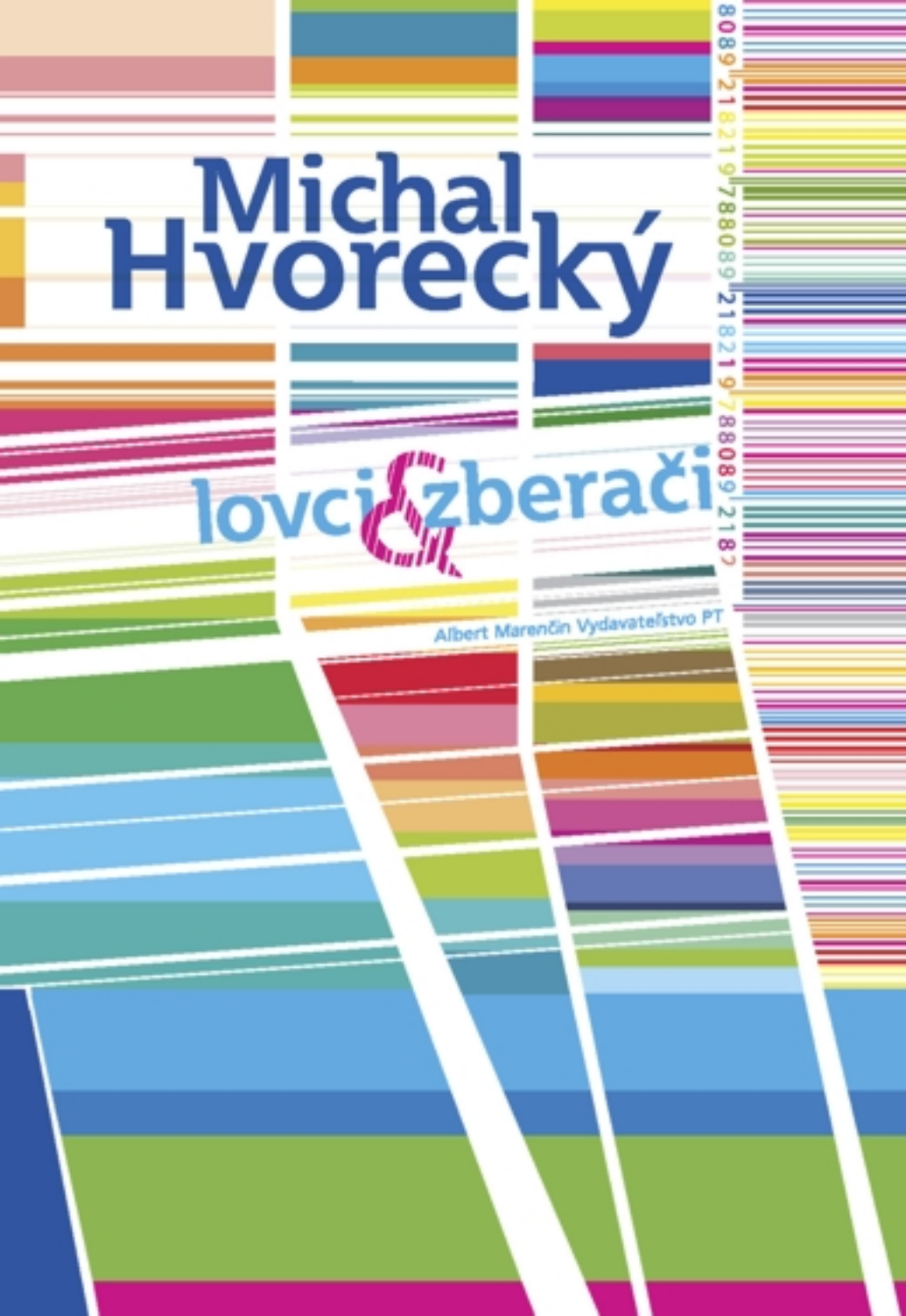




Michal Hvorecký

lovci & zberači

Albert Marenčin Vydavateľstvo PT

8089 21821 9788089 21821 9788089 2182

Michal
Hvorecký

lovci & zberači



Prvé vydanie Techno.sk, 2001
Editor Pavol Minár

© Michal Hvorecký, 2001, 2006
© Albert Marenčin – Vydavateľstvo PT, 2006
Jelenia 6, 811 05 Bratislava
marencin@nexta.sk www.marencin.sk
2. upravené vydanie
Editor Ingrid Hrubaničová
Cover © Mikina Dimunova, Low Budget, 2006
Design © Blcha dizajn, 2006
Mapa Wilsonova a skeny obrázkov Tibor Holoda
120. publikácia

ISBN 80-89218-21-0

Vytvorenie elektronickej verzie Dibuk, s.r.o., 2011

prvé víťazstvo hypermarketov

Záverečný signál som oddeleniam rozoslal v noci o jedenásťtej. Hovoriť o nejakom konci práce sa však dalo len v prípade, že by som chcel skončiť nadobro.

„Skontroluj ešte, prosím ťa, *Hračky*,“ povedala mi Eileen Aisen s hlavou naklonenou k plecu, kde držala vysielaciu. Práve v tej chvíli som si spočítal, že toto je môj ôsmy dokončený hypermarket. Dvadsiaty prvý, ak zarátam aj realizácie cudzích návrhov. Eileen si ľavou rukou podopierala striebnistý obal s papiermi a do tabuliek číslo regálu, počet kusov a poloha zapisovala údaje o ovocných produktoch. Na perách úsmev, aký majú postavy z gaučových komédií, keď práve nehovoria. Nahé biele plece, lýtka v čiernych elastických pančuchách.

Zaostril som do diaľky na rady farebných zeleninových konzerv a ovocných kompótov, ktoré sme naukladali nižšie k zemi. Tam pôsobia dojmom dobrej uskladnenosti, poriadku a trvanlivosti, čo predstavuje psychologicky nevyhnutný úvod do dobrej nákupnej nálady. Pod ne sme naukladali obrovské kartónové škatule s džemom a kandizovaným ovocím. Vo vlastných malloch presadzujem tretinový pomer veľkoobchodných balení, zväčšených ilúzií výhodnej kúpy.

„Volali ti. Nevedia, ako rozložiť hračky. Prišlo ich neuveriteľne veľa. Ako napokon všetkého. Chcu hovoriť priamo s tebou, ich šéfka to už nezvláda,“ hovorila Eileen, vystrela hlavu a zložila vysielaciu.

Takéto Američanky mi posielajú pravidelne a v zmluvách, zaslaných faxom, ich nazývajú asistentky. Väčšinou ich nedokážem rozlišovať. Držia diétu, ktorá dovoľuje toľko burgerov a coly, koľko nezjem a nevypijem za rok. Sú ochotné obliecť si čokoľvek, ak to navrhol Gucci. Čítajú časopis *Nové bikiny*, v ktorom sa však píše skôr o tom, ako si vyzliecť tie, ktoré už máte. Hovoria, že im neprekáža, keď fajčím, ale povedia to s takým výrazom na tvári, že prestanem sám od seba.

