

МОЗГ



ВРЁТ

Юли Вазовски

Мозг врёт

<https://litres.ru/74605902>

SelfPub; 2026

Аннотация

Ты уверен, что помнишь своё детство, видишь всё перед глазами и сам выбираешь, что тебе нравится. Эта книга покажет, что каждое из этих убеждений ломается в лаборатории за пятнадцать минут.

Двенадцать глав и больше тридцати реальных экспериментов. Люди «вспоминали» встречу с Багзом Банни в Диснейленде, где его не могло быть. Опытные рентгенологи не замечали гориллу на снимке лёгких. Студенты соглашались с явно неправильным ответом, потому что так ответили все остальные. А резиновая рука за две минуты начинала ощущаться как своя.

В каждой главе: сцена, в которой ты сам становишься участником опыта, объяснение, почему мозг так устроен, и короткий блок «Что с этим делать». Без воды, с именами учёных и списком источников.

Содержание

Вступление. Тебе врут прямо сейчас	5
Как читать эту книгу	7
Одно предупреждение	8
Глава 1. Воспоминание, которого не было	9
Одно слово меняет прошлое	10
Кролик, которого не могло быть	12
Потерянный в торговом центре	13
Дневник, который не совпал	15
Почему так происходит	16
Цена ошибки	17
Что с этим делать	18
Глава 2. Ты выбрал не это лицо	20
Эксперимент из Лунда	21
Варенье, чай и супермаркет	23
Политика и мораль	24
Пациенты с разделённым мозгом	25
Колготки справа	27
Почему так происходит	28
Что с этим делать	29
Глава 3. Три линии и семеро против тебя	31
Эксперимент Аша	32
Сколько нужно людей	34
Что происходит в мозге	35

Дым в комнате	37
Конец ознакомительного фрагмента.	38

Юли Вазовски

Мозг врёт

Вступление. Тебе врут прямо сейчас

Ты уверен, что помнишь своё детство. Что видишь всё, что происходит перед глазами. Что сам выбираешь, что тебе нравится. Что твоё тело — это твоё тело. Что твоё мнение — твоё.

Эта книга о том, что каждое из этих убеждений ломается в лаборатории за пятнадцать минут.

Здесь двенадцать глав и больше тридцати экспериментов. В каждом обычные люди — студенты, прохожие, покупатели в супермаркете, опытные врачи, присяжные — были абсолютно уверены в чём-то, что оказалось неправдой. Они не были глупыми. Они не были пьяными. Они не были невнимательными больше, чем ты сейчас. Они просто пользовались мозгом, который устроен точно так же, как твой.

Мозг — не камера и не жёсткий диск. Это рассказчик. Его задача — не показать тебе мир как он есть, а собрать из обрывков историю, с которой можно жить дальше. Почти всегда эта история достаточно хороша. Ты переходишь дорогу,

узнаёшь друзей, помнишь, где оставил ключи. Но иногда история расходится с реальностью — и ты этого не замечаешь. Никогда. Потому что изнутри ошибка мозга ощущается точно так же, как правда.

В этом главная неприятность. Если бы ложные воспоминания ощущались как «что-то тут не так», с ними было бы легко бороться. Если бы чужое мнение, подменившее твоё, звенело как сигнализация, ты бы его сразу выкинул. Но так не бывает. Обман приходит в той же упаковке, что и истина: с уверенностью, с деталями, с эмоциями.

Поэтому единственный способ не попадаться — знать заранее, где именно мозг склонен врать. Эта книга — карта таких мест.

Как читать эту книгу



Главы независимы. Можно начать с любой, которая цепляет больше всего.



Каждая глава начинается со сцены. Попробуй честно представить, что ты сам участник эксперимента, и угадать, как бы ты поступил. Это самая полезная часть.



В конце каждой главы есть блок «Что с этим делать» — коротко и по делу, без воды.



Все эксперименты реальные, с именами учёных и годами. Список источников — в конце книги. Где учёные спорят или результаты потом не подтвердились, я говорю об этом прямо.

Одно предупреждение

После этой книги ты начнёшь замечать эти ошибки у других людей. У друга, который «точно помнит», как всё было. У начальника, который составил план «на пару недель». У знакомой, которая верит гороскопу, потому что «он прямо про меня».

