistentně a postupně, existuje riziko negativních reakcí ze strany spotřebitelů. Tento proces může být efektivně podporován sémiotickou analýzou, která napomáhá určit správný směr.

Sémiotická analýza a její role v rebrandingu

Sémiotická analýza v rebrandingu odhaluje skryté významy těchto znaků v komunikaci značky, což napomáhá k porozumění zákaznickému chování a preferencím. Tento přístup zefektivňuje plánování a realizaci rebrandingu v souladu s tržními podmínkami a očekáváními cílové skupiny. Investoři pečlivě hodnotí informace a důvody spojené s rebrandingem. Jejich reakce na rebrandingové kampaně jsou ovlivněny tím, jak interpretují jednotlivé dimenze rebrandingu, a rovněž vnímanou nevyhnutelností tohoto kroku v kontextu konkurenčních faktorů. Z tohoto důvodu je nezbytná efektivní komunikace mezi firmou a jejími akcionáři (Zhao et al., 2018, s. 809).

2 MOŽNOSTI SÉMOTICKÉ ANALÝZY V PROSTŘEDÍ FASHION MARKETINGU

Sémiotika studuje znaky a jejich významy lišící se napříč kulturami a tvoří jazyk umožňující komunikaci. Vychází z předpokladu, že veškerá komunikace je založena na výměně znaků a jelikož člověk samotný je tvůrcem znaku, znak je podstatou veškeré lidské komunikace. Význam tedy není ničím jiným než interpretací vycházející z užití těchto znaků (Nekolný, 2004; Trampota a Vojtěchovská, 2012, s. 118-120; Eco, 2009).

Móda je také jazyk, skrze který je možné projevit myšlenky či názory. Balzac ve své knize *Dcera Evy* (1839) pozoroval, že oblečení je pro ženu trvalým vyjádřením jejich intimních myšlenek a symbolem její osobnosti. Módní jazyk zahrnuje oblečení, účesy, doplňky, šperky, make-up a tělesnou dekoraci. Některé příklady slovní zásoby a znaků v módě, jakým je neformální oblečení, jsou podobné neformálnímu jazyku, neboť jsou uvolněné, pohodlné a barevné, často obsahují to, co by se dalo nazvat slangovými výrazy jako džíny, tenisky, baseballové čepice (Lurie, 1981, s. 3, 4, 8). Ke správnému porozumění módnímu jazyku je klíčové objasnit, jaké znaky tento jazyk používá a jaký je jejich význam.

2.1 Znak ve fashion marketingu

V sémiotice je znak entitou reprezentující jiný objekt, přičemž může mít různé formy: slovo, obraz, zvuk, vůni, chuť, akci, událost, předmět-cokoli, co má potenci být interpretovatelné, avšak nic nemá vlastní význam: pro člověka se něco stává znakem, když je to interpretováno jako něco označující (Chandler, 2022, s. 2). Jiný náhled na znak, konkrétně ve fashion marketingu, nastiňuje Barthers, kdy hovoří, že znak je spojení signifikátora a signifikátu, tedy oblečení a módy/aktuálního trendu (Barthers, 1990).

Dle Saussure znak tvoří dvě části- signifikant (označující) a signifikát (označované). Signifikanty jsou fyzickou částí znaků – mohou to být zvuky nebo tvary slov. Signifikát je mentální koncept, ke kterému se signifikant vztahuje, je jeho významem. Společně tvoří znak (Saussure, 1986, s. 7-65). Při aplikaci této teorie na módní průmysl lze módní prvky vnímat a analyzovat jako signifikanty, tedy jako objekty zastupující či reprezentující hlubší významy. Například mužský límec nošený rozevřený a bez kravaty může být chápán jako signifikant – odkazuje na neformálnost nebo ležérnost. Sám o sobě neznamená žádnou z těchto věcí, ale zastupuje je. V tomto případě je ležérnost signifikát. Stejný límec, pokud

je zapnutý a doplněný kravatou, může být rovněž analyzován jako signifikant. V takovém případě reprezentuje formalitu nebo eleganci, přičemž právě tyto pojmy zde fungují jako signifikát (Barnard, 2002, s. 81-82).

Zkoumání módy zmíněných autorů se prolíná, neboť Barthersova práce představuje paradigmatický posun ve studiu módy – od sociologie k semiologii, v kontextu Saussorova rozlišení mezi *laungue* (jazykem jako systém) a *parole* (konkrétní promluva). Barthers vymezuje pojmy *dress* (oděv) a *dressing* (oblékání). *Dress* je definován jako institucionální realita jež není závislá na jednotlivci (Barthes, 1967), což odkazuje na Saussurův pojem *langue*. Naproti tomu pojem *dressing* (oblékání) označuje samotný akt, individuální aktualizaci obecného konceptu oděvu – odkazuje na pojem *parole* (Mikerina, 2016). Lze odvodit, že Barthers vnímal módu jako součást oděvu, přičemž módní oděvy kolektivní povahy představují jen institucionální prvek-nejsou určeny k nošení ale k prezentaci návrhu samotného. Móda je tedy *langue* bez *parole* (Barthers, 1967).

2.2 Symboly v módním průmyslu a jejich využití

Znaky jsou základem sémiotiky, která se zaměřuje na jejich významy. Symboly jsou klíčovým typem znaků. Pro lepší porozumění je třeba definovat pojem symbol. Symbol je znakový systém, v němž neexistuje vazba či podobnost mezi označujícím (signifikantem) a označovaným (signifikátem). Jeho význam je založen na konvenčním, či arbitrárním vztahu, který je nutné si osvojit prostřednictvím učení (Chandler, 2019). Symboly mají různou povahu a jsou využívány jak ve vysoké, tak v nízké módě.

2.2.1 Dvojité kódování hodnot v módním průmyslu

V rámci sémantiky zaměřující se na vztah mezi označujícím a označovaným (Doubalová, 2002), lze hovořit o fenoménu dvojitého kódování hodnot projevující se v módním průmyslu v rozdělení na vysokou a nízkou módu. Symboly módních objektů jsou kódovány různými způsoby podle kulturního a společenského kontextu, což vedlo ke komplexifikaci módních kódů a jejich interpretaci v závislosti na specifických normách. Módní produkty jsou výsledkem spolupráce návrháře, producenta, vizážisty a stylisty, jejichž interakce ovlivňuje kodifikaci a dekodování módních symbolů, čímž se vytváří simulační hodnota pomocí symbolického autorského podpisu – loga. (Hurova, 2009, s. 284). Nedílnou součástí nejen takového loga tvoří barvy.

2.2.2 Barvy

Barvy v módním průmyslu přitahují pozornost zákazníků a slouží jako prostředek neverbálního vyjádření a vytvářejí emocionální spojení s produktem. Studie společnosti Kissmetrics z roku 2010 odhalila, že 85 % spotřebitelů uvádí barvu jako hlavní důvod koupi produktu. Rovněž názvy barev zvyšují marketingovou atraktivitu a upozorňují na vlastnosti produktu. Pojmenování barev, jako je například „Flora“, vyvolává u spotřebitelů asociace a emoce (Divita a Brannon, 2015, s.149-150).

2.2.3 Užití symbolů ve vysoké módě

Studium symboliky ve fashion marketingu odhaluje význam barev, čísel a tvarů, jež značky používají k vyjádření identity. Pochopení těchto znaků pomáhá interpretovat příběh značky, například využití leopardího vzoru nebo symbolu perly. Leopardí vzor je jedním z nejvíce oblíbených a ikonických vzorů v historii módy. Dle slovníku symbolů od Uda Beckera, leopardí vzor představuje agresivitu, hrdost, sílu a plodnost. Jedna ze značek aplikující leopardí vzor je Dolce&Gabbana (viz obr. 4), jež v šatech odráží ženskost a sílu. Jiným často aplikovaným symbolem je perla. Perlový náhrdelník se stal ikonickým prvkem v díle Coco Chanel (viz obr. 5). Tento doplněk zdůrazňuje eleganci módy Chanel. Becker perlu označuje za čistě ženský symbol vyzařující čistotu, drahocennost a pro svou kulatost jako symbol dokonalosti, což odpovídá značce Chanel, jež je známá svou dokonalostí a drahocenností. (Módní ikonografie: Symboly a vzory, které se staly kultovními v módním světě, © 2025; Becker, 2002). Symboly lze vnímat nejen jako objekt, ale také jako symbol, přičemž klíčovou roli v tomto procesu hrají denotační a konotační významy.



Obrázek 4-Vyobrazení leopardího vzoru na modelu (Zdroj: Dolce&Gabbana)



Obrázek 5-Perlový náhrdelník Gabčík (Zdroj: Franco Shops)

2.3 Možnosti uplatnění analytických přístupů ve fashion marketingu

2.3.1 Denotace a konotace

Denotace je označována jako první stupeň významu nebo doslovný význam slov či obrázků (Fiske, 1990). Odkazuje na faktické vlastnosti objektu, například kabelku z pravé kůže či muže v bundě držícího hůl. Denotace je odpovědí na otázku: "Co je to za obrázek?" Je to to, co obrázek obsahuje (Barnard, 2002, s. 84-86).

Na rozdíl od denotace konotace představuje sekundární významy, asociace, myšlenky a pocity, které slovo nebo obraz vyvolává. Slova a obrázky evokují odlišným lidem různé představy a emoce. Kupříkladu jedna reklamní kampaň pro značku čokolády využila konotací bavlny a hedvábí v kontrastu, zatímco ukazovala divákovi čokoládově zbarvené šaty od značky Dior (Barnard, 2002, 84-86). Na konotativní úrovni jazyk přebírá regulační roli, zcela podřízenou sémantickým cílům: móda „mluví“ pouze do té míry, do jaké chce být systémem znaků. Nicméně na konotativní úrovni je její role odlišná: rétorika se otevírá světu – skrze ni je svět v módě přítomen jako lidská produktivní síla v abstraktním smyslu souborů, důvodů a ideologií. Ačkoliv rétorika analyzuje systém znaků na denotativní úrovni, tak prostřednictvím rétoriky móda komunikuje se světem, podílí se na odcizení a na určitém smyslu pro lidskost (Barthers, 1990, s. 277-278).

2.3.2 Paradigmatická a syntagmatická rovina

Konotace zahrnuje binární opozice, paradigmatickou rovinu, zaměřující se na výběr znaků a syntagmatickou rovinu, jež analyzuje způsob uspořádání znaků, například pořadí slov nebo uspořádání na fotografii. (Trampota a Vojtěchovská, 2012, s. 122).

2.4 Důležitost sémiotické analýzy ve fashion marketingu

Sémiotická analýza je v módním průmyslu klíčová pro propojení autorova vyjádření se symboly, které obsahuje. Znaky jsou nezbytné pro účinnou komunikaci ve fashion marketingu, jež se neustále vyvíjí a přizpůsobuje novým trendům a kulturním změnám. Sémiotika je tak neoddělitelnou součástí studia módy, zejména pro analýzu diskursů v digitálním prostoru a porozumění spotřebitelským praktikám (Boero, 2023, s. 15-16).

Ve fashion marketingu sémiotická analýza pomáhá porozumět symbolickému jazyku luxusních produktů a ovlivňuje vnímání značky, postoje spotřebitelů a jejich nákupní rozhodování. Módní sémiotika se zaměřuje na analýzu komunikace a marketingu v oblasti haute couture, přičemž výlohy obchodních domů představují ideální prostor pro integraci vizuálních prvků. Značky jako Dolce & Gabbana, Fendi či Gucci hojně využívají výlohy v rámci svých reklamních kampaní a vizuální komunikace (Ligas a Crepaldi, 2013).

Značky nabízejí významy, které se propojují s hodnotami lidí, což usnadňuje jejich identifikaci. Sémiotika pomáhá interpretovat společenský kontext značky a umožňuje vědomé čtení podvědomých vjemů, které spotřebitelé často nedokážou formulovat. Tím poskytuje cenný insight pro marketingové strategie a komunikaci (Růžicková, 2013).

3 METODOLOGIE

V následující kapitole jsou popsány metody výzkumu, jejich limity, způsob a důvod výběru vzorku.

3.1 Výzkumný problém

Rebranding značky Victoria's Secret vyobrazuje posun od tradičního ideálu krásy směrem k inkluzivnějšímu zobrazení různých tělesných typů. Značka byla dříve známá modelkami s uniformní postavou a díky tomu později čelila kritice a poklesu popularity. Rebranding zahrnoval plus size a transgender modelky a širší nabídku velikostí. Analýza rebrandingu odhaluje reakci značky na měnící se společenské normy a její přizpůsobení komunikace a produktů hodnotám inkluzivity a rovnosti.

3.2 Cíl analýzy a výzkumné otázky

Cílem práce je provést sémiotickou analýzu segmentů módních přehlídek značky Victoria's Secret a na základě identifikovaných dominantních prvků porovnat jejich vývoj před a po rebrandingu, konkrétně v letech 2016, 2018 a 2024.

Účel práce: Pochopení symboliky a identifikace důvodů zvolených prvků v segmentech módních přehlídek značky Victoria's Secret.

Výzkumné otázky:

VO1: Jaké vizuální prvky, motivy a témata převládaly v segmentech Victoria's Secret Fashion Show v letech 2016, 2018 a 2024?

VO2: Jaké konkrétní prvky Victoria's Secret Fashion Show z let 2016, 2018 a 2024 na sebe vzájemně odkazují?

VO3: Jak se změnila v kontextu sémiotiky Victoria's Secret Fashion Show po rebrandingu značky?

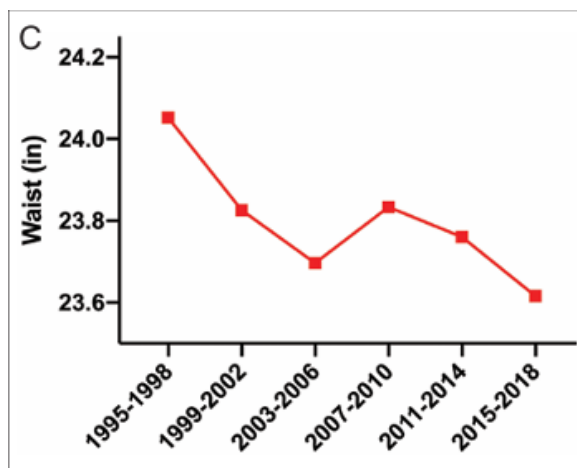
3.3 Charakteristika a způsob výběru vzorku

Práce analyzuje data segmentů tří módních přehlídek z let 2016, 2018 a 2024, přičemž pojmem segment se rozumí konkrétní tematická část módní přehlídky nesoucí specifický název. V roce 2016 dosáhla značka nejvyššího celosvětového prodeje ve své historii přesahujícího sedm milionů amerických dolarů (viz obr. 6). Vysoké prodeje svědčí o pochopení cílové skupiny a efektivním naplnění jejich preferencí.



*Obrázek 6-Graf zobrazující prodeje značky Victoria's Secret
(Zdroj: Statista Research Department, 2024)*

Současně značka odrážela kulturní hodnoty a normy, podle nichž byla štíhlá postava ženy považována za ideál a standart krásy, kdy tento trend byl reprezentován právě modelkami Victoria's Secret. Obdiv vzbuzovala především jejich vysoká, štíhlá postava, bujné poprsí a vosí pas. (Ob Care, © 2016). Což ostatně ukazuje graf, který je ze studie z listopadu roku 2019 hovořící o trendu modelek značky Victoria's Secret: na grafu je patrné, že především na ženský pas byly kladeny nemalé nároky (Maymone et al., 2019).



Obrázek 7-Graf zobrazující ideální ženský pas v palcích
(Zdroj: Maymone et al., 2019)

V uvedeném období došlo k významné transformaci ideálu ženské krásy projevující se zejména na stránkách módních časopisů. Na jedné straně stále přetrvávaly fotografie modelek Victoria's Secret, jejichž postavy odpovídaly tradičnímu ideálu štíhlosti, zatímco na straně druhé se začaly objevovat fotografie plus-size modelek, v čele s Ashley Graham (Osičková, 2019). Tento posun měl zásadní dopad na vnímání značky a zároveň se odrazil v prohlášeních tehdejšího marketingového ředitele Eda Razeka, který reagoval na rostoucí tlak na diverzitu a inkluzivitu v módním průmyslu. V roce 2018 Ed Razek v rozhovoru uvedl, že na Victoria's Secret Fashion Show by neměly vystupovat plus-size a transgender modelky, neboť přehlídka představuje "fantazii" (Cadenas, 2019). Tato vyjádření vyvolala významnou kritiku, jelikož byla vnímána jako diskriminační a posilující zastaralé standardy krásy. Posléze se snížila sledovanost přehlídky, kdy v roce 2001 ji sledovalo 12 milionů diváků a v roce 2018 už jen 3,3 milionu, což byla nejnižší sledovanost v historii značky. Tento pokles lze přičíst změnám v preferencích spotřebitelů, rostoucí konkurenci a růstu značek zaměřených na inkluzivitu.

Na rozdíl od roku 2016, který byl zvolen pro analýzu na základě rekordních prodejů a vysoké popularity značky, rok 2018 byl vybrán kvůli poklesu prodejů a snižující se sledovanosti módní přehlídky. Tento kontrast ukazuje, jak se vnímání značky změnilo v průběhu času, přičemž v roce 2016 byla značka považována za velmi oblíbenou, zatímco v roce 2018 její popularita začala klesat. Lidé se začali otáčet k celé přehlídce zády. A to se odrazilo na číslech sledovanosti. (Victoria's Secret přehlídka 2018 měla nejnižší sledovanost v historii, 2018).

Rok 2024 byl vybrán skrze obnovení módní přehlídky a realizovaný rebranding reflektující principy inkluзивity a diverzifikace v kontextu současné společnosti. Jedním z nejvýraznějších projevů těchto změn jsou právě módní přehlídky, které dnes představují rozsáhlejší spektrum modelů napříč rasami, tělesnými typy, věkovými kategoriemi i genderovými identitami. Tento trend signalizuje odklon od tradičních standardů krásy směrem k inkluзивnějšímu pojetí vyzvuhující jedinečnost každého jednotlivce (Eurostock, 2024).

3.4 Analýza a její aplikace

Analýza je provedena na vybraných segmentech Victoria's Secret Fashion Show. Pro analýzu byla aplikována metodologie Rolanda Barthesa zahrnující dvě úrovně označování: denotaci a konotaci.

Na denotativní úrovni jsou zkoumány prvky, které jsou na první pohled přímo vnímatelné, tedy vizuálně explicitní aspekty, jako jsou barvy, kamerové záběry, střihy a postavy modelek. Na konotativní úrovni je zkoumána symbolika prvků a jejich propojení v kontextu segmentu. Veškeré prvky jsou analyzovány výhradně v kontextu jednoho konkrétního segmentu. Tento přístup je klíčový pro detailní sémiotickou analýzu, jejíž výstupy umožňují porovnat jednotlivé prvky a odhalit jejich změny či kontinuitu po rebrandingu značky. Prvky, objevující se v rámci jednoho segmentu, jsou specifické pro segment a nesouvisí s jinými segmenty, což zajišťuje jasnost a konzistenci analýzy. Na následujících řádcích je detailní popis zkoumaných prvků a důvod jejich výběru.

Zkoumané prvky na denotativní a konotativní úrovni:

- barvy na modelech a jejich souvislost se segmenty, jelikož barvy jsou silným nástrojem vizuální komunikace (signalizace akce, ovlivnění nálady, vyvolání fyziologické reakce). Jsou analyzovány i v kontextu jejich vnímání v různých kulturách po celém světě (Cherry, 2024).
- materiály modelů odrážející kvalitu modelu a případnou vazbu na konkrétní segmenty.
- chůze modelek, jejich gesta a případná návaznost gest na téma segmentu či písne, neboť používání gest může lidem pomoci vytvářet jasnější myšlenky, komunikovat stručněji a používat více deklarativní jazyk (The University of Texas Permian Basin, 2025).

- styling vlasů a make-up, kdy u vlasů je kladen důraz na délku, barvu a celkový styling a u make-upu se hodnotí, zda líčení vyzařuje výrazný charakter, nebo je spíše jemné a nenápadné. Styling vlasů a make-up jsou nezbytné pro rámování módních kolekcí. Jedná se o klíčové prvky dávající celému představení život. Perfektní make-up a promyšlené účesy zajišťují podporu a zdůraznění zamýšleného konceptu kolekce (Chadderton, 2024).
- hudba, specificky její rytmičnost a dynamika, neboť hudba hraje klíčovou roli při formování nálady, napomáhá propojit vizuální prezentaci kolekce s celkovým vyzněním přehlídky. To je jeden z hlavních důvodů, proč přehlídky často využívají hudbu k vyprávění příběhu segmentu, rovněž hudba vyvolává emoce a umocňuje atmosféru přehlídky (Peralta, 2021; Sargentone, 2022). V hudební analýze jsou také sledovány synchronie a asynchronie – tedy situace, kdy divák vidí nebo nevidí původce promluvy.
- postavy modelek, jejich věk a tělesný typ, zejména v kontextu rostoucího trendu plus-size modelek a důrazu na diverzitu a inkluzivitu. Tento trend je podporován návrhářkami, jako je Sinéad O'Dwyer, jež je známá pro začlenění handicapovaných a plus-size modelek do svých kolekcí (Straková, 2025). Cílem této analýzy je zjistit, zda a jak se značka přizpůsobila těmto trendům.
- pohyb kamery a střih, jelikož pohyb kamery vylepšuje vyprávění, vytváří emocionální dopad, zvyšuje vizuální zájem a poskytuje prostorové povědomí, což zajišťuje dynamický a plynulý přenos informací divákovi (12 typů pohybů fotoaparátu pro zlepšení vašich filmových dovedností, 2024).
- osvětlení a speciální efekty jsou analyzovány jako nástroje pro určení tónu celé události, protože osvětlení je klíčové pro vyprávění příběhu a vytváření atmosféry (Surging Fashion, 2024).
- LED obrazovky módní přehlídky slouží k zobrazení loga značky, konceptu designu nebo tematických prvků, čímž vytváří zážitek pro diváky. Když modelka kráčí po přehlídkovém mole, pozadí funguje jako kulisa zdůrazňující módní styl a designový charakter oděvů (Bibiled, 2024). Specificky jsou analyzovány symboly a motivy, přičemž zvláštní pozornost je věnována jejich symbolice. Cílem je zjistit, jak jsou tyto prvky propojeny s celkovým vyprávěním a jak přispívají k vytváření určitého významu v rámci celého segmentu.

Ke každému segmentu jsou připojeny fotografie či screenshoty z módních přehlídek, přičemž čísla v hranatých závorkách [xx] označují časový úsek, kdy byl snímek pořízen. Vzhledem k tomu, že se jedná o sémiotickou analýzu zaměřenou primárně na vizuální prvky, je práce na obrazovém materiálu téměř závislá, což vysvětluje jeho značné zastoupení.

K zamezení subjektivity slouží odkazy v konotativní analýze, zároveň podporují argumentaci. Pokud odkazy chybí, analýza vychází z předem propojených a doložených informací. Zkoumané prvky, jako je propojení názvu s hudbou, syntagmatická a paradigmatická rovina či binární opozice, jsou aplikovány na konkrétní přehlídku - tzn. znalosti o daných jevech jsou identifikovány v rámci přehlídky a následně interpretovány.

Komparativní analýza

Komparativní analýza umožňuje detailně analyzovat komplexní situace a vysvětlit, proč v některých případech dochází ke změnám, zatímco v jiných ne (Simister a Scholz, 2017). V denotativní rovině jsou pro komparaci vybírány prvky na základě jejich podobnosti nebo rozdílů, přičemž cílem je identifikovat, co zůstalo po rebrandingu nezměněno a co se změnilo. V rámci konotativní analýzy jsou prvky rovněž analyzovány v kontextu rebrandingu, což zahrnuje interpretaci jejich významů a zkoumání, jak se tyto významy promítají do dalších let, jak se případný symbolismus změnil a jak značka reflektuje tehdejší i současnou společnost. Data jsou porovnávána primárně v tabulkách, která ukazují rozdílné a společné prvky mezi jednotlivými segmenty módních přehlídek, přičemž je kladen důraz na komparaci využitých prvků v segmentech před rebrandingem v letech 2016, 2018 a po něm v roce 2024. V rámci analýzy jsou roky 2016 a 2018 sloučeny pro detailní studování změn vyplývajících z rebrandingu značky v roce 2024.

Současně byla vytvořena tabulka na detailní komparaci prvků, které jsou stejné/velmi blízké ve všech segmentech, kdy byly komparovány právě ve dvou různých rovinách konotace a denotace. Informace, které chybí k určitým symbolům a prvkům v analýze segmentů lze tudíž nalézt v komparativní analýze, přičemž je u každého obrázku napsáno, ke kterému segmentu obrázek patří.

3.5 Výhody, nevýhody a limity využití sémiotické analýzy v módním průmyslu

Limitem a nevýhodou analýzy může být selektivní přístup k důkazům, které podporují konkrétní teorie. To vzbuzuje otázku, do jaké míry jsou výsledky objektivní a do jaké míry odrážejí subjektivní pohled badatele. Výsledky analýzy tedy nelze považovat za reprezentativní vzorek (Fiske, 2002). Vzhledem k tématu se analýza zaměřuje na subjektivní postoj badatele k módě, přičemž jeho názory na styl oblékání mohou ovlivnit výběr analyzovaných prvků. Každý badatel může klást důraz na jiné aspekty. V kontextu módy by alternativou k sémiotické analýze mohla být sociální analýza, která se soustředí na společenské problémy v rámci vymezených tematických oblastí. Jejím cílem je porozumět sociálním jevům, identifikovat trendy a zkoumat jejich dopad na společnost (Sociální analýzy a výzkum, ©2023). V tomto případě by se analýza zaměřila především na to, jak značka reflektuje kulturu a sociální situace v kontextu rebrandingu, jak ji vnímala před ním a jak je vnímána po něm.

