SLOW FASHION

МАЙКИ ИЗ СКЛЕПА

Мадина Курбанова
Анастасия Кузнецова
Елена Давыдова
Иван Наумов
Вероника Дорофеева
Мария Андрусенко

Slow Fashion: майки из склепа. Как «медленная мода» входит в нашу жизнь

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66700828
ISBN 9785005562975

Аннотация

Что такое slow fashion? Как одежда влияет на экологию? Как экологично обновить гардероб? Куда отдать ненужные вещи? Возможно ли подарить «вторую жизнь» любимым джинсам? На все эти вопросы можно найти ответы в книге «Slow Fashion: майки из склепа». Авторы издания пообщались представителями slow fashion и составили экологичный гайд по миру «медленной моды» для тех, кого волнует проблема перепотребления и кто хочет сделать свою жизнь экологичнее.

Содержание

От авторов 5
Герои и авторы книги 7
Глава 1. Что такое «медленная мода» 17
1.1. Зачем нам «медленная мода» и почему стоит ей следовать 17
1.2. Как производят одежду и как масс-маркет влияет на экологию 24
Конец ознакомительного фрагмента. 36

Slow Fashion: майки из склепа Как «медленная мода» входит в нашу жизнь

Авторы: Андрусенко Мария, Давыдова Елена, Дорофеева Вероника, Кузнецова Анастасия, Курбанова Мадина, Наумов Иван

© Мария Андрусенко, 2021
© Елена Давыдова, 2021
© Вероника Дорофеева, 2021
© Анастасия Кузнецова, 2021
© Мадина Курбанова, 2021
© Иван Наумов, 2021

ISBN 978-5-0055-6297-5
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

От авторов

Задумывались ли вы о том, сколько вещей покупаете в течение года? Сколько активно носите? А сколько не надеваете ни разу? В мире модных новинок мы часто забываем о реальной «цене» вещи, об экологии и экологичности нашей жизни. А между тем можно одеваться стильно, заботясь о планете.

Мы – команда студентов магистратуры НИУ ВШЭ – вдохновлены тем, что делают российские эко-активисты в модной индустрии, какую качественную одежду они производят, какие масштабные инициативы развивают. Мы хотим поделиться этими историями с вами, совершить ознакомительное путешествие по миру «медленной моды» в России.

Вы пройдете этот путь вместе с героиней Майей, которая станет верным помощником в «замедлении» вашего гардероба, познакомит с различными «байками из склепа» – историями и рассказами активистов о том, как они дают «вторую жизнь» своим старым вещам и помогают в этом другим. В книге собраны статьи о разумном потреблении, личные истории организаторов свопов и секонд-хендов, стилистов и дизайнеров, эко-экспертов, а также чек-лист, карта эко-площадок и практические советы, которые помогут окунуться в мир медленной моды.

За помощь в создании книги выражаем благодарность Александру Архангельскому, Анне Новиковой, Владимиру Харитонову, Александру Гаврилову, Ульяне Лукьянченко, Татьяне Стояновой.

Герои и авторы книги

Борис Лорер – эко-активист, ведущий Youtube-канала «Сортировочная».

Анита Грэй – дизайнер одежды с этическим фокусом, основатель одноименного sustainable fashion бренда Anita Grey, эксперт арт-кластера Таврида по направлению sustainable fashion, официальный представитель Fashion Revolution в России, организатор первого конкурса по экологочной моде MiArtFashion 2012, Milan, Italy.

Анара Байанова – дизайнер, организатор A'Eco Fashion Project, автор A'ECO Fashion Festival

Светлана Бринза – предприниматель, основатель, генеральный директор компании «РЕКУЛЬТ» – онлайн-ресейл платформы для покупки и продажи одежды друг у друга в два шага.

Полина Кленова-Ленская – основательница и комьюнити-менеджер свопа «ГОПСВОП».

Юля Балакина, Настя Романенко, Оля Федотова – организаторки HSE SWAP, студентки НИУ ВШЭ.

Ульяна Пономарева – соосновательница винтажного магазина LOVE CLUB.

Александра Шуткина – соосновательница винтажного магазина LOVE CLUB.

Сергей Ларин – основатель бренда «HEMPforLIFE».

Эля Логина – соосновательница проекта кастомизации одежды DWAD.