Это легко и даже приятно. Сложнее — признать, что всё это работает и в тебе. Прямо сейчас, пока ты читаешь эти строки и думаешь: «Ну, я-то не такой».

Вот это и есть настоящая цель книги. Не стать умнее других. Стать чуть честнее с собой.

Глава 1. Воспоминание, которого не было

Ты смотришь короткое видео: две машины сталкиваются на перекрёстке. Скрежет, удар, машины разворачивает. Потом тебе задают один вопрос: «С какой скоростью ехали машины, когда они *разбились* друг о друга?»

Твой сосед по столу смотрел то же самое видео. Но его спросили чуть иначе: «С какой скоростью ехали машины, когда они *соприкоснулись*?»

Вы видели одно и то же. Одни и те же кадры, та же длительность, тот же звук. Но вы назовёте разные цифры. И через неделю будете помнить разные аварии.

Одно слово меняет прошлое

В 1974 году психологи Элизабет Лофтус и Джон Палмер из Вашингтонского университета провели именно этот эксперимент. Студентам показывали записи настоящих аварий из учебных фильмов для водителей, а потом спрашивали о скорости. Менялся только один глагол: «разбились», «столкнулись», «стукнулись», «ударились», «соприкоснулись».

Цифры выстроились ровно по силе слова. Когда звучало самое жёсткое слово, люди называли в среднем около 66 км/ч. Когда звучало «соприкоснулись» — около 51 км/ч. Разница почти в 15 км/ч, и создало её одно слово в вопросе, а не то, что было на экране.

Можно было бы решить, что люди просто подстраиваются под формулировку: раз спрашивают «разбились», значит, наверное, было быстро. Неприятно, но не страшно. Память при этом цела.

Лофтус проверила и это. Во втором эксперименте участников пригласили снова через неделю. Видео им не показывали. Просто спросили: «Вы видели разбитое стекло?»

Никакого разбитого стекла на видео не было.

Из тех, кому неделю назад задали вопрос с мягким глаголом или вообще не спрашивали о скорости, «да» ответили 12–14%. А из тех, кто слышал «разбились», — 32%. Каждый третий «вспомнил» осколки на асфальте, которых не суще-

ствовало.

Вот что произошло. Мозг получил слово «разбились». Подогнал под него сцену: сильный удар, значит, стекло. И аккуратно положил исправленную версию в память — уже без пометки, что стекло достроено. Через неделю человек достаёт воспоминание и честно видит там осколки.

Кролик, которого не могло быть

Ладно, скажешь ты, детали — это одно. Стекло, скорость, цвет машины. Но целое событие из жизни мозг ведь не выдумает?

В 2002 году Кэтрин Браун, Ронда Эллис и та же Лофтус показали участникам рекламу Диснейленда. Яркую, ностальгичную: детство, солнце, ты гуляешь по парку и встречаешь Багза Банни. Пожимаешь ему руку.

Проблема в том, что Багз Банни — персонаж студии Warner Bros. В Диснейленде его не было и быть не могло. Это примерно как встретить в Макдоналдсе фирменного клоуна Бургер Кинга.

После такой рекламы около 16% участников заявили, что лично встречали Багза Банни в Диснейленде. Кто-то вспоминал, как пожимал ему руку. Кто-то — как трогал его уши. Кто-то — как он держал морковку.

Маркетологи узнали из этого больше, чем хотелось бы. Реклама, которая показывает «твое детство», не только напоминает тебе о нём. Она может его дописать.

Потерянный в торговом центре

Но в рекламе хотя бы есть картинка. А можно ли внушить взрослому человеку целый эпизод из его собственного детства — только словами?

В 1995 году Лофтус и Жаклин Пикрелл проверили и это. Участникам дали буклет с четырьмя историями из их детства. Три были настоящими — их заранее рассказали родственники участников. Четвёртая была выдумана, но с реальными деталями от тех же родственников: в пять лет ты потерялся в торговом центре, долго плакал, а потом тебя нашла пожилая женщина и привела к семье.

Людей просили вспомнить подробности каждой истории и записать всё, что всплывает. Сначала большинство честно говорили про четвёртую: «Этого я не помню». Ничего странного — мало ли что забылось.

Но их приглашали на повторные интервью. Снова просили подумать, представить, вспомнить. И примерно каждый четвёртый начал вспоминать. Частично или полностью. С деталями. С эмоциями. Некоторые описывали, как выглядела та женщина, во что она была одета, что говорила.

