

Методы
психологии



Н. А. Алмаев

Применение
контент-анализа
в исследованиях
личности



Институт психологии
Российской академии наук

Методы психологии

Николай Алмаев

**Применение контент-анализа
в исследованиях личности**

«Когито-Центр»

2012

Алмаев Н. А.

Применение контент-анализа в исследованиях личности /
Н. А. Алмаев — «Когито-Центр», 2012 — (Методы психологии)

Автор ставит перед собой три задачи. Во-первых, подробно ознакомить психологов с контент-аналитическими системами Мюррея, Макклелланда, Готтшалка. Во-вторых, детально проанализировать методические вопросы применения контент-анализа в психологическом исследовании, в частности, отношения между контент-аналитическими и опросниковыми методиками, применения статистических методов, ограничения корреляционного подхода и дополнения к нему в виде качественно ориентированного data-mining'a. В-третьих, представить проект изучения мотивации к труду.

Содержание

Предисловие	6
Введение	7
Часть первая	10
1	10
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Н. А. Алмаев
Применение контент-анализа
в исследованиях личности

© ФГБУН Институт психологии РАН, 2012

* * *

Предисловие

Данная работа посвящена применению контент-анализа в психологических исследованиях личности. Контент-анализ в смежных дисциплинах – социологии, политологии – не рассматривается. Автор ставит перед собой три задачи. Во-первых, подробно ознакомить психологов с «классикой жанра» – контент-аналитическими системами Мюррея, Макклелланда, Готтшалка. Во-вторых, детально проанализировать методические вопросы применения контент-анализа в психологическом исследовании, в частности, отношения между контент-аналитическими и опросниковыми методиками, применения статистических методов, ограничения корреляционного подхода и дополнения к нему в виде качественно ориентированного data-mining'a. В-третьих, представить проект изучения мотивации к труду. Хотя сам проект реализуется на студенческой выборке и пока не завершен, отдельные его компоненты – новая версия опросника Ричи и Мартина, проверенная на отечественной выборке, с выделением глубинных факторов мотивации, а также проективный Тест социальной мотивации, разработанный автором совместно с О. В. Мурашевой, могут представлять самостоятельный интерес для научных работников и практиков.

Введение

Контент-анализ является основным методом социологии и политологии. Эти отрасли знания оказывают влияние на психологию, из них она часто заимствует (что не всегда заметно) установки и приоритеты. В рамках психологии контент-анализ имеет свою историю и традиции. Основной задачей данной книги является рассмотрение контент-анализа именно в контексте психологического исследования. Необходимо раскрыть, при каких условиях данный метод в наибольшей мере учитывает специфику психологического исследования, обеспечивает максимальную надежность и валидность результатов, а не служит каким-либо иным, посторонним для психологии задачам.

Читатель, знакомый с контент-анализом по другим областям знания, вполне вероятно, может быть удивлен расстановкой некоторых акцентов и приоритетов. В свою очередь, психолога, полагающего, что шкалы контент-анализа суть просто аналог шкал опросникового теста и обращаться с ними следует примерно таким же образом, ждет немало нового, начиная с организации исследования и заканчивая методами статистической обработки результатов.

Прежде всего, следует определить, что называется контент-анализом, какого типа исследования относятся к нему.

Контент-анализ – это анализ текста, основанный на выделении категорий содержания и последующем подсчете представленности данных категорий в тексте.

В силу сказанного далеко не всякое изучение текста есть контент-анализ. Если категории эксплицитно не выделяются, если не формулируются кодировочные инструкции, т. е. принципы, согласно которым какие-либо фрагменты текста могут быть отнесены к тем или иным категориям содержания, то нет и контент-анализа. Это относится как к традиционным герменевтическим исследованиям в области философии, так и к получающим все большее распространение компьютерным программам, претендующим на выделение смысла текста. Такие программы генетически восходят к задачам автоматического реферирования, основной принцип которого сводится к выделению наиболее частотных слов, а затем отбору тех предложений реферируемого текста, в которых эти наиболее частотные слова встречаются совместно. В первых нет количественного подсчета, а во-вторых нет заранее выделенных категорий.

Таким образом, два условия являются критичными для отнесения какого-либо исследования к контент-анализу: 1) выделение наперед заданных категорий содержания с кодировочными инструкциями и 2) количественный анализ единиц содержания, относящихся к данным категориям.