Полина Лукьянченко – соосновательница проекта кастомизации одежды DWAD.

Элизабет Вальтерберг (Варзакова) – стилист, эксперт в области моды, совладелец бренда украшений Pink Pepper Jewelry, совладелец сервиса по поиску эксклюзивных винтажных вещей Seulement Vintage.

Надя Puchochk – блогер, любит переделывать вещи, фотографировать и ходить по секондам в поисках классных вещей.

Авторы-магистранты образовательной программы «Трансмедийное производство в цифровых индустриях» Де-

партамента медиа НИУ ВШЭ: **Мария Андрусенко, Елена Давыдова, Вероника Дорофеева, Анастасия Кузнецова, Мадина Курбанова, Иван Наумов.**

Одна из столовых университета
Канун нового года
Новогодний бал уже совсем скоро
Блин... бал... у меня даже платья нет
Ребят, не знаете, где можно платье недорогое купить? Только не масс-маркет — уже надоел
Да и нет смысла покупать платье для одного мероприятия

ЭТО ВАМ ПРО SLOW FASHION НАДО ПОЧИТАТЬ
А...АГА СПАСИБО ...
подпишись
maya.slow.fashion
ЧТО ЭТО ВООБЩЕ ТАКОЕ ?!
SLOW FASHION

ПРИВЕТ! МЕНЯ ЗОВУТ МАЙЯ:)
Я ХОЧУ РАЗОБРАТЬСЯ
В SLOW FASHION

ПОЙДЁМ СО МНОЙ!

Глава 1. Что такое «медленная мода»

1.1. Зачем нам «медленная мода» и почему стоит ей следовать

Slow fashion – подход в выборе вещей и предметов одежды, когда вы используйте качественные материалы, отдаете предпочтение экологичным брендам, а не товарам масс-маркета, подходите к покупкам более обдуманно, продлеваете жизнь вещи.

Slow fashion – это новая мировая тенденция, которая начала развиваться в начале 2010-х, но популярность к ней пришла только в начале 20-х. Многие сейчас стремятся стать чуть осознаннее, вести экологичный образ жизни, но в связи с этим трендом информации стало так много, что порой в ней сложно разобраться. Сделать этот мир чуть понятнее – цель этой книги. По этому пути вы пройдете в компании **со студенткой Майей**: она только начинает путь в мир «медленной моды», на этом пути ей помогут эко-активисты и блогеры-эксперты, познакомят со своим пониманием **концепции slow fashion.**

Борис Лорер – эко-активист, ведущий Youtube-канала «Сортировочная»

Первый эксперт – **Борис Лорер** (@lorerrrrr) – эко-активист, ведущий Youtube-канала «Сортировочная». Он представит свое видение slow fashion в России.

> Slow fashion – не только про экологию. Это про отношение к предметам в целом. Всегда приятнее, когда ты пользуешься вещью долго и ценишь ее. Если пользоваться сервизом, который передала бабушка, он будет иметь свою историю и стоить в глазах его владельцев больше любого более дорогого.

Когда slow fashion начал набирать популярность в России (если опустить разговоры о трендах)? Или не начал совсем?

Я бы сказал, что slow fashion как масштабная идея только начал развиваться, в России только начали говорить про экологию на национальном уровне. Впервые, конечно, заговорили еще лет 10 назад. Тогда эту тему вводили одиночки-активисты. Со временем людей, интересующихся тематикой стало больше, потому что проблемы экологии стали заметнее. Помимо всего прочего, остро встала проблема мусора и перенасыщения им полигонов.

При этом даже сейчас про slow fashion говорят конкретные группы людей, они довольно небольшие, локальные. Пока это не массовая тема.

Много ли у нас магазинов, чья одежда подходит под концепцию «медленной моды»? Или это больше раз-

говоры об осознанности?

Я сам не знаю ни одного магазина, который бы подошел под концепцию slow fashion. В России таких точно нет. Есть те, кто стремится быть более экологичными и этичными. Но это скорее «местечковые», маленькие бренды. Крупные бренды могут перейти в slow fashion, но им стать такими довольно сложно. Сейчас любой массовый бренд – это вещи на один сезон. Поносил зиму, а потом наступает пора все выбрасывать.