Zatímco se sémiotická analýza zaměřuje na interpretaci znaků a symbolů v módním průmyslu, sociální analýza nabízí širší pohled na aktuální společenská témata a jejich odraz v módě. Pomáhá pochopit, jak móda reflektuje sociální změny a problémy. Další možností by byla diskurzivní analýza, která by propojením sémiotické analýzy a kulturního kontextu ukázala, jak zkoumané prvky v sémiotické analýze komunikují různé socio-kulturní hodnoty, jako jsou diverzita a inkluзивita. Diskurzivní analýza by rovněž pomohla odhalit, jak módní značky využívají jazyk a obrazovou reprezentaci k budování své identity a jak určité diskurzy odrážejí kulturní trendy (Vašát, 2008, s. 103-104). V kontextu rebrandingu by diskurzivní analýza hrála významnou roli, neboť proces rebrandingu značky Victoria's Secret byl motivován potřebou reagovat na změny ve společenských očekáváních, což by tato analýza mohla ukázat. Avšak rovněž jako při sémiotické analýze by byla diskurzivní analýza ovlivněna osobními názory výzkumníka, což by mohlo vést k neobjektivnímu pohledu na zkoumanou situaci. Současně vyžaduje značné úsilí a teoretické znalosti. (Vašát, 2008, s. 101, 106). V módním průmyslu se může jednat o znalosti týkající se ideálů krásy a otázek inkluзивity, a to jak na módních přehlídkách před rebrandingem, tak i po něm.

Navzdory možnostem jiných analýz, které byly zvažovány jako potenciální alternativy, byla i přesto upřednostněna sémiotická analýza, neboť sémiotika se stejně tak podílí na vytváření a umístování (či repositioningu) značky v sociokulturním kontextu, který odpovídá obrazu, jenž značka chce komunikovat. V módním průmyslu to znamená styl a střih modelů, které značka vyrábí a jimiž komunikuje. Sémiotika se také věnuje hluboké kulturní analýze, jež odhaluje konkrétní významy slov a obrazů pro spotřebitele v různých demografických skupinách. Tento proces přispívá k návrhu lepších reklam, obalů a atraktivnějších značek. Současně napomáhá objasnit, proč zákazníci reagují určitým způsobem na marketingovou komunikaci a předpovědět tyto reakce (Lawes, 2020). Sémiotická analýza přispívá k odhalení důvodů, proč značka využívá určité symboly a motivy na modelech, a jak skrze ně oslovuje svůj cílový segment. Umožňuje pochopit, jak značka komunikuje své hodnoty a poselství, a sledovat vývoj komunikace před a po rebrandingu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 VICTORIA´S SECRET

Victoria's Secret je oficiálně známá jako Victoria's Secret & Co (dále VS&Co). Jedná se o amerického maloobchodníka specializujícího se na rozsáhlý sortiment podprsenek, kalhotek, pohodlného nočního prádla a plavek. Kromě toho společnost vyrábí prestižní vůně a produkty péče o tělo. VS&Co. zahrnuje přední značky na trhu, mezi které patří Victoria's Secret a Victoria's Secret PINK, jejichž společným cílem je podporovat ženy ve veškerých aspektech jejich života. Dále značku Adore Me, technologicky orientovanou digitální inovativní značku intimního prádla zaměřující se na ženy všech velikostí ve všech fázích jejich života (Victoria's Secret & Co, 2023). Victoria's Secret si po dlouhá léta udržovala vedoucí postavení na trhu spodního prádla díky svým ikonickým modelům a charakteristickým křídům, jež nosily ambasadorky značky, známé jako „andělci“. Značka se rovněž vyznačovala typickými módními přehlídkami, které byly doplněny živými vystoupeními vytvářející jedinečnou atmosféru.

4.1 Vznik a vývoj společnosti

Společnost Victoria's Secret byla založena v roce 1977 americkým podnikatelem Royem Raymondem a jeho ženou Gayle v Kalifornii. Roy se inspiroval osobními zkušenostmi, kdy při pokusech o koupi kvalitního spodního prádla pro svou ženu zjistil, že v obchodech se necítí být vítán a nabídka byla nedostatečná. Chtěl vytvořit značku, která by zatraktivnila nakupování spodního prádla pro muže. Navzdory této skutečnosti se značka později vyvinula v ikonickou značku pro ženy (Victoria's Secret & Co., 2023).

Pojmenování značky, "Victoria's Secret", mělo za cíl evokovat tajemství, eleganci a exkluzivitu. Inspirovalo se viktoriánskou érou, jež byla známá svým důrazem na ženskost, noblesu a přísnými společenskými normami. Název "Victoria" symbolizuje eleganci a historickou krásu, zatímco "Secret" odkazuje na soukromí a tajemství, což bylo v souladu s povahou spodního prádla. Tento název kontrastoval s tehdejšími neosobními názvy obchodů se spodním prádlem, a stal se záměrným odklonem k sofistikovanosti a oslavě ženskosti (Hardy, 2023).

Roy Raymond se rozhodl pro otevření obchodu spodního prádla, ve kterém by se i muži cítili vítáni, jelikož v tehdejších obchodech byly prodavačky vyškolené věnovat se ženám. První kamenný obchod byl otevřen v San Franciscu, kdy za první rok značka vydělala okolo 500 tisíc amerických dolarů. V roce 1982 bylo otevřeno dalších šest kamenných obchodů, tentýž rok začal prodej i přes katalog (Nesterenko, 2023).

Po finančních problémech Roye Raymonda koupil společnost Victoria's Secret americký podnikatel Leslie Wexner. Pod jeho vedením prošla značka proměnou. Obchody získaly elegantní atmosféru s klasickou hudbou. Krajkové prádlo bylo vystaveno pod jemným osvětlením. Tyto změny vedly k výraznému růstu prodejů a v roce 1995 dosáhla Victoria's Secret obrátu 1,9 miliardy dolarů. S dalším zlepšováním image se značka stala jednou z nejoblíbenějších na světě a její příjmy dosáhly téměř 5 miliard dolarů (The Tragic Story Behind Victoria's Secret, 2017; Skin Story: The Brand Development of Victoria's Secret, ©2025).

4.2 Victoria's Secret Fashion Show

Během let popularita značky rostla přičiněním jejich ikonických Victoria's Secret Fashion Show (dále jen VSFS). Módní přehlídka začala v roce 1995 jako nová marketingová strategie, přičemž primárním cílem bylo upozornit na nové a luxusní spodní prádlo prestižní značky prostřednictvím přehlídky. První módní přehlídka se konala v hotelu Plaza v New Yorku. Akce samotná byla považována za marketingový úspěch, jelikož přitáhla velkou pozornost médií a pomohla upevnit image značky jako lídra v oblasti luxusního spodního prádla (WWD Staff, 2004).

Společnost čelila obtížím při výběru modelek pro svou první módní přehlídku, neboť předvádění spodního prádla bylo spojováno s negativními asociacemi, vnímanými jako sexualizace ženského těla, přičemž modelky byly často redukovány na objekty. Značka rychle změnila svou image prostřednictvím efektivního marketingu a redefinice ženské krásy. Přehlídka měla ukázat, že spodní prádlo není jen pro každodenní nošení, ale i pro módu a zábavu. První show byla skromná, s modelem v úsporných kalhotkách a lesklých podprsenkách. V roce 1996 se přehlídka zlepšila díky zdokonalení v nasvícení a produkci.

V roce 1997 byla uvedena ikonická kolekce Angel a o rok později se na mole objevila symbolická andělská křídla, jež se stala charakteristickým prvkem přehlídky. V roce 1999 byla přehlídka poprvé přenášena online, což pomohlo značce využít digitalizaci a rozšířit svůj dosah. V roce 2001 byla poprvé vysílána živě v televizi, což vedlo k obrovskému zájmu médií. Mezi lety 2001 a 2018 se stala pravidelnou součástí televizního vysílání. Po skandálech a změnách ve společnosti byla přehlídka v roce 2019 zrušena, protože její ideál krásy už nebyl v souladu se současnými trendy (Greene, 2024).

5 SÉMIOLOGICKÁ ANALÝZA

Segmenty módních přehlídek, jež jsou předmětem analýzy, jsou volně dostupné na streamovací platformě YouTube. Každý záznam přehlídky značky Victoria's Secret je charakteristický začleněním záběrů ze zákulisí, jež částečně dokumentují proces přípravy modelek, včetně jejich převlékání nebo chaosu, který se v zákulisí vyskytuje. Rovněž jsou zachyceny momenty, kdy modelky vstupují na molo, jak moc si práce pro značku cení a jakým způsobem musely na sobě pracovat, aby se dostaly na vrchol své kariéry. Některé záznamy obsahují záběry z konkurzů.

5.1 Victoria's Secret Fashion Show 2016

Módní přehlídka Victoria's Secret 2016 se konala 30. listopadu v Paříži, konkrétně v ikonickém Grand Palais (Victoria's Secret Fashion Show 2016, 2016). Samotná přehlídka trvala 50 minut, přičemž na jejím začátku diváci mohli vidět ikonický pohled na Eiffelovu věž. Segmenty této přehlídky nesly následující názvy: The Road Ahead, Mountain Romance, Pink Nation, Secret Angel, Dark Angel a Bright Night Angel.

Pro účely analýzy byly vybrány segmenty The Road Ahead a Mountain Romance z několika důvodů. Segment The Road Ahead je zajímavý skrze využití vícero písní, které navíc nejsou zpívány živě, což je neobvyklé, protože v ostatních segmentech bývá zpravidla vybrána pouze jedna skladba, která je prezentována interpretem. Dále obsahuje výrazné symboly, které odkazují na asijskou a latinskoamerickou kulturu přidávající přehlídce multikulturní rozměr. Naproti tomu segment Mountain Romance vyniká živým zpěvem jediné písně, zatímco modelky v něm představují modely inspirované tradičními kroji horských oblastí, což podtrhuje tematickou konzistenci a estetiku tohoto segmentu.

5.1.1 The Road Ahead

Segment zahajuje celou Victoria's Secret Fashion Show roku 2016 a vystřídalo se na ni 17 modelek, přičemž byly zahrnuty tři písně. Z počátku byla využita píseň Vertigo od skupiny U2, následovala píseň Uptight - Stevie Wonder a jako třetí byla využita píseň Animal od zpěvačky Ke\$ha.

Úvodní část segmentu je realizována kontinuálním záběrem z backstage, kdy jako první vstupuje na molo modelka Elsa Hosk. Při vyslovení čísla čtrnáct se otevrou LED obrazovky a Elsa Hosk za doprovodu hudby zahajuje přehlídku. Následuje záběr do zákulisí přehlídky, což odpovídá charakteristickému stylu prezentace této značky poskytující divákovi pohled na přípravu modelek.

Denotace

Segment kombinuje a vyzdvihuje různé kultury po světě. Na jeho začátku je odkazováno primárně na asijskou kulturu a poté na kulturu latinskoamerickou, přičemž barvy segmentu jsou výrazné a barevné.

Hudba

Z hlediska hudební analýzy je v segmentu patrná asynchronie – ačkoli je hudba slyšitelná, interpret není vizuálně přítomen. V první polovině segmentu je vokální složka zajištěna mužským interpretem, zatímco v druhé polovině přechází do vokálu ženského. Hudba je charakteristická vysokou mírou rytmičnosti a dynamiky. Text všech třech písní je interpretován v anglickém jazyce, přičemž je možné chvílemi slyšet jazyk španělský.

Modely

Barevnost a střih	-tyrkysová, modrá, růžová, fialová, hnědá, béžová -střih: push-up podprsenky, brazilky s nízkým pasem
Motivy/symboly	-draci, čínské znaky, květiny, barevné kosočtverce, geometrické tvary
Doplňky/křídla	-čínský drak na modelce jménem Elsa Hosk: prvek je obmotán kolem jejího těla a je zakončen hlavou s otevřenou pusou. (viz obr. 9) -pláště, třásně, sukně, doplňky na zádech -šperky z bavlnek, provázků -obuv na vysokém podpatku, látka protáhnutá až ke stehnům (viz obr. 8)
Materiály	-krajky na spodním prádle, peří, hedvábí, jemný len, lehká ocel, plast -třpytivé, lesklé, zlaté elementy



Obrázek 8-Modelka na VSFS 2016
(Zdroj: Gerstein, 2016)



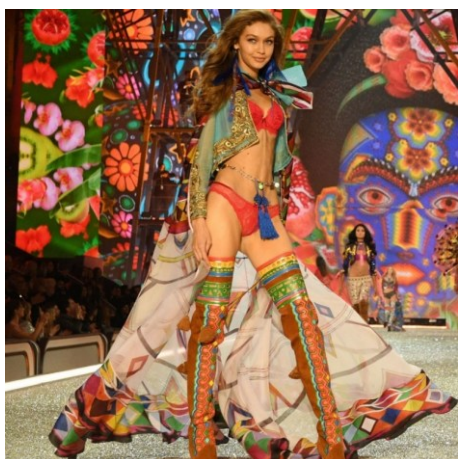
Obrázek 9- Elsa Hosk na VSFS 2016 (Zdroj: Gerstein, 2016)

Modelky

Styling vlasů, líčení	-vlasý jsou volně rozpuštěny a upraveny do stejného stylu s polodlouhou délkou. -převažují modelky s tmavými vlasy, méně blondýnek -jemné líčení
Postava, věk, etnicita modelk	-velmi štíhlé tělo s občasnými viditelnými břišními svaly (viz obr. 10). -věk mezi 20-35 lety. -bělošky, černošská modelka, asijská modelka
Chůze a gesta modelk	-chůze energická, sebevědomá, reakce na text, mrkání do kamer, posílání polibku k divákovi, pohyb s modelem

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

Na LED obrazovkách se střídají různé vizuální motivy. Na obrázku 10 [00:52] jsou zachyceny zdobené, barevné masky, zatímco na obrázku 11 [00:38] motiv Maneki-Neko a na obrázku 12 [01:34] dominují čínské domy. Byly využity barvy, jakými jsou například červená, žlutá, modrá, hnědá, růžová a zelená.



Obrázek 10- Zobrazení masek na
LED obrazovce
(Zdroj: Matera, 2016)



Obrázek 11- Zobrazení motivu
Maneki-Neko
(Zdroj: FVC, 2016)



*Obrázek 12- Zobrazení čínských domů
(FVC, 2016)*

Kamery a střih

Kamerová technika je koncipována tak, aby zdůraznila jednotlivé modelky v průběhu jejich prezentace. Každý vstup modelky ze zákulisí je zaznamenán samostatným záběrem. Při příchodu modelky na konec mola je využita přední kamera s celkovým záběrem snímající postavu modelky v celém rozsahu – od nohou až po hlavu. Kamery umístěné po stranách mola poskytují alternativní úhly pohledu na chůzi modelek. V segmentu převažuje použití rychlého střihu.

Světla a speciální efekty

Světla se vyznačují vysokou intenzitou a barevnou variabilitou, kdy dochází ke střídání různých barevných tónů zahrnující zelenou, modrou, červenou a žlutou. Na začátku segmentu je použit kouřový efekt, který však v pozdější fázi již není opakován (viz obr. 13).



Obrázek 13 - Ukázka speciálního efektu kouře
(Zdroj: VRON, 2016)

Konotace

Estetika segmentu naznačuje symbolické odkazy na různé kulturní okruhy, což může být interpretováno jako snaha značky o expanzi a oslovení mezinárodních trhů mimo tradiční americké publikum. První polovina segmentu se vyznačuje asijskou kulturou, zatímco v druhé polovině dochází k posunu k latinskoamerickým kulturním motivům.

Název a jeho propojení s hudbou	-The Road Ahead (volně přeloženo cesta před námi) - konotace cestování, neznalost jiných světů, texty jsou propojeny s názvem segmentu následovně: Vertigo: text písně reprezentuje pochybnosti a chaos při cestování, konkrétně část (volně přeloženo): „Jsme na místě zvaném Vertigo (kde to je?)“¹, přičemž Vertigo (volně přeloženo) v anglickém jazyce znamená závrať. Uptight: text odkazující na lásku překonávající sociální rozdíly (asociuje myšlenku, že štěstí není závislé na penězích) -specificky část (volně přeloženo):
--	---

¹ We're at a place called Vertigo (¿dónde está?)

Název a jeho propojení s hudbou	„Peněz mám málo a můj oblek už není v módě, ale to nevadí, i když moje oblečení není nové. Nejsem na očích, protože mé srdce je upřímné“². Animal: text odkazující na přítomný okamžik a svobodu, což konotuje nabytí vnitřní svobody skrze cestování, jelikož cestování má pozitivní vliv na mozek. Umožňuje proměnu vnímání světa, což přispívá k rozvoji flexibility, otevřenosti a tolerance (Tracy, © 2024). -specifická část textu odkazující na zmíněnou skutečnost (volně přeloženo): „Tohle je naše poslední šance, dej mi své ruce, protože náš svět se točí rychlostí světla. Noc mizí, srdce bije rychleji. teď, přijď a miluj mě, jako bychom měli zemřít“³.
Modely a jejich významy	-Elsa Hosk vynesla model draka, což je jeden z předních symbolů japonské kultury. Drak je v japonské mytologii považován za symbol síly, moudrosti a štěstí. Draci jsou entitami, které mohou chránit národ tím, že přispívají k jeho prosperitě (Artecollezione, 2023). -píseň Uptight (Everything's Alright) doprovází modelku v modelu zdobeném třpytivými prvky (viz obr. 14), kdy úvodní část textu skladby- „Je to perla mezi dívkami, myslím, že to bys mohl říct“⁴-odkazuje na dívku, jež je jedinečná a výjimečná, kdy právě perly nalezené ve volné přírodě jsou mimořádně vzácné. Současně třpytivé elementy modelu a její střih vlasů, který má jako jediná, symbolicky umocňují představu výjimečné hodnoty (Ouros Jewels, 2024).

² My money's low and my suit's out of style,
But it's all right if my clothes aren't new
Out of sight because my heart is true.

³ This is our last chance, Give me, your hands. 'Cause our world is spinning at the speed of light. The night is fading, heart is racing. Now, just come and love me like we're gonna die.

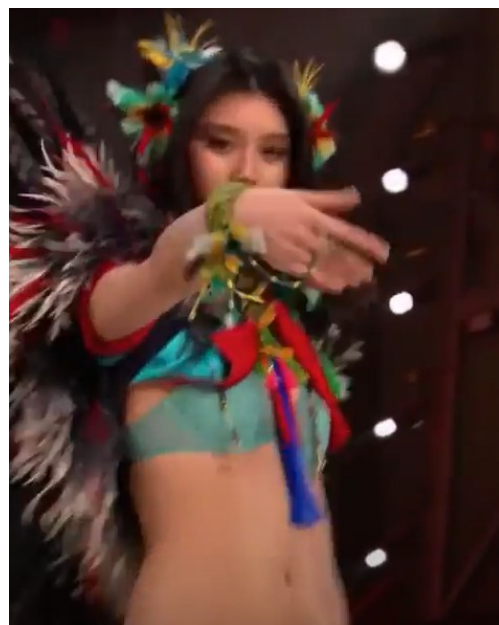
⁴ She's a pearl of a girl, I guess that's what you might say

Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	- modelky reagují na text, kdy v písni Animal modelka (viz obr. 15, [02:06]) vykazuje gesto rukou na výzvu v písni- „Dej mi své ruce“ ⁵ -konotace interakce s divákem. Modelky se usmívají, kdy i přes skutečnost různých významů úsměvu v kulturách národů s různými jazyky, je ve všech západních kulturách úsměv symbolem radosti a pozitivních emocí (Bobokalonov, 2024; Sadokhin, 2010).
Barvy a jejich významy	-barvy jsou teplé, vyvolávající asociace tepla a pohodlí, současně velmi pestré-konotace energie, symbolismu a optimismu (Cherry, 2024).
LED obrazovky	-Maneki-neko je známá jako japonská kočka štěstí představující symbol, který může mít zvednutou buď pravou tlapku, jež symbolizuje získávání financí a bohatství, nebo levou lákající zákazníky. Kočka s oběma zvednutými tlapkami symbolizuje přitahování jak finanční prosperity, tak návštěvníků. Současně zlatá barva kočky je spojována s bohatstvím (Young, 2024). -architektonické prvky připomínající tradiční čínské domy, jež jsou typické flexibilním trojúhelníkovým krovem umístěným příčně na přední straně budovy, která definuje štítovou střechu pomocí postupně zvedaných sérií vyvýšených spojovacích trámů (Silbergeld a Sullivan), evokuje odkaz na asijskou kulturní tradici. - mayské a aztécké symboly odkazují na kosmologické a holistické pojetí přírody, což je typické pro jihoamerické civilizace (Gibson, s. 72).

⁵ Give me, your hands.



*Obrázek 14- Obrázek
vyobrazující dívku mezi perlami
(Zdroj: WWD, 2016)*



*Obrázek 15– Indikace interakce
s diváky
(Zdroj: FVC, 2016)*

Syntagmatická rovina	-sekvenční uspořádání písní propojuje koncepty volnosti a sebevědomí, neboť hudební průběh evokuje emocionální prožitky spojené s cestováním a poznáním nových kultur, což je doprovázeno kulturním šokem, jež má své fáze (Segal, 2024). -Vertigo (volně přeloženo závrať), evokuje symboliku pocitů při prvním vycestování, neboť osoba může cítit úzkost z nové kultury, zejména pokud existuje jazyková bariéra (Segal, 2024). Skutečnost koresponduje s prvním modelem, kdy je Elsa v sevření draka asociující neklid, strach, nejistotu, což jsou symptomy odpovídající úzkosti (Hobbs, 2024). - Uptight (Everything's Alright) (volně přeloženo: všechno bude v pořádku) -evokace fáze poznávání kultury/nové země. Modelky mají na sobě modely připomínající ptáka roztahující křídla, což asociuje nabývací sebevědomí a transformaci (Symbolopedia, ©2023). -Animal: píseň odkazuje na moment osvobození a přijetí nové kultury. Alessandra Ambrosio zakončuje segment s roztaženými křídly, jež evokují schopnost letu. Tato fáze obsahuje přijímání chování z nové kultury (Segal, 2024) (viz obr. 16).
Paradigmatická rovina	-modelky jsou různých národností: Elsa Hosk je ze Švédska, Ming Xi je z Číny. Alessandra Ambrosio společně s Adrianou Limou a Barbarou Fialho, jež šly latinskoamerickou část, pochází z Brazílie. Případná výměna modelek za modelky s jinou národností by neměla značný dopad, jelikož je kladen důraz na modely, kdy národnost modelek jen přidává na celkovém kontextu segmentu přehlídky.
Binární opozice	-kontrast mezi jemným líčením a složitými modely. -uzavřená obuv v opozici s velmi spoře oděnými těly modelek.



*Obrázek 16- Alesandra Ambrosio s křídly evokující osvobození a přijetí kultury
(Zdroj: Jessica, ©2016)*

5.1.2 The Mountain Romance

Segment je laděn do romantické a poklidné atmosféry, během níž se po mole prošlo 14 modelek. Celým segmentem zní píseň Million Reasons v podání interpretky Lady Gaga (volně přeloženo – Milion důvodů).

Segment začíná záběrem na molo snímané shora z přední perspektivy, což je vidět na obrázku 17 [08:52]. V úvodu se otevírají LED obrazovky, kdy je sekvence doplněna bílým kouřem. Za potlesku publika vystupuje Lady Gaga. Celá scéna je zpočátku zahalena do šera, jež se postupně rozplývá s tím, jak se rozsvěčují světla. Odhalená scéna se nese v minimalistickém duchu.



Obrázek 17 – Začátek segmentu Mountain Romance (Zdroj: VRON, 2016)

Denotace

Interpret

Lady Gaga vstupuje na molo oděna v lehce průsvitných, síťovaných šatech s vlečkou. Model šatů je doplněn rolákem a částečně odhalenými zády. Dominantním vizuálním motivem jsou růže v červené barvě, doplněny tmavě zelenými listy. Účes Lady Gaga tvoří drdol a na pleti má výrazné líčení: černé linky kolem očí a rudou rtěnka na rtech. Při nástupu na molo Lady Gaga interaguje s publikem posláním vzdušného polibku. Zpěv zahajuje až po instrumentální předešle, během níž gestikuluje směrem ke kameře. Po dozpívání refrénu se přesouvá na boční část mola, kde zaujímá pózu, čímž vytváří prostor pro nástup první modelky (viz obr. 18). Po příchodu druhé modelky mění svou pózu. I když opětovně zahajuje zpěv, zůstává v postranní části mola.



Obrázek 18 – Lady Gaga na VSFS (Weiss, 2016)

Hudba

Hudební rytmus skladby se vyznačuje pomalejším tempem. Lady Gaga střídá intenzitu hlasového projevu – přechází od silného zpěvu k jemnějším a subtilnějším tónům. V průběhu skladby dochází také ke změnám tónin. Úvodní části písně dominují nižší tóny, zatímco v refrénu zaznívají tóny vyšší. V instrumentálním doprovodu hlavní roli hrají housle a klavír. Text písně je interpretován v anglickém jazyce. V rámci celkového provedení lze identifikovat zřetelnou synchronii, kdy tato synchronie demonstruje jasnou identifikaci původce sdělení.

Modely

Barevnost a střih	-tlumené, ale výrazné barvy jako tmavě zelená, béžová, hnědá, růžová, tyrkysová. -podprsenky s push-up efektem, kalhotky střiženy do brazilek s nízkým pasem, některé zakrývají pouze intimní partie.
Motivy/symboly	-vzory na modelech připomínající kraj (viz obr. 19), květiny, ptačí pera (viz obr. 20)
Doplňky/křídla	-třpytivé šperky: výrazný náhrdelník, visící náušnice, prstýnky -křídla pokryta květinami či ptačími pery (viz obr. 19, 20) -obuv na vysokém podpatku do výšky kotníku (modrá, hnědá, bílá, černá). -dlouhé rukávy, korzety, kraťasy (viz obr. 19)
Materiály	-bavlna, len, hedvábí, krajka na spodní prádlo, lehká ocel, plast, peří



Obrázek 19 – Příklad modelu s prvky kroje

(Zdroj: Victoria's Secret, 2016)



Obrázek 20 – Modelka s pery na zádech
(Zdroj: Victoria's secret angels page, ©2024)

Modelky

Styling vlasů, líčení	-vlasý modelek jsou rozpuštěny a upraveny do stejného stylu. -poměr blondýnek a tmavovlásek je vyrovnaný. -jemné líčení
Postava, věk, etnicita modelek	- modelky jsou štíhlé, avšak definice břišních svalů není výrazná díky umístění modelu přes břicho. -věk modelek se pohybuje mezi 20 až 30 lety. -etnicita je převážně jednotná, s výjimkou dvou modelek: jedna je černošského původu a druhá je Asiatka.
Chůze a gesta modelek	-modelky vykazují eleganci v pomalejším kroku, kdy jejich postoj je vzpřímený. -na konci mola provádějí interakci s publikem a Lady Gagou, gestikulují srdce rukama. - otáčejí se celým tělem či pohybují s modelem v případě, že má delší sukni. -rukama buď mávají, nebo je zvedají nad hlavu.

