



**КУРИ, ПОКА
НЕ СДОХНЕШЬ**

или

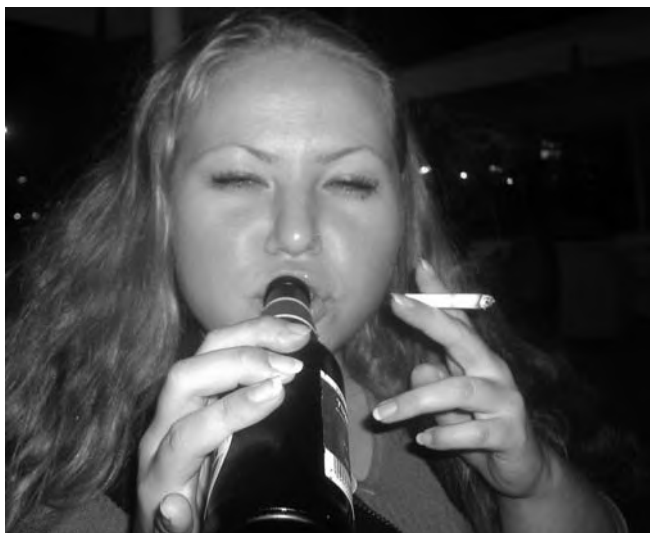
**ТЫСЯЧА
СКВОЗНЯКОВ**

*Если читатель вздумает обидеться,
то я напому ему слова Эйнштейна:
"Только посредственность на
непосредственность может обижаться".*



не грустно встречать курящих людей. Весь двадцатый век и начало двадцать первого я вижу настоящий марафон деградации человека. Мужчины поражены трусостью, за оскорбление чести они больше не вызывают обидчика на поединок, нет!.. Они портят ночью его автомобиль гвоздём или поджигают его, или нанимают — как это принято сейчас говорить — «отморозка» для того, чтобы тот подстерёг жертву в парадной и стукнул чем-то по голове. Таксист не спрашивает пассажира, можно ли ему закурить — он просто курит и весьма зол на ваше замечание. А вы его часто и не делаете — потому что не уверены в

том, что достойны уважения. Вероятно, что-то случилось не только с таксистом, но и с вами тоже? Вам обоим не хватает достоинства. И пока вы готовы смириться с подачей грязного такси с курящим водителем — вам и будут подавать такое такси. Мы получаем именно то, чего заслуживаем.



Женщины утратили достоинство, позволяют в своём присутствии пошлые разговоры и даже поддерживают их. Признаки хорошего воспитания стали редкостью. Дамы снизили уровень своих требований к мужчинам, перестали быть леди. Своих одноразовых кавалеров они вознаграждают сексом за ужин в ресторане, от чего безвозвратно утрачивают чистоту. Потасканность — вот что видно на многих ещё молодых лицах женщин. Дети алкоголиков нюхают на улицах клей из целлофановых пакетов. Юноши и девушки разгуливают с банками пива в руках, попыхивая сигаретами. Наркотики и стимуляторы продаются во многих колледжах и школах. Дети из богатых семей считают ничтожеством всех, кто не в состоянии купить сумочки от Шанель и джин-

сы от Армани. Их цинизму нет предела, они не знают, кто такой Суворов и что произошло с Россией в семнадцатом году. Зато они прекрасно разбираются в ресторанах, элитных курортах и марках дорогих часов. Молодёжи не интересны исторические фильмы; куда с большим удовольствием подростки посмотрят ужастик или очередную анимешку. Живое общение заменено многочасовым висением в социальных сетях. Эмоциональная скупость и безразличие ко всему, кроме удовольствий и денег, давно уже норма.

Люди стали жертвой кредитов, алкоголя и сигарет. В рекламе кредитов используют образы великих людей вроде Пушкина. Чиновникам и депутатам нет до всего этого дела. Кого

теперь интересуется честь человека, про которого современники говорили: «Он — наше всё»? Я смотрю на портрет Александра Сергеевича в исполнении художника Кипренского, я вижу лицо человека, создавшего русский язык... Кипренскому удалось запечатлеть одухотворённость, задумчивость и скрытую печаль Пушкина. И вот, лицо поэта используют рекламные агенты — безо всякого уважения к гражданским правам великого соотечественника, пусть и мёртвого, но более живого, чем миллионы пьющих пиво, зазомбированных россиян, проводящих время у телевизора за просмотром отупляющих сериалов.

Я обращаюсь к политикам: защитите от рекламы произведения искусства и образы

тех людей, которые преданно служили народу — и не важно, сколько веков назад! Духовность заключается не только в том, чтобы замаливать свои грехи и нести подаяние в церковь. Духовность иной раз необходима для того, чтобы выйти с протестом на демонстрацию или разбить вдребезги рекламный щит, который лишает русских людей достоинства. Посмотрите на рекламу пристальнее, взгляните **ВГЛУБЬ РЕКЛАМНЫХ ЛОЗУНГОВ!** Вы увидите женоподобных мужчин, которые теперь считаются «стильными». Нельзя использовать в рекламе образы, занижающие мужское достоинство — придурковатое или детское выражение лица на фоне какого-нибудь мороженого. Недопустимо использо-

вать образы любви и семейных ценностей в рекламе кредитов, автомобилей и холодильников; стремление к счастью и раскрытию талантов уже подменено жаждой дорогих модных вещей. Большинство *простит* всю жизнь, так и не проснувшись! И хотя формы учений и религий сильно разнятся от континента к континенту — суть одна. Любой просветлённый человек, индийский баба, турецкий суфий или русский священник — скажут вам, что большая часть челове-



чества находится в состоянии дремоты, подобной трансу или гипнозу. Люди спят, десятилетиями волооча ноги на нелюбимую работу; спят, когда ведут привычные, поверхностные разговоры ни о чём — как душно в офисе, как хочется в отпуск, кто с кем спит, как всё достало, что хочется купить из вещей, в какой ресторан стоит сходить, как напились на дне рождения... Такая жизнь *безжизненна*. Человек не проявляет никакой инициативы, боится перемен, ни о чём глубоко не задумывается и подвержен шаблонам, стереотипам. Это и есть сон наяву, а проще говоря, жизнь трупа. Пробуждение — вот чего не хватает русскому человеку. Как Китай корчится от опиума, так Россия корчится от пива, наркотиков, кредитов и табака.

Подавляющее большинство новых автомобилей на дорогах — кредитные. Когда мы кладем свои деньги в банк — трудно надеяться больше, чем на 7–8% годовых. Когда же мы приходим за кредитом — банкир продаёт нам его за 25-30 % годовых. Так мы создаём инфляцию. Не надо брать то, на что не зарабо-



тал! Банк — это и есть старушка-процентщица, только ненавидеть нужно не её, а самих себя, влезających в рабское долговое ярмо. Вместе с рублём должник несёт в банк своё время, свободу и таланты, потраченные на изнуряющей однообразной работе. Сознание озабочено только одним: скорее выплатить долг. Должнику некогда думать о целях, о высших материях, о поиске смысла жизни. Хочется забыться-выпить-покурить-посидеть-полежать... Или сбежать от обязательств и потом в страхе ожидать судебного пристава. И всё это лишь потому, что русский человек забыл правило: «Великое приобретение — быть благочестивым и довольным». Духовную пустоту россияне хотят заполнить новым кредитным автомобилем — и наступает многолетнее рабство, обременитель-