Aj takáto je moja práca, keď skončíme s priestormi. Ak komplex odovzdávam na kľúč, to jest kompletný priestor plus tovar, beriem dvojnásobok. Vedela, že sa mi páči jej čierna priliehavá

blúzka, odhaľovala plec a visela len na úzkom pásiku látky. Ale netušila, že rovnakú kúpila centrála firmy aj jej predchodkyni, a aj jej predchodkyni. Pozerali sme sa na seba. Husté blond vlasy, zostrihnuté zarovno pod krk, mala nad pravým uchom rozdelené cestičkou. Keď som kedysi vymyslel slogan, že zafarbené vlasy sú prirodzenejšie ako pôvodné, neveril som, že ho Schwartzkopf prijme a už vôbec nie, že mu niekto uverí.

„Idem tam,“ povedal som a pri predstave dlhej cesty v elektrickom vozíku mi pod pazuchami a na krku vystúpil pot. Zívlo sa mi. Cítil som, že na hranici čela a vlasov mám vlhké kvapky. Eileen nie. Napudrovala sa. Dobiela, aby tenké pery namalované tmavočerveným rúžom väčšími vynikli a modrosivé oči vystúpili dopredu. Na úrovni jej čela som videl prvé boxy kóje *Exotic Fruits* a v dlhých úhľadných radoch ružové mango.

V umiestňovaní *Ovocia a zeleniny* patrím ku konzervatívcom. Vyskúšal som všetko a vchod považujem naozaj za najvhodnejší. Nevie, kde vzniká tá senzorická fascinácia žiarou umytých jabĺk, hrušiek, marhúľ, broskýň, melónov... Neodpustím si ani koše čerstvých kvetín. Stačí, aby som navrhol akciu na dvojkoľové balenie grapefruitov, umiestnil ich do výšky očí priemernej stredoeurópskej ženy (167,5 cm), okrúhle cedulky s deviatkovou cenou úmerne zväčšil a zákazníci si ich nedokážu nekúpiť.

Neviem, prečo pôsobí pohľad na orosený hlávkový šalát „osviežujúco a zároveň upokojujúco“. Ešte menej rozumiem konzumnej posadnutosti produktmi s orientálne znejúcimi názvami. Pritom čínske čerešne z fóliovníka neprešli jedinou colnicou a s Áziou majú spoločné len to, že ich do parfumovaných vrecúšok balia mladistvé gatarbeiterky z Vietnamu! Dokonca som uvažoval, že najmenej kreatívnych autorov na vymýšľanie slov ako tamarinda a pomenujeme čudesné bobule, ktoré nám vozia z Ruska – rozpočet ma však odradil. Tajomného tovaru máme tak či tak dosť a platí, že čo zákazníci vôbec nepoznajú, raz práve preto určite okúsia.

V tvorbe takzvaných inšpirovaných nákupov patrím k absolútnej európskej špičke. Vyše dve tretiny tovarov, ktoré zákazník

v hypermarkete kúpi, si totiž vopred nenaplánuje a rozhodne sa na základe náhlej spotrebnej nálady – podobnými pojмами som zaplnil celú diplomovku a netušil som, že sa ujmú. Avokádo? Nehovorila o tom včera Sophie, tá, ktorá sa nedávno prisťahovala z Grazu? K fotke stačí pripísať, že jeden plod radikálne znižuje hodnoty cholesterolu LDL a akýchsi triglyceridov – a nespomenúť fakt, že obsahuje až 350 kalórií.

„Keď sa vrátim, chcem počuť, čo sa tu zatiaľ udialo,“ oznámil som Eileen, keď som vykročil k vozíku, „a želim ti, aby to boli iba pozitívne správy.“

Pohľad sa mi zastavil na bilborde s veľkým obrázkom kukuričných vložiek. Zmyslové symboly hojnosti sme zvládli dobre. Mall sme doslova obsypali plagátmi s fotkami rodín; už nie chudé, a ešte nie plnoštíhle krásne mladé ženy v šatách pastelových farieb, sympatickí otcovia v károvaných flanelových košeliach s vyhrnutými rukávami, všadeprítomné blondavé deti s hračkami v rukách. Dotyk. Úsmev. Dôvera. Zákazníkov toho, kto mi platí, dojem už pri vchode.

V sloganoch používam zásadne tradičnejšie slová, ktoré podľa prieskumov trhu patria k najobľúbenejším vôbec: zdravé, čerstvé, mladé, krásne, príjemné (a najnovšie už aj chrumkavé). V každom oddelení presadzujem nonstop rozprašovanie priestorových parfumov s vôňami prispôsobenými dominujúcim farbám interiérov, tvaru miestnosti, rýchlosti pohybu zákazníka s vozíkom a typu tovaru. Li Sau-Chin podľa mňa nemá vo svojej brandži konkurenciu. Prvýkrát som ho zacítil na hongkonskom letisku Chek Lap Kok. Zrušil som ďalší let a hodinu kričal na riaditeľa ľudských zdrojov. Našiel ho ešte v tú noc. Odvtedy tvorí Sau-Chin čuchové pozadia nakupovacích hál výlučne pre mňa. Platím ho v astronomických čiastkach. Zo svojho.

Nasadol som na elektrický posuvný vozík a premáhajúc ospalosť, zapol som na riadidlách tlačidlo *On*. Na rýchlosti dva som sa pohol v smere k *Hračkám*. Vtom som si spomenul.

„A keď budeš hotová s tými lajstrami, pozri sa mi na pozície,“ zavolať som dozadu za Eileen, „v celom vstupnom bloku!“

Bez hodnôt mnohočlenov regálovej domény som bezradný. Priemerná vzdialenosť nákupného vozíka od steny s tovarom je 120 centimetrov. Vizuálny rozptyl z toho miesta je rozhodujúci, pretože od neho závisí aj rozmiestnenie bočníc. Na koniec *Ovocia* som nariadil uložiť chemizované sračky ako jablková škori-ca či medové orechy. Do úst by som to nedal, ale ušetrím vám priestor na regáloch a o dva dni môžete privieť ďalší tovar.

Riadenie som ovládal jednou rukou. Míňal som skupiny skladníkov, ktorí nosili škatule so sušenými hriľbmi, darčkové balenia búrskech orieškov a debničky s brokolicou. Vyhýbal som sa zdvižným vozíkom, ktoré ukladali zásobný tovar do drevených poličiek siahajúcich až po strop. Na zvýšených reb-rikoch pri stenách robili aranžéri posledné úpravy priestorov nad pultmi, kde sa reklamou nadchne až 67 percent kupujú-cich. Celú plochu hypermarketu som komerčne vyhodnotil pred piatimi mesiacmi a nájomné ceny sa mi podarilo vyhnať do vysokánskych čiastok. Nespomínam si presne, ale tuším, že Kanaďanom nakoniec patrí pozemok, Nemci ho majú prenaja-tý, Francúzi dodávajú materiál, Ukrajinci montujú a Číňania to za percentá zo zisku celé platia.

Teraz nám už len zostávalo spolu urobiť posledné úpravy dekorácií obchodného mesta s plochou tisíc hektárov a so stov-kami kombinácií nákupných trás.

