

Когда-то, много лет назад, я, зеленый студент, поселился в общагу. С заселением не повезло — попался «меломан» со странной привычкой слушать свой говномузон на громкости, сравнимой с концертом в небольшом клубе. Сутками. В какой-то момент, не выдержав такого издевательства над своими нервами и барабанными перепонками, я решил с ним поговорить. Услышал эпичный по своей дебильности аргумент: «Не нравится — не слушай». Пришлось отбросить цивилизованные методы диалога и по старинке бить лицо.

Время шло, а аргумент этот находил меня снова и снова. Не нравится вонь от курева на лестнице — не нюхай, не нравится реклама на каждой стене — не смотри и так далее...

А пальцы зачесались написать ответ [человеку, который, похоже, свято уверен](#), что люди раздражаются только от того, что им не нравятся вейпы, Макдональдс и гироскутеры. Господи, да плевать на них!

Я бы слова не сказал против этих злосчастных спиннеров, если бы они сейчас не лезли из каждого угла. За какие-то полмесяца треть информации, доносящейся до меня из всех возможных источников, включая утюги, превратилась в один сплошной спиннер. Белые, черные, цветные, инкрустированные разными разностями, с подсветкой, с подзвучкой, с вибрацией, с подпрыгиванием на месте и исполнением ламбады...

Знаете, задолбало даже не засилье бесполезных по большому счету товаров и услуг. И не агрессивные рекламные атаки. До зубовного скрежета бесят люди, которые на голубом глазу пытаются убедить, что эта проблема решается банальным переключением внимания. Уважаемые, отравить бы вас. Не нравится — не умирайте.

[Read Full Article](#)