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

Na počátku segmentu se na LED obrazovce zobrazuje červený nápis „Mountain Romance“ (viz obr. 21 [08:55]). Následně obrazovky začínají promítat snímky zasněžených hor, jež se prolínají se záběry na pusté hory bez sněhu (viz obr. 22 [10:20]). V pozadí dominují odstíny tmavě červené, bílé, béžové, karmínové, šedé a hnědé. Během segmentu se LED obrazovky promění na krátkou chvíli na noční oblohu.



Obrázek 21 -Mountain Romance
(Zdroj: VRON, 2016)



Obrázek 22 – Hory na LED obrazovce
(Zdroj: VRON, 2016)

Kamery a střih

Pohyb kamer a střihy jsou precizně koordinovány, přičemž střídavě zabírají Lady Gagu a modelky, na nichž je kladena největší pozornost. Během jejich chůze po mole jsou snímány z boku. Při přiblížení modelek k závěrečné části přehlídkového mola je kamera postupně zachycuje v celé jejich kompozici – od bot až po hlavu. Tento záběr je zaměřen na celkový vzhled modelu soustřeďující se na proporce a detaily. Rovněž jsou zařazovány občasné střihy na záběry snímáné ze zadní perspektivy. V okamžiku, kdy Lady Gaga započne zpěv první sloky, ji kamera zabírá po celou její délku. Přejít do zákulisí je proveden až po začátku druhé sloky, kdy je pozornost kamery přesunuta na modelky. Střihy nejsou časté, spíše převažují delší záběry.

Světla a speciální efekty

Barvy světla zůstávají tlumené. Výrazné světelné změny se neobjevují, avšak občas se světla synchronizují s rytmem hudby. Speciální efekty jsou v segmentu minimální, dominantním prvkem je kouř, který po celou dobu přehlídkového segmentu.

Konotace

Název a jeho propojení s hudbou	- název písně a segmentu evokují emoce zažívající člověk při milostném vzplanutí a následné zradě (konotace toho, že ke zradě mohlo dojít na horách). -v textu jsou zmínky, kdy osoba hledá jeden dobrý důvod, aby ve vztahu zůstala-„Kdybych měla hlavní cestu, tak bych běžela do kopců. Kdybys mohl najít suchou cestu, už bych na ní zůstala“⁶ - konkrétní úryvek je spojen s tématikou přehlídky, přičemž asociuje přítomnost pláče ve vztahu.
Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	- při úryvku textu -„potřebuji, jen jeden dobrý důvod, abych zůstala“⁷- Lady Gaga ukazuje do kamery, což evokuje komunikaci k člověku, jemuž je píseň zpívána, neboť ukazování prstem značí upoutání pozornosti či ukázání na objekty (Is it OK to Point at People in English-Speaking Cultures?, 2023).

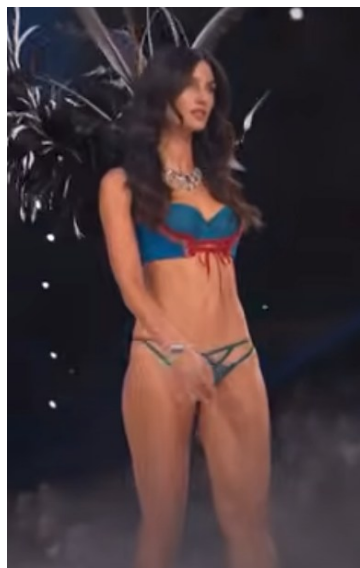
⁶ If I had a highway, I would run for the hills, If you could find a dry way, I'd forever be still

⁷ I just need one good one to stay

Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	-Lady Gaga v refrénu zpívá, „Skláním se k modlitbě“ ⁸ - (viz obr. 23 [10:23]) - gesto zvednuté ruky může v západní kultuře konotovat volání Boha o vyslyšení modlitby. Toto gesto se odborně nazývá oranta a symbolizuje připravenost a otevřenost k přijetí Boží milosti (Černý, 2007).
Barvy a jejich významy	-béžové a hnědé tóny symbolizují zemi a odkazují na název hory, jelikož jsou brány jako vážné, mlčenlivé a přízemní barvy, kdy tato adjektiva svým způsobem i hory definují (Yalanska, 2025).
LED obrazovky	-hory konotují trnitou cestu ve vztahu, kdy i cesta na vrchol hory je plná náročných výzev a nečekaných překážek, které komplikují její průběh. Tato metafora zdůrazňuje výzvy a překážky, jež hory představují, ať už ve fyzickém světě, nebo na osobní cestě (Drew, 2022). -hora evokuje osobní růst, protože je vnímána jako varianta duchovního vzestupu, který je třeba namáhavě vybojovat (Becker, 2002, s. 83).



Obrázek 23- Lady Gaga
zvedající ruku
(VRON, 2016)



Obrázek 24- modelka oděna
pouze ve spodním prádle
(VRON, 2016)

⁸ I bow down to pray

Syntagmatická rovina	-pořadí modelů vypráví příběh: prvně vychází na molo modelky s křídly z květin evokující ženskou krásu a jemnost ženy ve vztahu (Becker, 2002, s. 141). Poté modelky s křídly z per a z květin. Segment je zakončen křídly z ptačích per, jež symbolizují individuální aktivní duši a absolutního ducha a čistého poznání (Becker, 2002, s. 234), což evokuje uvědomění nečistého vztahu. Souvislost je možné zaznamenat v části textu, kdy zpívá: „Zlato, já jen potřebuji jen jeden dobrý, dobrý důvod zůstat“⁹. -kombinace může naznačovat nabývající sílu řešit zklamání (pera), kdy je současně tou jemnou ženou (symbolika květin).
Paradigmatická rovina	- výběr symbolických prvků: květiny (jemnost) a pera (síla a svoboda) by bylo možné nahradit motýlími křídly v celém segmentu, jelikož v transformaci do motýla je potřeba síla. Na konci je motýl svobodný a silný natolik, aby vzlétl a současně má ve svých křehkých křídlech jemnost.
Binární opozice	-kontrast je možné pozorovat v uzavřené obuvi modelek a jejich spoře oděným tělem. -rovněž líčení modelek (velmi jemné) vs. Lady Gaga (výrazné) -oblečení modelek (pouze spodní prádlo) vs. Lady Gaga (je oděna v šatech) (viz obrázky 23 a 24 [11:19] v kontrastu vedle sebe).

⁹ But baby, I just need one good one to stay

5.2 Victoria's Secret Fashion Show 2018

Ročník módní přehlídky Victoria's Secret 2018 se konal v New Yorku, přičemž se po mole prošlo celkem 60 modelek. Přehlídka, trvající 40 minut, byla rozdělena do několika tematických segmentů: Glam Royale, Golden Angels, Thank You Adriana, Flights of Fancy, PINK, Floral Fantasy, Downtown Angel a Celestial Angel.

Významným elementem přehlídky byla prezentace luxusní podprsenky Fantasy Bra, jež vynesla Elsa Hosk. Tento exkluzivní kousek přesahující milion dolarů, byl zdoben přibližně 2100 krystaly Swarovski a jeho výroba trvala 930 hodin. Ročník 2018 byl významnější i díky supermodelce Adrianě Limě, jež se po 18 letech spolupráce oficiálně rozloučila se značkou Victoria's Secret. Symbolicky tak uzavřela svou kariéru na stejném místě, kde ji kdysi zahájila – v New Yorku.

Pro účely analýzy byly vybrány konkrétní segmenty přehlídky nazývané se PINK a The Flight of Fancy. Segment PINK byl vybrán, jelikož se jedná o značku pod značkou Victoria's Secret, kdy je specificky zaměřena na mladé dívky, na rozdíl od hlavní linie značky cílící na dospělé ženy (Me Beauty, ©2023). Výběr segmentu PINK poskytuje vhled na diferenciaci nabídky v závislosti na věkové skupině zákazníků. Segment The Flight of Fancy byl zvolen především proto, že se výrazně odlišuje od ostatních zkoumaných segmentů, což poskytuje příležitost k hlubší analýze a rovněž je typický svou kreativitou a precizností kostýmů skrze využití jemného peří na modelech.

Nahrávka začíná záběrem na Empire State Building, jenž plynule přechází do pohledu na molo. Následně se na scéně objevují modelky, přičemž obraz doprovází průstřih s otázkou: „Co je to Victoria's Secret?“, na kterou postupně odpovídají.

5.2.1 PINK

V rámci segmentu PINK vystoupilo celkem 13 modelek, kdy 9 z nich bylo vybráno speciálně pro tuto sekci. Všechny modelky byly mladé s věkovým rozmezím od 18 do 25 let (Entertainment Now, ©2018), což koresponduje s cílovou skupinou značky PINK. Výsledky výběrového řízení pro tento segment byly prezentovány před jeho zahájením. Jako interpret byla zvolena Bebe Rexha, která zazpívala píseň I'm a Mess.

Segment otevírá letecký záběr na přehlídkové molo, jež postupně přechází na zpěvačku Bebe Rexhu (viz obr. 25 [19:13]). V okamžiku zahájení pěveckého výkonu se kamera přesouvá do čelního pohledu. Při další sloce vstupuje na molo první modelka. (viz obr. 26 [19:42]).



Obrázek 25 – Letecký záběr na interpretku
(Zdroj: Victoria's Secret 2018)



Obrázek 26 - Příchod modelky při
zahájení zpěvu
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)

Denotace

Interpret

Bebe Rexha (viz obr. 26) je oděna v působivém modelu výrazné růžové barvy zahrnující body s hlubokým výstřihem a páskem. Přes body má přehozený plášť ve stejné barvě, na jehož zádech se nachází výrazná mašle. Model je doplněn kozačkami na vysokém podpatku, které sahají až k jejím stehnům. K celkovému vzhledu přispívají stříbrné detaily umístěné na pásku a v oblasti dekoltu. Saténový materiál modelu je velmi lesklý. K outfitu jsou zvoleny růžové náušnice ve tvaru květiny. Líčení je výrazné, s důrazem na oči, jež jsou zvýrazněny třpytivými stíny v odstínu odpovídajícím oblečení a doplněny umělými řasami.

Vlasy Bebe Rexhy jsou upraveny do mikáda s patkou, do nichž jsou zakomponovány jemné pramínky růžové barvy. Během svého vystoupení interpretka vykazuje širokou škálu gestikulací, včetně ukazování na publikum, dotýkání se modelek a výrazné mimiky.

Hudba

Ačkoliv je píseň velmi energická a rytmická, není v ní tolik dynamiky, jelikož skladba neobsahuje střídání rychlých a pomalých pasáží ani výrazné kontrasty v tónině, avšak občas je možné slyšet vyšší vokál. V instrumentální hudbě mohou být především zaznamenány nástroje jakými jsou bicí a elektrická kytara. V rámci segmentu dochází k synchronii-je slyšet původce sdělení. Píseň je odzpívána v anglickém jazyce.

Modely

Barevnost a střih	-růžová (tmavá, světlá), červená, modrá, bílá, černá, oranžová -spodní prádlo spíše jednobarevného charakteru, barevné prádlo, kostkované prádlo (viz obr. 27) -kalhotky kratšího střihu s nízkým pasem, podprsenka sportovní nebo bez pus-hup efektu
Motivy/symboly	-nápis PINK a jeho zkratka P (viz obr. 27) -šachovnicový vzor
Doplňky/křídla	-bundy, pláště, kalhoty, sluneční brýle, průhledná taška s plyšovým pejskem (viz obr. 29) -třpytivý batůžek -kruhové náušnice u všech modelek -boty-uzavřené v černobílém provedení s nápisem PINK
Materiály	-lesklý metalický materiál, bavlna (viz obr. 27)



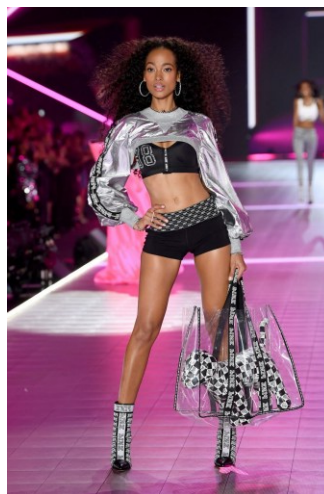
*Obrázek 27- Ukázka modelů
sekce PINK (Zdroj: Barr, 2018)*

Modelky

Styling vlasů, líčení	-vlasý mají rozpuštěny a upraveny do jednotného stylu. -délku vlasů je u všech stejná, až na modelku ostříhanou téměř dohola (viz obr. 28) a druhou s výrazně kudrnatými vlasy (viz obr. 29). -převažují dívky s tmavými vlasy. -líčení je velmi jemné.
Postava, věk, etnicita modelek	-etnicita stejná až na pár Asiatek a černošek. -věk mezi 18-25 -postavy modelek jsou štíhlé, bez výrazné definice břišních svalů.
Chůze a gesta modelek	-modelky chodí energicky, sebevědomě, občas se chůze změní v taneček. -výrazná gesta korespondující s hudbou: dávají ruce nad hlavu, dotýkají se interpretky, mrkají okem, posílají pusou do kamery, usmívají se -dodávají pohyb do modelu (sundají si sluneční brýle, hýbou pláštěm- viz obr. 28 [20:56])



*Obrázek 28 - Ukázka modelky pohybující
s modelem a se specifickým střihem
(Zdroj: Victoria's Secret 2018)*



*Obrázek 29 – Modelka s kudrnatými
vlasy a pejskem (Yang & Boan, 2018)*

Kamery a střih

Kamery na začátku snímají interpretku zepředu, přičemž v okamžiku, kdy modelka vstupuje na molo, se pozornost kamer soustředí na ni. Stříhy a změny kamer jsou dynamické, střídají se záběry jak z boku, tak z čelního pohledu. Jak modelky postupují směrem ke konci mola, kamera je zabírá v celé šíři. Tento segment vykazuje časté stříhy-kontinuální záběry jsou minimální.

Světla a speciální efekty

Speciální efekty nejsou v průběhu prezentace využity, přičemž osvětlovací technika slouží primárně k zajištění viditelnosti modelek na mole. Světelné změny jsou synchronizovány s hudebním doprovodem, především při přechodech mezi jednotlivými částmi skladby, například během refrénu, kdy dochází k dynamickému blikání světél. Veškeré vizuální efekty jsou realizovány prostřednictvím LED obrazovky, jež dotváří celkovou scénografii přehlídky.

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

Na začátku jsou na LED obrazovce vidět tvary čtverce mající na sobě červené, bílé a modré barvy (viz obr. 30 [19:30]). Při vstupu první modelky na molo se okamžitě mění barva na růžovou či tyrkysovou (viz obr. 31 [19:42], 32 [19:59]). Stejná barevnost se prolíná také do barvy mola a do okolí přehlídky. Postupně se zmíněné barvy střídají v závislosti hudebního doprovodu.



Obrázek 30 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)



Obrázek 31 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)



Obrázek 32 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK
(Zdroj: Victoria's Secret 2018)

Konotace

Název a jeho propojení s hudbou	- název segmentu PINK je odvozen od názvu značky, jež cílí na mladé dívky-spojeno s názvem písně I am mess - konotace emocí mladých žen (pocit vlastní nedokonalosti, nešťastná láska, vnitřní boj sám se sebou), jelikož zvláště mladé ženy čelí vysokému výskytu úzkosti, deprese a syndromu vyhoření, přičemž tyto problémy jsou spojeny s tlaky moderní společnosti (Karlík, 2024).
Modely a jejich významy	-barevnost, střih, styling modelů a samotné doplňky jakými jsou batůžky, ledvinky apod. evokují mladé dívky, neboť móda mladých je často uvolněnější a ležérnější. Za příklad lze uvést oversized oblečení, kostkované košile, široké džíny (Móda mladých v roce 2024: Trendy, které vládnu ulicím, 2024). -kruhové, stříbrné náušnice, které jsou nošeny každou z modelek-kruh symbolizuje spojení ve vztahu, ať už se jedná o vztah k sám sobě, či k druhému člověku. Sám o sobě je univerzálním symbolem magie, jedná se o nepřerušenu linii představující dokonalost, věčnost a nekonečný cyklus stvoření, zániku a obnovy (Sikorová, 2006, s. 8). -stříbro je v západní kultuře asociováno s mocí, intuicí a stabilitou. Jedná se o kov ochrany, a proto je oblíbené ve špercích symbolizující ochranu a sílu (Lunica, © 2025). -modely s šachovnicovým vzorem evokují sport, jelikož je propojen s vlajkou končící automobilový závod (Alerion, ©2025). Rovněž souvisí s mládím, a především s mladickou vitalitou.
Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	-modelky chodí po molu energicky a tancují do rytmu, což může evokovat radost, veselost, případnou mladost v kontextu segmentu, jelikož tanec dokáže probudit smích a euforii a vyjádřit nespoutanou vášň pro pohyb (Tulio, 2022). -dochází k interakci mezi interpretkou a modelkami-v kontextu písně a segmentu to může značit podporu, přijetí sebe sama, (viz obr. 33).

Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	Aktivní naslouchání, které zahrnuje plné zapojení do komunikace s mluvčím a vnímání jak verbálních, tak neverbálních signálů hraje klíčovou roli při vytváření respektu a konstruktivního dialogu (Soid et., 2025).
---	---



Obrázek 33- Interakce Bebe s modelkou (Zdroj: Getty Images, ©2023)

Barvy a jejich významy	-hojně je využita růžová a modrá, kdy růžová asociuje dívčí barvu, jelikož v západním světě je primárně ženskou barvou-produkty určeny pro dívky ji využívají k označení cílové genderové skupiny. Modrá je vnímána jako barva oblohy a moře, současně může asociovat autoritu a sebevědomí, jelikož je také využívána v uniformách (Braam, 2025).
LED obrazovky	-světla a střídání barev podporují dynamiku segmentu a konotují energii mladého člověka, neboť světla mohou být využity k vytvoření iluze pohybu na módní přehlídce (Hasija, 2023). -využití čtverce na LED obrazovce symbolizují realismus, objektivnost, stabilitu a rovnováhu. V magickém výkladu představuje stabilitu a řád (Sikorová, 2006), jež se dívky v kontextu segmentu snaží najít.

Syntagmatická rovina	-v průběhu se složitost modelů zvyšuje, kdy na počátku segmentu bylo předváděno jen jednobarevné spodní prádlo s jednoduššími doplňky, později barevné a vzorované spodní prádlo a doplňky typu tašek do ruky, batůžků, bund.
Paradigmatická rovina	- segment je zaměřen na mladé dívky-modelky jsou oblečeny do spodního prádla, které evokuje mladistvý vzhled a nezdůrazňuje atributy dospělých žen, doplňky sportovního rázu-styl modelů je sportovní až ležerní. -případná výměna mikin za např. tenisky by tento styl nijak nezměnila.
Binární opozice	- čtverec symbolizuje stabilitu, zatímco píseň hovoří o chaosu, což vytváří kontrast. -líčení modelek je jemné, nicméně modely jsou barevné, plné různých vzorů a motivů. -kontrast v oděvu je patrný mezi interpretem, který je plně oblečen, a modelkami, jež jsou spoře oděny. - modelky mají plné, kotníkové boty na podpatku, kdežto jejich oděv se vyznačuje spodním prádlem.

5.2.2 The Flight of Fancy

Název segmentu Flight of Fancy vychází z anglického idiomu hovořící následující: „nerealistická představa nebo fantastická představa, utopie.“ Tento idiom používá slovo „flight“ ve smyslu „vzlétání imaginace“, neboli tvořivého myšlení, nerealné fantazie. (Dictionary.com, ©2023). Segment doprovází zpěvačka Halsey s písní Without me. Po molo se prošlo 11 modelek.

Celý segment módní přehlídky otevírá letecký záběr na molo a interpretku stojící v jeho středu (viz obr. 34 [13:46]), která následně zahajuje své pěvecké vystoupení. Krátce po úvodních tónech skladby vstupují na molo první modelky.



Obrázek 34 - Začátek segmentu *Flight of Fancy*
(Zdroj: *Victoria's Secret*, 2018)

Denotace

Interpret

Halsey (viz obr. 35) je oděna do dlouhé sukně s rozparkem na levé straně, která na první pohled působí dojmem, že byla ušita z jemných béžových perliček. Horní část outfitu tvoří bílý crop top bez rukávů. Celý look doplňují otevřené sandály na vysokém podpatku ve zlatavém odstínu. Na první pohled je zřejmé, že Halsey disponuje množstvím tetování na pravé paži, přičemž několik z nich je patrných rovněž na levé paži a dolních končetinách. Šperky jsou tvořeny z kotníkového perlového náramku na pravé noze, prstenů, obojkového náhrdelníku, klasického náhrdelníku a náušnic, kdy všechny doplňky jsou laděny do stříbrného tónu.

Líčení Halsey je s důrazem na oči a obočí. Na očních víčkách má perleťové stíny doplněny o umělé řasy. Obočí je zdobeno bílými perličky s flitry v oblasti kořene nosu. Hnědé vlasy jsou střiženy do krátkého, chlapeckého střihu.



*Obrázek 35 - Halsey
(Zdroj: Hohman, 2018)*

Hudba

Hudební podkres segmentu nese název Without me. Píseň má střední tempo, kdy se zde neobjevují žádné výraznější změny v rytmičnosti. Rovněž Halsey zpívá v nižších polohách. Dynamičnost skladby je budována velmi zlehka směrem k refrénu, přičemž je refrén hlasitější a v následující sloce je možné opět slyšet tišší zpěv. Hned na první poslech si lze povšimnout synchronie, tedy že je slyšena píseň a rovněž její původce. Z hlediska instrumentální stránky skladby jsou navíc slyšitelné elektronické bicí, basová kytara a piano. Celá skladba je odprezentována v anglickém jazyce.

Modely

Barevnost a střih	-barvy: starorůžová, bílá, baby blue, perleťová, stříbrná -velmi zdobené spodní prádlo jedné barvy -kalhotky do střihu brazilky s nízkým pasem, push-up podprsenky, body
Motivy/symboly	-květinové vzory na spodním prádle, andělská křídla, fantasy bra
Doplňky/křídla	-křídla různých tvarů a velikostí (viz obr. 36 [15:46], 37). -stříbrné třpytivé náhrdelníky a náušnice, prstýnky, náramky -třpytivé rukávy, korzety, průhledné třpytivé oblečení přes tělo (viz obr. 37)
Materiály	-krajka, peří, Swarovski krystaly, hedvábí



Obrázek 36 – Ukázka modelu *Flight of Fancy*
(Zdroj: *Victoria's Secret* 2018)

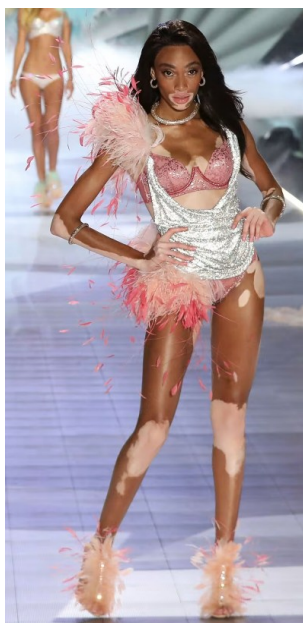


Obrázek 37 – Ukázka modelu segmentu
Flight of Fancy

(Zdroj: Agostini, 2018)

Modelky

Styling vlasů, líčení	-vlasys jsou rozpuštěny, kdy většina modelek je má kratší až polodlouhé. -převažuje větší počet blondýnek, modelka s kudrnatými vlasy (viz obr. 36). -líčení je velmi přírodní.
Postava, věk, etnicita modelek	-etnicita modelek je homogenní. -věk cca mezi 20-25. -postavy modelek jsou velmi štíhlé, nicméně ani na jedné není vidět výrazná definice břišních svalů. -modelka s vitiligem (viz obr. 38)
Chůze a gesta modelek	-modelky jdou velmi ladnou, elegantní chůzí do rytmu písni. -posílání polibků, sepnutí rukou, interagují s interpretkou (viz obr. 39), usmívají se plným úsměvem, zpívají si část textu, hrají si s vlasy.



Obrázek 38 – Modelka s vitiligem
(Zdroj: Yang & Boan, 2018)



Obrázek 39 – Ukázka interakce interpretky s modelkou (Zdroj: Extratv, 2018)

Kamery a střih

Na počátku segmentu je záběr z horní perspektivy poskytující pohled na molo, diváky a samotnou interpretku. Následně přechází kamera na čelní pohled, zaměřující se na Halsey stojící na pódiu. Během chůze modelek je kamera snímá z bočního úhlu, kdy při jejich přibližování se k závěrečné části mola se záběr mění na pohled kamery postupující zdola nahoru-od nohou až po hlavu. V některých momentech se kamera zaměřuje na modelky záběrem zezadu.

Střihy v této sekvenci jsou plynulé a nenásilné, což umožňuje delší trvání jednotlivých záběrů, ať už na interpretku nebo modelky.

Světla a speciální efekty

Světelný design podporuje strukturu písně, zejména její přechody a nástup refrénu. Výrazné změny ve světelných kombinacích během segmentu nejsou patrné. Atmosféru přehlídky po celou dobu trvání segmentu umocňuje speciální efekt kouře. Na konci mola je umístěn fén dodávající pohyb pírům.

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

V celém segmentu lze pozorovat po celou dobu pouze jeden motiv na LED obrazovkách (viz obr. 40 [13:46]), připomínající buď otevřenou knihu (listy papíru), nebo vějíř. Barevná paleta v celé sekci segmentu na LED obrazovkách vykazuje konzistentní tonalitu, přičemž dominují neutrální odstíny bílé, jemná šedá, tóny světle modré a perleťové.