Этого не было. Но для их мозга это уже было.

Работу потом критиковали: выборка маленькая, «потеряться в магазине» — довольно обычное событие, его легко принять за правду. Поэтому другие исследователи повторя-

ли схему с куда более странными эпизодами: опрокинутая на свадьбе чаша с пуншем, полёт на воздушном шаре. И снова часть людей «вспоминали». Особенно если им показывали поддельную детскую фотографию.

Дневник, который не совпал

Самое неприятное — это воспоминания, в которых мы уверены сильнее всего. Те, которые называют «вспышками»: ты точно помнишь, где был, когда узнал о чём-то огромном. Кажется, что они впечатаны навсегда.

В январе 1986 года взорвался космический шаттл «Челленджер». На следующее утро психологи Ульрик Найссер и Николь Харш попросили студентов письменно ответить: где вы были, когда узнали? С кем? Что делали? Кто вам сказал?

Через два с половиной года они разыскали тех же студентов и задали те же вопросы.

Ответы во многих случаях не совпадали. Кто-то писал на следующий день: «Узнал на лекции по религии, кто-то вошёл и сказал». А через два года: «Был в общежитии с соседом, увидел по телевизору». Примерно у четверти людей не совпала ни одна ключевая деталь. При этом уверенность в новой версии была высокой.

А когда участникам показали их собственные записи двухлетней давности, некоторые не приняли их. Почерк мой, говорили они, но было не так. Человек спорил с самим собой — с тем, кто писал на следующий день, — и выбирал свою нынешнюю, переписанную память.

Почему так происходит

Воспоминание не хранится как файл. Не существует места в мозге, где лежит «запись 5 лет, торговый центр». Есть разбросанные кусочки: образы, звуки, эмоции, смыслы. Каждый раз, когда ты что-то вспоминаешь, мозг собирает сцену заново — из этих кусочков, из ожиданий, из чужих рассказов, из того, что «логично должно было быть».

А потом сохраняет уже эту, новую сборку. Нейробиологи называют это реконсолидацией. Достал воспоминание — и на время оно становится податливым. В этот момент в него можно что-то добавить. Слово из вопроса. Деталь из рекламы. Фразу родственника.

Получается парадокс: самые дорогие тебе воспоминания — те, которые ты чаще всего прокручиваешь и пересказываешь, — переписаны больше всех. Каждый пересказ немного правит текст. Каждая слушательская реакция что-то подкручивает. Через десять лет у тебя на руках не оригинал, а копия копии копии.

Это не баг. Это экономия. Мозгу не нужна точная запись прошлого. Ему нужна полезная история: что было опасно, кому можно доверять, что сработало. Проблема в том, что он не ставит пометку, где факт, а где достройка.

Цена ошибки

Пока речь про детские воспоминания, это любопытно. Но есть место, где цена — годы чужой жизни.

Суд. Показания свидетеля для присяжных — одно из самых убедительных доказательств. Человек был там. Человек видел. Человек уверен.

В США проект Innocence Project годами добивается пересмотра дел с помощью ДНК-экспертизы. Среди людей, которых в итоге оправдали, примерно в семи случаях из десяти главную роль в обвинении сыграло ошибочное опознание свидетелем. Свидетели не врали. Они честно помнили лицо — просто не то лицо.

Лофтус потратила большую часть карьеры, чтобы суды учитывали это: как задают вопросы, как проводят опознание, сколько раз свидетель видел фото подозреваемого до опознания. Каждое из этих действий меняет то, что свидетель «помнит».

Что с этим делать



Записывай важное сразу.

Договорённости, конфликты, решения, обещания — пока память свежая и её ещё не переписали. Запись в заметках через час надёжнее твоей уверенности через месяц.



Не доверяй уверенности.

Ощущение «я точно помню» почти никак не связано с тем, правда ли это. Это просто чувство, которое мозг прикладывает к любой собранной сцене.



Следи за формулировками.

Когда кто-то спрашивает «Он же на тебя наорал?», ответ уже подсказан. Это особенно касается споров о том, «кто что сказал».



Задавай открытые вопросы.

Если хочешь узнать, что человек правда помнит, спрашивай «Что было?», а не «Было ли то-то?».