Vošiel som do oddelenia mrazeného tovaru a horúci pot na hrudi sa mi v okamihu schladil. Chvíľu som si myslel, že sa ma zmocňuje závrat. Namiesto skriňových boxov s hlboko zmraze-nou zeleninou a porciovaným mäsom som videl hnedočierne škvrny a vlnité čiary. Chodba sa nahla doprava. Strop poklesol. Podlomili sa mi nohy, no zrazu som sa znova nadýchol.

Zanadával som. Zastavil som vozík. Keď som mal tridsať, v podobných stresoch som ešte stíhal sledovať výcvik budú-cich predavačiek. Teraz som mal v hrdle sucho. Prehltnol som a z pachuti na jazyku ma striaslo. Opäť som sa zhlboka nadý-chol. Z mraziacich pultov v strede haly stúpala chladivá para. Cítil som, ako mi červenie tvár. Neviem, ktorý z profesionál-

nych stratégií nakupovania odhalil, že mrazené džúsy treba umiestňovať do špeciálnych horizontálnych zásobníkov na dne mraziarenských pultov, 62 centimetrov nad úroveň dlážky. Zákazník musí na ne dočiahnuť, a nie len ich vyberať z regálov. Mal pravdu. Vtedy prudko stúpa emocionálne presvedčenie o trvanlivosti a nezávadnosti. Moji skladníci behali pri pultoch s pravítkami.

Oddýchol by som si! Aspoň na chvíľu by som si ľahol spať, lenže zajtra o ôsmej otvárame. Musel som vyraziť ďalej. Sto metrov dlhá hala trvanlivých potravín. Múka. Obilniny. Kukuricné vločky. Šišky v prášku. Tridsaťšesť druhov pizzového cesta. Konzervy s kukuricou, ochutená sója, zlacnená fazuľa. Šampiňóny v nálevoch. O kus ďalej prvé kóje s polotovarmi. Šiel som po najkratšej možnej trase, nazývanej aj vonkajšia priama. Po okružnej by mi to na vozíku trvalo štyridsať minút.

Využitie regálových priestorov v týchto miestach som poznal naspamäť. Z vrecka na košeli som vytiahol škatuľku cigariet a zapálil som si. Dnes ešte môžem, hoci tým porušujem práva najmenej devätnástich ľudí.

Po desiatich minútach jazdy na trojke som dorazil k *Polievkam*. Na tie som si pri poslednom obchodáku v Štokholme nechal urobiť sériu marketingových výskumov. Naozaj sa nesmú vystavovať v abecednom poradí. Predaj vtedy poklesol o 6 percent. Pestrofarebné obaly s obrázkami cestovín, kúskov mäsa a zeleniny ležali v regáloch rozdelené podľa typov chutí a výrobcov.

Zrak mi na chvíľu utkvel na vzdialenom pulte s ochutenými špagetami. Pri talianskych potravinách si pozadie z čistého purpuru aj vyhádam. Tvrdšie odtiene znamenajú 9,4-percentný vzostup predaja. O kus ďalej som sám na sebe vyskúšal efekt akcie na francúzske polievkové konzervy počas prvých troch dní po otvorení. Využil som takzvanú silnú stranu regálovej zákruty. Šípky ma viedli doprava, ale ja som *naozaj* otočil hlavu presne opačným smerom. Tam som umiestnil akciu na mexické polievkové chrumky, tovar, ktorý sa tvári ako výhodná kúpa, ale v skutočnosti ňou nie je.

Pohol som sa ďalej popri haldách rybacích polievkových zme-
sí a obdivoval fascinujúco rovné rady. Zrazu sa v hale zaplo kom-
pletné stropné a regálové osvetlenie. Posledná technická skúška.
Práve som dokončil obrat v zákrute a chcel som preskúmať, či
je výška bočnice presne vymeraná aj na výšku očí priemerných
stredoeurópskych mužov (179 cm), keď ma oslepilo jedno zo
senzoricky nastaviteľných laserových svetelných diel. Nedoká-
žem pomenovať ani opísať všetky tie farby, ale... zrazu som...
presne... akoby... bolo to úžasné! Tlmené farby. Únava ustupujú-
ca do úzadia. Kontrastné vzory dlaždíc. Upokojujúce tieňované
pastely. Nadobudol som pocit, že takúto lacnú, zdravú a mimo-
riadne chutnú francúzsku polievku si musím dopriať čo najskôr,
natiehol som sa za plechovkou – a vtom svetlo opäť vypli.

Zostal som stáť, omámený obrazmi na sietnici. Tyrkysové
odtiene. Dobrá nálada. Riešenie priestorového osvetlenia podľa
počtu slnečných dní v roku. Teplo a blízkosť človeka. Smiech.
Keď som si opäť uvedomil, že stojím na elektrickom vozíku
a pohybujem sa rýchlo dopredu, zacítil som tupý tlak v hla-
ve. Na celom tele som mal vrstvu potu. Ťažko sa mi dýchalo.
Priamo pred sebou som uvidel gigantickú plastovú figurínu
znetvoreného nosorožca. Zdalo sa mi, že je ešte ďaleko, keď sa
zrazu...

Zabrzdil som. Tesne pred vystrčenou sivou labou. Priamo
nad hlavou mi trčali kly. Neviem, kto vedecky zistil, že tento
rok to bude z psychologického hľadiska najvhodnejšia príšera,
a nevidel som ani film o tajomnom ázijskom zmutovanom
druhu, hoci podľa štatistík ho videl naozaj skoro každý môj
rovesník. Neobliekal som si tričko z kampane. Nedaroval som
dieťaťu sivočierny peračník. Nehral som rovnomennú hru. Na
počítači som v tom čase dvadsať hodín denne animoval spleť
pásovú sieť, ktorou som preklenul dve poschodia najväčšieho
frankfurtského hypermarketu. Neskôr mi priniesol prvé uzna-
nie. A nápad so sklenenými membránami na stromovitých
štruktúrach, umiestnených v ťažiskových bodoch, mi údajne
každý mesiac ukradnú priemerne dvaja architekti.

Vycúval som a viezol som sa popri komplexe darčkových predmetov, rozdelenom podľa veku a kúpyschopnosti zákazníka. Viedlo z neho dvanásť východov do paralelných nákupných chodieb. Nevedel som si spomenúť, cez ktorý vedie najkratšia cesta k *Hračkám*. Šípky – aj keby sme ich rozmiestnili ešte viac – by mi nepomohli. Na čo najkomplikovanejšiu púť po obchodáku som na začiatku svojej kariéry vymyslel algoritmus rozmiestnenia smerových tabúl, ktorý zohľadňoval sociálny status zákazníka, jeho fyzické predpoklady, vzdelanie, ale napríklad aj ročné obdobie nákupu a čas zostávajúci do výplatného týždňa – v protiklade ku všetkým komerčným potrebám predajcu.