*Obrázek 40 – Motiv na LED obrazovce segmentu Flight of Fancy
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)*

Konotace

Název a jeho propojení s hudbou	- název segmentu evokuje utopický, dokonalý vztah, protože název je anglickým idiomem označující utopii, nerealistickou představu. V kontextu písně (jež je o zradě, toxickém vztahu) si partnera idealizovala, neboť idealizace pomáhá lidem vyrovnat se s úzkostí tím, že je chrání před emočními konflikty, jež mohou ve vztazích vznikat. Namísto obav, zda vztah bude fungovat nebo ne, je idealizace způsob, jak si udržet fantazii o dokonalosti (Bachert, 2023).
Modely a jejich významy	-využitý materiál-bavlněný voál, známý také jako "nejtenčí látka", je charakteristický pro svou výjimečnou lehkost a prodyšnost (30 Lightest Clothing Materials, The Secret to Breezy Outfits, 2024). Díky tomu materiál evokuje vzdušnost a může vyvolávat pocit svobody, odlehčení, nadhledu. -andělská křídla (viz obr. 41) v západní kultuře symbolizují transcendentní aspekt božské lásky-nejčistší formy lásky (agapé). Láska je univerzální a nezávislá (Warriors Divine, © 2023). Paralelně symbolika andělských křídel souvisí s názvem segmentu, kdy opravdová, čistá a nepodmíněná láska představuje v reálném světě utopii. -využití bílých per symbolizuje čistotu, naději a víru (SYMBOLopedia, © 2023). V kontextu segmentu se tato symbolika spojuje především s částí textu: „Řekl jsem, že tě chytну, když spadneš, a pokud se budou smát, tak ať jdou všichni do háje“¹⁰. Lze spatřit propojení v tom, že jedna osoba vkládá víru a naději do druhé osoby. -na Fantasy Bra (viz obr. 43) byly aplikovány diamanty značky Swarovski, přičemž diamanty symbolizují lásku, oddanost, čistotu, sílu a odolnost (Brainwise Mind, ©2023). Rovněž ve vztahu, o kterém pojednává text, je jedna osoba oddaná druhé a projevuje ji lásku.

¹⁰ Said I'd catch you if you fall And if they laugh, then fuck 'em all

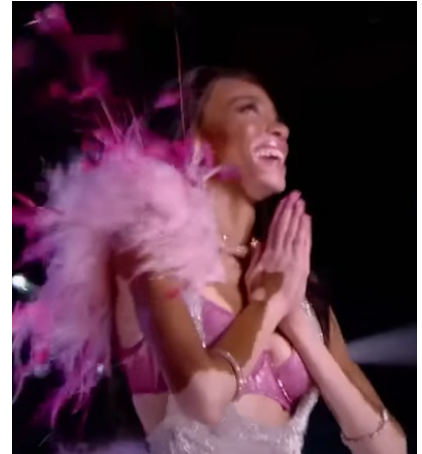
Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	-chůze modelek v kontextu segmentu symbolizuje vzdušnost a lehkost. Tato estetika je umocněna asociací s atributy, jakými jsou pírka, jež svou povahou evokují beztlížnost. Současně modelky chodí energicky a dynamicky, čímž vytváří konotace sebevědomí, síly a individuality, neboť způsob, jakým člověk chodí, může silně odhalit jeho charakteristiky, pocity, jeho očekávání a záměry. Lidé s tímto typem kroku bývají obvykle rozhodní a připraveni jednat jasně a přímo (Brambilla, 2017). -sepjaté ruce (viz obr. 42 [14:55]) asociují modlitbu či vděčnost, neboť v katolické tradici toto gesto ukazuje na zbožnost, pokoru a odevzdání se vyšší moci (Clark, 2019). -chvílemi se objevuje interakce Halsey s modelkami, což indikuje v kontextu textu projev empatie, přičemž empatie je klíčovým prvkem efektivní komunikace (Soid et al., 2025).
Barvy a jejich významy	-bílá barva v západní kultuře je synonymem positivity, její vnímání podporuje optimismus a poskytuje lidem naději. Rovněž symbolizuje nové začátky a skrze svou světlou auru bílá barva chrání, obnovuje a povzbuzuje. V kontextu estetiky ztělesňuje eleganci, krásu a půvab (Color Meanings). -starorůžová barva evokuje eleganci, pocit vintage kouzla, symbolizuje lásku a náklonnost (Piktochart, 2024). -baby blue v západní kultuře symbolizuje pocit klidu, nevinnosti a pohody (Color Psychology, 2025).
LED obrazovky	-Vějíř nese konotace dynamiky a pohybu, neboť svým pohybem vytváří vítr. Vějíř vždy sloužil k ochlazení pokožky (zejména tváře a šíje) v parných letních dnech či v dusném prostředí přeplněných tanečních sálů (Kašpar, 2015). Tento aspekt lze v daném kontextu chápat jako metaforu pro očištění a transformaci. Vítr symbolicky odvádí negativní prvky, v tomto případě se jedná o toxický vztah, o němž pojednává text písně.

LED obrazovky	- motiv může rovněž evokovat asociaci s otevřenou knihou symbolizující transparentnost, emocionální jasnost a upřímnost, což odráží koncept otevřenosti a jasnosti (Significance of Open book). -v kontextu textu písně symbol otevřené knihy zdůrazňuje význam komunikace jako klíčového prvku ve vztahu. Otevřená kniha reflektuje ideál vztahu postaveného na důvěře a vzájemném porozumění.
Syntagmatická rovina	-v průběhu segmentu dochází k postupnému vizuálnímu zesložitování modelů, což je patrné zejména na křídlech modelek. Na počátku segmentu dominují jednodušší tvary s pírky umístěnými na zádech, přičemž postupně dochází k jejich transformaci do komplexnějších forem připomínajících andělská křídla. Tento vývoj může symbolicky evokovat narůstající pocit svobody ve vztahu, neboť z psychologického hlediska mohou být andělská křídla vnímána jako archetypální symboly, které představují touhu transcendovat pozemská omezení a dosáhnout vyšších stavů bytí (Buy Ostrich Feathers Usa, 2024). -vyvrcholení segmentu se projevuje rovněž v prezentaci spodního prádla. Segment začíná modely s jednoduchými střihy, které se postupně rozšiřují o sofistikovanější varianty, včetně body. Celý segment vrcholí ikonickým modelem Fantasy Bra, jenž představuje symbol luxusu, prestiže.
Paradigmatická rovina	-tuto rovinu lze možné spatřit ve výběru modelek, jež jsou štíhlé a velmi mladé a jdou jemnou chůzí, v případě záměny za jiné, stejně hubené modelky s podobnou chůzí by se segment nijak nezměnil.
Binární opozice	-v segmentu je zpívána píseň o velmi náročném, toxickém vztahu a současně jsou využita pírka, jež jsou váhově lehká-evokace ambivalentního vztahu, jelikož pírkó je symbolem svobody, vznešenosti, cti, asociuje vítr, pohyb a ptáky s jejich schopnostmi, jako je let, nadhled, lehkost, rychlost ale i čistotu, něhu, jemnost až křehkost (Moudrá, 2023). -kontrast mezi symbolismem bílé barvy a textu písně, jelikož bílá je barvou čistoty, míru a nevinnosti a její přirozená prázdnota navozuje pocit

Binární opozice	čistoty a klidu (Watson, 2023). Bílá, čistá barva může maskovat negativní či problematický vztah.
--------------------	---



Obrázek 41 - Ukázka Andělských křídel
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)



Obrázek 42 - Gesto sepjatých rukou
(Zdroj: Victoria's Secret, 2018)



Obrázek 43 – Fantasy Bra
(Luxurylaunches, 2018)

5.3 Victoria's Secret Fashion show 2024

Show se konala 15. října 2024 v Duggal Greenhouse v Brooklyn Navy Yard v New Yorku. Záznam je volně dostupný na streamovací platformě YouTube a má 42 minut.

Po přehlídkovém mole se prošlo 52 modelek. Show byla rozdělená do šesti částí: Modern heritage, Twinkle, Heroes, Atelier, Unwrap the magic a velkolepé finále (Čmuchálková, 2024). Mezi vystupujícími se objevily interpretky jako Tyla, Lisa a Cher.

Při zahájení přehlídky, před uvedením jednotlivých segmentů, byla celá show otevřena pěveckým vystoupením Lisi. Následovalo otevření přehlídky prvním modelem Gigi Hadid. Gigi vynesla saténové růžové body s hlubokým výstřihem a detaily v podobě skládání v oblasti pasu s jemnými krystalovými aplikacemi. Klíčovým prvkem jejího outfitu byla ikonická andělská křídla (viz obr. 44) značky Victoria's Secret. Outfit byl doplněn botami s vysokými podpatky od designéra Rene Caovilly (Gaskins, 2024). Na závěr zahájení se na LED obrazovce objevil nápis "We are back".

Pro účel analýzy byly vybrány segmenty nazvané Atelier a Unwrap The Magic, jelikož tyto segmenty jsou jednak výjimečné pro svůj symbolismus a pro vyobrazení různých střihů modelů na rozličných postavách modelek.

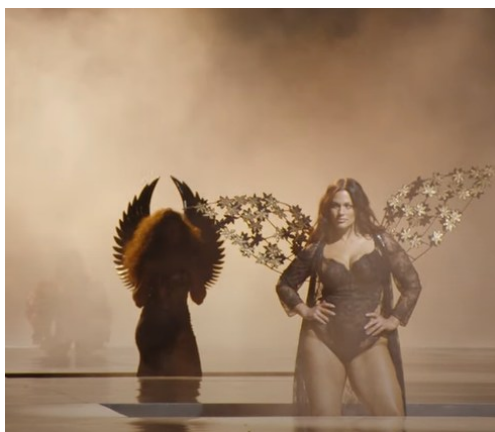


Obrázek 44- Bella Hadid s křídly (Zdroj: Pergament, 2024)

5.3.1 Atelier

V rámci segmentu Ateliér se na mole představilo 15 modelek. Hudební doprovod zajišťovala interpretku Lisa, která živě zazpívala píseň Kiss Me.

Segment módní přehlídky začíná záběrem na tři modelky vyjíždějící zpod mola za doprovodu potlesku diváků (viz obr. 45 [24:19]). Následují detailní záběry jednotlivých modelek na mole. Poté dochází ke střihu na interpretku Lisu vycházející ze strany mola, jež zahajuje své vystoupení (viz obr. 46 [24:51]).



Obrázek 45 – Modelky vyjíždějící z pod mola
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)



Obrázek 46 – Lisa zahajující zpěv
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)

Denotace

Interpret

Model (viz obr. 47), jež má Lisa na sobě, se skládá z dlouhých krajkových kalhot s květinovými motivy a body s vykrojením v oblasti břicha. Horní část modelu je doplněna o dlouhé rukávy z totožného materiálu jako kalhoty. Dominantním prvkem outfitu jsou křídla, která na první pohled obsahují obrysy růže. Křídla jsou průhledná a pravděpodobně vyrobená z lehkého plastu. Líčení je laděno do jemných tónů, s důrazem na sjednocenou pleť, jemné oční linky a umělé řasy. Celý styling je doplněn o plné, černé kotníkové boty se šněrováním.



Obrázek 47 - Model Lisa (Zdroj: Agence France-Presse, 2024)

Hudba

Hudební složka skladby se vyznačuje rytmickou strukturou s minimální dynamickou variabilitou. Na první poslech působí monotónně, neboť neobsahuje výrazné vokální změny ani modulace v tónině. Melodická linie zůstává konzistentní. Lisa využívá při přednesu jemný hlasový projev. Rovněž je patrná synchronie, kdy interpret je vizuálně prezentován jako producent slov hudby. Skladba je odzpívána v anglickém jazyce.

Modely

Barevnost a střih	-černá, vínová, zlatá -kalhotky s vyšším i nízkým pasem střiženy do stylu brazilky (viz obr. 48) -body (hojně využívané), push-up podprsenky
Motivy/symboly	-květiny, podoba ptačích per, černé růže na kraje (viz obr. 50), červené, vínové, růžové růže (viz obr. 49)
Doplňky/křídla	-křídla, doplňky na zádech i na rukou - přehozy přes ramena, bunda, sukně s rozparkem, korzety (viz. obr 50) -šperky různého rázu-visící zlaté náušnice, červené kruhové, stříbrné kruhové -obuv je otevřená.
Materiály	-krajka, síťovina (viz obr. 48), koženka, třpytivé elementy, lehký plast, satén



Obrázek 48 - Ukázka modelu-
síťová látka, střih kalhotek
(Zdroj: Marianne.cz, 2024)



Obrázek 49 - Ukázka modelu-
kalhotky s vysokým pasem, růže
(Zdroj: Sanchez, 2024)



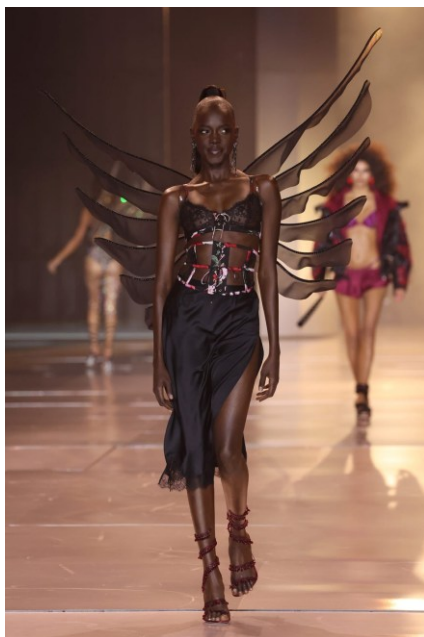
Obrázek 50 - Ukázka modelu-černé
růže, korzet
(Zdroj: Sanchez, 2024)



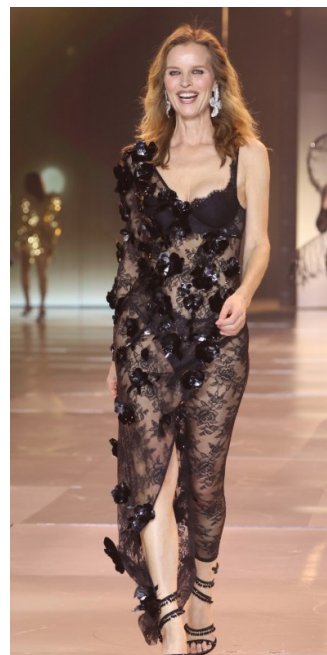
Obrázek 51 - Ukázka modelu-body,
plus size modelka
(Zdroj: Crabtree, 2024)

Modelky

Styling vlasů, líčení	-převládají rozpuštěné vlasy–od zcela rovných až po výrazně kudrnaté, jedna z modelek zvolila účes s vysoko vyčesaným culíkem (viz obr. 52), dominuje tmavá barva vlasů. -přírodní jednoduché líčení.
Postava, věk, etnicita modelek	-modelky vykazují stejnou etnickou příslušnost až na černošku (viz obr. 52) a Asiatku. -modelky mají na první dojem mezi 25 až 60 lety (viz obr. 53). -objevují se jak plus size modelky s výraznějšími křivkami (viz obr. 51), tak modelky s konvenčně štíhlou postavou.
Chůze a gesta modelek	-sebevědomá chůze, mrknutí do kamery, úsměv



*Obrázek 52 – Černoška s vysokým culíkem
(Zdroj: Sanchez, 2024)*



*Obrázek 53 – Modelka vyššího věku
(Zdroj: Marianne.cz, 2024)*

Kamery a střih

Na počátku segmentu jsou využity jemné přechody mezi jednotlivými záběry. Kamera zabírající profil modelky je doplněna o čelní pohled při přibližování se modelky ke konci mola. Součástí jsou detailní záběry na obličej modelek, rovněž jako celkové záběry na model. Kamera snímá příležitostně modelky v pohybu vertikálně – od bot směrem k hlavě – což umožňuje detailní prozkoumání jednotlivých aspektů outfitu. Objevují se občasné průstřihy na interpretku, nicméně pozornost je soustředěna především na modelky.

Kamera zůstává převážně statická, s minimálním pohybem. Střih je charakterizován delšími časovými sekvencemi s méně častými přechody.

Světla a speciální efekty

Světelný design vystoupení se vyznačuje stálým osvětlením s minimálními variacemi v intenzitě a frekvenci blikání. Světla podporují hudební složku, kdy jejich jas a rytmická proměnlivost korespondují s hudební linkou.

Z hlediska speciálních efektů je na počátku segmentu využit jemný kouřový efekt, nicméně v dalších částech vystoupení není dále využit.

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

LED obrazovky se vyznačují plynulými přechody barevných spekter od bílé přes zlatou až po černou a naopak (viz obr. 54 [26:47]). Motivy ani symboly nebyly na LED obrazovce využity.



Obrázek 54 – LED obrazovka segmentu Atelier

(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)

Konotace

Název a jeho propojení s hudbou	- segment nese název Atelier konotující místnost tvorby obrazů či fotografií, jež vyvolávají pocity a emoce, které mohou být skryté nebo specifické a zřejmé. Emoce a pocity mohou plynout přímo na povrchu fotografie (Gróf, 2020), což souvisí s písní Kiss Me, protože text písně je hluboce emocionální a reflektuje intenzivní prožitky spojené s vášní, láskou a zamilovaností.
Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	-sebevědomá chůze modelek asociuje ženskou sexualitu a vášeň, kdy tato skutečnost je doplněna mrknutím oka do kamery a úsměvem modelek.
Barvy a jejich významy	-burgundy (viz obr. 55) symbolizuje sofistikovanost, jež je spojována s rafinovaným vkusem a exkluzivitou. Dokáže zvýšit vnímanou hodnotu a estetiku. Intenzita burgundy vyjadřuje sílu a sebevědomí. Její hluboká, vínová barva, naznačuje bohatství a komplexnost vyvolávající pocity vášně a vitality (Piscart). -černá barva symbolizuje dominanci, autoritu. Rovněž je spojována s bezpečností a ochranou. V západní kultuře symbolizuje zármutek, smutek, ztrátu a prázdnotu, kterou po sobě zanechali zesnulí (Psycholog's Magazine, 2024).
LED obrazovky	-přechody barev na LED obrazovce mohou asociovat příběh, kdy z černé (temno) ke zlaté může být vnímán jako proces získávání poznání, moudrosti či duchovního obohacení až k osobnímu osvícení (bílá), neboť černá (viz barvy a její významy) odráží temnotu, zlatá moudrost, znalost a bohatství. Zlatá současně vyzařuje sebevědomí a vášeň. Bílá je synonymem pozitivitu a nových začátků (Lisjak, ©2019; Color Meanings, ©2023). -interpretaci lze provést i opačně-z čistoty (bílá), přes nabývání hmotného bohatství (zlatá), je možné se dostat až na dno (černá), neboť jakmile je dosaženo určité úrovně blahobytu, lidé si na ni rychle

LED obrazovky	zvyknou a začnou pociťovat touhu mít více, což vede k nespokojenosti a frustraci, když tyto touhy nejsou naplněny. Tento efekt „hedonického běhu na pásu“ ukazuje, jak lidé neustále hledají vyšší úroveň bohatství, aniž by našli trvalé uspokojení (Luthar, 2003). -symbolika vzestupu a pádu a naopak
Syntagmatická rovina	-při počátečním představení kolekce dominují monochromatické černé tóny, přičemž postupně dochází k vizuální gradaci barevné palety, kdy se do celkové kompozice modelů začleňují odstíny burgundské červené a zlaté, díky tomu se zvyšuje celková extravagance a dynamika prezentovaných modelů (viz obr. 55 [26:27]).
Paradigmatická rovina	- výběr modelek odkazuje na inkluzivitu, rovněž představuje diverzitu, kdy změna modelek s rozdílnými tělesnými proporcemi a etnickým původem by nevedla k zásadní změně v paradigmatickém rámci-ačkoliv by se měnily jednotlivé prvky konkrétní reprezentace, základní vizuální struktura by zůstala zachována.
Binární opozice	- štíhlost modelek vs. plnoštíhlost modelek - make-up modelek je přirozený, nicméně modely vynikají výraznými extravagantními prvky, vytvářející kontrast mezi jemností líčení a vizuálem modelů. - Lisa má na sobě uzavřené kotníkové boty, zatímco modelky vynesly otevřené střevíce na vysokém podpatku.



Obrázek 55 – Burgundy model

(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)

5.3.2 Unwrap The Magic

Segment šlo 11 modelek, přičemž prezentace modelů byla doprovázena skladbou Believe od interpretky Cher, jež zahajuje svým pěveckým vystoupením přehlídku segmentu. První záběr kamer je upřen na vokalistky (viz obr. 56 [30:58]). Následně se LED obrazovky rozevrou a Cher vstupuje na scénu za doprovodu kouřové clony (viz obr. 57 [31:50]).

Interpret

Jak vizuálně zachycuje obrázek 58, Cher je oděna v celočerném modelu zdobeném stříbrnými třpytkami. Horní část tvoří top s dlouhými rukávy a charakteristickým vázáním uprostřed, zatímco dolní část představují kalhoty s kapsami. Outfit doplňuje uzavřená černá obuv a stříbrné doplňky, včetně mikrofonu zdobeného krystaly. U líčení je kladen důraz na oči, jež jsou orámovány černou tužkou.

Hudba

Skladba se vyznačuje tanečním tempem, kdy úvodní melodická linka je jemná a postupně se rozvíjí do výrazného tanečního rytmu, přičemž tento vývoj reflektuje gradující dynamiku skladby. Vokální projev je charakteristický využitím Auto-Tune efektu dodávající hlasu specifickou syntetickou kvalitu. V refrénu se vokály zesilují a harmonizují. Píseň je interpretována v anglickém jazyce.



*Obrázek 56 – Začátek segmentu Unwrap The Magic-vokalistky
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)*



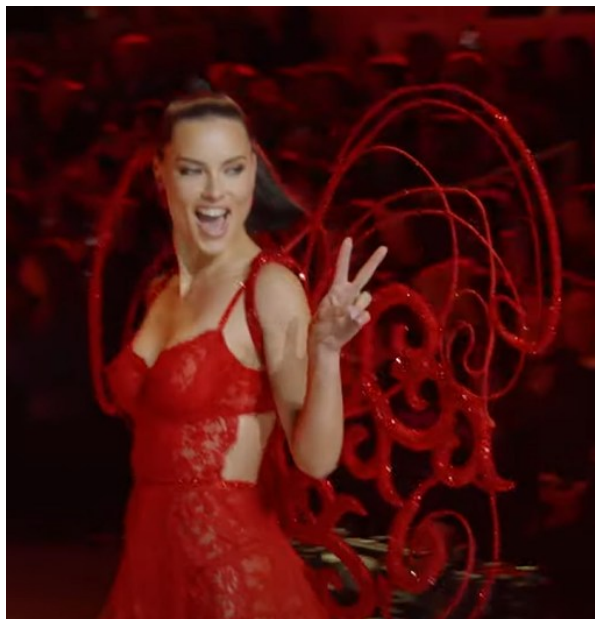
*Obrázek 57– Začátek segmentu
Unwrap The Magic-Cher
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)*



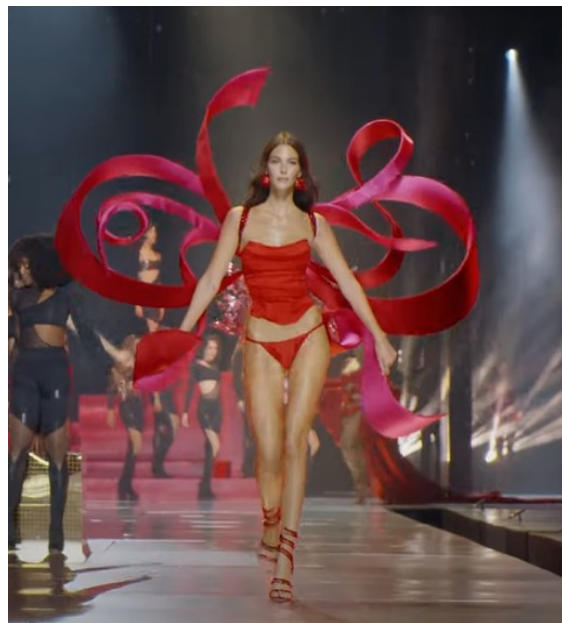
*Obrázek 58– Model Cher
(Zdroj: Richards, 2024)*

Modely

Barevnost a střih	-dominantními barvami modelů jsou červená, bílá, černá a zlatá -push-up podprsenky, kalhotky střizeny do brazilek-některé bokové a jiné do V, body
Motivy/symboly	-mašle, motýlí křídla (viz obr. 59 [36:07])
Doplňky/křídla	-doplňky na zádech ve tvaru stuh v pohybu (viz obr. 60 [34:16]), mašlí, křídla z nápisu Victoria's Secret -červený kožich, dlouhá sukně se vzory mašle (viz obr. 62 [35:20]) - doplňky zahrnují červené třpytivé prvky či stříbrné kruhové náušnice. -otevřené boty buď v červené nebo stříbrné variantě s případnými ozdobami.
Materiály	-červená krajka, satén, lehký plast



Obrázek 59–Motýlí křídla, gesto
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)



Obrázek 60– Ukázka doplňku na
zádech-stuhy v pohybu
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)

Modelky

Styling vlasů, líčení	-modelky jsou převážně brunetky, kdy jejich vlasový styling vykazuje vysokou variabilitu – jsou zakomponovány jak dlouhé rozpuštěné vlasy, mikádo střihy, kudrnaté účesy, tak precizně vyčesané culíky. -líčení je přírodního charakteru-sjednocená plet', oční stíny tělové barvy a lesk či rtěnka v barvě rtů.
Postava, věk, etnicita modelek	-postava modelek se vyznačuje štíhlostí s vyrýsovanými břišními svaly, jsou rovněž zapojeny plnoštíhlé modelky (viz obr. 61 [34:58]). -věk modelek pohybuje od 25 do 40 let. -etnicita modelek je na první dojem stejná, nicméně jsou integrovány modelky tmavší barvy pleti (viz obr. 62).
Chůze a gesta modelek	-chůze modelek je ladná a současně sebevědomá. -ukazování gest prsty (viz obr. 59), úsměvy, mrknutí do kamery



Obrázek 61– Plus size modelka
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)



*Obrázek 62 Mašle na zádech
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)*

Kamery a střih

Kamery jsou zejména statické, s výjimkou boční kamery zabírající modelku z profilu. Při jejím pohybu k závěru mola je zabírána čelní kamerou. Občasné střihové sekvence zobrazují Cher, avšak primární zaměření zůstává na modelkách. Lze rovněž zaznamenat, že kamera snímá delší časové sekvence, tudíž střih není tak častý.