Количественный анализ обеспечивает возможность проверки статистических гипотез, что является необходимым условием научности в современной психологии.

Разумеется, сама по себе возможность статистической проверки гипотез не обеспечивает валидности исследования. Если категории выделены случайно, неадекватны специфике материала, то различий между группами или не окажется вовсе, или они не дадут новой полезной информации об объекте.

Каким же образом выделяются контент-аналитические категории, откуда они вообще берутся, можно ли пользоваться ими так же, как в психологии пользуются опросниковыми тестами?

В отличие от опросников специфика контент-анализа состоит в использовании свободной речи, «наиболее универсальной формы человеческого творчества» (К. Ясперс).

Содержание речи чрезвычайно изменчиво и детерминировано множеством внешних и внутренних факторов, по существу, ее разнообразие отражает разнообразие жизни человека и соответствует ему. В отличие от опросникового теста, в котором человеку предлагаются более или менее соответствующие его представлениям о себе утверждения, из которых следует

выбрать наиболее соответствующие, в свободной речи человек сам подбирает слова, которые должны обеспечить наибольшее соответствие тому, что он переживает. Свободная речь более валидна для анализа, чем ответы на тест, но в меньшей степени связана с теоретическими представлениями психологов.

Принимая во внимание отмеченную выше чрезвычайную изменчивость речи, первым, главнейшим и необходимым условием является единообразие инструкции, с которой получен речевой материал. Бессмысленно сравнивать личные дневники и тексты должностных поручений. Инструкции могут быть даны имплицитно, через определенные жанровые стандарты и ожидания, характерные, например, для письма другу, записки, оставленной перед суицидом и т. п. Однако в любом случае важно, чтобы сопоставлялся однородный материал, полученный по одной и той же инструкции.

Следующим важным условием является наличие независимой переменной, влияющей на речевую продукцию. Уровни независимой переменной могут соответствовать различным состояниям одних и тех же субъектов (например, пищевая депривация в опытах Аткинсона и Макклелланда, 1948) или различным группам субъектов, между которыми производится сравнение (например, слепые и зрячие в нашем исследовании с А. Б. Дорodneвым, 2009).

Если независимая переменная имеется, то содержание речи выступает зависимой переменной, и тогда задачей исследования является нахождение различий в речевой продукции, соответствующей уровням независимой переменной.

Определенную помощь при выделении категорий может оказать частотный анализ слов, однако слишком на него уповать не стоит. Значимые слова в любом случае окажутся не самыми частотными (к последним в любом тексте относятся предлоги), да и категории, служащие для фиксации различий в речевой продукции, как правило, много крупнее отдельных слов.

На выделение категорий неизбежно влияют задачи исследования, мы определяем в текстах не только то, чем они отличаются друг от друга, но и то, что нам требуется найти, т. е. в большей или меньшей степени этот этап работы зависит от общей постановки исследовательской задачи, от сложившейся практики, в которую включено данное исследование, от распространенных в данной области психологии объяснительных схем и т. п. Например, если задачей является изучение влияния травмы на личность человека, то и в рассказах, прежде всего, выделяется повествования о травмах. Если ТАТ формировался в общем и целом в рамках психоаналитического подхода¹, направленного на поиск конфликтов в прошлом, то и для провоцирования рассказов использовались картинки, способствующие обращению к прошлому, а не к настоящему и будущему.

Таким образом, полноформатное психологическое исследование с применением контент-анализа предполагает выделение в речи таких категорий содержания, наличие которых позволяет различать группы субъектов, подлежащих сравнению, например, слепые и зрячие, мужчины и женщины, подводники, разное время находящиеся в состоянии пищевой депривации и т. п. Затем гипотеза о различиях между данными субъектами проверяется с помощью подсчета встречаемости данных категорий в соответствующих текстах (методы подсчета могут быть различны, см. ниже).

Получается, что при таком подходе категории всякий раз должны выделяться заново, а использование категорий, выделенных ранее в других исследованиях, весьма проблематично. Действительно, откуда мы знаем, что речевая активность каких-либо двух групп измеряется именно по тем же самым параметрам, что и речевая активность каких-то других групп? В начале исследования следует взять относительно небольшую, но все же репрезентативную выборку порядка 40–50 текстов и попытаться выделить основные темы в виде контент-катего-

¹ Морган и Мюррей в большей степени сочувствовали Юнгу, нежели Фрейдю.