Будь мягче к чужой «неправде».

Когда два человека помнят одно событие по-разному, чаще всего никто не лжёт. Просто у каждого своя переписан-

ная версия.

Глава 2. Ты выбрал не это лицо

Перед тобой две фотографии женщин. Экспериментатор просит: «Какая из них вам кажется привлекательнее?» Ты думаешь пару секунд и показываешь на левую.

Он кладёт карточки лицом вниз, пододвигает выбранную к тебе и просит: «Посмотрите ещё раз и объясните, почему вы выбрали именно её».

Ты переворачиваешь карточку. И начинаешь объяснять. Улыбка тёплая. Глаза добрые. Серёжки красивые. Объяснение звучит разумно и уверенно — ты действительно так думаешь.

Проблема в том, что это не та фотография. Экспериментатор — немного фокусник. Он незаметно подменил карточку. Ты держишь в руках лицо, которое секунду назад отверг. И объясняешь, почему оно тебе понравилось больше.

Эксперимент из Лунда

В 2005 году шведские исследователи Петтер Юханссон и Ларс Халл из Лундского университета вместе с коллегами опубликовали эту работу в журнале Science. Больше сотни участников, много пар лиц. В части попыток эксперимента-тор с помощью простого карточного фокуса подменял выбранную фотографию на отвергнутую.

Подмену замечали редко. Даже когда лица в паре были не очень похожи. Даже когда участнику давали сколько угодно времени, чтобы подумать перед выбором. Большинство подмен прошли незамеченными.

А дальше — самое интересное. Люди не просто не замечали подмену. Они уверенно объясняли выбор, которого не делали. Некоторые хвалили детали, которых не было на «их» фотографии вообще. Например, называли причиной выбора серьги — у женщины, которую они на самом деле выбрали, серёг не было. Серьги были только на той, что лежала у них в руках.

Исследователи назвали это **слепотой выбора**.

Когда учёные сравнили объяснения для настоящих и подменённых выборов, они оказались похожи. Одинаково уверенные. Одинаково подробные. Одинаково эмоциональные. Одинаково много «эээ» и пауз. По словам человека невозможно было понять, объясняет он свой реальный выбор или

выдуманный.

Это главный вывод. Не то, что люди невнимательны. А то, что объяснение «почему я выбрал» производится одним и тем же механизмом — независимо от того, был ли выбор на самом деле.

Варенье, чай и супермаркет

Может, лица — это просто сложно? Все лица похожи, особенно на маленьких фото. Исследователи пошли туда, где ставки ниже, а ощущения ярче, — в супермаркет.

В 2010 году та же группа поставила в шведском магазине дегустационный стол. Покупателям давали попробовать два варенья и выбрать, какое вкуснее. Потом предлагали ещё раз попробовать выбранное и рассказать, чем оно понравилось.

Банки были с секретом: с двумя отделениями, крышками с обеих сторон. Переворачивая банку, экспериментатор незаметно давал человеку попробовать то, что тот только что отверг. С чаем делали то же самое, только с запахом.

Пары подбирали так, чтобы вкусы сильно отличались. Например, корица с яблоком и горький грейпфрут. Это не оттенки одного вкуса — это разные продукты.

Подмену замечала меньше чем треть людей. Остальные пробовали, кивали и объясняли, почему именно этот вкус им понравился больше. Сладость, мягкость, приятная горчинка — в зависимости от того, что сейчас было на ложке.

Политика и мораль

Ладно, вкусы — штука переменчивая. Но убеждения? Взгляды на мораль и политику — то, что люди считают частью своей личности?

В 2012 году Халл и Юханссон дали людям анкету о моральных вопросах. Например: допустимо ли ограничивать свободу ради безопасности? Люди отмечали на шкале, насколько согласны. Потом страницу незаметно меняли — с помощью клеевого слоя на обратной стороне планшета. Утверждение переворачивалось в противоположное, а отметка человека оставалась на месте. Получалось, что он поддерживает то, против чего голосовал.

Затем людей просили прочитать свои ответы вслух и объяснить. Большинство участников не заметили хотя бы одну из подмен и с готовностью аргументировали позицию, противоположную своей.

Позже похожий опыт провели перед выборами в Швеции, с политическими вопросами. Подавляющее большинство участников приняли хотя бы один подменённый ответ. А часть людей после этого даже начала сомневаться в том, за кого голосовать.