Světla a speciální efekty

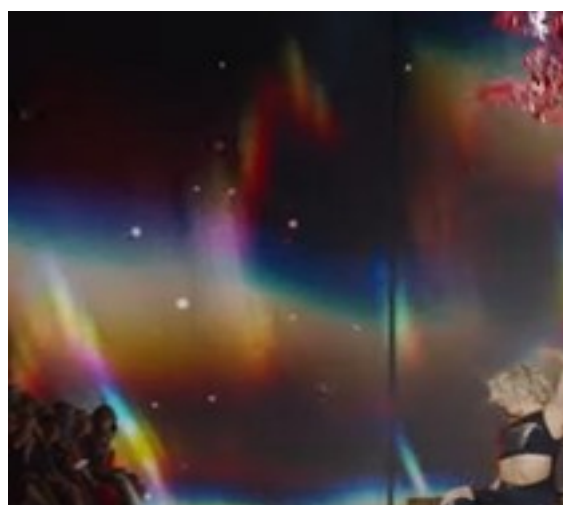
Světelné aranžmá slouží především k zajištění viditelnosti interpretky a modelek, přičemž současně podtrhují rytmickou dynamiku skladby. Při refrénu dochází k pulzujícímu efektu, kdy světla v pravidelných intervalech problikávají.

Zvolení barevnosti a motivů na LED obrazovkách

Na LED obrazovkách se střídají barevné kompozice černé a zlaté, kdy černá barva představuje pozadí a zlatá se zobrazuje v podobě kruhových prvků (viz obr. 63 [34:05]). Následně dochází k přechodu na barevné prvky vypadající jako polární záře (viz obr. 64 [34:40]). V průběhu segmentu se zmíněné vizuální motivy střídají a vzájemně prolínají.



Obrázek 63 – LED obrazovka segmentu Unwrap The Magic
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)



Obrázek 64 – LED obrazovka segmentu Unwrap The Magic-
Polární zář
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)

Konotace

Název a jeho propojení s hudbou	-píseň „Believe“ se zaměřuje na otázku víry v lásku po nešťastné lásce. V pozdější fázi textu dochází k odhalení, že je pro něj ¹¹ „až příliš dobrá“ neboť zjistila, že vztah nevyžaduje obětování její osobní síly nebo sebeúcty (Bloom, 2014).
Modely a jejich významy	-motiv mašlí souvisí s názvem "Unwrap the Magic", jelikož mašle jsou dominantním prvkem na modelech. Mašle evokují dárky obsahující překvapení. Současně jsou vnímány jako symbol ženského osvobození, jelikož mohou připomínat tlak, kterému ženy na pracovištích museli čelit (iRozhlas, 2024). Skutečnost se vztahuje na text písně, která obsahuje části hovořící o osvobození od partnera.
Gesta a jejich konotace v kontextu segmentu	-gesto Adriany Limy (viz obr. 59) symbolizuje v naší kultuře mír (Erv Pojišťovna, 2024). V kontextu segmentu gesto konotuje smíření se se situací ve vztahu a sám se sebou.
LED obrazovky	-kruhy na LED obrazovkách konotují blikající světla -polární záře symbolizuje mnoho významů-skandinávská bájesloví ji považují za odraz štítů Valkýr na cestě do Valhally. Inuité v Grónsku ji vnímají jako světlo z říše mrtvých, kdy věří, že změny v jejím jasu signalizují pokus zesnulých přátel o komunikaci s žijícími příbuznými a jejich možný přechod na onen svět (Zvardoň a Pech, 2022).
Syntagmatická rovina	-symbolika změn v doplňcích na zádech modelek: stuhy evokující chaos, mašle představující transformaci a pozitivní symbol, a kožich symbolizující teplo a ochranu, což ukazuje přechod od chaosu k harmonii, od nepohodlí k bezpečí a pohodlí (Fur Outlet, ©2025).

¹¹ maybe I'm too good for you

Paradigmatická rovina	-v je segmentu hojně využito známých supermodelek, jakými jsou Adriana Lima, Gigi a Bella Hadid, či Candice Swanepoel. Současně jsou v segmentu zastoupeny i méně známé modelky. Pokud by byly supermodelky substitovány jinými modelkami podobných tělesných proporcí, nedošlo by k výrazné změně celkového tématu segmentu, jelikož dominantním prvkem je spodní prádlo a specifické doplňky na zádech.
Binární opozice	-uzavřené černé boty Cher kontrastují s otevřenými červenými botami modelek. -kontrast mezi spoře oděnými modelkami jen ve spodním prádle a plně oblečenou interpretkou. -plnoštíhlé modelky v kontrastu štíhlých modelek. -velmi rychlé taneční pohyby tanečnic v kontrastu elegantní ale sebevědomé chůze modelek.

6 VYHODNOCENÍ

6.1 Komparace

V rámci práce byly analyzovány tři módní přehlídky značky Victoria's Secret zaměřující se na specifické segmenty z let 2016, 2018 a 2024. V komparativní analýze nebyly zahrnuty všechny znaky a motivy zkoumané v sémiotické analýze jednotlivých segmentů, neboť hlavním cílem bylo především porovnat prvky, které měly v rámci segmentu výrazné symbolické propojení na téma, byly na první pohled odlišné, explicitně na sebe odkazovaly, či se od sebe výrazně lišily, přičemž bylo následně vysvětleno, v čem konkrétně tyto rozdíly spočívají. Z hlediska symbolických prvků bylo zdůrazněno, jak vypadal jejich postupný posun a proměna v průběhu let v případě, že došlo k využívání různých symbolických významů v závislosti na tématu segmentu.

Následující kapitoly se zaměřují na porovnání použitých vizuálních a symbolických prvků ve vybraných segmentech, s důrazem na změny před a po rebrandingu. Kromě toho jsou komparovány a analyzovány případné změny v hudbě, kamerových záběrech a LED obrazovkách.

Denotace

Hudba

V letech 2016 a 2018 byla hudební složka charakteristická vysokou mírou dynamiky a rytmičnosti. Hudba kombinovala synchronní i asynchronní prvky, využívány byly jak tradiční hudební nástroje, tak elektronické prvky, přičemž dynamické kontrasty hrály významnou roli. Texty byly odprezentovány v anglickém jazyce, až na pár španělských slov v písni Vertigo segmentu The Road Ahead.

Oproti tomu v roce 2024 došlo k výraznému posunu k plně elektronické hudební produkci. Hudba vykazovala minimální dynamickou variabilitu a byla založena na konzistentní rytmické struktuře. Důraz byl kladen na technologicky modifikovaný zvuk, syntetické zvukové efekty a taneční rytmickou strukturu, přičemž mohla být pozorována výhradně synchronicita. Texty byly odzpívány výhradně v anglickém jazyce.

Z komparace vyplývá, že v letech 2016 a 2018 byl hudební doprovod dynamičtější, variabilnější a kombinoval tradiční i elektronické prvky, zatímco v roce 2024 došlo k posunu k plně elektronickému zvuku s minimální variabilitou a dominantním tanečním rytmem. Tento trend indikuje, že značka se snaží držet aktuálních hudebních stylů, čímž reflektuje současné preference v populární hudbě. Rovněž vyplývá že značka využívá písně, které jsou v především v anglickém jazyce.

Interpreti

V letech 2016-2018 vystupovaly interpretky jako Lady Gaga, Bebe Rexha a Halsey. Lady Gaga vynesla romantický vizuál kooperující s romantických nádechem segmentu. Bebe Rexha měla na sobě velmi výrazný růžový model, přičemž byla součástí segmentu PINK zaměřující se na mladé ženy a Halsey představila model plný pírek, kdy byla součástí segmentu, ve kterém dominantním prvkem modelů byla pírká.

V roce 2024 Lisa zvolila krajkované kalhoty a body s květinovým motivem, přičemž dominantním prvkem byla průhledná křídla obsahující tvary růží. Model odrážel estetiku modelů. Cher vynesla černý outfit posetý třpytkami zahrnující kalhoty a top s dlouhými rukávy a vázáním vpředu.

Z komparace vyplývá, že modely interpretů Victoria's Secret Fashion Show konzistentně reflektují tematická zaměření jednotlivých segmentů, a to jak z hlediska stylu, tak i z celkové vizuální estetiky. Tento fakt potvrzuje schopnost značky efektivně propojit tematiku segmentu s výběrem interpretů, čímž demonstruje svou promyšlenou koncepční strategii a cit pro vizuální a obsahovou koherenci.

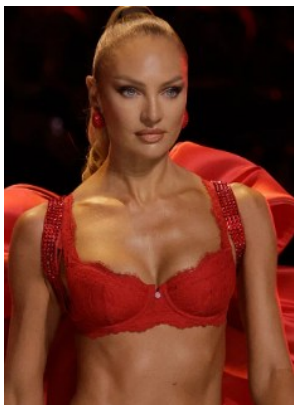
Modely

Prvek	2016, 2018	2024
Barevnost a střih	-výrazné barvy odrážející téma segmentu -push-up podprsenky, spíše využity brazilky, korzety, body, kalhotky kratáského střihu (hlavně u segmentu PINK)  <i>Obrázek 65 – ukázka kalhotek s nízkým pasem segmentu Mountain Romance (Zdroj: Dentell, ©2023)</i>	-barvy odráží téma segmentu -brazilky, push up podprsenky, více využito body, střihu kalhotek s vyšším pasem a kalhotek kratáského střihu  <i>Obrázek 66 – ukázka kratáských kalhotek segmentu Atelier (Zdroj: Shaked, ©2023)</i>
Doplňky	-křídla, peří, kreace na zádech (viz obr. 67) šperky, doplňky v oděvech  <i>Obrázek 67- Ukázka doplňku na zádech modelek na VSFS-2016(Zdroj: Every Look From The 2017 Victoria's Secret Fashion Show Straight From The Glittery Runway, 2017)</i>	-křídla, kreace na zádech modelek (viz obr. 68 [35:09]), doplňky ve formě různých kusů oblečení.  <i>Obrázek 68- Ukázka doplňku na zádech modelek na VSFS-2024 (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)</i>

Prvek	2016, 2018	2024
Doplňky	-uzavřená obuv  <i>Obrázek 69- Ukázka uzavřené obuvi segmentu PINK</i> <i>(Zdroj: Yang, 2018)</i>	-otevřená obuv-občas se objeví na obuvi doplněk křídel  <i>Obrázek 70- Ukázka otevřené obuvi segmentu Unwrap The Magic</i> <i>(Zdroj: Granger, 2024)</i>

Porovnání ukazuje, že barevná paleta jednotlivých kolekcí je v souladu s jejich tématy, což naznačuje, že značka si uvědomuje symboliku barev a jejich význam v komunikaci. Střih spodního prádla se v průběhu rebrandingu proměnil – zatímco dříve dominovaly nízké bokové kalhotky, po rebrandingu se více objevují modely s vyšším pasem a kratšíkovým střihem. Tato změna signalizuje snahu oslovit širší spektrum zákazníků s různými tělesnými typy. Využití materiálů a jejich symboliky zůstává (především využití květin), přičemž materiály odpovídají segmentu a cílové skupině jednotlivých kolekcí. Ikonickým prvkem přehlídek Victoria's Secret jsou doplňky na zádech modelek (především křídla), jež se objevují jak před rebrandingem, tak po něm. To poukazuje na intertextuální propojení s historií značky a odkaz na její vizuální tradici. Křídla se v některých případech promítají i do detailů (obuv modelek), což zdůrazňuje kontinuitu značky. Materiály ozdob na zádech modelek vyznačují po rebrandingu proměny v texturách, tvarech a materiálech, kdy určité změny v modelech, jako rozdílný střih kalhotek a využití většího počtu body naznačuje evoluci značky.

Modelky

Prvek	2016, 2018	2024
Styling vlasů, líčení	-volně rozpuštěny, stejný styl, holé střihy, kudrnaté vlasy -přírodní jednoduché líčení  Obrázek 71 -Ukázka charakteristického stylu vlasů VSFS – segment Mountain Romance (Zdroj: Victoria's Secret Angels, 2016)	-rozmanitost v účesech-mikádo, vysoko česaný culík, kudrnaté vlasy -jemné přírodní líčení  Obrázek 72- Ukázka rozdílného účesu VSFS roku 2024 -segment Unwrap the Magic (Zdroj: Victoria's Secret, ©2025)
Postava, věk, etnicita modelek	-velmi štíhlé postavy s výraznými břišními svaly, etnická diverzita -důraz na mladost modelek  Obrázek 73- Ukázka klasické modelky VSFS (Yang, 2018)	-modelky diferencované v tělesných proporcích, větší etnická a věková diverzita  Obrázek 74 - Ukázka plus size modelky (Sanchez, 2024)

V průběhu let lze pozorovat rozdíly v tělesných proporcích, etnicitě a věkovém spektru modelek, což odráží rostoucí důraz na inkluzivitu a diverzitu. Tento vývoj je také patrný v přístupu k vlasovému stylingu. Modelky ve všech ročnících vykazovaly sebevědomou chůzi, která byla často doprovázena gesty reagující na texty písní, včetně posílání polibků. Tento prvek naznačuje, že značka skrze své modelky komunikuje hodnoty jako sebevědomí, optimismus a ženskou sexualitu. Nicméně v letech 2016 a 2018 byly modelky výrazně energičtější, s občasnými tanečními pohyby na molu, což činilo z přehlídky show. Naopak v roce 2024 došlo k určitému zklidnění a přehlídka působila spíše jako módní událost než typická, energická show, jež charakterizovala předchozí ročníky.

Kamery a střih

Mezi lety 2016 a 2018 byla kamerová technika zaměřena na dynamické a energické záběry, přičemž střihy byly časté a rychlé, s důrazem na variabilitu úhlů. Modelky byly snímány z boku při chůzi po mole, kdy vždy na konci mola kamery zabíraly celou postavu. Objevovaly se také pohledy na zadní perspektivu modelek a někdy i záběry z kamerového jeřábu poskytující celkový pohled na show. Interpretky byly zachycovány kontinuálně při zpěvu, s plynulým přechodem pozornosti mezi nimi a modelkami.

V roce 2024 došlo ke změně, kdy dynamické střihy a časté změny kamer byly nahrazeny delšími záběry. Kamera se pohybovala minimálně, interpretky byly snímány spíše sporadicky a primární důraz byl kladen na modely a modelky. Střihy byly hladké a nenápadné, s minimem rychlých přechodů.

Z komparace je zřejmé, že mezi lety 2016 a 2018 byly dominantní rychlé střihy a různorodé úhly záběrů a pohyb kamer byl aktivní. Avšak v roce 2024 se strategie posunula směrem k minimalismu, přičemž střihy byly méně časté, záběry delší a klidnější. Kamera se pohybovala minimálně.

Světla a speciální efekty

Roky 2016 a 2018 se vyznačovaly vysokou intenzitou světél a širokou paletou barev. Světelné změny byly synchronizovány s hudebními přechody, především během refrénu. Kouřový efekt byl v roce 2016 využit pouze na začátku, avšak v roce 2018 působil po celou dobu segmentu a na konci mola byl doplněn o fén.

Přehlídka roku 2024 obsahovala nižší barevnou variabilitu a světla nebyla výrazným doplňkem show, pouze zajišťovala viditelnost. Nicméně s příchodem refrénu písně byla její dynamika podpořena světly. Speciální efekty, jako kouř, byly využity pouze na začátku segmentu a v dalším průběhu přehlídky už využity nebyly.

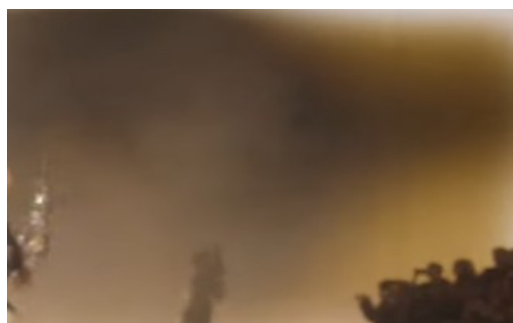
Lze vyčíst, že mezi lety 2016–2018 byla vizuální stránka přehlídky zaměřena na dynamiku, barevnost, zatímco v roce 2024 došlo ke zjednodušení a umírněnosti vizuálních prvků. Tento posun naznačuje změnu, kdy je kladen důraz na sofistikovanost, přirozenost a minimalismus namísto intenzivní show plné efektů.

LED obrazovky

V letech 2016 a 2018 byla vizuální složka výrazně doplněna projekcemi na LED obrazovkách zobrazující symboly a motivy, kdy právě projekce různých obrazů sloužila k posílení zaměření jednotlivých segmentů. Naopak v roce 2024 došlo k redukci obrazců na LED obrazovkách, jelikož byly použity pouze minimalisticky k podpoře barevné atmosféry skrze jemné přechody a tlumené světelné efekty. Ten posun lze vnímat jako zaměření se na větší sofistikovanost přehlídky (viz obr. 75 [03:02], 76 [26:12]).



*Obrázek 75- Ukázka využití
motivů a symbolu na LED
obrazovkách roku 2016
(Zdroj: VRON, 2016)*



*Obrázek 76 -Ukázka
minimalistického pojetí LED
obrazovek roku 2024
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024)*

Konotace

Segmenty z let 2016 a 2018 byly výrazně spojeny s tématy svobody, dobrodružství a mladistvé energie, ale také s motivy zrazené lásky. Tyto hodnoty byly podpořeny teplými barvami, které nejen symbolizovaly radost a energii, ale také ženskou jemnost, stálost a uzemnění. Vizuální symbolika, včetně růží, konotovala znovuzrození a věčnost, a barevná paleta vyzařovala mladistvou energii a sílu. Modelky, jejichž gesta a výrazy vyjadřovaly otevřenost, přátelskost a ženskou energii, podpořily dojem svobody a procesu seberealizace. V kontrastu k těmto dynamickým a mladistvým motivům, segmenty z roku 2024 si zachovávaly introspektivní tón, avšak se silnějším důrazem na ženskou sexualitu, vášnivost a sílu. Modelky v krajkách, zejména v černé a červené barvě ztvárnily eleganci, sexualitu, rebelii a autonomii vytvářející obraz silné a sebevědomé ženy, což souvisí s postupnou proměnou ženy ve společnosti, kdy ženy mají více a více silnější hlas.

Název a jeho propojení na text.

Písňe z let 2016 a 2018 symbolizovaly osobní růst, svobodu, zradu a nejistotu. V roce 2024 se však hudba a písňe stávají silným nástrojem pro vyjádření nabyté sebevědomí a přijetí vlastní síly. Téma zrazené lásky je stále přítomno, nicméně je kontextu zaměřující se na transformaci a znovuvybudování silného, nezávislého já.

Vybrané texty a jejich propojení na název segmentu vykazovalo v každém roce výraznou symboliku, respektive napojení nejen na název ale především na modely předváděné na módní přehlídce což podporuje myšlenku, že značka si je vědoma symbolických významů znaků.

Modely a jejich významy

V letech 2016 a 2018 se symbolika modelů soustředila na témata síly, romantiky a mladistvé energie. V roce 2016 modely reflektovaly tradiční japonskou symboliku spojenou s moudrostí, ochranou a prosperitou. Květiny, zejména růže, evokovaly lásku, nevinnost a životní sílu, přičemž jejich mytologický původ spojoval motiv růží se znovuzrozením. V roce 2018 kolekce PINK stavěla na mladistvé atmosféře, přičemž přidala více prvků ležérnosti a uvolněnosti. Oversized oblečení, sportovní prvky a doplňky zdůrazňovaly dynamiku a svobodu.

Rok 2024 přinesl posun ve vnímání ženskosti a síly. Modely odrážely emancipaci a hlubší emocionální významy. Mašle evokovala překvapení, radost. Rovněž symbolizovala ženské osvobození od společenských tlaků. K tomu se přidal motiv motýlích křídel představující začátek a vnitřní sílu.

Ve srovnání s lety 2016 a 2018, kdy byla ženskost prezentována jako něžná a romantická, rok 2024 představuje ženu jako silnou, sebevědomou a nezávislou bytost, která si uvědomuje svou hodnotu a nebojí se ji projevit. Celkově vývoj modelů mezi lety 2016, 2018 a 2024 odráží proměnu vnímání ženskosti ve společnosti. Zatímco dřívejší přehlídky oslavovaly mladistvou vitalitu, romantiku a klasickou krásu, současná kolekce zdůrazňuje sílu, emancipaci a hlubší emocionální rozměr ženské identity.

Syntagmatická rovina

Porovnání syntagmatických rovin přehlídek značky Victoria's Secret v letech 2016, 2018 a po rebrandingu v roce 2024 ukazuje vývoj od emocionality k jasně definovaným symbolickým a vizuálním změnám.

V roce 2016 byla syntagmatická rovina zaměřena na postupnou proměnu a nabývání sebevědomí, kdy hudba vykazovala fáze sebepoznání a kulturního šoku. Vizuální prvky vyjadřovaly obavy a nejistotu, přecházející v osvobození a přijetí nové identity. Rovněž využití květinových křídel měnící se v ptačí odrážely individuální růst ženskosti. V roce 2018 byla syntagmatická rovina dominantní ve vizuální gradaci, neboť se modely postupně vyvíjely od jednoduchých tvarů k extravagantním andělským křídům symbolizující narůstající pocit svobody.

Po rebrandingu v roce 2024 došlo k posunu k větší symbolické hloubce. Přehlídka začínala monochromatickými černými tóny, jež se měnily v bohatší barevnou paletu vytvářející dynamiku a vizuální intenzitu. Symbolika doplňků se poměňovala od stuh, evokujících chaos, přes mašle představující transformaci, až po kožich naznačující ochranu a bezpečí. Zmíněný narativ může rovněž odrážet rebranding a transformaci značky, tedy přechod od předchozí okázalé extravagance k tlumenějším a pohodlnějším modelům. Díky tomu se značka odpoutala od emocionálních a vizuálních vyprávění ke strukturovanějšímu pojetí sebevědomí a transformace.

Paradigmatická rovina

V letech 2016 a 2018 se Victoria's Secret soustředila na tehdejší standart krásy reprezentovanými štíhlými modelkami různých národností, jako například Elsa Hosk, Ming Xi, Alessandra Ambrosio a Adriana Lima. Tento výběr modelek odrážel zaměření na ideál "andělské" krásy, kde národnost modelek spíše doplňovala celkový kontext segmentu, než ovlivňovala jeho podstatu. Symbolika v roce 2018 se mírně změnila směrem k mladistvému a sportovně-ležérnímu stylu a stále zůstával důraz na štíhlost a jemnost modelek, a záměna modelek s podobnými parametry by nezměnila celkový charakter přehlídky.

V roce 2024, po rebrandingu, se Victoria's Secret přesunula k výrazně inkluzivnějšímu přístupu. Modelky s různými tělesnými proporcemi a etnickými původy se staly součástí hlavního proudu, což představovalo zásadní změnu od předchozích let. Tento posun reflektoval širší definici krásy, která zahrnovala nejen štíhlost, ale i různé typy těla

a etnické identity. I když by výměna modelek za jiné s podobnými parametry nevedla k zásadní změně v rámci celkového tématu, důraz na diverzitu a inkluzivitu zůstává klíčovým prvkem komunikace značky. Tento posun ukazuje, jak se značka přizpůsobila současným sociálním a kulturním trendům, což je odrazem její reakce na širší společenské změny.

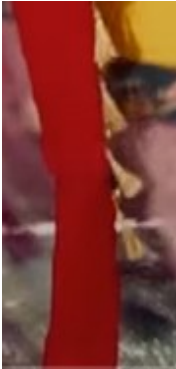
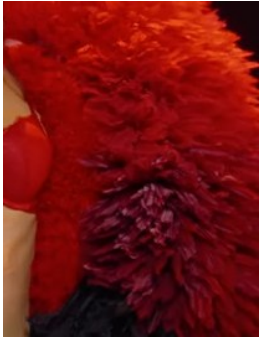
Binární opozice

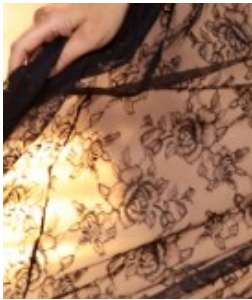
V letech 2016 a 2018 byly binární opozice postaveny na kontrastech mezi uzavřenou obuví modelek a jejich spoře oděnými těly. Dále bylo patrné střídání jemného líčení modelek s výrazným make-upem interpretů. V roce 2018 pak nastoupila symbolika čtverce a chaosu, což vytvářelo další kontrast mezi stabilitou a dynamikou. Líčení modelek bylo jemné, avšak jejich oblečení se vyznačovalo barevnými, vzorovanými modely. Binární opozice těchto let odrážela tradiční pojetí krásy, kdy se jednalo především o binární opozice zahrnující pouze modely a případnou symboliku.

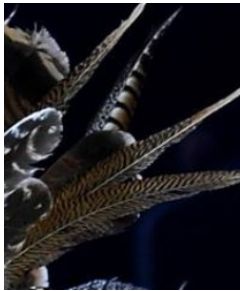
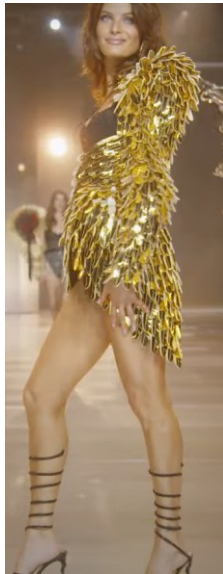
V roce 2024 došlo k změnám v binárních opozicích odrážející nový směr značky směrem k inkluzivitě. Výrazný byl kontrast mezi štíhlými modelkami a plnoštíhlými modelkami, což poukazuje na širší definici krásy zahrnující všechny tělesné typy. Líčení bylo přirozené, což bylo v kontrastu s výraznými extravagantními prvky v jejich oblečení. Binární opozice v roce 2024 byla více zaměřena na kontrast mezi různými tělesnými typy a přístupem k ženské síle a eleganci, což vyjadřuje nový pohled na krásu a rozmanitost, jež značka nyní podporuje.