Teraz som preto blúdil, nelutoval som však. Keď sa dnes chcete vybrať do obchodáku, mali by ste o ňom mať aspoň toľko informácií, koľko má on o vás. Hypermarket napríklad vie, že zákazníci sú pravdepodobne ženy, ale čoraz častejšie aj muži. Nakupujú priemerne 2,7-krát za týždeň s jednoznačnou prevahou víkendových dní. Pravdepodobne nakúpia v pondelok doobeda, v piatok po štvrti a v sobotu. S 31-percentnou pravdepodobnosťou majú pri sebe zoznam s hľadaným tovarom. Veľmi ich poteší akákoľvek ochutnávková akcia, pre ktorú 58 percent kupujúcich poruší vegetariánstvo alebo zákaz pitia kávy. Radosť im urobí aj predvádzanie výrobkov alebo služieb, až 89 percent by však uprednostnilo, keby sa demonštrovaný produkt rozdával a služba poskytovala bez poplatku.

Pomaly som sa pohol o kus ďalej, ale nepamätal som si presne, kam sa obrátiť. Premáhal ma spánok. Zlava sa na mňa usmievali plastické prasiatka v modrých šatách. Nad nimi vytŕčali krepové balóny s postavičkami z cartoonov. Za veľkou maketou lietadla Concord s logom mallu na boku sa začínal samostatný hangár *Darčkov* – zmenšeniny. Údajne má pohľad na šesťmetrové Big Beny, Chrám Vasilija Blaženého, Eiffelove veže, Opery v Sydney a Malajské dvojmrakodrapy pôsobiť relaxačne. Ja som sa medzi nimi síce motal iba chvíľu, ale úplne ma to vyčerpalo. Chcel som niekde nájsť nápis *Hračky*, ale stovky

orientačných tabúl slúžia hádam na všetko, počnúc celoplošnou reklamou, inzerciou vybraných častí mallu a končiac interaktívnymi hrami pre deti – určite sa však podľa nich nepokúšajte nikam dostať.

Aby som odtiaľto konečne vypadol, zapol som na displeji na riadení mapu nákupných smerov. Zadal som do vyhľadávača pojem *Hračky*. Rádiové spojenie lokalizovalo vozík a na displeji sa objavila mapa s blikajúcim kurzorom. Vyrzil som. Na nástennej obrazovke som priamo pred sebou krátko sledoval predvádzanie nočného krému, ktorý vrásky znútra vypĺňa novými bunkami a reaguje hypoalergénne. Nedokázal som si čosi také predstaviť. Číslo bloku drogistickej haly, kde krém za špeciálnu, mimoriadne výhodnú cenu nájdete, som už nezachytil.

Pred sebou som začul zasychanie. Ďalšie, trochu dlhšie. Zacytil som pach farby. Spoza rohu, ku ktorému som sa blížil, sa vynorila ruka s tryskou. Zmizla a zostala po nej neónovooranžová šmuha v tvare písmena B. Prepol som na rýchlosť jeden a za jazdy som sledoval prudké pohyby najatého sprejera na reklamnej ploche.

Visel na lane pripevnenom o stropné nosníky a pohyboval sa odrážaním nôh od steny. Bol to jeho nápad, dokončiť graffiti až ako posledné, keď už bude celý blok *Beauty and the Beatz*, teen-age móda s nonstop mixovanou hudbou, hotový. Chcel využiť efekt opalizujúceho lesku, ktorý je najsilnejší prvých pár dní po dostriekaní. Keď som ho z odstupu pozoroval, ako sa trhane presúva nad bielymi siluetami pozakrývaných figurín, cítil som zadostučinenie. Do telefónu mi nakričal, že podporujem bezohľadné nadnárodné koncerny, vykorisťujem pracujúcich tretieho sveta, som symbol konzumu, ktorý raz skonzumuje sám seba, a ešte niečo o dažďových pralesoch, keď som prerušil spojenie. List som mu napísal rukou. Na schôdzku sa dostavil s polhodinovým meškaním a s úškrnom na tvári. Trvalo mi presne štyritisíc dolárov, kým som ho presvedčil, že tento obchodák je vlastne súčasťou undergroundu. Sprejuje jednoducho najlepšie a ja chcem zas najlepšie zariadiť hypermarket.

Opäť som pridal na trojku, aby som sa k *Hračkám* dostal čo najskôr. Na tvári som pocítil príjemný chlad, preto som riskol jazdu na štvorke, aby sa nehybný vzduch okolo mňa ešte väčšmi rozprúdil. Rovné regály sa zmenili na súvislé čiary farieb. Zhlboka som sa nadýchol, no celé telo bolo malátne. Nútil som sa neprivierať viečka.

Veľmi často bývam v posledných mesiacoch unavený. Ak aj mám možnosť ísť nakrátko spať, zobúdzam sa s pocitom, že si potrebujem čím skôr ľahnúť. Dve predchádzajúce noci som nespal vôbec a dnes v spánok radšej ani nedúfam. Zabočil som doprava. Na hranici vnímania som zaregistroval pohyblivý stojan s teniskami. Alebo som sa hýbal iba ja? Všimol som si basketbalového robota, ktorý bez pomoci dribloval už tretí deň. Krikľavooranžovú loptu som videl rozmazane. Závesný sound system sa mi strácal za radom červených lampiónov. Vynoril som sa zo zákruhy a takmer som vrazil do hĺby plyšových žiráf, hrochov, krokodílov, antilop...

Konečne hangár *Hračky*. Na zemi kľačali skladníci v montérkach a spratúvali rozsypané zvieratká. Inštalatéri na rebríkoch zakrývali rozvody elektrickej siete. Z plastového vrečka som si vybral papierové vreckovky a poutieral som si čelo a spotený krk.

„Zdravím vás, pán Morawski!“ oslovila ma šéfka oddelenia. Osoby ako Martha Rozanne Wood-McKenzie zrejme musia nosiť štítky s menom aj vo vlastnom byte. „Sme radi, že ste prišli. Nezostáva nám už veľa času. Ako ste zatiaľ spokojný?“

Za jej chrbtom práve nehučne prešiel elektrický vlak, ktorý od zajtra už nebude jazdiť po obvode hračkárstva prázdny.

„Ďakujem, veľmi. Ale verte mi, že keby ste ma sem nezavolali, bolo by to ešte oveľa lepšie.“

„Nebude nám prekážať, keď si zapálite.“ Nič som sa nepýtal, tak som teda ani neodpovedal.

Ktosi mi podal dymiacu kávu a do druhej ruky vzor súťažných letákov na otvárací deň. Netrúfol som si riskovať. Pre svoje hypermarkety som pripravil vzorkovník bilbordov s naj-

vyššou garanciou úspešnosti. Nie, neprestanem tvrdiť, že stačí vymyslieť náplň základného psychického motívu moci a ľudia vám skonsumujú hocičo. Nemusíte súhlasiť, ale pozrite sa, tu sú štatistiky – a teraz si moje vzorce psychických perciepcí preštudujte ešte raz. Fotku polonahého dieťaťa aj tieňovaný náznak ženskej hrude som poznal z katalógu. Mne naozaj nevravte, že typické modely správania sú záležitosťou minulosti! Vyškrtol som iba kvízovú otázku o počte loptičiek v detskom oddelení pri vstupe. Je ich vyše dvetisíc. Uchlipol som si z kávy.