Есть разговоры о том, что в России у людей нет привязанности к разным брендам, нет привязанности к имиджу. Россияне больше думают о том, как получить красивую вещь за недорого – неважно, где именно. А это потом приводит к перепотреблению.

Главная проблема сейчас – это то, что мусора много, нужно что-то делать, но люди не понимают, что именно они могут сделать. Нам в школе говорят, что вода в океанах грязная, почва не та, что в мире существует перепотребление продуктов и одежды. Люди слышат это, но в суть проблемы не вникают. Если бы у нас об этом говорили на более масштабном уровне, было бы проще получить информацию и вести более экологичный образ жизни.

К слову, можно же купить одежду в секондах! Они же тоже часть slow fashion?

Скажем так, секонд-хенды и slow fashion – про похожие

вещи, но не совсем про одно и то же. Slow fashion – это когда человек изначально долго пользуется вещью и ценит ее. Причем не так важно, что это – предмет одежды, посуды или даже техника.

Но человека сложно заставить носить какую-то вещь на протяжении десятилетий. Она может элементарно надоесть. И тут два пути: либо вещь живет дальше, но у другого человека, либо идет на свалку. Понятно, что второй вариант – довольно грустный для экологии страны. А вот если кто-то покупает вещь в секонде, то у нее продлевается срок жизни.

И все было бы прекрасно, но если в части женской одежды все налажено, то с выбором мужских вещей все гораздо сложнее. Часто нет подходящих размеров, моделей. Выбор просто элементарно небольшой.

Переработанная одежда и slow fashion – совместимые ли вещи?

Да, вполне. Но тут все зависит от качества вещи. Можно и из переработанного пластика сделать вещь, которую можно будет носить долго. Так что тут и переработка вещей, и slow fashion встанут на один уровень.

С чего бы вы посоветовали начать путь к slow fashion тем, кто в нем совсем не разбирается?

Советовал бы зайти в магазин Fair Labels (прим.

@fairlabels – Instagram бренда) – консультантов можно про все бренды спросить. Там классные магазины, которые делают все, чтобы продвигать slow fashion. Очень рекомендую поговорить с консультантами.

Чтобы попасть в ряды slow fashion, надо покупать очень качественную одежду. Бывает так, что мы стараемся сэкономить на куртке, которая стоит 15 тысяч и покупаем более дешевый аналог за три тысячи. Такие куртки, как правило, носятся один сезон и потом летят в мусорку. На следующий год надо покупать новую куртку, а затем еще и еще. Кроме того, у нас из-за инфляции вещи только дорожают.

В итоге, вместо одной качественной вещи мы покупаем пять некачественных и тратим даже больше денег, чем могли бы изначально. Получается, что вещь, которая изначально кажется нам дорогой, на самом деле стоит меньше и более экологичная.

Я раньше сам так закупался в масс-маркете. Купил себе однажды ботинки, все было супер… дизайн, материал. Но потом я поносил их один сезон и выкинул. Все начало тлеть, разваливаться. Тогда я задумался о том, что надо более корректно выбирать вещи. С выбором более качественных вещей наше качество жизни становится лучше.

Ну и напоследок еще раз – slow fashion – не только про экологию. Это про отношение к предметам в целом. Всегда приятнее, когда ты пользуешься вещью долго и ценишь ее. Если пользоваться сервизом, который передала бабушка, он

будет иметь свою историю и стоить в глазах его владельцев больше любого более дорогого.

1.2. Как производят одежду и как масс-маркет влияет на экологию

Покупая одежду в магазинах масс-маркета, мы обычно не задумываемся о том, сколько труда стоит за производством каждой вещи. Задумываетесь ли вы, кто производит вашу одежду, в каких условиях и сколько им нужно работать, чтобы выжить?

Анита Грэй (@mo.e.concept) – sustainable fashion designer, дизайнер по одежде с этическим фокусом, предлагает свой взгляд на эту проблематику, рассказывает нашей студентке об истории движения «Модная революция» и кампании «Кто делает мою одежду». Ниже собраны выдержки из статей Аниты, фрагменты ее интервью, где через личные истории исследовательница и дизайнер рассматривает существующие проблемы под разными углами.

