

Список использованных источников

1. Лауткина, С. В. Структурно-содержательные, функциональные и операциональные характеристики языковой культуры: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / С. В. Лауткина. – Минск, 2011. – 121 с.
2. Слостенин, В. А. Педагогика: инновационная деятельность / В. А. Слостенин, Л. С. Подымова. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1997. – 235 с.
3. Чигарькова, С. В. Культурный интеллект как социально-психологический феномен: обзор концепции / С. В. Чигарькова, Г. У. Солдатова // Национальный психологический журнал. – 2018. – № 4(32). – С. 27–38.
4. Шамионов, Р. М. Адаптационная готовность выпускников школы и первокурсников вуза во взаимосвязи с социально-психологическими факторами / Р. М. Шамионов // Психология обучения. – 2014. – № 11. – С. 116–123.
5. Kroeber, A. L. Culture: A critical review of concepts and definitions / A. L. Kroeber, C. Kluckholm // Cambridge: MA: Peabody Museum. – 1952. – Vol. 47, № 1. – P. 128–138.

(Дата подачи: 28.02.2023 г.)

И. В. Ткачёв

Белорусский государственный университет, Минск

I. Tkachov

Belarusian State University, Minsk

УДК 316.6

ПОЛОВОЗРАСТНЫЕ РАЗЛИЧИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ И МОТИВОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СТУДЕНТАМИ

AGE AND SEX DIFFERENCES IN STUDENTS' COMMUNICATION COMPETENCY AND MOTIVES FOR USING ELECTRONIC SOCIAL NETWORKS

Представлены результаты исследования половозрастных различий коммуникативной компетентности и мотивов использования электронных социальных сетей белорусскими студентами. Выявлено, что для мужчин характерны более высокие средние значения переменных «Управление эмоциями» и «Понимание эмоций». В женской выборке «Стремление к принятию» и «Страх отвержения» выражены сильнее. У студентов младших курсов «Стремление к принятию» выражено сильнее, чем у старших. В женской выборке все мотивы, кроме мотива «Академические цели», выражены сильнее, чем в мужской. У студентов младших курсов средние значения мотивов «Новые дружеские отношения», «Социальная связность», «Самовыражение» выше, чем у старших.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность; мотивы использования электронных социальных сетей; социальные медиа; студенты; половые различия; возрастные различия.

The article presents the results of the study of sex and age differences in communication competency and motives for the use of electronic social networks by Belarusian students. It was revealed that the male sample is characterized by higher mean values of the variables «Managing emotions» and «Understanding emotions». In the female sample, «Affiliative tendency» and «Sensitivity to rejection» are stronger. In the younger students, the «Affiliative Tendency» is more pronounced than in the older students. In the female sample, all motives except the «Academic purposes» motive are stronger than in the male sample. Younger students have higher mean values of the motives «New friendships», «Social connectedness», and «Self-expression» than older students.

Keywords: communication competency; motives for using electronic social networks; social media; students; sex differences; age differences.

Студенчество – важный этап профессионального самоопределения и перехода молодых людей к самостоятельной жизни. В этом контексте приобретает актуальность проблема коммуникативной компетентности студентов, способствующей эффективности коммуникативного поведения. От успешности в области межличностного взаимодействия зависит не только трудоустройство будущего молодого специалиста, но и эффективность его социальной адаптации в целом. Коммуникативная компетентность – это интегративное психологическое образование, включающее способности, обеспечивающие познание социальных явлений, понимание эмоций и управление ими, а также мотивацию общения с другими людьми и коммуникативное поведение, способствующее достижению поставленных субъектом коммуникативных целей [1, с. 91]. Данный конструкт включает в себя социальный, эмоциональный интеллект и мотив аффилиации, образующие когнитивный, эмоциональный, поведенческий и мотивационный компоненты данного феномена.

Другим средством социальной адаптации могут служить такие интернет-сервисы, как электронные социальные сети (далее – ЭСС). Под ЭСС понимают сетевую коммуникационную платформу, в которой участники: 1) имеют уникальные идентифицируемые профили, состоящие из контента, производимого самим пользователем, контента, предоставляемого другими пользователями, и (или) данных системного уровня; 2) имеют возможность публично формировать связи, которые могут просматривать и исследовать другие пользователи; 3) могут потреблять, производить и (или) взаимодействовать с потоками пользовательского контента, предоставленного их контактами на сайте [2, с. 158].

В рамках виртуального пространства ЭСС можно удовлетворять широкий спектр потребностей: получать необходимую информацию, устанавли-

ливать и поддерживать социальные связи, решать академические вопросы и др. Все это может способствовать интеграции студентов в новую социальную среду и удовлетворению тех социальных потребностей, которые по каким-то причинам не могут быть полностью реализованы в реальной жизни. В этом контексте представляет интерес изучение мотивов использования ЭСС студентами. Под мотивом понимается психологическое образование, побуждающее к сознательным действиям и поступкам и служащее для них основанием (обоснованием) [3, с. 344].