рий и кодировочных инструкций. Затем на их основе разметить базовый корпус текстов экспериментальной и контрольной групп и тем или иным способом осуществить проверку статистической гипотезы в отношении каждой из категорий.

Если категории выделялись не в результате предварительного анализа текста, а по каким-то иным соображениям, существует риск искать, по пословице, не там, где потеряли, а там, где светлее.

Такой подход, отчасти напоминает рефакторизацию опросникового теста на новой выборке и оперирование в дальнейшем новыми шкалами как более адекватными для этой выборки, чем исходные.

Вместе с тем совершенно нереально разрабатывать новый тест для каждого нового человека. Поэтому для анализа отдельных случаев, т. е. почти всего, что обобщенно называется «психологической практикой», на основе проведенных исследований вырабатывается некоторое количество контент-аналитических категорий, которые помогают соотносить тексты в некой единой системе координат.

Первой, быть может, несколько умозрительной, но и наиболее значительной попыткой создать такую единую систему координат был проект «персонологии», реализованный группой под руководством Г. Мюррея в Гарварде в середине 1930-х годов. Его и следует рассмотреть в первую очередь, поскольку другие попытки такого рода находятся в более или менее выраженной генетической связи с ним.

Рассмотрение различных контент-аналитических систем вовсе не означает, что именно этими категориями и следует пользоваться. Скорее, наоборот, опыт прошлых разработок должен вдохновлять авторов на создание новых систем, наиболее адекватных той реальности, с которой они имеют дело.

Часть первая

Наиболее известные контент-аналитические системы

1

Программа персонологии Г. Мюррея

Современная практика применения контент-анализа в психологических целях в значительной степени связана с тем подходом к исследованию личности, который был реализован в середине 1930-х годов группой под руководством Г. Мюррея.

Для того чтобы понять ограничения контент-анализа применительно к целям психодиагностики, а также сформулировать новые усовершенствованные подходы к разработке и применению проективных диагностических методик, нам необходимо проанализировать проект персонологии, как он мыслился Г. Мюрреем.

Группа Мюррея известна по диагностической методике ТАТ, однако эта же группа реализовала гораздо более масштабный проект, оказавший значительное, а в области психологического контент-анализа исключительное влияние на последующие работы. Малоизвестным для отечественного психолога является тот факт, что в группе Мюррея был разработан также и опросник из 600 пунктов, призванный измерять 20 манифестных потребностей. Это было сделано в середине 1930-х годов, до ММПИ, до теста Кеттелла! В коллектив этой группы входил, например, С. Розенцвейг, и первый вариант теста фрустрации, ставшего известным позже, также был разработан в рамках этого проекта.

Подход, а также теоретические и практические результаты работы группы Мюррея с большой обстоятельностью изложены в более чем 700-страничной коллективной монографии «Explorations in Personality» (1938). К сожалению, эта работа не переведена на русский язык, а ее изложения в книгах Е. Т. Соколовой (1981), Д. А. Леонтьева (1998), С. Мадди (2002) и Д. Макклелланда (2007) слишком кратки.

Мюррей отмечал, что на формирование концептов их коллективного труда оказали влияние теории Фрейда, Макдугалла, Юнга, Ранка, Адлера, Левина и др. «Хотя психоаналитики и выделяют всего лишь два основных инстинкта, фактически они оперируют множеством движущих сил, которые тоже можно назвать инстинктивными – такими как пассивность, тревога и избегание, мазохизм, вуайеризм и др. Фрейдисты избегают их точного определения, что, может быть, и оправданно в самом начальном периоде становления науки, однако теперь пришла пора для более упорядоченного подхода. Помимо переменных, которые можно обозначить как движущие силы, они выделяли еще ряд других, которые могут быть описаны как измерения, функций, векторы, модусы или черты личности» (Murray, 1938 p. 24–25). Здесь они в основном ориентировались на работы Юнга, Штерна и Олпорта, а также других психологов, пробовавших себя в характерологическом описании.