Анита Грэй – sustainable fashion designer. Фото справа – «Таврида. Арт», слева – Анастасия Романова

Движение «Модная революция» (fashionrevolution.org) – с 2020 года представленное и в России – появилось в 2013 году в Великобритании, после того как в Бангладеш произошла авария на фабрике по пошиву одежды Rana Plaza 24 апреля 2013 года. С тех пор 24 апреля отмечается День модной революции как день памяти жертв трагедии, а по всем миру фэшн-революционеры стремятся изменить ситуацию, привлечь внимание к проблеме и изменить мир к лучшему.

> Люди, которые работают на швейных фабриках молчат о своем существовании – у них нет другого выбора. И те, кто поставил их в такое положение – это мы сами. Но мы можем изменить наши потребительские привычки и начать потреблять осознанно.

Движение «Модная революция»

Кампания «Кто сделал мою одежду», запущенная движением «Модная революция», призвана рассказать о том, кто и в каких условиях вынужден заниматься производством дешевых вещей. Отчет показывает нам изнанку индустрии моды, скрытую от глаз потребителя, ослепленного рекламой брендов.

Для того чтобы у нас была возможность дешево покупать одежду и почти сразу же терять к ней интерес, люди вынуждены работать в условиях непосильного монотонного труда и получать за это гроши, которых зачастую недостаточно, чтобы обеспечить ежедневные расходы. Это напоминает мне фильм «Время», в котором главный герой жил в трущобах

и зарабатывал себе часы, которых едва хватало, чтобы протянуть до следующего дня и снова пойти на работу.

Эта система должна измениться. Швейные фабрики действительно дают людям рабочие места. Но люди зарабатывают там настолько мало, что этих денег едва хватает на то, чтобы выжить. Низкая цена на одежду всегда обеспечивается низкой оплатой труда рабочих.

Дешевая одежда в магазине = Дешевый труд

Бангладеш – страна, которая известна самым дешевым производством текстильных товаров в мире. По данным Кампании чистой одежды 2018 (Clean Clothes Campaign 2018), рабочие швейной промышленности в Бангладеш получают 63 доллара в месяц, что на 35% меньше минимальной заработной платы в стране. Следующей идет Камбоджа, где рабочий получает 170 долларов в месяц. За ними идет Индия, где средняя зарплата рабочего равна 255 долларам, и Китай, где рабочему платят 270 долларов в месяц. При этом сегодня для европейских компаний средняя зарплата индийского и китайского рабочего уже считается слишком дорогой. Согласно статистике Public Radio International, в Индии и Китае, рабочий на швейной фабрике получают соответственно 20% и 45% от размера минимальной месячной оплаты труда.

Однако, что же значит «дорого»? Сколько может заработать за день швея и сколько она может скопить после расходов на еду, проживание и транспорт? Цифры говорят сами

за себя. По данным Всемирного банка, уровень бедности – процент населения, живущий меньше, чем на 1.25 доллара в день, в Бангладеш составляет 43%.

Во всех странах с развитой текстильной промышленностью люди живут за чертой бедности. Давайте не будем забывать, что за статистикой и тем, что мы называем дешевой рабочей силой, стоят реальные люди.

Индия трудится на благо немецких клиентов.

Помню, как впервые работала на фабрике, производящей товары для заказчика из Германии. Мне приходилось видеть, как люди ложатся спать голодные, потому что им было просто нечего привезти с собой из дома. Кто-то может сказать, что эти люди постились. Только вот поститься им приходится, скорее всего, против воли. Но когда бы они ни приносили с собой еду, приготовленную дома, они всегда делились ею со мной. Признаться честно, мне приходилось вежливо отказываться – мне было стыдно принимать у них последнюю еду.

Многие из этих людей не носили на работе обувь. Кто-то может сказать, что это нужно, чтобы укрепить связь с телом, так как многие индийские рабочие практикуют ежедневную медитацию. Но есть большая разница между тем, когда вы снимаете обувь, чтобы немного помедитировать и тем, когда у вас просто нет на нее денег.