Пациенты с разделённым мозгом

Почему это происходит, лучше всего показывают не эксперименты с фокусами, а необычные пациенты.

Нейробиолог Майкл Газзанига много лет работал с людьми, которым для лечения тяжёлой эпилепсии хирургически разделили полушария мозга — перерезали мозолистое тело, главный мост между ними. После операции полушария почти перестают обмениваться информацией. Важная деталь: у большинства людей речь живёт в основном в левом полушарии.

В одном из классических опытов пациенту показывали две картинки, каждую только одному полушарию. Левое видело куриную лапу. Правое — заснеженный дом. Потом пациента просили выбрать подходящие карточки руками. Правая рука, которой управляет левое полушарие, выбрала курицу. Левая рука, которой управляет правое, выбрала лопату — для снега.

Пациента спросили: почему вы выбрали лопату? Говорящее левое полушарие не видело снега. Оно не знало настоящей причины. Но ответ пришёл мгновенно и уверенно: «Ну, курица же — а лопатой нужно чистить курятник».

Газзанига назвал эту часть мозга **интерпретатором**. Её задача — непрерывно сочинять правдоподобное объяснение тому, что ты делаешь. Даже если настоящей причины она не

знает. Особенно если не знает.

У тебя полушария соединены. Но интерпретатор работает и у тебя. Просто его не так легко поймать.

Колготки справа

Ещё в 1977 году Ричард Нисбетт и Тимоти Уилсон поставили простой опыт в магазине. На прилавке висели в ряд четыре пары колготок. Покупателей просили выбрать лучшую по качеству.

Колготки были абсолютно одинаковыми.

Люди всё равно выбирали — и сильно чаще брали правую пару. Самую левую выбирали в несколько раз реже. Похоже, люди осматривали ряд слева направо и останавливались на последней, когда «всё уже видели».

Когда их спрашивали о причине, никто не упомянул место на прилавке. Люди говорили про плотность, эластичность, качество швов. А когда исследователи прямо спрашивали, могло ли повлиять расположение, покупатели смотрели на них как на сумасшедших.

Почему так происходит

Мы привыкли думать, что сначала принимаем решение по причинам, а потом можем эти причины пересказать. Как будто у нас есть доступ к собственной «кухне» решений.

На деле часто наоборот. Решение принимается быстро и в значительной части неосознанно: положение на полке, первое впечатление, настроение, усталость. А потом мозг видит результат и пишет под него объяснение. Причины не достаются из памяти — они сочиняются на ходу, как пресс-релиз после того, как событие уже произошло.

У мозга есть отдел, который можно назвать пресс-секретарём. Его работа — чтобы всё звучало логично и последовательно. Его не волнует, правда ли это. Его волнует, чтобы история сходилась.

И этот пресс-секретарь очень хорош. Настолько, что ты и сам ему веришь.

Что с этим делать



Сначала запиши решение, потом причины.

А ещё лучше — причины до решения. Тогда видно, совпадает ли то, что ты планировал, с тем, что ты в итоге объясняешь.



Сомневайся в объяснениях своих же вкусов.

«Мне это нравится, потому что...» — часто это сочинение, а не отчёт. Это нормально. Просто не стоит строить на этом железные теории о себе.



Не верь слишком красивым причинам.

Если объяснение твоего поступка звучит идеально, возможно, его писал пресс-секретарь.



Будь мягче в спорах.

Человек, который яростно защищает позицию, может защищать не убеждение, а просто то, что уже сказал. Дай ему возможность изменить мнение без потери лица.



Помни про полку.

Положение товара, порядок вариантов в списке, первое предложение в меню — всё это влияет на выбор сильнее, чем

кажется.

Глава 3. Три линии и семеро против тебя

Задание проще некуда. На одной карточке — одна вертикальная линия. На другой — три линии разной длины с номерами. Нужно сказать, какая из трёх совпадает по длине с первой. Ошибиться невозможно: разница видна с другого конца комнаты.

Ты сидишь за столом с семью другими студентами. Отвечаете по очереди, вслух. Ты — предпоследний.

Первые раунды проходят скучно. Все отвечают правильно. Ты уже думаешь, зачем вообще нужен этот эксперимент.

