

Abstrakt

Ve své diplomové práci se zabývám změnou vztahu člověka ke světu, k objektům, kterými se obklopuje, důvody neustálé spotřeby, reklamou a motivací k nakupování v prostoru obchodního centra. Vycházím z myšlenek Jeana Baudrillarda, které se snažím ucelit, a doplňuji je o podobné nebo naopak protichůdné myšlenky dalších autorů, jako je Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky a Theodor Adorno.

Dostávám se tedy od vztahu člověka k objektům, spotřeby a reklamy až k prostoru obchodního centra a snažím se přijít na to, jak tento prostor ovlivňuje chování zákazníků, a zvyšuje tak spotřebu. Rozebírám především design a uspořádání prostoru obchodního centra. Vycházím hlavně z myšlenek Gosse, Backes a Underhilla, které doplňuji o pozorování různých obchodních center v Praze, především pak obchodního centra Nový Smíchov.

Klíčová slova: reklama, spotřeba, vztah člověka ke světu, vztah člověka k objektům, obchodní centrum, design, uspořádání prostoru