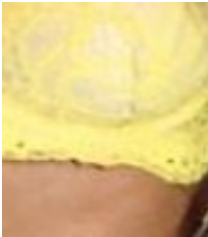
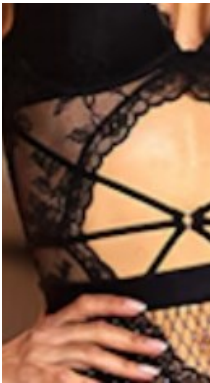
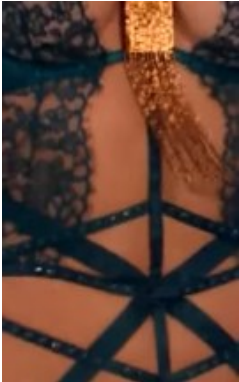
Z těchto poznatků vyplývá, že mezi lety 2016 a 2024 došlo k posunu v pojetí binárních opozic ve Victoria's Secret Fashion Show. Zatímco dříve měly spíše estetický a symbolický charakter, v roce 2024 začaly vyjadřovat společenské hodnoty, jako je inkluzivita a různorodost tělesnosti. Značka tak přešla od vizuálního spektaklu k hodnotově orientované komunikaci, reflektující současné pojetí ženské krásy a síly.

Komparace konkrétních prvků na denotativní a konotativní úrovni

Prvek	Denotace 2016, 2018	Konotace 2016, 2018	Denotace 2024	Konotace 2024
Využití barev	-červená -žlutá/zlatá  Obrázek 77- žlutá na obuvi segmentu <i>The Road Ahaed</i> (Elle)  Obrázek 78- červená obuv se zlatými detaily segmentu <i>The Road Ahaed</i> (Zdroj: VRON, 2016)	-žlutá barva (huang) v čínštině znamená císaře, kdy historicky symbolizovala imperiální moc (Cinsky.com, ©2023). - červená barva je v čínském prostředí spojována s ohněm a létem, symbolizuje ženskou sílu, evokuje moc, nebezpečí a lásku, stimuluje k aktivitě, zejména v rozpadajícím se vztahu (viz obr. 78 [03:14]) (Colorlak, ©2024).	-červená -žlutá/zlatá  Obrázek 79- zlatá barva na doplňku segmentu <i>Atelier</i> (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)  Obrázek 80- červená barva na kožichu a podprsence segmentu <i>Unwrap The Magic</i> (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)	-zlatá barva symbolizuje bohatství, moc a úspěch (Color Meanings [27:59]). -v kontextu segmentu <i>Unwrap The Magic</i> (viz obr. 80, [36:59]) červená symbolizuje lásku, vášně, sexualitu, romantiku, touhu, sebevědomí a víru ve vlastní schopnosti především v souvislosti s písní, hovořící o nabytí síly po zlomeném srdci nenaplněnou láskou (Braam, 2025).

Prvek	Denotace 2016, 2018	Konotace 2016, 2018	Denotace 2024	Konotace 2024
Motivy a symboly	-růžové, bílé, žluté květiny -červené růže  <i>Obrázek 81- Ukázka růží na modelu Lady Gagy (Zdroj: Lady Gaga Performs 'Million Reasons' & More at Victoria's Secret Fashion Show, 2016)</i>  <i>Obrázek 82- květiny na modelu segmentu The Mounatin Romance (Zdroj: (Zdroj: Victoria's Secret, 2016)</i>	- červené růže symbolizují lásku, vášně, odvahu a jsou posílány osobě, která je hluboce milována, naproti tomu růžové květiny symbolizují půvab, radost a nevinnost a v různých kulturách mají odlišné významy – v Thajsku znamenají důvěru, v Číně štěstí a v Japonsku zdraví, v západních zemích jsou propojeny s ženskostí, bílé květiny představují čistotu, pokoru a nevinnost, v asijských zemích však symbolizují smrt a smutek (Bloom & Wild, ©2025).	-zlaté květiny -černé růže -černé růže  <i>Obrázek 83- Ukázka růží na krajce-Ashley Graham, segment Atelier (Zdroj Victoria's Secret, 2024)</i>  <i>segmentu Atelier (Zdroj. E! Online, 2024)</i>	-černé růže (viz obr. 83 [25:22]) symbolizují lásku, krásu, vášně, intenzitu, hloubku a zároveň působí sofistikovaně a elegantně (Venus Et Fleur, 2020). -zlatá květina v buddhismu symbolizuje zásluhy a čistotu, zatímco v hinduismu představuje krásu, prosperitu a božství (Wisdom Lib, 2025).

Prvek	Denotace 2016, 2018	Konotace 2016, 2018	Denotace 2024	Konotace 2024
Doplňky	- ptačích pera (připomínají orlí) -čistá bílá pera -žlutá /zlatá pírká na křídlech  <i>Obrázek 85- Zlatá pera segmentu The Road Ahaed (Zdroj: Jessica, ©2016)</i>  <i>Obrázek 86-Ptačí pera segmentu The Mountain Romance (Zdroj: Victoria's secret angels page, ©2024)</i>	- - orel je v západní kultuře znám svou silou, rychlostí, ostřížím zrakem, vidí život seshora/z oblohy, -někdy potřeba přijmout nový pohled na výzvy v životě (Neošaman, © 2011). -v kontextu segmentu The Road Ahaed by zlatá pírká evokovala transformaci osoby, respektive dokončení procesu akulturace	-motýlí křídla -zlatá ptačí per na přehoze modelky  <i>Obrázek 87 – Výrazný zlatý doplněk segmentu Atelier (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)</i>  <i>Obrázek 88- Motýlí křídla segmentu Unwarp the Magic (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)</i>	-motýlí křídla jsou v Evropě spojována s duší, smrtí a znovuzrozením (Schreiber, 2021, [36:26]). -zlatá pírká představují svobodu a transformaci, osvícení, soucit, odvahu, lásku, moudrost a magii (Space To Tame, 2019), což by v kontextu odpovídalo transformaci po rebranidngu ..

Prvek	Denotace 2016, 2018	Konotace 2016, 2018	Denotace 2024	Kontace 2024
Materiál	-různobarevné krajky na spodním prádle a na celkovém modelu 	-krajka symbolizuje eleganci, sílu, femininitu, tradiční luxus, jemnost a složitost (Willson, 2023). -žlutá krajka může značit z hlediska symbolismu barvy (viz. žlutá barva-barvy a její významy) v západní kultuře optimismus, radost v kombinaci s krajkou femininitu. -zelená evokuje asociace s lesy a přírodním prostředím, tato spojitost navozuje duševní klid a podporuje kreativní myšlení. Z hlediska barevné symboliky je tmavě zelená odstínem rovnováhy a harmonie. (Dabadi, 2024). Na základě propojení informací o krajce a zelené barvě může zelená krajka evokovat velmi femininní, kreativní ženu s vnitřní harmonií (viz obr. 90. [05:47]).	-černá krajka -červená krajka 	-černá krajka demonstruje eleganci, sexualitu, rebelii a vzdor (Kerberová, 2023). -kombinace červené barvy a krajky evokuje vášně, lásku, sexualitu (viz obr. 92, [35:10])
	Obrázek 89- Krajka na podprsence segmentu The Road Ahaed (Zdroj: Victoria's secret angels page ,©2024) 		Obrázek 91-Krajka na body segmentu Atelier (Zdroj: Victoria's Secret, 2024) 	

Prvek	Denotace 2016, 2018	Konotace 2016, 2018	Denotace 2024	Konotace 2024
Gesta	-posílání polibků -mrkání do kamer -úsměv  <i>Obrázek 93—gesto polibku segmentu The Road Ahaed (Zdroj: VRON, 2016)</i>	-v kontextu zkoumaných segmentů (viz obr. 93. [04:20]) tato neverbální komunikace evokuje spokojenost, přátelskost, otevřenost a ženskost, jelikož se jedná o typická gesta pro ženy (Prchlíková, 2012; Voyles, 2017).	-posílání polibků -mrknutí do kamery  <i>Obrázek 94—gesto polibku segmentu Unwrap The Magic (Zdroj: Victoria's Secret, 2024)</i>	-v kontextu zkoumaných segmentů gesta asociují ženskou sexualitu a vášně, přičemž tato neverbální komunikace vyjadřuje emoce a postoje, jež slova vyjádřit nemohou (Pollack, 2025).

Porovnání ukazuje, že zatímco červená barva v roce 2016 a 2018 symbolizovala romantickou lásku, v roce 2024 vášně, sebevědomí a sílu. Tento vývoj v symbolice barev reflektuje společenské změny, jakými jsou ženská emancipace a rovnost žen ve společnosti.

V letech 2016 a 2018 barevná paleta a symbolika růží odrážela mladistvou energii a sílu. Růže představovaly romantickou lásku, znovuzrození a věčnost. V roce 2024 se rovněž objevily motivy krajek a růží, jejich význam byl však spojen s ženskou silou, energií a sebevědomím. Tato změna symboliky odráží posun ve vnímání ženy – od něžné a romantické k silné, sebevědomé a vášnivé osobnosti.

6.2 Odpovědi na výzkumné otázky

VO1: Jaké vizuální prvky, motivy a témata převládaly v segmentech Victoria's Secret Fashion Show v letech 2016, 2018 a 2024?

Je patrné, že značka ve svých segmentech usilovala o využití narativního prvku, který sjednocoval danou tématickou linii a posiloval tak celkový koncept přehlídky. Například v roce 2016 byl dominantním motiv cestování, následovaný tématem lásky. V roce 2018 se opět objevila symbolika lásky, tentokrát doplněna o prvek mladistvé energie. V roce 2024 značka znovu zdůraznila motiv lásky, čímž navázala na své předchozí vizuální a tematické strategie.

Z hlediska vizuálních prvků dominovaly v roce 2016 motivy a symboly, které byly úzce spjaté s tématy jednotlivých segmentů, kupříkladu motiv draka Elsy Hosk v segmentu The Road Ahaed, či obrovské kreace na zádech modelek v segmentu Flight of Fancy, jež byly patrné v roce 2018. V roce 2024 se opět stala dominantním prvkem křídla a doplňky na zádech různých tvarů a proporcí. Z vizuálního hlediska se rovněž výrazně uplatnily krajky na modelech. Nelze opomenout ani modelky, které se vyznačovaly plus size velikostmi.

VO2: Jaké konkrétní prvky Victoria's Secret Fashion Show z let 2016, 2018 a 2024 na sebe vzájemně odkazují?

Jedním z klíčových prvků, který se prolíná všemi přehlídkami Victoria's Secret a vytváří vizuální kontinuitu, jsou výrazné kreace na zádech modelek, především ikonická křídla (viz obr. 95). Tato dominantní vizuální složka, v mnoha případech doslova andělská, odkazuje na tradici značky. V roce 2024 zahajovala přehlídku Gigi Hadid s obrovskými křídly a explicitně odkazovala na estetiku a symboliku předchozích ročníků Victoria's Secret Fashion Show.

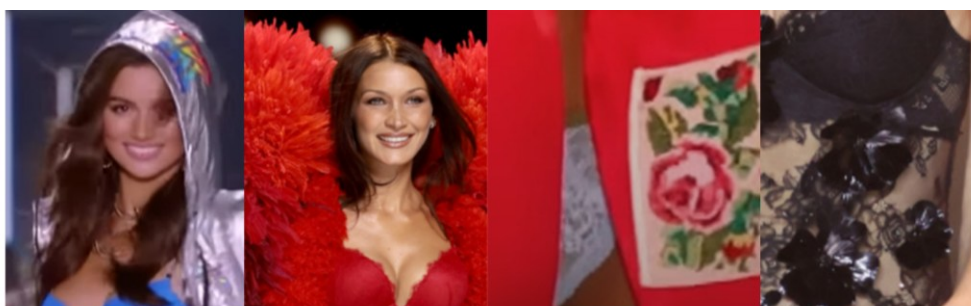


Obrázek 95 - Ukázky křídel 2016/2018/2024 (Zdroj: Mishra, 2024; Stiegman 2016; Nath, 2024)

Odkaz na přehlídky je možné vypožorovat ve všech ročnících skrze otevírání a zavírání přehlídky, kdy to bylo svěřeno ambasadorkám značky. Mezi modelkami, které se této role ujaly, patřily například Bella Hadid či Alessandra Ambrosio. Skutečnost posiluje vizuální kontinuitu a branding značky.

Intertextualitu lze dále sledovat ve využití živé hudby, která dlouhodobě patří k charakteristickým prvkům přehlídek Victoria's Secret Fashion Show a přispívá k jejich specifické atmosféře. Projevuje se také ve skutečnosti, že značka konzistentně používá výhradně anglicky psané texty, čímž udržuje jednotný jazykový rámec své komunikace.

Taktéž materiál využívaných na modelech na sebe vzájemně odkazuje, neboť značka využívá na každém spodním prádle krajku. Nicméně v roce 2016 a 2018 byla krajka spojena s femininitou a elegancí, v roce 2024 krajka evokovala ženskou sexualitu a vášeň. Roky na sebe odkazují i skrze barevnou paletu, respektive jsou opakovány barvy, jakými jsou červená a zlatá, nicméně je zde opět vidět posun v symbolice, přičemž v roce 2016 a 2018 byla spíše propojována i v kontextu segmentů s ženskou silou, mocí, nebezpečí a láskou, kdežto v roce 2024 je možné pozorovat symbolický posun, neboť barvy symbolizují vášeň, sexualitu a romantiku. Odkazy lze spatřit v aplikaci květin, specificky růží. V roce 2016 a 2018 byly využity růžové a bílé květiny a červené růže, přičemž symbolika se týkala vášně, lásky, půvabu a radosti. V roce 2024 byly oproti červeným růžím aplikovány růže černé symbolizující sofistikovanost, intenzitu a namísto barevných květin květiny zlaté nesoucí významy božství a prosperity. Modelky rovněž vykazovaly intertextualitu v neverbální komunikaci, konkrétně v posílání polibků, mrkání do kamer a v úsměvech. Přičemž v roce 2016 a 2018 evokovaly ženskost a přátelskost. Avšak v roce 2024 konotace této neverbální komunikace vyjadřovala ženskou sexualitu a vášeň (viz obr. 96 [20:28], [12:03]).



*Obrázek 96 - Ukázka motivů, barevnosti, gest a využitých materiálů
(Zdroj: Victoria's Secret, 2024; Marianne.cz, 2024; VRON, 2016)*

Srovnání vykazuje posun k ženské energii a sexualitě, jež je reprezentována barvami, využitím krajek a v rozdílné symbolice růží v letech 2016, 2018 a v roce 2024.

VO3: Jak se změnila v kontextu sémiotiky Victoria's Secret Fashion Show po rebrandingu značky?

Rozdíly mezi módními přehlídkami značky Victoria's Secret před a po rebrandingu jsou patrné především ve výběru modelek a jejich reprezentaci. V 2024 byly zahrnuty modelky reflektující širší spektrum diverzity, včetně plus-size modelek jakými jsou Paloma Elsesser a Ashley Graham. Rovněž byly zahrnuty modelky s vyšším věkem. Tento krok značí důraz na inkluzivitu a podporu různorodých tělesných typů.

Další změnou je i širší rozmanitost ve střihu modelů, zejména u kalhotek, kde byly představeny modely s kratšíkovým charakterem a zvýšeným pasem. Změna vykazuje rozdílný přístup k designu zahrnující komfortní styl, což odráží celkový posun modelů od extravaganci k pohodlným kouskům.

V rámci vizuální prezentace přehlídek je také patrný posun ve využití účesů a stylizace modelek. Na mole se objevily modelky s různými typy účesů, od kudrnatých vlasů po modelky s vysokými culíky, ale i s volně rozpuštěnými polodlouhými vlasy či mikády.

Výraznou změnu lze vypořádat ve využití LED obrazovek. Zatímco v předchozích ročnících byly LED panely využívány k zobrazení specifických motivů a symbolů, v roce 2024 došlo k redukci této vizuální složky. Obrazovky již neobsahovaly grafické prvky ani tematické vizuály, nicméně sloužily především k prezentaci barevného spektra a jemných barevných přechodů.

V tomto ročníku nevznikla žádná Fantasy Bra. Interpretky vynesly ikonická křídla, která slouží jako jedinečný doplněk jejich vystoupení. V předchozích ročnících byla ikonická křídla vyhrazena výhradně modelkám s titulem „andílků“ značky, což může naznačovat snahu úsilí v rámci explicitnějšího vyjádření rovnosti mezi ženami, což je v souladu s aktuální komunikační strategií značky zaměřenou na inkluzivitu a diverzitu.



Obrázek 98 - Ukázka interpretů VSFS 2024 (Clancy, 2024)

ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývala sémiotickou analýzou jednotlivých segmentů módních přehlídek značky Victoria's Secret a následnou komparací zkoumaných prvků v kontextu rebrandingu značky. Výsledky ukázaly, že se značka snaží reflektovat inkluzivitu a diverzitu zejména ve výběru modelek a ve střihu prezentovaných modelů. Charakteristickým prvkem přehlídek zůstávají doplňky na zádech modelek, především ve formě křídel, které odkazují na jednotlivé ročníky a tematické segmenty přehlídky. Mezi další často se opakující znaky patří použití krajek a specifická gesta modelek.

Vytyčeného cíle na počátku práce bylo dosaženo – bylo objasněno, jakým způsobem a proč symbolika v modelech hraje klíčovou roli v komunikaci celkového konceptu přehlídky. Správné uchopení a kontextuální zakotvení těchto symbolů je zásadní pro výsledné sdělení. Stejný princip platí i pro práci s barevností, která významně ovlivňuje celkový dojem a interpretaci prezentovaného obsahu.

Osobní přínos autorky spočívá zejména v hlubokém zájmu o módu a fascinaci symbolikou barev a motivů napříč různými kulturami. Autorku baví hledat souvislosti mezi jednotlivými prvky a vysvětlovat jejich význam a účel v rámci přehlídek. Výzkum nabízí značný potenciál k dalšímu rozpracování – vzhledem k omezenému rozsahu práce nebylo možné detailně analyzovat všechny využitě prvky. V budoucnu by bylo vhodné zaměřit se hlouběji na jednotlivé komponenty každého segmentu a jejich sémiotické působení.

Rebranding značky Victoria's Secret demonstruje význam sledování společenských trendů a schopnosti značky adaptovat se na proměnlivá očekávání cílové skupiny. Nedostatečná reakce na tyto změny může vést k negativnímu vnímání značky a jejímu odmítnutí ze strany veřejnosti, jak tomu bylo u Victoria's Secret před uskutečněním rebrandingu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ONLINE ZDROJE

- [1] ALERION. *Vlajka šachovnice*. Online. © 2025. Dostupné z: <https://shop.alerion.cz/vlajka-sachovnice> [cit. 2025-02-18].
- [2] ARTECOLLEZIONE. *Dragon and Phoenix: symbols of an empire*. Online. 2023. Dostupné z: <https://artecollezione.it/en/dragon-and-phoenix-symbols-of-empire/>. [cit. 2025-02-17].
- [3] AUSTIN, Christina. *These 20 Brands Have Mastered the Use of Instagram*. Online. Businessinsider. 2013. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/these-20-brands-have-mastered-the-use-of-instagram-2013>. [cit. 2025-02-28].
- [4] BOBOKALONOV, R. R. The Role of Smiling in Interpersonal Relationships, Smiling and Laughter Symptoms, Research Methods and Their Nonverbal Neuropsycholinguistic Characteristics. Online. *Journal of Clinical Psychology and Mental Health*. 2024. vol. 3, no. 1. pp. 1-15. DOI: 10.59657/2993-0227.brs.24.019. Dostupné z: <https://bioresscientia.com/article/the-role-of-smiling-in-interpersonal-relationships-smiling-and-laughter-symptoms-research-methods-and-their-noverbal-neuropsycholinguistic-characteristics>. [cit. 2025-03-27].
- [5] BACHERT, Alex. *What to Know About Idealization and Mental Health*. Online. In: Charlie Health. 8. 5. 2023. Dostupné z: <https://www.charliehealth.com/post/what-to-know-about-idealization-and-mental-health>. [cit. 2025-03-17].
- [6] BARTHES, Roland. *Denotace, konotace, mýtus*. Online. 2021. Dostupné z: https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1177081/mod_resource/content/1/Denotace%2C%20konotace%2C%20m%C3%BDtus_Barthes_2021.pdf?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-02-07].

[7] *Between communication and sustainability: the importance of packaging in fashion*. Online. © 2023. Dostupné z discover.certilogo.com/blogs/insights-blog/packaging-in-fashion

[cit. 2025-02-25]

[8] BIBILED. *What Kinds Of LED Screens Can You See On The Fashion Show?* Online. 10. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.bibiled.com/what-kinds-of-led-screens-can-you-see-on-the-fashion-show/>. [cit. 2025-03-25].

[9] BLOOM, Linda. *Think You're Too Good for Your Partner?* Online. In: *Psychology Today*. 7. 3. 2014. Dostupné z: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/stronger-at-the-broken-places/201403/think-youre-too-good-for-your-partner>. [cit. 2025-03-18].

[10] BLOOM & WILD. *Floriography: Flower Meanings & Language of Flowers*. Online. © 2025. Dostupné z: <https://www.bloomandwild.com/the-blog/floriography-language-of-flowers-meaning>. [cit. 2025-03-31].

[11] BOERO, Marianna. *Sociosemiotics of Fashion: Theory, Trends, and Communication Tools*. Online. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2023, vol. 5, no. 1. DOI 10.2991/978-2-38476-140-1_2. Dostupné z: <https://www.atlantispress.com/proceedings/colalite-23/125993884>. [cit. 2025-03-03].

[12] BRAAM, van, Hailey. *Blue – Color Psychology*. Online. In: *Color Psychology*. 2025. Dostupné z: <https://www.colorpsychology.org/blue/>. [cit. 2025-02-18].

[13] BRAAM, van, Hailey. *Pink – Color Psychology*. Online. In: *Color Psychology*. 2025. Dostupné z: <https://www.colorpsychology.org/pink/> [cit. 2025-02-18]

[14] BRAAM, Van, Hailey. *Red Color Psychology, Symbolism and Meaning*. Online. In: *Color Psychology*. 23. února 2025. Dostupné z: <https://www.colorpsychology.org/red/> [cit. 2025-02-28].

[15] BRAINWISE MIND. *What Do Diamonds Symbolize?*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://brainwisemind.com/what-does-diamonds-symbolize/>. [cit. 2025-03-03].

[16] BRAMBILLA, Luca. *Non-Verbal Communication: the walk*. Online. In: Comunicazione Strategica. 26. 11. 2017. Dostupné z: <https://magazine.comunicazionestrategica.it/non-verbal-communication-the-walk/>. [cit. 2025-03-17].

[17] BROWN, Sacha. *YOUTUBE FOR FASHION*. Online. In: Council of Fashion Designers of America. © 2016. Dostupné z: <https://cfda.com/professional/industry-insights/industry-insight/youtube-for-fashion>. [cit. 2025-02-05].

[18] BUY OSTRICH FEATHERS USA. *The Symbolism of Angel Wings in Various Cultures*. Online. June 4, 2024. Dostupné z: <https://buyostrichfeathers.com/blogs/buy-ostrich-feathers-blog/the-symbolism-of-angel-wings-in-various-cultures?srltid=AfmBOop28SqoCIE4Bq4wiTlRmZSLX2ltpQN04X5T2To4i4p82MpPXHUH>. [cit. 2025-03-27].

[19] CADENAS, Kerensa. *Victoria's Secret Apologizes After Executive's Statements About Transgender and Plus-Size Models*. Online. In: Vanity Fair. 10. 11. 2018. Dostupné z: https://www.vanityfair.com/style/2018/11/victorias-secret-ed-razek-comments?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-03-04].

[20] CINSKY.COM. *Co znamenají čínské barvy*. Online. ©2023. Dostupné z: https://www.cinsky.com/clanek/cz/33/co-znamenaji-cinske-barvy/?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-02-17].

[21] CLARK, Dani. *Praying hands are begging hands*. Online. In: National Catholic Reporter. 19. 3. 2019. Dostupné z: <https://www.ncronline.org/opinion/soul-seeing/soul-seeing/praying-hands-are-begging-hands>. [cit. 2025-02-24].

[22] COLORLAK. *Psychologie barev*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://www.colorlak.cz/public/userfiles/file/psychologie%20barev.pdf> [cit. 2025-02-18].

[23] COLOR MEANINGS. *White Color Meaning: The Color White*. Online. Dostupné z: <https://www.color-meanings.com/white-color-meaning-the-color-white/> [cit. 2025-02-24].

[24] COLOR MEANINGS. *Gold Color Meaning: Symbolism of Wealth, Success, Prosperity, and Prestige*. Online. Dostupné z: <https://www.color-meanings.com/gold-color-meaning-the-color-gold/>. [cit. 2025-03-20].

[25] COLOR PSYCHOLOGY. *Baby Blue* Online. 2025. Dostupné z: <https://www.colorpsychology.org/baby-blue/> [cit. 2025-02-24].

[26] COLLIER, Mack. *The Difference Between a Brand Ambassador and a Brand Spokesperson*. Online. In: Mackcollier. ©2024. Dostupné z: <https://mackcollier.com/the-difference-between-a-brand-ambassador-and-a-brand-spokesperson/>. [cit. 2025-02-11].

[27] CONDÉ, Nast. Vogue. 2024, roč. 214, č. 10. ISSN 0042-8000 [cit. 2025-02-05].

[28] ČERNÝ, Michal. *Liturgická gesta: živá znamení – žádné divadlo!* Online. In: Christnet.eu. 12. 12. 2007. Dostupné z: https://www.christnet.eu/clanky/3894/liturgicka_gesta_ziva_znamen_i_zadne_divadlo.url. [cit. 2025-02-19].

[29] ČMUCHÁLKOVÁ, Anna. *Česká krásk a Eva Herzigová, dcera Kate Moss či andílek Gigi Hadid: Victoria's Secret je zpět*. Online. In: Extra.cz. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.extra.cz/ceska-kraska-eva-herzigova-dcera-kate-moss-ci-andilek-gigi-hadid-victoria-s-secret-je-zpet-80748> [cit. 2025-03-21].

[30] DABADI, Sadrish. *Color Psychology in Fashion: How Dark Green Boosts Creativity?* Online. In: Colorful Cashmere. 13. 2. 2024. Aktualizováno: 22. 8. 2024. Dostupné z: <https://colorfulcashmere.com/color-psychology-in-fashion-dark-green/?srsId=AfmBOopPE1Zj0glZKuXhzIXrHbfysPlruM0AJvDavKlzyrFmjbjkQvPo>. [cit. 2025-03-31].