Мюррей упоминает, что разработчики опирались на принципы условного рефлекса Павлова, работы гештальтистов и такие психоаналитические понятия, как «фиксация, замена, компенсация, сублимация и регрессия». Таким образом, распространенная трактовка Мюррея и Морган как фрейдистов не вполне корректна. Персонология – это самостоятельный, эклектический в хорошем смысле слова проект, берущий «все, что работает», из разных источников и видящий свою задачу в отличие от предшественников не столько в построении некой теории или «метатеории», сколько в создании средств для тщательного описания и фиксации феноменов независимо от их последующей интерпретации.

Сами они психоанализа не проходили, за исключением нескольких обучающих и терапевтических встреч с К. Г. Юнгом. Общий же психоаналитический уклон был обусловлен популярностью теории Фрейда в те годы и, соответственно, количественным составом исследовательской группы, большинство участников которой были либо обучающимися, либо практикующими психоаналитиками.

1.1. Основные положения персонологии. Понятия потребности (нужды), пресса, темы и темокомплекса

Стимульные ситуации Мюррей предлагает классифицировать по эффекту (облегчающему или препятствующему), который они могут иметь на организм. Такая тенденция или возможность в среде названа «давлением», «прессом» (Murray, 1938, p. 40, 115).

Поведенческий тренд можно приписать некой гипотетической силе внутри организма. Хотя часто организм ищет определенный пресс, более часто пресс сам находит его и провоцирует потребность. Таким образом, простейшая формула для сложного поведения – это конкретная комбинация пресса (*p*) и нужды (*n*). Такая комбинация может быть названа темой. Тема определена как динамическая структура простого эпизода – отдельное взаимодействие организма со средой (Murray, 1938, p. 42).

Соответственно, первая задача персонологии – каталогизировать потребности с тем, чтобы найти те из них, которые будут проявляться в поведении наиболее часто и наиболее сильно. Надо заметить, что сам Мюррей вполне осознавал недостаточность подобного подхода. Выделить отдельные части – отнюдь не значит понять, по каким принципам они образуют целое. Однако он считал аналитический этап необходимым для всякой науки и полагал, что в любом случае этот этап должен быть реализован в «персонологии».

Мюррей следующим образом каталогизирует формы, в которых может проявляться активность, вызванная потребностями (Murray, 1938, p. 149–150).

a. Мотоны (Motones)

i. Система внешнего реагирования (Exterofactive system). Потребности могут быть удовлетворены внешними физическими действиями: едой, отталкиванием, обниманием, удержанием и т. д. При этом они могут относиться к различным психосексуальным зонам (по Фрейду).

Психосексуальные зоны (Erogenous Zones) (по Фрейду). Например, оральное Получение помощи (suscogance) – сосание, оральная Агрессия – кусание, оральное Отвержение – плевание и др. Анальное Удержание – запор, анальная Агрессия – загрязнение. Генитальное Унижение (мазохизм), генитальная Агрессия (садизм).

ii. Система внутреннего реагирования (Enterofactive system). Потребности могут выражаться в виде наблюдаемых анатомических изменений и экспрессивных движений: страх, гнев, стыд, любовь и т. д.

b. Вербоны (Verbones). Потребности могут быть удовлетворены вербально: призыванием, убеждением, хвастовством, осуждением, допросом и т. д.

c. Идеи (Ideological). Потребности могут быть направлены не столько на людей, сколько на идеи. *n ideo Dom* – навязывать мнение другим, *n ideo Rej* – игнорировать идеи других, *n ideo Aff* – гармонизировать мнения.

d. Интровертированная реализация (Intravertive). Как таковые потребности рассматриваются направленными вовне, но они могут быть также направленными внутрь. Тогда мы имеем дело с интровертированными потребностями. Так *extrAggression* будет выражаться в критике или нанесении повреждений другим, в то время как *intrAggression* – в критике или повреждении самого себя (самообесценивание, суицид).

е. Латентная потребность субъективирована или полусубъективирована (Latent Subjectified and Semi-objectified) – это заторможенные желания, фантазии, сны, игра, произведения искусства и религиозные ритуалы.

ф. Фокус (Focus). Потребность может манифестироваться лишь в отношении какого-то одного или очень специфичного вида объектов. Если фокус не явен, то предполагается, что потребность диффузная.

