

НИКОЛАЙ ХОХЛОВ

Сегодня я понял...

ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ РАССКАЗЫ.
ЧАСТЬ 11. ПРОГУЛКИ
ПО СМОЛЕНСКУ



Николай Хохлов
Сегодня я понял...
Юмористические
рассказы. Часть 11.
Прогулки по Смоленску

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48820621
ISBN 9785005092175*

Аннотация

Древний Смоленск всегда был символом мужества и играет ключевую роль в истории России. Пройтись по его улицам вместе с нашими неразлучными путешественниками предстоит вам, мои дорогие читатели, а заодно послушать шутки на интересные темы. Хорошего вам настроения.

Содержание

Сегодня я понял...

6

Конец ознакомительного фрагмента.

11

Сегодня я понял...

Юмористические рассказы. Часть 11.

Прогулки по Смоленску

Николай Хохлов

© Николай Хохлов, 2019

ISBN 978-5-0050-9217-5 (т. 11)

ISBN 978-5-0050-1751-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Сколько замечательных народных шуток, афоризмов и реприз появляется на просторах Интернета – не сосчитать!

**Выстрелят, блеснут гранями своего остроумия и за-
тухают, как прогоревшие свечи. Обидно!**

**Вот почему я решил дать этим шуткам «вторую
жизнь», собрав малую часть их под общей крышей. Ну
а хорошо ли – плохо ли получилось, судить вам, доро-
гие читатели!**

В этом сборнике использованы шутки из моей кол-

лекции с 1420 по 1529, таким образом мои постоянные читатели смогли оценить и познакомиться с 1500 шутками. С юбилеем вас!!!

Шутки, и рисунки, используемые в рассказах, не принадлежат автору.

В качестве иллюстраций использованы материалы сайта <https://pixabay.com/ru/>

Сегодня я понял...

(О рекламе.)

Наши герои в Рудне, заняв места в вагоне пригородного поезда до Смоленска, были приятно удивлены. В отличии от белорусского много вагонного дизеля, к перрону подали железнодорожный трамвай. Места комфортабельные, удобные. Только, увы, всеильная реклама проникла и сюда. Глядя на многочисленные зазывающие и объявляющие лозунги и плакаты, Иванович, скорчив гримасу разочарования, произнёс:

– Сегодня я понял, что не стоит надеяться на чудо, покупая шампунь для роста волос. Потому что от него быстрее растут только оставшиеся волосы...



– Увы, – перехватив его взгляд, тяжело вздохнул Владимирovich, – бизнес есть бизнес. Слава богу не додумались прямо в вагоне проводить всякого рода акции. Кстати, Акция – это то, что вначале девяностых грубо называлось «разведением лохов», а теперь приобрело красивую упаковку.

– В принципе ничего страшного не происходит, – возразил Константинович, – реклама носит и образовательные функции. Другое дело, что иногда названия не продуманы. К примеру, если вчитаться в название «Калгон», мне кажется, что оно хорошо подошло бы для слабительного...

– Тоже мне грамотей, – возмутился Иванович, – да пойми ты, чем больше бабок на рекламу, тем меньше мяса в колбасе.

– Реклама, реклама, – пробубнил Владимирович, – спасу нет от неё. Скоро рекламные агенты уже в постель залезут. А того не поймут, что сарафанное радио – это самая надежная реклама.

– Что, верно, то верно, – одобрил Константинович, – другой раз эта самая реклама только с толку сбивает. Судите сами: если третье лезвие бреет еще чище, то зачем нужны первые два?

– Ой дурят нашего брата..., – схватился за голову Иванович, – Оказывается в агентствах, представляющих в прокат свадебные кортежи, появился новый вид услуги: «Поломка авто по дороге в ЗАГС – пятьсот долларов», и «Недопущение поломки авто по дороге в ЗАГС – пятьсот долларов».

– Вот и выходит, – подытожил Владимирович, – что реклама – это двигатель всеобщей дебилизации населения.

– Грубо, но, верно, – согласился Константинович, – поэтому, если вы наблюдаете бегущую строку в боковом зеркале своего автомобиля, то вам просто необходимо отъехать от рекламного щита.

– Иначе, насмотревшись на эту бегущую строку, – поучал Иванович, – сами не заметите, как услышите: «Спасибо за то, что стали нашим клиентом! Надеюсь, мы не обманем Ваших иллюзий.»



– А вкрадчивый голос станет нашёптывать, – стращал Константинович, – если вы купите у нас три крышки от унитаза, то мы в подарок дадим рулон туалетной бумаги.

– Ради убедительности, – подхватил игру воображения Владимирович, – пообещают, что изготовят портрет вашего врага на подаренном рулоне этой самой туалетной бумаги.

– Иногда рекламе не только движущая, но и тормозящая сила, – выдвинул свою версию Константинович, – сами судите. Захожу в банк и вижу рекламу: «Мы доверяем своим клиентам!!». А ручка то к столу привязана!

– Верно мыслишь, – согласился Владимирович, – я вот уже две недели мою живот новым «Фейри». Жира не убави-

лось ни капли. Кругом враньё!

– Расплата и рекламщиков иногда настигает, – уверенно заявил Иванович, – как-то наблюдал как зад велосипедиста, въехавшего в рекламный щит, семнадцать минут был лицом компании «Орифлейм». Поэтому большое человеческое спасибо, – положила руку на сердце, сделал полупоклон друзьям Иванович, – благодаря вам я убедился, что не стоит надеяться на чудо, покупая шампунь для роста волос. Потому что от него быстрее растут только оставшиеся волосы.

За окном поезда стремительно побежали окрестности Смоленска. Справа берег Днепра, покрытый кустарником, слева холмистая местность, поросшая сосновым бором, затем появились знаменитые смоленские холмы, укутанные лиственными деревьями и кустарниками, в которые живописно вписывались пригородные постройки.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.