А потом первый участник уверенно называет явно неправильную линию. Ты удивляешься. Второй называет ту же. Третий. Четвёртый. Все шестеро перед тобой — одинаково, спокойно, без колебаний.

Теперь твоя очередь. Линия, которую они назвали, явно короче. Ты это видишь. Наверное.

Эксперимент Аша

В 1951 году психолог Соломон Аш провёл этот опыт со студентами американского колледжа. Ты, наверное, уже догадался: все остальные за столом были подсадными. Настоящий участник был только один, и садили его ближе к концу, чтобы он успел услышать всех.

Из 18 раундов в 12 подсадные хором давали неправильный ответ. Разница между линиями в этих раундах была большой — в контрольной группе, где люди отвечали в одиночку, почти никто не ошибался.

Результат:



Примерно в трети «ловушек» настоящие участники соглашались с группой — против собственных глаз.



Около 75% людей хотя бы раз сдались группе.



Только около четверти ни разу не поддались.

Потом на интервью люди объясняли своё поведение по-разному. Одни понимали, что группа неправа, но не хотели выделяться и выглядеть странно. Другие начинали сомневаться в своём зрении: «Если все так видят, может, со мной что-то не так?» А некоторые искренне говорили, что видели линии так, как сказала группа.

Последний вариант долго считали самообманом или неловким оправданием. Ну не может же давление группы менять то, что ты буквально видишь. Пока не появилась технология, чтобы это проверить.

Сколько нужно людей

Аш не остановился на одном варианте. Он менял условия, чтобы понять, что именно давит.

Если против человека был всего один подсадной — давления почти не было. Двое — уже заметно. Трое — эффект почти выходил на максимум. Дальше, сколько ни добавляй людей, сильнее не становилось. Получается, чтобы создать ощущение «все так думают», не нужна толпа. Хватает трёх уверенных голосов.

А вот если человек отвечал письменно, так что группа не видела его ответа, согласие с неправильным мнением резко падало. Значит, значительная часть конформизма — это не про то, что люди поверили. Это про то, что они не хотели спорить вслух.

Что происходит в мозге

В 2005 году нейробиолог Грегори Бернс из Университета Эмори повторил идею Аша, но с томографом. Участникам показывали пары трёхмерных фигур и спрашивали, одинаковые они, если их повернуть, или нет. Перед ответом им показывали ответы «группы» — других людей, которые якобы решают то же задание.

Логика была такая. Если конформизм — это сознательное решение «не выделяться», то при согласии с группой должны работать зоны, связанные с принятием решений и контролем, — лобные отделы мозга.

Но изменения нашлись в другом месте — в областях затылочной и теменной коры, которые занимаются восприятием и пространственной обработкой. Тех самых зонах, что мысленно вращают фигуры.

Очень грубо: мнение группы, похоже, может влиять не только на то, что ты говоришь, но и на то, как ты видишь. Не «я вижу одно, а скажу другое», а «я начинаю видеть по-другому».

А когда люди шли против группы и отвечали по-своему, у них активировалась миндалиνα — зона, которая участвует в реакциях на угрозу и тревогу. Независимость буквально ощущалась мозгом как опасность.

С точки зрения эволюции в этом есть логика. Миллион-

ны лет жизнь человека зависела от группы. Быть изгнанным означало погибнуть. Мозг, который тревожится при расхождении с племенем, выживал чаще, чем мозг, которому всё равно.

Дым в комнате

Давление группы работает не только тогда, когда группа что-то говорит. Иногда достаточно, чтобы группа ничего не делала.

В 1968 году Джон Дарли и Бибб Латане посадили студентов заполнять анкеты в комнате. Через несколько минут из вентиляции начинал идти дым. Сначала тонкой струйкой, потом гуще — пока не становилось трудно видеть.

Когда человек был в комнате один, большинство — около трёх четвертей — довольно быстро вставали и шли сообщить о дыме.

Когда рядом сидели двое подсадных, которые спокойно продолжали заполнять анкеты, сообщили о дыме только около 10% участников. Остальные сидели, тёрли глаза, отмахивались от дыма — и продолжали писать.

Потом они объясняли: наверное, это пар. Наверное, кондиционер. Наверное, ничего опасного — иначе другие бы отреагировали. Каждый смотрел на остальных, чтобы понять, есть ли опасность. И видел спокойные лица — которые тоже смотрели на остальных.

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.