„Takéto *Hračky* ešte nikto z nás nevidel,“ hovorila Martha Rozanne. „Myslíme to úprimne. Naozaj. Celé to vyzerá skvele, ale... máme tu jeden problém. Predmetov a hier je také množstvo, že sa nám do boxov nezmestia. Skoro všetky sú však rozličné a bolo by škoda, keby zostali na sklade.“

Ani ja som doteraz nevidel plyšové zemiaky. A gigantické slzy z plyšu – vyznie to hlúpo, ale mal som pocit, že ma čosi presahuje.

„Rozumiem. Pozrieme sa však na celé oddelenie. Chcem vidieť vaše výsledky a všetky, aj tie zdanlivo najbezvýznamnejšie detaily.“

Dvadsať minút som počúval podrobný opis distribúcie produktov do jednotlivých oddelení. Pozoroval som lietajúce modely predhistorických vtákov. Vyskúšal som si trojúrovňovú autodráhu so štrnástimi súperiacimi formulami. Rozprával som sa s robotickými figurínami hrdinov z počítačových hier. Chvíľu som stál na simulátore horského lyžovania. Robil som si poznámky o prvých dojmach z projektovaných postavičiek kreslených seriálov. Kládol som otázky. Rýchlo som kráčal. Práve, keď mi Martha Rozanne Wood-McKenzie na hranici zúfalstva hovorila: „... konzumné povzbudzovanie sme robili presne podľa –“, som ju prerušil.

„Urobili ste svoju prácu dostatočne. Viac vám zatiaľ povedať neviem. Keď sa to spustí, už v prvú noc budeme múdrejší. Potom si povieme viac.“

Bol som spokojný. Nadšený, priznám sa. Podľa môjho návrhu vznikla fascinujúca pasca na detské zmysly, čiže na peňaženky rodičov. Takýto projekt oddelenia sa údajne najnovšie nazýva interaktívna architektúra. Celý monumentálny priestor *Hračiek* sa stal hrou, v rámci ktorej prebiehalo nespočetne veľa ďalších hier. Prvýkrát som veril, že obrovská investícia do promotroniky, nákupných vozíkov vybavených elektronickou propagáciou, sa môže vrátiť. Pôvabný hlas individuálneho sprievodcu nám za neskutočné peniaze nahovoril známy televízny kazateľ. Prikázal som mu, aby sa usmieval ako na besede s ateistickými stredoškólakmi a hovoril hlasom podľa archetypu Múdrego starca. Skvelé, že dokáže odpovedať na otázky. U dvoch tretín kupujúcich by to malo upokojiť psychickú energiu, vydráždenú prácou, rodinou, spoločenskými pomermi a vôbec všetkým, čo sa deje vo svete.

V oddelení umelých miláčikov som sa chystal okrádať mladé mamičky, komerčne ideálnu časť spotrebiteľov. Ideový základ pre cieľovú skupinu som postavil na stratégiu *nekúpiť znamená pripraviť dieťa o detstvo*. Nemorálne, ako som sa dozvedel z novín, a obchodne výnimočne úspešné. Mňa však súčasná kríza identity úprimne teší. Kampaň za takzvaný „Vek dieťaťa“ som sponzoroval. Biologické motívy spotreby sú totiž najsilnejšie. Vy píšete, že som novátor, a pritom o archetypoch konzumu existujú najmenej tri monografie. Ani jednu som nedočítal.

„Poďme späť,“ prikázal som. Zatínal som zuby, aby som nezával.

„Vysvetliť to vlastne nie je zložité... teda... ako by som... prosto nevieme, kam to všetko...“ ospravedlňovala sa Martha Rozanne.

„Ja vám rozumiem,“ prehovoril som tónom, ktorý by možno upokojil aj mňa. „Urobiť posledný krok nie je vôbec ľahké. Na budúce, skôr než niekoho zavoláte, uvažujte. Máte pred sebou problém a treba ho riešiť. Zakaždým začnite tým, že vytvoríte aktuálny projekt oddelenia. Sú tu hračky. Je ich viac, ako by ich

malo byť, a v regáloch nemáte miesto. Treba ich umiestniť a vytvoriť čo najviac inšpiratívnych nákupov. Nesmiete zabúdať, že hypermarket nie je nejaké skladisko, ktoré treba založiť až po strop. Nebudem vám hovoriť, že ste v uzavretej štruktúre – to máte vedieť zo školy. Nám nejde o povrchné účinky, ale o komplexné ovládnutie zákazníkovej percepcie. Priestor sa zaplňa podľa zákonitostí pohybu kupujúcich. Konzumenti predsa nie sú len zberateľmi vecí, ale v prvom rade zberateľmi pocitov. Ich túžba nakúpiť netuži po uspokojení. Naopak, túži po ďalšej túžbe.“

O veľkom rodinnom nákupe ako symbole uspokojenia širokej škály neuróz našej generácie dokážem rozprávať celé hodiny. Tieto kydy nazývajú špičkoví čínski marketingoví teoretici nová mechanika obchodného klamu. Mne je to jedno. Som projektant. Špička na funkčné zóny. Hovoriam, že zbožňujem prefabrikáty, ale ja chcem byť iba rýchly.

Zaplaťte pôdu a jednosmernú letenku. Za business class som vďačný, ale nie je podmienkou. Vyberte si halový systém a na druhý deň pri raňajkách si spoločne pozrieme konštrukčný model. Áno, to sú naozaj funkčné jadrá. Nie, klimatizácia to vykúri aj v najchladnejšej zime. Oveľa, oveľa výhodnejšie. Rozmiestnenie si beriem na starosť sám. Áno. Vy ste to povedali. Áno, ručím za to. Ľudia budú šalieť, aby u vás mohli nakúpiť.

Trvalo nám to ešte päťdesiat minút. Rozlúčil som sa, keď na zemi neležala ani jedna plyšová koala. Posledného škorpióna som umiestnil už na odchode. Bolo po druhej hodine ráno.

Práve som opäť nasadal na vozík, keď som za sebou začul volanie: „Pán Morawski, počkajte, prosím vás! Je tu ešte jedna vec... totiž... ospravedľujeme sa...“

„Ja vám nie. A mal by som na to, myslím, viac dôvodov než vy. O čo ide?“

„Máme problém v susednom oddelení, v MADVENTURE. Je to zvláštne miesto. Zákutie, kde dostanete milé hlúposti. Perá, ktoré pri písaní robia iba machule, šaty, z ktorých vám po prvom praní zlezie farba, alebo cukríky, z ktorých vám po docmúľaní príde zle.“

„Podme tam!“ dostal som zo seba. „Aj tak som chcel vedieť, čo ste dokázali spraviť s kójami.“

Uvedomil som si, ako ma šťve, že mi všetci hovoria o svojich problémoch. Ja im tie svoje nerozprávam. To, čo robím, nazývajú nová dekonštrukcia v architektúre. Pre mňa sú však umením už len časopisy. Veľké farebné magazíny, ktoré si človek môže prelistovať. Pozrieť si fotky. Prečítať reportáže. Rozhovory. Pred mesiacom ma opustila osoba, o ktorej som si myslel, že s ňou strávim život. Staršia odo mňa. Oveľa. Neviem, asi som... Ten pohľad. Pohyb, akým si vlasy posúvala za ucho. Prsty, priehlbina brucha. Ohyb pleca. Pery, obočie. Ale na táranie našťastie nemám čas ani peniaze.