- [31] DICTIONARY.COM. *Flight of fancy*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/flight-of-fancy>. [cit. 2025-02-19].
- [32] DREW, Chris. *25 Metaphors for Mountains*. Online. In: PhraseDictionary. 2022. Dostupné z: <https://phrasedictionary.org/metaphors-for-mountains/>. [cit. 2025-02-18].
- [33] EASEY, Mike. *Fashion Marketing*. Online. 2009. Třetí vydání. A John Wiley & Sons, Ltd., Publication. ISBN 978-1-4051-3953-3. Dostupné také z: Fashion Marketing, Third Edition [cit. 2025-02-04]
- [34] ENTERTAINMENT NOW. *Models of Victoria's Secret Fashion Show 2018*. Online. ©2018. Dostupné z: <https://entertainmentnow.com/news/models-victorias-secret-fashion-show-2018/> [cit. 2025-02-15].
- [35] ERV POJIŠŤOVNA. *Co znamenají gesta v zahraničí*. Online. 2024. Dostupné z: <https://www.ervpojistovna.cz/cs/co-znamenaji-gesta-v-zahranici>. [cit. 2025-02-28].
- [36] EUROSTOCK. *Diverzita a inkluze v módním průmyslu: Překročení hranic v roce 2024*. Online. 15. 4. 2024. Dostupné z: https://www.eurostock.cz/diverzita-a-inkluze-v-modnim-prumyslu-prekroceni-hranic-v-roce-2024/?utm_source=chatgpt.com [cit. 2025-03-04].
- [38] FUR OUTLET. *Fur Fashion: The Iconic Symbol of Luxury and Warmth*. Online. ©2025. Dostupné z: <https://furoutlet.com/blog/fur-fashion-the-iconic-symbol-of-luxury-and-warmth/>. [cit. 2025-03-30].
- [39] GASKINS, Ty. *Gigi Hadid Opens Victoria's Secret Fashion Show 2024 Runway in Larger Than Life Angel Wings*. Online. In: WWD.com. 15. 10. 2024. Dostupné z: <https://wwd.com/pop-culture/celebrity-news/gigi-hadid-angel-wings-victorias-secret-fashion-show-1236685809/>. [cit. 2025-02-24]

- [40] GREENE, Emma. *Fashion History Lesson: The Victoria's Secret Fashion Show*. Online. In: Fashionista, 11. října 2024. Dostupné z: <https://fashionista.com/2024/10/victorias-secret-fashion-show-history-comeback>. [cit. 2025-03-05].
- [41] GRÓF, Peter. *The Origins of Emotions in Photography*. Online. In: Photo Dojo. 7. 12. 2020. Dostupné z: <https://medium.com/photo-dojo/the-origins-of-emotions-in-photography-b188869aebc0>. [cit. 2025-03-21]
- [42] GUPTA, Deepti; DINGLIWAL, Ujjwal. Colours in Branding: Creating Brand Identity and Influencing Consumer Perception. Online. *Ramanujan International Journal of Business and Research*, 2023, vol. 8, no. 2, pp. 11-25. P-ISSN 2455-5959, E-ISSN 2583-0171. Dostupné z: <https://doi.org/10.51245/rijbr.v8i2.2023.1134>. [cit. 2025-02-11].
- [43] HOBBS, Heather. *What Are the Symptoms of Anxiety?*. Online. In: Healthline. 28. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.healthline.com/health/anxiety-symptoms#takeaway>. [cit. 2025-03-27].
- [44] CHANDLER, Daniel. *Semiotics for Beginners*. Online. In: Princeton University. 31. 7. 2019. Dostupné z: <https://www.cs.princeton.edu/~chazelle/courses/BIB/semio2.htm>. [cit. 2025-03-03]
- [45] CHADDERTON, Naomi. *From Catwalk to Canvas: The Role of Hair and Make-Up in Bringing Haute Couture to Life*. In: *Harper's Bazaar Arabia*. Online. In: Harpersbazaararabia. 26. 6. 2024. Dostupné z: <https://www.harpersbazaararabia.com/couture/from-catwalk-to-canvas-the-role-of-hair-and-make-up-in-bringing-haute-couture-to-life>. [cit. 2025-03-16].
- [46] CHERRY, Kendra. *Color Psychology: Does It Affect How You Feel?* Online. In: Verywell Mind. 2024. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824>. [cit. 2025-03-15].

[47] iROZHLAS. *Kočíčí mašle jako symbol ženské síly, nebo asimilace do mužského prostředí? Nosí ji i Kamala Harrisová.* Online. 2024. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/kocici-masle-jako-symbol-zenske-sily-nebo-asimilace-do-muzskeho-prostredi-nosi_2410102333_pj [cit. 2025-02-28].

[48] *Is it OK to Point at People in English-Speaking Cultures?* Online. In: Learn english on the internet. 28. 9. 2023. Dostupné z: <https://learnenglishontheinternet.com/is-it-ok-to-point-at-people-in-english-speaking-cultures/>. [cit. 2025-03-15].

[49] *Jsi modrá jako Tiffany Blue?* Online. 1. 8. 2012. Dostupné z: https://www.elle.cz/moda/doplanky/jsi-modra-jako-tiffany-blue?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2023-03-02].

[50] KARLÍK, Tomáš. *Mladí dospělí v Česku trpí úzkostí, stresem a pocitem izolace, ukazuje studie.* Online. In: ČT24. 21. 5. 2024. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/veda/mladi-dospeli-v-cesku-trpi-uzkosti-stresem-a-pocitem-izolace-ukazuje-studie-349430>. [cit. 2025-03-21].

[51] KAŠPAR, Oldřich. *Zapomenuté kouzlo vějířů: Cesta vějíře dějinami.* 2015. Online. In: Studia Ethnologica Pragensia. Dostupné z: https://studiaethnologicapragensia.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/3/2015/10/Oldrich_Kaspar_196-203.pdf. [cit. 2025-02-24].

[52] KERBEROVÁ, Cindy. *Přehlídka Victoria's Secret, jak jste ji ještě neviděli. Co se dělo v zákulisí nejslavnější show spodního prádla.* Online. In: Vogue.cz. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.vogue.cz/clanek/fashion/prehlidky/cindy-kerberova/prehlidka-victoria-s-secret-jak-jste-ji-jeste-nevideli-co-se-delo-v-zakulisi-nejslavnejsi-show-spodniho-pradla>. [cit. 2025-02-24].

[53] KULSHRESHTHA, Ashita. *Importance of Fashion Communication in the Fashion Industry.* Online. In: Indian Institute of Art and Design. 16. 6. 2022. Dostupné z: <https://www.iiad.edu.in/the-circle/importance-of-fashion-communication-in-the-fashion-industry/>. [cit. 2025-02-05].

- [54] LISJAK, Bojan. *Gold Color Meaning*. Online. In: About Colors. ©2019. Dostupné z: <https://www.about-colors.com/gold-color-meaning/>. [cit. 2025-03-18].
- [55] LIDOVÉ KROJE. *Lidové kroje*. Online. ©2024. Dostupné z: <http://www.lidove-kroje.cz/> [cit. 2025-02-18].
- [56] LIGAS, Cinzia a CREPALDI, Fausto. Semiomarketing and Fashion Semiology: The Business Language of Fashion and Luxury. Online. *International Journal of Marketing Semiotics*, 2013. Dostupné z: https://ijmarketingsemiotics.com/wp-content/uploads/2022/04/ijmsvol_i_ligas-crepaldi_semiomarketing-and-fashion-semiology.pdf. [cit. 2025-03-03].
- [57] LOUIS VUITTON. *Art of Living Campaign*. Online. Dostupné z: <https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/stories/art-of-living-campaign>. [cit. 2025-03-02].
- [58] LOUIS VUITTON. *What does Luis Vuitton gift box look like*. Online. Dostupné z: <https://en.louisvuitton.com/eng-nl/faq/null/what-does-louis-vuitton-gift-box-look-like>. [cit. 2025-04-01].
- [59] LUNICA. *Historie a symbolika stříbra – proč je tento kov tak oblíbený*. Online. © 2025 Dostupné z: <https://www.lunica.cz/blog/historie-a-symbolika-stribra--proc-je-tento-kov-tak-oblibeny/> [cit. 2025-02-19].
- [60] LUTHAR, Suniya S. The culture of affluence: psychological costs of material wealth. *Child Development*. Online. *National Library of Medicine*. 2003, vol. 74, no. 6, pp. 1581-1593. ISSN 0009-3920. DOI: 10.1046/j.1467-8624.2003.00625.x. PMID: 14669883; PMCID: PMC1950124. Dostupné z: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC1950124/>. [cit. 2025-03-30].
- [61] MAYMONE, Mayra B.C.; LAUGHTER, Melissa; ANDERSON, Jaclyn B.; SECEMSKY, Eric A. a VASHI, Neelam A. Unattainable Standards of Beauty: Temporal Trends of Victoria's Secret Models from 1995 to 2018. Online. *Aesthetic Surgery Journal*. 2019, vol. 39, no. 12, s. 1–5. ISSN 1527-330X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/asj/sjz271>. [cit. 2025-02-07].

[62] ME BEAUTY. *Victoria's Secret PINK*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://www.mebeauty.cz/znacka/victoria-s-secret-pink/?srsltid=AfmBOoqXEPnA2dC94kt89D54EKoRKdwy3JoD0b7HFFwQUJpmtz9CxXUn>. [cit. 2023-12-19].

[63] MIKERINA, Daria. *Re-Thinking the Place of Semiotics in Fashion Studies*. Online. In: X International Fashion Conference "Fashion on the Move: Rethinking Design". Pamplona, Spain, 2016. Dostupné z: https://www.academia.edu/24750258/Re_thinking_the_Place_of_Semiotics_in_Fashion_Studies [cit. 2025-03-03].

[64] *Móda mladých v roce 2024: Trendy, které vládou ulicím*. Online. In: AzetStyle. 15.9.2024. Dostupné z: <https://azetstyle.cz/?p=6898>. [cit. 2025-03-15].

[65] *Módní ikonografie: Symboly a vzory, které se staly kultovními v módním světě*. Online. In: vase-hobby. ©2025 [cit. 2025-03-03]. Dostupné z: <https://vase-hobby.cz/modni-ikonografie-symboly-a-vzory-ktere-se-staly-kultovnimi-v-modnim-svete/>

[66] MOUDRÁ Hana. *Symbolismus pírká. Akropolitán*, Online. Akropolis. červenec–srpen 2023. č. 160. Dostupné z: <https://www.akropolis.cz/content/symbolismus-pirka>. [cit. 2025-03-17]

[67] MUZELLEC, Laurent a MARY Lambkin. *Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity?* Online. In: European Journal of Marketing. 2006. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>. [cit. 2025-03-03].

[68] NATH, Nikita. *Gigi Hadid's Victoria's Secret Looks Come With Huge Wings & It's Tough to Pick a Favorite*. Online. In: The Fashion Spot. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.thefashionspot.com/fashion-news/892872-gigi-hadid-victorias-secret-looks-wings/>. [cit. 2025-03-16].

[69] NEKOLNÝ, Bohumír. *Komunikace znaky a významy*. Online, studijní materiál. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, 2004. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2004/ZUR104/um/74127/III._KOMUNIKACE_ZNAKY_A_VYZNAMY.pdf. [cit. 2025-02-11].

[70] NEOŠAMAN. *Silové zvíře: Orel*. Online. ©2011. Dostupné z: <https://www.neosaman.cz/2011/silove-zvire-orel/>. [cit. 2025-02-13].

[71] NESTERENKO. *The History of Victoria's Secret and the Tragedy of Roy Raymond*. Online. In: Fashion illiteracy. 8. 11. 2023. Dostupné z: <https://fashionilliteracy.com/en/victoriassecret/>. [cit. 2025-03-04].

[72] OB CARE. *Ideál ženské krásy napříč stoletím*. Online. ©2016. Dostupné z: <https://www.obcare.cz/novinka-ideal-zenske-kрасy-napric-stoletim>. [cit. 2025-02-07].

[73] OSIČKOVÁ, Kateřina. *Jak se měnil ideál krásy? Od Twiggy k Ashley Graham*. Online. In: Pro ženy. 19. 9. 2019. Dostupné z: https://www.prozeny.cz/clanek/jak-se-menil-ideal-kрасy-od-twiggy-k-ashley-graham-58764?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-03-04].

[74] OUROS JEWELS. *What does a pearl symbolize?* Online. 2024 Dostupné z: https://ourosjewels.com/blogs/gemstones/what-does-a-pearl-symbolize?srsId=AfmBOopsz64cbZktK52e56L-e9_AKiVcsxcfm3ZG-gEAobeBAY6W9KCL. [cit. 2025-02-17].

[75] PERALTA, Lia. *The Relationship Between Music and Advertising*. Online. In: Save The Music Foundation. 6. 9. 2021. Dostupné z: <https://www.savethemusic.org/blog/the-relationship-between-music-and-advertising/>. [cit. 2025-03-15].

[76] PIKTOCHART. *What Color is Old Rose?* Online. 2024. Dostupné z: <https://piktochart.com/tips/what-color-is-old-rose> [cit. 2025-02-24].

[77] PISCART. *Learn all about the color Burgundy*. Online. Dostupné z: <https://picsart.com>. [cit. 2025-03-21].

[78] POLLACK, Jeremy. *Nonverbal Communication: Types, Examples & How to Interpret*. Online. In: Pollack Peacebuilding. 12. 2. 2025. Dostupné z: <https://pollackpeacebuilding.com/blog/nonverbal-communication/>. [cit. 2025-03-16]

[79] PRCHLÍKOVÁ, Klára. 2012. *Neverbální komunikace mužů a žen*. Online, Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav českého jazyka a teorie komunikace, Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/40357/BPTX_2010_2__0_286677_0_108099.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [cit. 2025-03-03].

[80] PSYCHOLOGS MAGAZINE. *The Psychology of Color Black: Symbolism and Impact*. Online. 25. června 2024. Dostupné z: https://www.psychologists.com/the-psychology-of-color-black-symbolism-and-impact/?srsId=AfmBOorgUOAnosV_v6YIQLQPnMejteOq_QcvwiEPCSrjBm5f6p-w_jM1 [cit. 2025-02-27].

[81] RŮŽIČKOVÁ, Natálie. 2013. *Sémiotika v marketingu: Netradiční marketingové techniky v ČR a jejich sémiotická analýza*. Online, Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Katedra elektronické kultury a sémiotiky. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/57384/120134077.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [cit. 2025-03-03].

[82] SADOKHIN, A. P. *Intercultural communication*. M.: Alfa-M: INFRA-M, 2010, s. 163–288.

[83] SARGENTONE, Federico. *Runway Music: Musicology for Clothes*. Online. In: 032c. 6. 12. 2022. Dostupné z: <https://032c.com/magazine/musicology-for-clothes-runway-music>. [cit. 2025-03-16].

[84] SEGAL, Troy. *Culture Shock Meaning, Stages, and How to Overcome*. Online. In: Investopedia. 20. 6. 2024. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/c/culture-shock.asp>. [cit. 2025-03-16]

[85] SEMIOTICS OF FASHION. *Digital Fashion Academy*. ©2019. Dostupné z: <https://www.digitalfashionacademy.com/fashion-cycle-in-semiotics/> [cit. 2025-03-16].

[86] SCHREIBER, Aimee. *Butterfly Symbolism: Meaning, Myth, and Metamorphosis*. Online. In: aimeeschreiber.com. 1. června 2021. Dostupné z: <https://aimeeschreiber.com/blogs/news/butterfly-symbolism#cultures>. [cit. 2024-02-28].

[87] WISDOM LIBRARY. *Significance of Open book*. Online. Dostupné z: <https://www.wisdomlib.org/concept/open-book>. [cit. 2025-03-17].

[88] SIKOROVÁ, Alicja. 2006. *Čtverec, kruh, obdélník*. Online, Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí práce Doc. ak. mal. Jiří Kornatovský. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/8357/DPTX_2006_1_11410_OSZD01_72253_0_21735.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [cit. 2025-04-04].

[89] SILBERGELD, Jerome; SULLIVAN, Michael. *Chinese architecture*. Online. In: Encyclopedia Britannica. Dostupné z: <https://www.britannica.com/art/Chinese-architecture/The-Song-960-1279-Liao-907-1125-and-Jin-1115-1234-dynasties>. [cit. 2025-03-15].

[90] SIMISTER, Nigel a SCHOLZ, Vera. *Qualitative Comparative Analysis (QCA)*. Online. In: INTRAC Training. 2017. Dostupné z: <https://www.intrac.org/app/uploads/2017/01/Qualitative-comparative-analysis.pdf>. [cit. 2025-03-15].

[91] *Skin Story: The Brand Development of Victoria's Secret*. Online. In: Elementthree.com ©2025 Dostupné z: <https://elementthree.com/blog/brand-development-victorias-secret/> [cit. 2025-03-05].

[92] SOCIÁLNÍ ANALÝZY A VÝZKUM. Istitut pro sociální a ekonomické analýzy. ©2023. Dostupné z: <https://inesan.eu/socialni-analyzy-a-vyzkum/> [cit. 2025-03-16].

[93] SOID, Muhammad Fatih, FAUZI, Nanang, NORMAN, Efrita. *Effective Communication in Building Healthy and Productive Relationships*. MES Management Journal. 2025, roč. 4, č. 1, s. 662–671. E-ISSN 2830-7089. DOI: 10.56709/mesman.V4.i1.631. Dostupné z: https://file:///C:/Users/42060/Downloads/Effective_Communication_in_Building_Healthy_and_Pr.pdf. [cit. 2025-03-17]

[94] SPACE TO TAME. *Behind the Golden Feather*. Online. 23. 11. 2019. Dostupné z: <https://spacetotame.com/news/2019/golden-feather>. [cit. 2025-03-31].

[95] STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. *Victoria's Secret's net sales worldwide from 2010 to 2023*. Online. In: Statista. 18. 11. 2024. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/255806/net-sales-of-victorias-secret-worldwide/>. [cit. 2025-03-04].

[96] STRAKOVÁ, Daniela. *Inkluzivní a pokrokový London Fashion Week? Na mole plus size i handicapované modelky*. Online. In: Žena. Aktuálně. 2025. Dostupné z: <https://zena.aktualne.cz/moda-a-krasa/inkluzivni-a-pokrokovy-london-fashion-week-na-molu-plus-size-i-handicapovane-modelky> [cit. 2025-02-24].

[97] Surging Fashion. *How Important is Lighting in Fashion Shows?* Online. 2024. Dostupné z: <https://surgingfashion.medium.com/how-important-is-lighting-in-fashion-shows-36eb0ccc0551> [cit. 2025-03-15].

[98] SYMBOLopedia. *Black and White Feather Meaning*. Online. ©2023. Dostupné z: https://symbolopedia.com/cs/black-and-white-feather-meaning/?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-02-23].

- [99] SYMBOLopedia. *Symbolismus ptáků*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://symbolopedia.com/cs/symbolism-of-animals/birds/page/3/>. [cit. 2023-03-12].
- [100] ŠLAICH, Josef. *Daniel Arsham přetransformoval modrou krabičku Tiffany & Co*. In: Vogue Daily. Online. 8. 9. 2021 Dostupné z: https://www.vogue.cz/clanek/vogue-daily/josef-slaich/daniel-arsham-pretransformoval-modrou-krabicku-tiffany-co?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-03-02].
- [101] HARDY, James. *From Concept to Catwalk: Who Invented Victoria's Secret Uncovered*. Online. In: History Cooperative. 19. 12. 2023. Dostupné z: <https://historycooperative.org/who-invented-victorias-secret/>. [cit. 2025-03-04].
- [102] HASIJA, Deepak. *The role of lighting in fashion shows*. Online. In: EventsWow. 13. 4. 2023. Dostupné z: <https://www.eventswow.com/the-role-of-lighting-in-fashion-shows/>. [cit. 2025-03-17].
- [103] *The LED Panel Revolution in the Fashion Industry*. Online. In: Led Market USA. Dostupné z: https://ledmarketusa.com/the-led-panel-revolution-in-the-fashion-industry/?srsltid=AfmBOoq_feWcNd_5XhOCokyxozXL5BUac19GwjgyMuS8DzajyJf0mlaq. [cit. 2025-03-16].
- [104] *The Tragic Story Behind Victoria's Secret*. Online. In: HuffPost. Aktualizováno 6. prosince 2017. Dostupné z: https://www.huffpost.com/entry/victorias-secret_n_4181683. [cit. 2025-03-05].
- [105] TULIO, Ashley. *The Art of Storytelling and Communication Through Dance*. Online. In: MCIS Languages. 26. 4. 2022. Dostupné z: <https://www.mcislanguages.com/mcis-blog/the-art-of-storytelling-and-communication-through-dance/>. [cit. 2025-03-17].
- [106] TRACY. *How travel changes you: life transitions and your self-identity*. Online. In: Travel Bug Tonic - travel wellbeing home and away. Dostupné z: <https://www.travelbugtonic.com/blog/self-identity>. © 2024. [cit. 2025-03-27].

- [107] TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. 2012. Metody výzkumu médií. Online. ISBN: 978-80-7367-683-4. Dostupné z: Bookport – On-line knihovna pro každého | Bookport - Metody výzkumu médií Metody výzkumu médií | Bookport [cit. 2025-02-07].
- [108] VAŠÁT, Petr, *Kritická diskursivní analýza: sociální konstruktivismus v praxi*. AntropoWebzin Plzeň: Katedra antropologických a historických věd, FF ZČU, 2008 [cit. 2025-03-16]. Dostupné z: https://www.soc.cas.cz/images/drupal/publikace/vasat_petr._2008._kriticka_diskursivni_a_nalyza.pdf.
- [109] VENUS ET FLEUR. *Are Black Roses Real? Black Rose Symbolism & Meaning*. Online. 31. 8. 2020. Dostupné z: <https://www.venusetfleur.com/blogs/news/the-black-rose-history-meaning-and-symbolism?srsId=AfmBOoogqBCkOTeyg215dcH0APtNzvW2VpYkrbSAykkUH4aCmv9FELgH>. [cit. 2025-02-26].
- [110] VERMA, Shrankhla. Role of Social Media in Fashion Communication. Online. In: *Indian Institute of Art and Design*. 12. 3. 2024. Dostupné z: <https://www.iiad.edu.in/the-circle/role-of-social-media-in-fashion-communication/>. [cit. 2025-02-05]
- [111] *Victoria's Secret & Co.* Online. In: About Us. 2023. Dostupné z: <https://www.victoriassecretandco.com/our-company/about-us/>. [cit. 2025-03-04].
- [112] *Victoria's Secret Fashion Show 2016*. Online. In: Elle.cz. 30. 11. 2016. Dostupné z: <https://www.elle.cz/moda/modni-prehlidky/victorias-secret-fashion-show-2016>. [cit. 2025-02-11].
- [113] *Victoria's Secret přehlídka 2018 měla nejnižší sledovanost v historii*. Online. In: Moda.cz. 5. 12. 2018. Dostupné z: https://www.moda.cz/victoria-s-secret-prehlidka-2018-mela-nejnizsi-sledovanost-v-historii?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-02-07].
- [114] VOYLES, Sue. *The Power of a Smile*. Online. In: Logos Communications. 13. 3. 2017. Dostupné z: <https://logos-communications.com/2017/03/13/the-power-of-a-smile/>. [cit. 2025-03-21].

[115] WALEC, Shirley. *The significance of angel wings in spiritual symbolism*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://warriorsdivine.com/blogs/the-path/the-significance-of-angel-wings-in-spiritual-symbolism> [cit. 2025-02-23].

[116] WARRIORS DIVINE. *The significance of angel wings in spiritual symbolism*. Online. ©2023. Dostupné z: <https://warriorsdivine.com/blogs/the-path/the-significance-of-angel-wings-in-spiritual-symbolism> [cit. 2025-02-23]

[117] WATSON, Daisy. *Colour symbolism: White*. Online. In: Nicholas Wells Antiques. 18. 8. 2023. Dostupné z: <https://nicholaswells.com/news/colour-symbolism-white/>. [cit. 2025-03-18].

[118] WHITLER, Kimberly. *A Rebranding A Company Or Organization: When, Why, And How*. Online. In: Forbes. 12. 4. 2022. Dostupné z: https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2022/04/12/rebranding-a-company-or-organization-when-why-and-how/?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-03-02].

[119] WIJAYA, Bambang Sukma; SHIHAB, Muchsin Saggaff; WIJAYA, Sheila Ayu; RUDIANTO, Dudi a SUGANDI, Annie. *In-store brand communication: When shelf-space and display seduce consumers*. Online. Humanities & Social Sciences Reviews. 2020, vol. 8, no. 4, s. 984–998. eISSN 2395-6518. Dostupné z: <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8495> [cit. 2025-02-05].

[120] WINTER, Dayna. *How to Build a Massive Following on Instagram*. Online In: Shopify. 2023. Dostupné z: <http://www.shopify.com/blog/14288561-how-to-build-a-massive-following-on-instagram> [cit. 2025-02-28].

[121] WISDOM LIB. *Significance of Golden flower*. Online. ©2025. Dostupné z: <https://www.wisdomlib.org/concept/golden-flower>. [cit. 2025-02-16].

[122] WWD Staff. *Victoria's Angels to Star in TV Road Trip. Fashion Features*. Online. 23. 9. 2004. Dostupné z: <https://wwd.com/feature/victoria-8217-s-angels-to-star-in-tv-road-trip-699371-1932403/>. [cit. 2025-03-20].

[123] YALANSKA, Marina. *Color Psychology in Branding - Understanding the Power of Color*. Online. In: Uxcel Blog. 15. 1. 2025. Dostupné z: <https://uxcel.com/blog/beginners-guide-to-color-psychology>. [cit. 2025-03-06].

[124] YOUNG, Nana. *Lucky Cats of Japan: Decoding the Secrets of Maneki Neko*. Online. In: Bokksu. 31. 5. 2024. Dostupné z: <https://www.bokksu.com/blogs/news/lucky-cats-of-japan-decoding-the-secrets-of-maneki-neko?srsId=AfmBOorioCesZfMxGNTGNafwzHzsB0g4h5cN6SEZP6ChuHp8J6VogH-#ruffruff-table-of-contents-item-3>. [cit. 2025-03-05].