Обычно у больших брендов есть своя эксперименталь-

ная лаборатория, в которой работает примерно 20—25 человек. Они творят, делают первые прототипы одежды и сырые наброски. То есть это именно творческий и мыслительный процесс. Это то, как мы представляем себе работу бренда. Но о том, в каких условиях по заказу отшивают эту одежду, зачастую не знает даже сам бренд. Пока я работала в Индии, к нам приезжали с проверкой производства представители бренда из Германии. Специально для них всех рабочих привели в порядок, всем откуда-то достали и выдали сандалии, хотя все до этого ходили босые. То есть все критические недостатки производства старались максимально скрыть и «причесать». Например, впервые помыли кухню и уборные, чуть не начали красить зеленой краской траву около фабрики. И тут становится понятно, что реальные условия труда никто не может проверить, потому что, когда представители заказчика приезжают с проверкой, работодатель с предприятия для одного показательного дня приводит все производство в порядок. Возможно, нужно, чтобы на производстве постоянно присутствовал представитель команды заказчика, но тогда это значительно удорожает процессы.

Ко мне пришло понимание, что в месяц я зарабатываю больше, чем любой из них может заработать за год – это разбило мне сердце. Для меня это стало потрясением, и я долго чувствовала себя подавленной, понимая, что не смогу накормить всех этих людей или хотя бы купить им по паре

ботинок. Согласно Глобальному индексу голода 201 (Global Hunger Index), с 1992 по 2017 гг. в Индии уровень голода упал на 18%. При этом Индия до сих пор самая недоедающая страна в мире. Согласно отчету Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций «О состоянии и продовольственной безопасности и питания в мире» за 2018 год, 195.9 (14.9%) миллионов человек недоедают каждый день и каждые 10 секунд умирает ребенок от болезней, связанных с голодом.

Я была разочарована индустрией моды много раз: я знала, что не смогу изменить правила игры, и мне не хотелось быть частью индустрии, которая превращает людей в рабов. Затем ко мне пришло понимание, что мы не сможем сразу изменить всю ситуацию, но каждый из нас может сделать маленький шаг на пути к честной и этичной системе производства. Это станет возможным, когда люди поймут, каковы условия жизни тех, кто стоит за производством дешевой одежды.

Китайское «Сделано в Италии»

«Сделано в Италии» превратилось в «Сделано маленьким китайским семейным предприятием, расположенным в Милане или Флоренции». Говорю это по своему опыту работы над коллекцией сумок и ремней для японского рынка. Азия – самый крупный потребитель известных европейских брендов. Расположение на вещах этикеток «Сделано в Италии», «100% сделано в Италии», «100% Italia», «tutto italiano»

на всех языках, будь то с флагом Италии или без строго регулируется Законом 135, принятым 25 сентября 2009 года Палатой депутатов Парламента Италии. По закону такие этикетки могут располагаться только на товарах, полностью сделанных (разработанных, произведенных и упакованных) в Италии.

Тем не менее, привлечение дешевой китайской рабочей силы в Италию для снижения производственных затрат может показаться разумным шагом, но состояние рабочей среды по-прежнему не соответствует европейским стандартам. Я работала с фабриками в окрестностях Милана, где шьются вещи Armani, и с фабриками во Флоренции – итальянской столице кожи. Везде картина условий труда одинакова: стоит запах химикатов и яичной лапши, беременная женщина шьет сумки, а рядом играют дети. Здесь неправильно все. Я решила уйти и никогда больше туда не возвращаться – у меня был такой выбор. И свобода выбирать должна быть у каждого. Речь идет о предметах первой необходимости, чтобы поддерживать хотя бы относительно здоровый образ жизни. Но сегодня тяжелейшие условия труда рабочих – это лишь издержки производства для крупных компаний.

Неужели вы все еще хотите покупать одежду по самой низкой цене? Пока будет спрос – будет и предложение. Этот принцип был сформулирован около 2000 лет назад. Потребуется ли нам еще 2000 лет, чтобы все изменить, и есть ли вообще у нас столько времени?

О проблемах фондов и масштабах мусора

Фонд «День добрых дел» (ред. Good Deeds Day – всемирное движение социальных волонтеров) работает только с волонтерами, у них не хватает ресурсов, чтобы тщательно отбирать каждую вещь. По этой причине все вещи делятся фондом на «хорошие» и «плохие». Они могли бы отбирать белые хлопковые футболки и отправлять их, например, на мебельную фабрику. Гипотетически эти футболки можно было бы перерабатывать в строительную вату или втирать ими масло в мебель. Такую систему можно было бы наладить, но у фондов просто нет на это ресурсов, а никакая мебельная фабрика не отправит своих представителей копаться в чужих грязных вещах.