Počkal som, kým sa Martha Rozanne pohne. Na MADVENTURE mám v strednej Európe výhradné práva a umiestňujem ho na typizované predajné miesta. Odtiaľto by som k nemu však netrafil. Na menších kójach so špecializovaným tovarom som si tentoraz dal záležať oveľa viac ako kedykoľvek predtým. Už som nechcel iba ušetriť drahocenný komerčný priestor na regáloch, ale čo najväčšmi skomplikovať úsilie zákazníkov porovnať si ceny rovnakých produktov u rôznych výrobcov.

Pristavili sme sa pri jednom z predvážacích pultov. Zapálil som si cigaretu. Napriek nezvyčajnému oblečeniu a natáčkam na hlave som spoznal tvár bývalej hviezdnej modelky, ktorá pred rokom prišla o zmluvu. Krátko nato som ju kúpil. Spomenul som si, že keď som prvýkrát hovoril o honorároch, plakala. Teraz jej obliekli kvetovanú sukňu a tričko Hawaii. Opásala sa zásterou a z tváre jej ani na okamih nemizol úsmev. Pred seba položila dva lavóry a rozprávala o čisto skvejšej sa bielizni, neiónových tenzidoch a zmäkčovačoch. Lavou rukou vyťahovala z lavóra bielu záclonu a pravou z druhého lavóra sivú. Za jej chrbtom sa na veľkej projekčnej obrazovke otáčali trojrozmerné modely špiny a rozpúšťali sa pod trojnásobnou čistiacou silou animovaných enzýmov. Pousmial som sa. Keby som nebol taký ospalivý a keby som mal chuť hovoriť, pochválil by som ju.

Prebral som sa pod mohutným pútačom MADVENTURE. Šokovaný som zistil, že šesť hodín pred otvorením ešte nemá hotový výklad. Za sklom stáli akurát čierne figuríny príšer zo science-fiction seriálov. Na dlážke ležali papiere s nákresmi, nožnice a parochňa.

Okamžite som bol čerstvý. Kričal som. Nespomínam si presne, ale myslím, že som niekomu dal výpoveď a kohosi som chcel prijať. Zvolal som všetkých zamestnancov z okolitých oddelení a spravil im štyridsaťminútovú prednášku – čo okrem prvého dňa prác nerobievam takmer vôbec. Uvedomil som si totiž, že zamestnanci nepochopili, o čo mi naozaj ide. Mysleli si, že hypermarket predstavuje len ďalší kšeft, ktorý dostanú zaplatený na ruku. Rozhovoril som sa dokonca o minulosti, o tom, akými dôležitými pre môj autorský dizajn obchodných domov boli kedysi registračné pokladnice a laserové kódy, ktoré umožňujú automatické zaznamenanie druhu a ceny kupovaného tovaru. Vysvetlil som im presun moci v rámci hierarchie prevádzkovateľa – dodávateľ – majiteľ.

Význam výkladov som demonštroval na MADVENTURE. Sám som ho začal upravovať. Prvý vizuálny dojem z obchodu totiž rozhodne o vstupe dovnútra až u 57 percent potenciálnych zákazníkov! a kto sa raz ocitne dnu, toho oberieme hravo. Stačí oslobodiť potláčané pudy a transformovať ich na konzumnú túžbu. Celkové usporiadanie výkladu sa tvorí na základe nespočetných ergonomických experimentov, z ktorých mnohé som sám inicioval. A nešlo o záležitosti niekoľkých týždňov! Hit kóje MADVENTURE, hodinky, ktoré chvíľu idú správne a potom náhodne meškajú, som vlastnoručne poukladal do výšky 130 až 135 centimetrov nad dlážku. Tam sa umiestňuje najvyberanejšia ponuka, ktorá, ak je prvý pohľad príjemný, zabezpečí prudký vzostup nákupnej nálady.

Teraz z odstupu času sa nedokážem rozpamätať, kedy som dorozprával. Spomínam si na potľapkávanie po pleciach. Gratulácie. Potom sme spoločne dokončovali výklad. Nosil som škatule s klaunskými nosmi a rozvešoval závesy z modrého

hodvábu. Klipkali mi viečka. Bez prestania som zíval. Dlhو som rozmýšľal, kam umiestniť tenisky, ktoré sa vám po obutí pricucnú na nohu a nejdú vyzuť. Myslím, že som im nakoniec vydobyl miesto na hlavnom regáli, ale neviem to presne, pretože v tej chvíli som po prvýkrát postojacky zadriemal. Ktosi ma chytil okolo pliec a viedol k vozíku. Zrak som mal zastretý. Tváre som videl ako sivé pásy. Nedokázal som čítať nápisy. Ledva som kráčaľ.

Ešte si pamätám, že som si na veľkých nástenných obrazovkách nechal pustiť komické demofilmy so šimpanzmi v šiltovkách. Nieкто mi predviedol aj nafukovací balón, ktorý pri istej veľkosti praskne tak, že vám oblepí celú hlavu. Videl som lesk na opasku pre extrémne tučných, fosforové hviezdy na vysokom strope. Zvonil telefón. Drevené atrapy rúk. Píšťala, ktorá vyvrhuje sliz. Smrtka v ružovom kožuchu. Falošné neóny, ktoré začnú smrdieť hnilobou. A konečne prítmie.

V spánku som začul svoje meno. Opäť. A ešte raz. Zdvihli mi ruku, potiahli ma za ňu. Snívalo sa mi o Eileen. Mala tie isté čierne šaty. Znova som kohosi počul volať moje meno. Vtom som sa prebral.

„Dobré ráno, pán Morawski! Ako ste sa vyspali?“ Eileen sa za tú chvíľu nejako podarilo dostať pred MADVENTURE!

Sedel som v širokom kresle a bolel ma otláčený krk. V polkruhu okolo fotelky stáli kolegovia, ktorým sa pri pohľade na mňa evidentne uľavilo. Všimol som si ich bledé tváre, kruhy pod očami, vrásky v kútikoch úst.

„Čo to melieš, Eileen? Ako to vyzerá s výkladom? Robte ďalej! Čo tu tak stojíte? Vyhlásil som hádam pauzu?“ Vstal som a oprašoval si pokrčené šaty. Už som vedel, že sa musím pozrieť na hodinky.

„Len pokojne, všetko je v poriadku,“ hovorila Eileen. „Zaspal si, preto ma zavolali. Nechcela som ťa budiť. Potreboval si si trochu oddýchnuť. Samozrejme, kým si spal, všetko sme dorobili podľa tvojich príkazov. Práve sa u mňa ohlásili novinári. Chcú ti položiť pár otázok a urobiť fotky do večerných vydaní.“

Pol ôsmej ráno! Nič také sa mi doteraz nestalo. Asi starnem. Hanba. V najväčšej špičke, vo finiši som zlyhal! Cítil som sa strašne. Pretrel som si rozospaté oči a rozhlíadal som sa.