г. Эгоцентрическая или социцентрическая направленность (Egocentric or Sociocentric). Потребность может быть чисто личной (нарциссической) или возникает благодаря социальному давлению. Например, n socio Agg (сражаться в составе армии) или n socio Dom командовать, в интересах группы.

h. Инфравертивная и суправертивная направленность (Infravertive and Supravertive). Потребность может направляться на вышестоящие в социальной иерархии объекты или на нижестоящие. Например, infrAffiliation – заводить друзей среди подчиненных, supraAggression – нападать на авторитет, infraDef-erence – превозносить детей.

Разбор проявлений потребности на примере «Избегания ущерба»

Каждая потребность была разобрана по следующей схеме, которую можно рассмотреть на примере «Избегания ущерба».

1. *Название полное и сокращенное.* n Избегание ущерба (Harm-avoidance – n Harm).

2. *Желания и эффекты:* Избегать боли, физических повреждений болезни и смерти. Избегать опасных ситуаций. Предпринимать меры предосторожности.

3. *Чувства и эмоции:* Страх, тревога, предвосхищение. Испуг, ужас.

4. *Выражение эмоции:* Дрожь, потение, побледнение, прерывистость речи, несвязность речи.

5. *Названия черт и установок*

(а) предвосхищение, боязливый, тревожный, робкий, испуганный, паникующий, малодушный;

(б) осторожный, колеблющийся, настороженный, предусмотрительный, бдительный.

Пресс негативный: р Опасность: Физическая опасность, Инфекция; р Отсутствие поддержки.

Позитивный: р Бегство; р Оказание помощи.

Виды страха

(а) естественные угрозы: молнии, землетрясения, вулканы, штормы, наводнения, торнадо, пожары;

(б) животные: дикие животные, быки, сторожевые собаки, змеи, крысы и т. п.;

(с) несчастные случаи: в результате передвижения по железной дороге, на автомобиле, на самолете, а также падение с высоты, с лошади, утопление;

(d) брутальность: грубые игры, бокс, борьба, гангстеры, грабители, враги;

(е) физическое наказание: битье розгами, бичевание, мучительство, уродование;

(f) [симптомы] инфекции: общие: повышение температуры или специфические: гонорея, сифилис.

Инструменты действия: спасательная шлюпка, спасательный жилет, огнетушитель, пожарный выход, парашют, оружие защиты, медикаменты, противоядия, дезинфекция и т. п.

Действия

Общие: Избегать опасности. Быть осторожным и выжидающим в момент совершения действия, застревать в сомнениях, колебаться, отказываться или устраняться от рискованных ситуаций.

Бегство: Отступать, отстраняться, «давать задний ход» или убегать от опасности.

Мимикрия: Прятаться от врага. Замереть, не производить шума, чтобы невозможно было заметить. Реакция иммобилизации (притвориться мертвым).

Предотвращение: Эта форма может соединяться с Интровертированным Избеганием опасности (боязнь внутренней болезни). Избегать инфекции. Избегать контакта с зараженными объектами. Предпринимать меры для предотвращения заболеваний. Носить прорезиненную одежду или толстые пальто, воздерживаться от алкоголя и определенных видов пищи, прививаться. Принимать профилактические препараты.

ideo Избегание опасности: Боязнь и избегание возмутительных идей и доктрин. Опасаться высказывать убеждения по причине того, что их могут не одобрить или что предлагающий останется без убедительной поддержки.

Соединяется с: n Защита (защищать себя от нападения), n Избегание унижения (избегать как повреждения, так и унижения), n Избегание обвинения (тормозить асоциальные тенденции, чтобы избежать физического наказания), n Уединение (уединяться, чтобы избежать ущерба).

Потребности, которые могут быть служебными для Избегания ущерба: n Просить помощь (SOS, обращаться к врачу), n Стяжание (приобрести оружие для защиты), n Строительство (построить убежище), n Унижение (сдаваться, чтобы избежать дальнейшего повреждения), n Почтение (следовать руководству, чтобы избежать опасности), n Аффiliation (заручиться поддержкой друга перед лицом опасности), n Агрессия (убить врага).

Потребности, для которых избегание вреда может быть служебным: n Достижения (быть в безопасности, чтобы что-то совершить), n Оказание помощи (быть в безопасности, чтобы ухаживать за ребенком), n Эксгибиционизм (быть в безопасности, чтобы хорошо выглядеть).