Согласно статистике, люди потребляют одну треть от всех произведенных товаров в мире, одна треть от общемировой массы мусора тоже приходится на США. Говорить, что в России ситуация такая же – неправильно. У наших людей зачастую нет финансовой возможности так расточительно относиться к вещам и, соответственно, производить столько мусора. Тем не менее, видно, что мы тоже движемся к тому, что происходит в США. Из-за популяризации брендов масс-маркета вещи становятся для людей более доступными. Эта доступность лишает вещь ценности, и человек перестает задумываться о том, что будет с вещами, когда они станут ему не нужны или он потеряет к ним интерес.

Как можно сделать производство более экологичным?

Сегодня модно быть sustainable (ред. жить по принципам устойчивого развития – экологически рационально), но часто это маркетинговая стратегия, за которой ничего не стоит. И когда я задаю некоторым российским брендам вопрос «как у вас реализуются sustainable практики», они отвечают «ну, мы просто думаем, что это классно».

Меня звали отрисовывать коллекцию для текстильной недели дизайна в Нью-Дели для европейского рынка. Тогда я была заинтересована в sustainability, мне были интересны натуральные красители, этичное производство, при котором рабочим не приходится голодать и им платят достойную зарплату. Мне было важно, чтобы условия были такими.

Мне сказали, что можно внедрить в производственный цикл технологию натурального окрашивания из овощей. При этом понятно, что сложно построить всю цепочку производства этично и экологично. Система еще не готова перестроиться, возможно, еще недостаточно знаний и ресурсов. Но можно внедрить в производство, например, натуральные красители. Тогда канцероген из ненатуральных красителей не попаднет к потребителю, работники не будут из-за этого болеть раком, а загрязненную воду не вылью в океан.

Про ветошь, и как из джинсов делают картон

Обрезы от производства составляют 23% от общего объема используемой ткани. Дальше они идут в ветошь и становятся неткаными материалами. При этом возникает проблема: вторичный хлопок становится дороже, так как требуется механическая обработка, этот материал не такой крепкий, с ним сложнее работать. Если обычная хлопчатобумажная нить вытягивается на 10—20 см, и она достаточно крепкая, то здесь ее нужно обработать, заново перекрутить, она легко рвется. Все это тормозит и усложняет производственные процессы.

Кроме того, существует следующая проблема: люди не знают, куда направить вещи на переработку. Я пыталась организовать несколько проектов с мелкими предприятиями и фабриками, которые бы забирали у них ветошь. Но дело в том, что производителю намного проще пойти купить рулон марли, нежели приехать к конкретному человеку, предварительно договорившись о встрече, забрать пакет с вещами и привезти его на производство. В масштабах фабрики на это уходило бы слишком много усилий и ресурсов. При этом есть и позитивные примеры: британская компания MOO начала использовать обрезы при производстве бумаги для визиток.

На моем воркшопе мы делали бумагу из джинсов, из них получается крафтовый картон. Я много работаю с детьми и у меня был ученик, который спросил «почему мы из мусора делаем другой мусор?» Действительно, мы принесли ста-

рые джинсы, разобрали их на волокна, и только потом из этого волокна сделали картон, из которого получилась обложка для дневника, в который они могут записывать свои мысли. Это отличный способ познакомить детей с апсайклингом.

О переосмыслении дизайна

Правильный дизайн – это не про создание красивого платья, это про создание новых решений. Дизайн должен эмоционально повлиять на потребителя и изменить его представление об одежде.

Я участвовала в одном fashion-шоу в Южной Корее. Там я использовала 6 пар брюк, из которых шила платье для женщин с сахарным диабетом. У людей с диабетом часто стоит инсулиновая помпа, которую трудно спрятать, обычно ее прячут где-то на груди, на ноге или на поясе. В плане дизайна вещей я решила, что необходимо внедрить что-то вроде кармана с большим отверстием для помпы. В качестве дизайнерского решения на платье была расположена небольшая стеклянная шкатулка, а внутрь помещалась помпа, ее было хорошо видно. Переосмыслив традиционный дизайн и придумав это решение, мне удалось показать, что этим женщинам не надо стесняться своей болезни, а окружающим стоит начать воспринимать это как обычное явление и понять, что ничего страшного в этом нет.

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.