V kóji medzitým zapli základné statické osvetlenie. Až do výšky 215 centimetrov, čo je horná hranica sústredeného pohľadu zákazníka na tovar, bol priestor osvetlený rovnakou intenzitou. Bodové reflektory opticky zvýrazňovali produkty v cenovej akcii, na menej lákavé tovary však nevrhali tieň. Fascinujúco pôsobil predovšetkým oslepujúci ligot. Musel som uznať, že osvetľovači odviekli kus poctivej práce. Na prvý pohľad ma uchvátilo aj zaranžovanie vstupu do MADVENTURE. Konečne zohľadnili stav okamžitej spotreby, ktorý som tak často zdôrazňoval. Jednotlivé časti kóje rovnocenne prijímali zákazníkov s rozličným sociálnym statusom a kultúrnym kontextom, ale predovšetkým prihliadali aj na momentálnu náladu a fakt, či kupujúci práve drží diétu, šetrí, alebo si chce naopak dopriať, večer spraviť dojem na hostí a tak ďalej – jednoducho klasické komerčné využitie archaického symbolizmu.

Zrazu som si uvedomil, že sa fyzicky cítim výborne.

„Kedy zapli klimatizáciu?“ spýtal som sa Eileen, pretože v celom hangári konečne nepáchol nehybný dusný vzduch. Dýchanie ma úžasne osviežovalo. Vzduch evidentne cirkuloval, ale bez hluku a bez najmenšieho náznaku prievanu. Mal som pocit, že nastavili najsprávnejšiu teplotu, akurátne na túto chvíľu.

„Asi pred tri štvrté hodinou. Čo na to hovoríš?“ odvetila Eileen a podávala mi správu s výsledkami pozícií zo vstupného bloku. Usmievala sa.

„Neoklamali ma.“ Nič viac som nepovedal, ale v duchu som sa rozhodol, že mladej belgickej firme vybavím daňové prázdniny. Dokázala vytvoriť najprijemnejší priestor. Vlhkosť sa nastavovala automaticky, podľa aktuálneho počasia v meste. Jednotlivé teploty v oddeleniach sa prispôbovali typu ponúkaného tovaru a požiadavkám najpravdepodobnejších zákazníkov. V miestnosti vládla najvyššia úroveň pohody.

Vystrel som sa. Zapraskalo mi v kĺboch. Potľapkal som sa po lícach, aby som sa naozaj prebral.

„Eileen!“ zavolať som. „Môžeš zavolať novinárov. A potom som pripravený na poslednú obhliadku. Sú už vonku ľudia?“

„Asi si zabudol, v ktorej časti Európy sa nachádzame. Prví stáli pred vchodom už o piatej. Klasici, presvedčení, že v prvý deň sa všetko ponúka zadarmo. Od siedmej tam vládne hystéria. V zábavnom šiatrí rozdávame osladenú vodu, preto na diaľnici vznikla hodinová zápcha. Uvádza to mladý spíker z miestneho rádia. Už hrala aj prvá kapela.“

Vtom som si spomenul. V čase, keď som iba predbežne rokoval o prevzatí projektu nového hypermarketu, som si na reprezentatívnej vzorke respondentov zadal vypracovať prieskum miestnych kultúrnych záujmov formou anketových rozhovorov. Potom som vopred najal skupiny, ktoré hrávajú syntezátorové verzie ľudových piesní s novými (dosť perverznými) textami, a akéhosi rozprávača-humoristu s rurálnym imidžom. Keď som uvidel jeho fotku, radšej som za ním poslal svojho agenta. Báľ som sa, že by som sa na ňom naozaj smial. Ale funguje to!

Dvadsať minút som potom pre rozličné médiá rozprával nenáročné fikcie o krásnej krajine, do ktorej som prišiel, a o prívetivých ľuďoch, ktorých som tu stretol. A hlavne by som chcel všetkých pozvať na príjemné nákupy do obchodného domu, kde nájdú všetko potrebné pod jednou strechou! Neberte to ako stresové nákupy v hypermarkete, ale ako príjemný rodinný výlet, počas ktorého nakúpíte, zabavíte sa a môžete sa aj najesť vo vynikajúcej reštaurácii alebo si dať kávu v niektorej z kaviarní. Viac než nenároční primitívi z médií ma štvála Eileen, ktorá bola presvedčená, že to nemyslím vážne. Pre mňa to však znamenalo ďalší dôležitý krok ku komplexnej príprave na prijatie zákazníka.

Nezostávalo veľa času. Dovedli ku mne maskérku, ktorá mi prepudrovala tvár. Prezliekol som sa do nového saka. Pripojili sa k nám firemné modelky, budú mi robiť pozadie. Šéf skladní-

kov pristavil veľký elektrický posuvný vozík a začali sme presun ku vchodu. Jednotlivé oddelenia už brigádnici vyumývali. Na mnou odporučených miestach stáli predavačky v typizovaných firemných kostýmoch. Pre túto časť Európy to musela byť minisukňa a blúzka s hlbším výstrihom. Na šesť dievčat jeden chlapec, blondák.

Čosi sa ma pýtali asi piati ľudia naraz, ale ja som sa sústredil na poslednú prehliadku čo najväčšej plochy hypermarketu. Žiarilo a blýskalo sa asi všetko. Fascinovala ma predovšetkým úhladnosť riešení, presné rady tovarov, rovné hrany, uhly zákrut, vymerané aj podľa temperamentu miestnych zákazníkov. Posun v ústrety sofistikovaným a flexibilným technológiám mi umožnil ponúknuť kupujúcim na výber až 150 000 výrobkov v rôznych typoch, veľkostiach, modeloch a farbách.

Priznám sa, bol som zvedavý. Ale hlavne nervózny. Uvedomil som si, že neviem, čo s rukami, a radšej mlčím, lebo by sa mi triasol hlas. Keď sme zastali pri *Ovocí a zelenine*, bol som rád, že môžem spraviť pár krokov a upokojiť sa.

V tej chvíli ma osvetlil prvý blesk. Niektí do mňa drgol, ale potom už šlo všetko podľa plánu. Usmieval som sa. Nonšalantne som diskutoval so zamestnancami a podával som si s nimi ruky. Do mikrofónu som prostredníctvom tlmočníčky hovoril s veľkým čínskym zvieraťom, ktoré to celé platilo. Žartovali sme. Netuším, aký humor platí na miestnych ľudí, s údivom som totiž zistil, že sa smiali úprimne. Podpísal som sa do akejsi objemnej knihy. Buchlo šampanské. Trochu som si odpil. Ktosi rečnil, našťastie dlho, takže som mal možnosť ešte raz si prezrieť vchod.

Za dvojitémi samootváračimi presklenými dverami sa vám naskytol pohľad na všetky atribúty hojnosti. Pomocníci si našťastie spomenuli na môj príkaz a zeleninu aj ovocie hodinu pred otvorením ešte raz jemne orosili rozprašovačmi. Vtedy som si však uvedomil, že smiech na mojich vtipoch a úsmevy na tvárach majiteľov možno naozaj nie sú silené, spôsobili to vône, ktoré viali vo vzduchu. Niečo také nevtieravé a zároveň

maximálne intenzívne som až dodnes nepoznal. Chcel by som to vedieť opísať, ale... stav pokoja, dokonale príjemné... túžba po tajomstve... oddych... práca, ktorá je hrou... V hľadaní pravých slov ma prerušila modelka, ktorá mi dala do rúk veľké nožnice. Cítil som... Viem, pojmu dojatie už dnes verí málokto, ale inak to nazvať neviem. Páska bola biela. Keď som ju prestrihol, vlnivo padala na dlaždice.