[125] ZHAO, Yanhui; CALANTONE, Roger J. a VOORHEES, Clay M. *Identity change vs. strategy change: the effects of rebranding announcements on stock returns*. Online. Academy of Marketing Science. 2018. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0579-4>. [cit. 2025-03-03].

[126] ZVARDOŇ, František, PECH, Roman. *Polární záře ve světle legend aneb když nebe tančí*. Online. In: Lidé a Země. 19. 9. 2022. Dostupné z: <https://www.lideazeme.cz/clanek/lideazeme-cz-poznavame-akademie-laz/114540/polarni-zare-ve-svetle-legend-aneb-kdyz-nebe-tanci.html>. [cit. 2025-02-28].

[127] *12 typů pohybů fotoaparátu pro zlepšení vašich filmových dovedností*. Online. In: Cpacut.. 2024. Dostupné z: <https://www.cpacut.com/cs-cz/resource/camera-movements> [cit. 2025-03-15]

KNIŽNÍ ZDROJE

- [128] BARTHES, Roland. *Système de la mode. Paris: Éditions du Seuil.* 1967. ISBN 2020026996.
- [129] BARTHES, Roland. *Mytologie.* Překlad Josef Fulka. Praha: Dokořán, 2018. ISBN 978-80-7363-888-7.
- [130] BARTHES, Roland. *The Fashion System.* Richard HOWARD, Matthew WARD (překladaťelé). Berkeley: University of California Press, 1990. ISBN 978-0520071773.
- [131] BARNARD, Malcolm. *Fashion as Communication,* Psychology Press, 2002. ISBN 0415260183, 9780415260183.
- [132] BECKER, Udo. *Slovník symbolů.* Překlad Petr Patočka. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-612-8.
- [133] BICKLE, Marianne. *Fashion Marketing: Theory, Principles & Practice.* Fairchild Books. 2011. ISBN 978-1-56367-738-0.
- [134] BYOUNGHO, Jin, CEDROLA, Elena. *Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands.* Palgrave Pivot. 2017. ISBN 978-1-137-52342-6.
- [135] HUROVÁ, O. J. *Moda i vizualizatsiya sozyalnykh izmeneniy v sovremennom horode.* Moskva: Variant, TsSPGI, 2009.
- [136] CHANDLER, Daniel. *Semiotics: The Basics.* 4. vyd. Routledge. 2022. ISBN 9780367726546.
- [137] DIVITA, Lorynn R., BRANNON, Evely. *Fashion Forecasting:* Studio Instant Access. Fairchild Books, 2015. ISBN 978-1628925463. [cit. 03-03-2025].
- [138] DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi.* Praha: Portál. 2002. ISBN 80-7178-640-9.

- [139] ECO, Umberto. *Teorie sémiotiky*. Přeložil Marek Sedláček. Argo, 2009. ISBN 978-80-257-0157-7
- [140] FISKE, John. *Introduction to Communication Studies*. 2nd ed. Taylor & Francis e-Library, 2002. ISBN 0-203-17746-0
- [141] FISKE, John. *Introduction to Communication Studies*. 2. vyd. London: Routledge. 1990. ISBN 9780415046725.
- [142] GIBSON, Clare. *Symboly a jejich významy: Klíč k výkladu motivů a znaků v umění*. Překlad Andrea Poláčková. Nakladatelství Slovart, s. r. o. 2010. ISBN 978-80-7391-370-0.
- [143] KAPFERER, Jean-Noël, BASTIEN, VINCENT. 2012. *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands*. KoganPage. ISBN 978-0-7494-6491-2.
- [144] LAWES, Rachel. *Using Semiotics in Marketing: How to Achieve Consumer Insight for Brand Growth and Profits*. London: Kogan Page. 2020. ISBN 9781789662078.
- [145] LURIE, Alison. *The Language of Clothes*. New York: Vintage Books, 1981. ISBN 0-394-71713-9.
- [146] POSNER, Harriet. *Marketing Fashion: Strategy, Branding and Promotion* - 2nd edition. Laurence King Publishing Ltd. 2015. ISBN 978-1-78-067-566-4.
- [147] SAUSSURE, Ferdinand de. *Course in General Linguistics*. Překlad Albert Riedlinger. Dotisk. La Salle: Open Court Publishing, 1986. ISBN 0812690230, 9780812690231.
- [148] SWANSON, K, Kristen, EVERETT, C. *Judith. Promotion in the Merchandising Environment*, 3rd Edition. Fairchild Books. 2016. ISBN 978-1-62892-157-1.
- [149] ŠINDLER, Petr. *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Grada Publishing a.s. 2003. ISBN 80-247-0646-6.
- [150] VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 356 s. Expert (Grada). 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.

CITACE SNÍMKŮ OBRAZOVKY

FVC. *Victoria's secret fashion show 2016 'road ahead'*. Online, video. 2016. Dostupné z: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=-7QbmaqmEc0&t=187s>. [cit. 2025-03-05].

RACIC, Jelena [@JelenaRacic]. *Tiffany & Co Heart Tag Bracelet Unboxing*. Online, video. 7. 7. 2020. Dostupné z: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=RN8GLzhiIdI>. [cit. 2025-03-02].

VICTORIA'S SECRET. *The Official 2018 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, video. 11. 12. 2018. Dostupné z: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=N5fCM8U4S4I&t=960s>. [cit. 2025-03-03].

VICTORIA'S SECRET. *The Victoria's Secret Fashion Show 2024*. Online, video. 16. 10. 2024. Dostupné z: YouTube, 16. 10. 2024. Dostupné z: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=A8n9wf0R1xo&t=2209s>. [cit. 2025-03-06].

VRON. *Victoria's Secret Fashion Show 2016 - 4K 60FPS Upscaled (Old)*. Online, video. 2016. Dostupné z: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=0u9mDCTeEmg&t=176s>. [cit. 2025-03-05].

ZDROJE OBRÁZKŮ

30 Lightest Clothing Materials, *The Secret to Breezy Outfits*. Online, obrázek. In: weftapparel.com. 23. 08. 2024. Dostupné z: <https://weftapparel.com/lightest-clothing-materials/> [cit. 2025-03-03].

AGENCE FRANCE-PRESSE. *BLACKPINK's Lisa lights up Victoria's Secret Fashion Show 2024*. Online. In: *Lifestyle & Travel*. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://world.thaipbs.or.th/detail/blackpinks-lisa-lights-up-victorias-secret-fashion-show-2024/55095>. [cit. 2025-03-06].

AGOSTINI, Evan. *Halsey criticizes Victoria's Secret Fashion Show over transphobic controversy*. Online, obrázek. In: The Star. 3. 12. 2018. Dostupné z: https://www.thestar.com/entertainment/halsey-criticizes-victoria-s-secret-fashion-show-over-transphobic-controversy/article_d4a18dbc-ca4a-5512-8dc6-d5a838a3dfca.html [cit. 2025-03-02].

BARR, Sabrina. *Victoria's Secret Fashion Show 2018: Adriana Lima and Kendall Jenner walk the runway*. Online, obrázek. In: The Independent. 9. 11. 2018. Dostupné z: <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/victorias-secret-fashion-show-pictures-models-adriana-lima-kendall-jenner-gigi-hadid-new-york-runway-a8625376.html> [cit. 2025-03-02].

CLANCY, Maggie. *What 2024 Victoria Secret's Fashion Show Performers Wore: Lisa Favors Heavy Metal, Tyla Shines in Sequins and Cher Brings Industrial Edge*. Online, obrázek. In: WWD. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://wwd.com/pop-culture/celebrity-news/victorias-secret-fashion-show-2024-performers-style-1236686313/>. [cit. 2025-03-16].

CRABTREE, Erin. *Ashley Graham Shows Off Her Gorgeous Curves in Her Victoria's Secret Fashion Show 2024 Debut*. Online, obrázek. In: Us Weekly. 15. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.usmagazine.com/stylish/news/ashley-graham-makes-her-victorias-secret-fashion-show-2024-debut/>. [cit. 2025-03-06].

DENTELL. *Victoria's Secret*. Online, obrázek. ©2023. Dostupné z: <https://en.dentell.es/Victoria-s-Secret-4183> [cit. 2025-03-11].

Dolce&Gabbana. *Moda Dolce&Gabbana: Sfilate e Collezioni | Dolce&Gabbana World | Runway fashion couture, Dolce and gabbana, Glamour dress*. Online, obrázek. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/684476843396442194/> [cit. 2025-03-03].

ELLE. *Victoria's Secret Fashion Show 2016*. Online, obrázek. Dostupné z: <https://www.elle.cz/moda/modni-prehlidky/victorias-secret-fashion-show-2016>. [cit. 2025-03-31].

Every Look From The 2017 Victoria's Secret Fashion Show. Straight From The Glittery Runway. Online, obrázek. In: Fashionista. 20. 11. 2017. Dostupné z: <https://fashionista.com/2017/11/every-look-victorias-secret-vs-fashion-show-2017> [cit. 2025-03-03].

E! ONLINE. *Victoria's Secret Fashion Show 2024: Star Sightings*. Online, obrázek. 2024. Dostupné z: <https://www.eonline.com/photos/37328/victorias-secret-fashion-show-2024-star-sightings>. [cit. 2025-03-31].

EXTRATV. *The 2018 Victoria's Secret Fashion Show: Bella Hadid & Halsey*. Online, obrázek.

9. 11. 2018 Dostupné z: https://extratv.com/photos/image_jpg_20181109_d739247a1e5a5e4b9206db84c4799ab9/. [cit. 2025-03-06].

FRANCO SHOPS. *Chanel - Collier perle CC* Online, obrázek. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/666110601206115180/> [cit. 2025-03-03].

GERSTEIN, Julie. *Here Are All the Looks From the 2016 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: BuzzFeed. 1. 12. 2016. Dostupné z: <https://www.buzzfeed.com/juliegerstein/here-are-all-the-looks-from-the-2016-victorias-secret-fashion> [cit. 2025-03-05].

GETTY IMAGES. *Singer Bebe Rexha performs next to Dutch model Myrthe Bolt*. Online, obrázek. ©2023. Dostupné z: <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/singer-bebe-rexha-performs-next-to-dutch-model-myrthe-bolt-news-photo/1059414696> [cit. 2025-03-03].

GRANGER, Kate. *Victoria's Secret Runway 2024*. Online, obrázek. In: Runway Magazines. 15. 10. 2024. Dostupné z: <https://runwaymagazines.com/victorias-secret-runway-2024/> [cit. 2025-03-12].

HOHMAN, Maura. *Halsey Has 'No Tolerance' for Victoria's Secret's Lack of Diversity After Performing in the Show*. Online, obrázek. In: People. 3. 12. 2018. Dostupné z: <https://people.com/style/halsey-slams-lack-of-diversity-victorias-secret-fashion-show/> [cit. 2025-03-02].

JESSICA. Alessandra Ambrosio. *Victoria's Secret Fashion Show in Paris, 2016*. Online, obrázek. In: *Gofugyourself*, ©2016. Dostupné z: <https://www.gofugyourself.com/photos/the-victorias-secret-fashion-show-2016/2016-victorias-secret-fashion-show-in-paris-3> [cit. 2025-02-02].

Lady Gaga Performs 'Million Reasons' & More at Victoria's Secret Fashion Show 2016! Online, obrázek. In: Just Jared. 06. 12. 2016. Dostupné z: <https://www.justjared.com/photo-gallery/3822542/lady-gaga-victorias-secret-fashion-show-performance-13/> [cit. 2025-03-17].

LUXURYLAUNCHES. *Meet Victoria's Secret 2018 US\$1 million, 71-carat Fantasy Bra by Swarovski*. Online, obrázek. In: South China Morning Post, 2018. Dostupné z: <https://www.scmp.com/magazines/style/fashion-beauty/article/2172989/meet-victorias-secret-2018-us1-million-71-carat> [cit. 2025-03-06].

MARIANNE.CZ. *Victoria's Secret 2024: Eva Herzigová zářila spolu s modelkami všech velikostí i věku*. Online, obrázek. In: Marianne. Dostupné z: <https://www.marianne.cz/moda/victorias-secret-2024-eva-herzigova-zarila-spolu-s-modelkami-vsech-velikosti-i-veku-0#312994> [cit. 2025-03-06]

MATERA, Avery. *Gigi Hadid's VS Show 2016 Runway Looks: See the Photos*. Online, obrázek. In: Teen Vogue. 30. 11. 2016. Dostupné z: <https://www.teenvogue.com/gallery/gigi-hadid-vs-show-2016-victorias-secret-fashion-show-runway-looks> [cit. 2025-03-05].

MISHRA, Savyata. *Victoria's Secret fashion show set for a comeback after six-year gap*. Online, obrázek. In: Reuters. 15. 5. 2024. Dostupné z: <https://www.reuters.com/lifestyle/victorias-secret-fashion-show-set-comeback-after-six-year-gap-2024-05-15/> [cit. 2025-03-16].

PERGAMENT, Danielle. *Victoria's Secret Needs to Read the Room*. Online, obrázek. In: Allure. 16. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.allure.com/story/victorias-secret-fashion-show-2024-review>. [cit. 2025-03-06].

RICHARDS, Bailey. *Cher Is 'Strong Enough' as She Brings Her Angelic Voice and Iconic Look to the 2024 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: People. 15. 10. 2024. Dostupné z: <https://people.com/cher-performs-at-2024-victoria-secret-fashion-show-8727998>. [cit. 2025-03-07].

SANCHEZ, Chelsey. *All the Runway Looks From the 2024 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: Harper's Bazaar. 15. 10. 2024. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/g62612163/victorias-secret-fashion-show-runway-photos-2024/>. [cit. 2025-03-07].

SHAKED, Britt. Online, příspěvek. ©2023. Dostupné z: Instagram, https://www.instagram.com/brittshaked/p/DBeOQaAgSgT/?img_index=1. [cit. 2025-03-11].

STIEGMAN, Kelsey. *Every Single Stunning Look Kendall Jenner Wore for the Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: seventeen.com 2016. Dostupné z:

<https://www.seventeen.com/fashion/celeb-fashion/news/a43912/kendall-jenner-2016-victorias-secret-fashion-show-outfits/>. [cit. 2025-03-11].

VICTORIA'S SECRET ANGELS. *Fanůšikovská stránka*. Online, příspěvek. 8. 12. 2016. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1271591496213540&id=122168424489192&set=a.1271590292880327>. [cit. 2025-03-11].

VICTORIA'S SECRET ANGELS PAGE. *Stella Maxwell at the Victoria's Secret Fashion Show 2016 – Mountain Romance Segment*. Online, obrázek ©2024. Dostupné z: https://www.facebook.com/VictoriasSecretAngelsPage/photos/stella-maxwell-at-the-victorias-secret-fashion-show-2016-mountain-romance-segmen/1271590646213625/?_rdr. [cit. 2024-03-05].

VICTORIA'S SECRET. *Sanne Vloet in segment "Mountain Romance" at the 2016 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: X. 5. 12. 2016. Dostupné z: <https://x.com/vsxarg/status/805593824412266497/photo/1>. [cit. 2025-03-05].

WEISS, Sabrina Rojas. *Lady Gaga's Victoria's Secret Performance Gives Us A "Million Reasons" To Watch*. Online, obrázek. In: Refinery. 29. 12. 2016. Dostupné z: <https://www.refinery29.com/en-us/2016/12/131772/lady-gaga-victorias-secret-video-leak>. [cit. 2025-03-03].

WILLSON, Robyn. *Lace: A Timeless Beauty and Symbol of Power*. Online, obrázek. In: The Textile Eye, 5. 1. 2023. Dostupné z: <https://www.thetextileeye.com/journal/threads-of-power-interview>. [cit. 2025-04-02].

WWD. *2016 Victoria's Secret Fashion Show: All the Looks*. 2016. Online, obrázek. Dostupné z: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/gallery/2016-victorias-secret->

[fashion-show-paris-all-looks-photo-10715476/2016-victorias-secret-fashion-show-all-the-looks-4/](#). [cit. 2025-03-05].

YANG, Lucy, BOAN, Daniel. *All the looks from the 2018 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: Business Insider. 3. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/victorias-secret-fashion-show-runway-outfits-2018-11>. [cit. 2025-03-02].

YANG, Lucy. *Meet the 60 models who walked in the 2018 Victoria's Secret Fashion Show*. Online, obrázek. In: Business Insider. 3. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/victorias-secret-fashion-show-models-confirmed-2018-9>. [cit. 2025-03-12].

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1 – Presentace kampaně.....</i>	<i>14</i>
<i>Obrázek 2- Otevírání krabiček značky Tiffany.....</i>	<i>15</i>
<i>Obrázek 3– Transformace krabičky Tiffany umělcem Danielem Arshamem.....</i>	<i>15</i>
<i>Obrázek 4- Vyobrazení leopardího vzoru na modelu.....</i>	<i>24</i>
<i>Obrázek 5- Perlový náhrdelník Gabčík.....</i>	<i>24</i>
<i>Obrázek 6- Graf zobrazující prodeje značky Victoria's Secret.....</i>	<i>27</i>
<i>Obrázek 7- Graf zobrazující ideální ženský pas v palcích.....</i>	<i>27</i>
<i>Obrázek 8-Modelka na VSFS 2016.....</i>	<i>39</i>
<i>Obrázek 9- Elsa Hosk na VSFS 2016.....</i>	<i>39</i>
<i>Obrázek 10- Zobrazení masek na LED obrazovce.....</i>	<i>40</i>
<i>Obrázek 11- Zobrazení motivu Maneki-Neko.....</i>	<i>40</i>
<i>Obrázek 12- Zobrazení čínských domů.....</i>	<i>41</i>
<i>Obrázek 13 - Ukázka speciálního efektu kouře.....</i>	<i>42</i>
<i>Obrázek 14- Obrázek vyobrazující dívku mezi perlami.....</i>	<i>45</i>
<i>Obrázek 15– Indikace interakce s diváky.....</i>	<i>45</i>
<i>Obrázek 16- Allesandra Amborssio křídly evokující osvobození a přijetí kultury.....</i>	<i>47</i>
<i>Obrázek 17 – Začátek segmentu Mountain Romance.....</i>	<i>47</i>
<i>Obrázek 18 – Lady Gaga na VSFS.....</i>	<i>48</i>
<i>Obrázek 19 – Příklad modelu s prvky kroje.....</i>	<i>49</i>
<i>Obrázek 20 – Modelka s pery na zádech.....</i>	<i>49</i>
<i>Obrázek 21 -Mountain Romance.....</i>	<i>50</i>
<i>Obrázek 22 – Hory na LED obrazovce.....</i>	<i>50</i>

<i>Obrázek 23- Lady Gaga zvedající ruku.....</i>	<i>52</i>
<i>Obrázek 24 - Modelka oděna pouze ve spodním prádle.....</i>	<i>52</i>
<i>Obrázek 25 – Letecký záběr na interpretku.....</i>	<i>55</i>
<i>Obrázek 26 - Příchod modelky při zahájení zpěvu.....</i>	<i>55</i>
<i>Obrázek 27- Ukázka modelů sekce PINK.....</i>	<i>57</i>
<i>Obrázek 28 - Ukázka modelky pohybující s modelem a se specifickým střihem.....</i>	<i>58</i>
<i>Obrázek 29 – Modelka s kudrnatými vlasy a pejskem.....</i>	<i>58</i>
<i>Obrázek 30 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK.....</i>	<i>59</i>
<i>Obrázek 31 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK.....</i>	<i>59</i>
<i>Obrázek 32 – Ukázka LED obrazovky sekce PINK.....</i>	<i>59</i>
<i>Obrázek 33- Interakce Bebe s modelkou.....</i>	<i>61</i>
<i>Obrázek 34 - Začátek segmentu Flight of Fancy.....</i>	<i>63</i>
<i>Obrázek 35 – Halsey.....</i>	<i>64</i>
<i>Obrázek 36 – Ukázka modelu Flight of Fancy.....</i>	<i>65</i>
<i>Obrázek 37 – Ukázka modelu segmentu Flight of Fancy.....</i>	<i>65</i>
<i>Obrázek 38 – Modelka s vitiligem.....</i>	<i>66</i>
<i>Obrázek 39 – Ukázka interakce interpretky s modelkou</i>	<i>66</i>
<i>Obrázek 40 – Motiv na LED obrazovce segmentu Flight of Fancy.....</i>	<i>67</i>
<i>Obrázek 41 - Ukázka Andělských křídel.....</i>	<i>71</i>
<i>Obrázek 42 - Gesto sepjatých rukou.....</i>	<i>71</i>
<i>Obrázek 43 – Fantasy Bra</i>	<i>71</i>
<i>Obrázek 44- Bella Hadid s křídly.....</i>	<i>72</i>
<i>Obrázek 45 – Modelky vyjíždějící z pod mola</i>	<i>73</i>

<i>Obrázek 46 – Lisa zahajující zpěv.....</i>	<i>73</i>
<i>Obrázek 47 - Model Lisy.....</i>	<i>74</i>
<i>Obrázek 48 - Ukázka modelu-síťová látka, střih kalhotek.....</i>	<i>75</i>
<i>Obrázek 49 - Ukázka modelu-kalhotky s vysokým pasem, růže.....</i>	<i>75</i>
<i>Obrázek 50 - Ukázka modelu-černé růže, korzet.....</i>	<i>75</i>
<i>Obrázek 51 - Ukázka modelu-body, plus size modelka.....</i>	<i>75</i>
<i>Obrázek 52 – Černoška s vysokým culíkem.....</i>	<i>76</i>
<i>Obrázek 53 – Modelka vyššího věku.....</i>	<i>76</i>
<i>Obrázek 54 – LED obrazovka segmentu Atelier.....</i>	<i>77</i>
<i>Obrázek 55 – Burgundy model.....</i>	<i>80</i>
<i>Obrázek 56 – Začátek segmentu Unwrap The Magic-vokalistky.....</i>	<i>81</i>
<i>Obrázek 57– Začátek segmentu Unwrap The Magic-Cher.....</i>	<i>81</i>
<i>Obrázek 58– Model Cher.....</i>	<i>81</i>
<i>Obrázek 59–Motýlí křídla, gesto.....</i>	<i>82</i>
<i>Obrázek 60– Ukázka doplňku na zádech-stuhy v pohybu.....</i>	<i>82</i>
<i>Obrázek 61–Plus-size modelka.....</i>	<i>84</i>
<i>Obrázek 62- Mašle na zádech</i>	<i>83</i>
<i>Obrázek 63– LED obrazovka segmentu Unwrap The Magic.....</i>	<i>85</i>
<i>Obrázek 64 – LED obrazovka segmentu Unwrap The Magic-Polární zář.....</i>	<i>85</i>
<i>Obrázek 65 – Ukázka kalhotek s nízkým pasem segmentu Mountain Romance.....</i>	<i>90</i>
<i>Obrázek 66 -Ukázka kratáskových kalhotek segmentu segmentu Atelier.....</i>	<i>90</i>
<i>Obrázek 67- Ukázka doplňku na zádech modelech na VSFS-2016.....</i>	<i>90</i>
<i>Obrázek 68- Ukázka doplňku na zádech modelech na VSFS-2024.....</i>	<i>90</i>

<i>Obrázek 69- Ukázka uzavřené obuvi segmentu PINK</i>	<i>91</i>
<i>Obrázek 70- Ukázka otevřené obuvi segmentu Unwrap The Magic.....</i>	<i>91</i>
<i>Obrázek 71 -Ukázka charakteristického stylu vlasů VSFS – segment Mountain Roma.ce.....</i>	<i>92</i>
<i>Obrázek 72- Ukázka rozdílného účesu VSFS roku 2024 -segment Unwrap the Magic.....</i>	<i>92</i>
<i>Obrázek 73- Ukázka klasické modelky VSFS.....</i>	<i>92</i>
<i>Obrázek 74 - Ukázka plus size modelky.....</i>	<i>92</i>
<i>Obrázek 75- Ukázka využití motivů a symbolu na LED obrazovkách roku 2016.....</i>	<i>95</i>
<i>Obrázek 76 -Ukázka minimalistického pojetí LED obrazovek roku 2024.....</i>	<i>95</i>
<i>Obrázek 77-žlutá na obuvi segmentu The Road Ahaed.....</i>	<i>99</i>
<i>Obrázek 78-červená obuv se zlatými detaily segmentu The Road Ahaed.....</i>	<i>99</i>
<i>Obrázek 79- zlatá barva na doplňku segmentu Atelier.....</i>	<i>99</i>
<i>Obrázek 80- červená barva na kožichu a podprsence segmentu Unwrap The Magi.c.....</i>	<i>99</i>
<i>Obrázek 81- Ukázka růži na modelu Lady Gagy.....</i>	<i>100</i>
<i>Obrázek 82- květiny na modelu segmetnu The Mounatin Romance</i>	<i>100</i>
<i>Obrázek 83- Ukázka růží na krajce-Ashley Graham, segment Atelier.....</i>	<i>100</i>
<i>Obrázek 84- Zlaté květiny segmentu Atelier.....</i>	<i>100</i>
<i>Obrázek 85- Zlatá pera segmentu The Road Ahaed.....</i>	<i>101</i>
<i>Obrázek 86-Ptačí pera The Mountain Romance</i>	<i>101</i>
<i>Obrázek 87 – Výrazný zlatý doplněk segmentu Atelier.....</i>	<i>101</i>
<i>Obrázek 88- Motýlí křídla segmetnu Unwarp the Magic.....</i>	<i>101</i>
<i>Obrázek 89- Krajka na podprsence The Road Ahaed</i>	<i>102</i>
<i>Obrázek 90-Zelená krajka na body segmentu The Road Ahaed.....</i>	<i>102</i>
<i>Obrázek 91- Krajka na body segmetnu Atelier.....</i>	<i>102</i>

<i>Obrázek 92- Červená krajka na body segmentu Unwrap The Magic</i>	<i>102</i>
<i>Obrázek 93–gesto polibku segmentu The Road Ahead.....</i>	<i>103</i>
<i>Obrázek 94–gesto polibku segmentu Unwrap The Magic</i>	<i>103</i>
<i>Obrázek 95 - Ukázky křídel 2016/2018/2024.....</i>	<i>105</i>
<i>Obrázek 96 - Ukázka motivů, barevnosti, gest a využitých materiálů.....</i>	<i>106</i>