

Cílem práce je definovat neustále rostoucí využití symboliky zdraví ve spotřebním průmyslu. Mocná konzumentská skupina zaměřená na hodnoty zdraví a aktivního způsobu života představuje základnu pro dlouhodobě se rozvíjející trh s nově vznikajícím portfoliem značek a produktů, které svou image budují na základě zdravotních konotací. Tato „medikalizace spotřeby“ se odehrává především na úrovni znaků s příslušnými odkazy, podle nichž se spotřebitelé na různých úrovních uvědomění si takového faktu orientují. Na příkladu sémiotické analýzy značky Activia bychom chtěli poukázat na to, jak lze na základě jednotlivých znaků vystavět produkt trvale spojovaný s požadovanými hodnotami.