Spomínam si, že zaznel aplauz. Výkriky. Hlasné poďakovania. Tváre z toho rána si pamätám len hmlisto, a tak vlastne ani neviem, kto navrhol, aby som si v sprievode zástupcu majiteľa sám vyskúšal nákup s vozíkom. Odmietal som, ale všetkým to pripadalo ako skvelý nápad. Neviem, najprv som nesúhlasil, pretože precíznosť mi nedovoľuje konať bez prípravy. Vtedy som si však uvedomil, ako dlho už všetko robím iba strojene. Aj tak mám vlastne po práci, dnes už nezmením nič, aj keby som chcel!

Z dlhého radu striebristých nákupných vozíkov som si jeden vytiahol a rúčka s jemným polstrovaním vo mne vyvolala zvláštny pocit niečoho dôverne známeho. Pre tento hypermarket som si dizajn vozíkov prvýkrát navrhoval sám. Po analýze dlhodobých štatistík a sérii hĺbkových individuálnych rozhovorov so zákazníkmi som sa rozhodol pre hlbšie dno a pridal som tri centimetre na dĺžku aj na šírku úložného priestoru. Vtedy stúpa zákazníkovo presvedčenie o ideálnej príležitosti na kompletný víkendový nákup a nevzniká ešte psychicky veľmi negatívny dojem z predajcovho úsilia zbaviť sa tovaru za každú cenu.

Za veľkého potlesku som vyrazil medzi regály ako úplne prvý zákazník. Zapli sa senzorické svetlá a priestor predomnou sa rozžiaril. S druhým vozíkom ma nasledoval zástupca, po ňom ostatní úradníci z vedenia a už aj prví ozajstní zákazníci. Pri vchode ich púšťali po skupinách, no aj tak sa dovnútra valili davy. Napäto som sledoval, ako zareagujú. Práve som sa pozeral na hrbu pohyblivo osvetľovaných granátových jabĺk, keď sa zrazu zapla hudba.

Meravo som zostal stáť. Na zvukovú kulisu som úplne zabudol. Spoznal som azda zvukové praobrazy v našom nevedomí. Symboly, ktoré pretrvávajú vo všetkých generáciách bez rozdielu, žijú kontinuálne a vyplňajú prvotné vrstvy psychiky. V mysli sa mi na chvíľu spustil prúd iracionálnej imaginácie. Vybavila sa mi smrť brata. Predstavil som si zastrihnutie do nechta. Opäť som cítil bolesť, ako keď som si v detstve zlomil nohu. Na okamih som dostal erekciu. Vybavila sa mi jej tvár, tvár, na ktorú som si zakázal myslieť. Videl som tieňové postavy, synestezické obrazy. Školu, do ktorej som chodil. Otáčavé kruhové štruktúry. Myslel som na zrodenie smrti. Predstavoval som si, ako asi vyzeral môj otec. Potom ma však zaplavil úžasný, doteraz nepoznaný pokoj.

Dokázal som sa rozpamätať, že návrh na zvukovú kulisu som zadal ako kreatívnu úlohu skupine psychoanalytikov z MIT, predtým známych prácou na takzvanej mozgovej opere. Keď mi vysvetľovali svoju stratégiu, rozumel som len tomu, že sa v tvorbe pokúsia využiť najnovšie technológie na rekonštrukciu rytmiky hypotetického prajazyka, a to formou úplne novej harmónie, napodobňujúcej vzory v ľudskom podvedomí. Vtedy som im neveril, pretože poznám túžbu vedcov po peniazoch, ale teraz som chápal, že dokázali viac než len využiť rytmus hudby na zvýšenie predaja. Podarilo sa im čosi neporovnateľne významnejšie než iba nahráť ideálne adagio so 60 taktmi za minútu, ktoré oproti allegru (108 taktov) znamená nárast tržby o 38,2 percenta.

Pocítil som neodolateľné nutkanie kúpiť si kilo granátových jabĺk. Vzal som ich do vozíka a vyrazil medzi regálmi ďalej. Dunivý, ale nie hlučný repetitívny rytmus som cítil priamo vo svojom tele. Niečo ako novodobé psychoaktívne zvuky. Zázračný pocit!

Spomínam si, že som sa hlasno smial. Zobral som si veľké balenie tamarínd. V *Ovocí* som nevedel, po čom siahnuť skôr. Schmatol som dvaapolkilové balenie pomarančov a trojkilové

vrecko so zlacnenými mandarínkami. Cítil som sa šťastný. Predbehli ma prví zákazníci. Vo vozíkoch už mali aj vrecúška z kóje s koreninami. Hneď som tam zamieril aj ja. Ligotavé svetlo sa hýbalo spolu so mnou. Fascinujúce kombinácie vôní, preplnené regály. Oleje a octy s bylinnými príchutami. Do vozíka som hodil tri omáčky s čínsky znejúcim názvom a dva balíky z kolekcie *Svetové korenia*, pretože patria k najlepším dovezeným produktom. Usporiadanie obchodu ma hnalo ďalej.

V chladiarenských boxoch som sa pristavil hneď na začiatku, kde sú *Syry* s druhmi z úplne všetkých krajín, ktoré ho produkujú. Prekvapilo ma, koľko zákazníkov tam už dorazilo predomnou. Rýchlo si nakladali do vozíkov veľké, cenovo oveľa výhodnejšie rodinné balenia. Tavené, tvrdé, krémové syry. Mozzarella. Gouda. Päťdesiatdva druhov ementálu. Syrové maslá, nátierky. Zobral som si z každého druhu aspoň po jednom.

Vtedy som sa dostal na silnú stranu regálovej zákruty. Obrátil som hlavu. Uvidel som fínske hranolčeky. Na okamih som zaváhal. Nezdali sa mi nijako výnimočne príťažlivé, ale vtedy som si všimol cenu. Okamžite som po nich siahol. Oplatia sa!

Pri hlboko zmrazenom tovare som neváhal. Najkvalitnejšie mäso. Americká pizza. Mrazené miešané šaláty. Nemusím sa ponáhľať. Dobré si treba rozmyslieť, čo ešte kúpiť. Kurča. Morku. Do zásoby aj karé. Vtom som zmeravel. Uvedomil som si, že pri sebe nemám dosť peňazí. Dokonca aj doklady so zlatou kreditkou som nechal v hoteli!

Preľakol som sa. Prídem o niektorú z výhodných vecí! Napadlo mi, že ich prepašujem do skladiska a odtiaľ neskôr vynesiem. Na tom koniec koncov nezáležalo. Vnútri v sebe som cítil hlboké osobné uspokojenie a nič iné sa nezdalo dôležité. Sledoval som reklamné tabule a hľadal podľa nich ďalší tovar. Po dlhom tichu som začul prvé výkriky. Ľudia boli evidentne uchvátení. Kričali. Možno pochopili, že za povrchným dizajnom tohto hypermarketu sa skrýva hlbší symbolický obsah, do ktorého som sa pokúšal zakódovať novú komunikáciu v jazy-