Конфликтует с: n Достижение, n Противодействие, n Отвержение, n Доминирование, n Агрессия, n Защита, n Аффiliation, n Оказание помощи.

Интра Избегание вреда: (а) Избегание и страх болезни и смерти. Ипохондрия. Телесные фобии: страх заболеваний сердца, рака, проблем с животом и т. п. Внимательное соблюдение диет. Избыточный сон и отдых. Боязнь неконтролируемых асоциальных импульсов. Боязнь ментальной спутанности и хаоса. Боязнь сумасшествия.

*Субъективизации и полусубъективизации*²: Ночные кошмары. Иллюзорные страхи. Вера в ад и дьявола.

Патология: Бессознательные страхи: Автономные неврозы: тахикардия, гепертерозидизм, астма, язва желудка, колиты и т. п. Свободная (флотирующая) тревога. Страх открытых или закрытых пространств. Специфические фобии.

К описаниям некоторых потребностей добавлялись еще и социальные институты, через которые они легально реализуются. Например, органы власти – для доминирования, армия и полиция – для агрессии, галереи и музеи – для потребности чувствовать (n Sentience) и т. п.

1.2. Каталог потребностей

Всего группой Мюррея были выделены следующие основные и латентные потребности (ограничиваемся приведением только первых пунктов – «желания и действия»). Сокращенные обозначения очень важны для контент-анализа. Они ставятся в тексте после фрагмента, выражающего соответствующее содержание, а затем анализируются тем или иным способом.

² Процессы в воображении, мотивируемые в большей степени внутренними условиями организма, чем средой.

1. n Aba = n Унижение (Abasement). Пассивно подчиняться внешней силе. Принимать обвинения, критику, наказание. Сдаваться.

Покоряться судьбе. Подчеркивать униженность, ошибки, неправильные действия или поражения. Исповедоваться и искупать вину. Обвинять, преуменьшать или повреждать себя. Искать и наслаждаться болью, болезнью и несчастьем. Хотя потребность Унижения, возможно, – почти всегда субпотребность, но ввиду ее важного значения получила статус отдельной потребности

2. n Ach = n Достижение (Achievement). Выполнить нечто сложное. Овладеть, манипулировать и организовывать физические объекты, людей или идеи. Делать это настолько быстро и независимо, насколько возможно. Преодолевать препятствия и придерживаться высоких стандартов. Превосходить самого себя. Соперничать и побеждать других. Повышать самооценку, успешно реализуя талант.

3. n Aff = n Аффилиация (Affiliation – Affiliative attitude). Становиться ближе к дружественному объекту, с удовольствием кооперироваться или взаимодействовать с ним. Объект, который напоминает субъекта или который нравится субъекту. Порадовать и вызвать аффектацию катектированного объекта. Быть и оставаться верным другу.

4. n Agg = n Агрессия (Aggression – Aggressive attitude). С силой преодолевать сопротивление. Бороться. Причинять повреждения. Нападать, ранить, убивать. Сопrotивляться силой или наказывать объект.

Вербальная: Преуменьшать, осуждать, ругать или злобно высмеивать объект. Обесценивать и злословить. Искомый результат этих действий болезненное унижение объекта.

5. n Auto = n Автономия (Autonomy – Autonomous attitude).

Освободиться. Сбросить ограничения. Вырваться из огады. Сопrotивляться принуждению и ограничению. Избегать или прекращать активность, предписанную доминирующими авторитетами. Быть независимым и свободным. Действовать в соответствии с импульсом желания. Быть несвязанным, необусловленным, безответственным. Бросать вызов соглашениям общепринятым.

6. n Cnt = n Противодействие – контратака, отмщение (Counteraction – Counteractive attitude). Справиться с неудачей, начав действие снова. Устранить унижение, возобновив действие. Преодолеть слабость, подавить страх. Смыть позор действием. Искать препятствия и трудности, чтобы преодолевать их. Поддерживать самоуважение и гордость на высоком уровне.

Впоследствии данный мотив стал рассматриваться как составная часть мотива достижения или как мотив достижения на службе у мотива ненасильственности. Тем не менее Мюррей считает именно этот поведенческий паттерн весьма важным.

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.