В русскоязычном научно-психологическом пространстве слабо раскрыта проблема половых и возрастных различий коммуникативной компетентности и мотивов использования ЭСС студентами. Этим продиктована цель настоящего исследования – выявить половозрастные различия коммуникативной компетентности и мотивов использования ЭСС белорусскими студентами. Изучение данного вопроса осложняется многообразием трактовок коммуникативной компетентности и используемого исследователями диагностического инструментария. Применение различных методик измерения коммуникативной компетентности затрудняет сопоставление и анализ результатов предыдущих работ по данной проблематике. То же самое можно сказать и про мотивы использования ЭСС, поскольку до недавнего времени на русскоязычном научно-психологическом пространстве отсутствовала надежная и валидная методика измерения данного феномена.

Однако отметим, что в исследовании, проведенном на канадской выборке, было обнаружено, что у студентов женского пола в большей степени выражено опасение общения, а студенты мужского пола имеют более высокие показатели по самовоспринимаемой компетентности [4]. Говоря о мотивах использования ЭСС, зарубежные исследования указывают на то, что мужчинам свойственно чаще использовать данные сервисы для установления новых контактов, а женщинам – для поддержания существующих связей [5; 6].

Коммуникативная компетентность измерялась с помощью следующих методик [1]:

1. Опросник социального интеллекта «Тромсё», адаптированный А. Д. Наследовым и А. Н. Шамаевым [7].

2. Опросник эмоционального интеллекта «ЭмИн», разработанный Д. В. Люсиным [8].

3. Опросник аффилиативной тенденции и чувствительности к отвержению, адаптированный М. Ш. Магомед-Эминовым [9].

Для диагностики мотивов использования ЭСС применялся:

4. Опросник «Мотивы использования электронных социальных сетей», адаптированный И. В. Ткачёвым и Г. А. Фофановой [10].

К когнитивному компоненту коммуникативной компетентности относятся следующие переменные, измеряемые опросником социального интеллекта:

- «Обработка социальной информации» – способность понимать поведение и предсказывать реакции других людей.
- «Социальное осознание» – способность понимать социальные контексты и ситуации.

В эмоциональный компонент коммуникативной компетентности входит следующий конструкт, измеряемый опросником эмоционального интеллекта:

- «Понимание эмоций» – способность понимать и идентифицировать свои и чужие эмоции, указывающая на погруженность субъекта в эмоциональную сферу.

В качестве поведенческого компонента коммуникативной компетентности рассматриваются следующие переменные, измеряемые опросниками социального и эмоционального интеллекта:

- «Социальные навыки» – способность вступать в новые социальные ситуации, социальная гибкость и адаптивность.
- «Управление эмоциями» – способность к управлению своими и чужими эмоциями, отражающая навыки саморегуляции и воздействия на собеседника.

Мотивационный компонент коммуникативной компетентности отражают следующие переменные, измеряемые опросником на мотив аффилиации:

- «Стремление к принятию» («Аффилиативная тенденция») – позитивные ожидания от результатов коммуникации, ориентация на общение, установление социальных связей.
- «Страх отвержения» («Чувствительность к отвержению») – негативные ожидания от результатов коммуникации, социальная тревожность, ориентация на избегание социальных контактов.

Опросник мотивов использования ЭСС позволяет измерить восемь переменных, соответствующих следующим мотивам: «Новые дружеские отношения», «Академические цели», «Социальная связность», «Фоллоving и наблюдение за другими», «Развлечения», «Социальное признание», «Самовыражение» и «Информация». В инструкции к опроснику сообщалось, что понимается под ЭСС, приводились примеры данных виртуальных платформ (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok). Отметим, что мессенджеры не позволяют публично формировать свои связи, в них также отсутствует «лента» контента, характерная для ЭСС, поэтому данные платформы не подлежали анализу в настоящем исследовании, что указывалось в инструкции. Сообщалось, что утверждения опросника не относятся к узкоспециализированным ЭСС (например, LinkedIn). Такое решение было принято с целью сужения круга рассматриваемых медиа и ориентации на наиболее популярные сервисы, нацеленные на широкую аудиторию.

В исследовании приняли участие 488 студентов, обучающихся в четырех УВО Беларуси. Из них 249 (51,02 %) мужчин; 258 (52,87 %) студентов, обучающихся на социально-гуманитарных специальностях,

и 230 (47,13 %) – на специальностях математико-технического и естественно-научного профилей; возрастной диапазон – 17–25 ($M = 19,03 \pm 1,37$) лет; первокурсников – 103 (21,11 %), второкурсников – 106 (21,72 %), третьекурсников – 115 (23,56 %), четверокурсников – 164 (33,61 %).

Статистическая обработка данных проводилась при помощи SPSS Statistic 26. Согласно результатам ряда исследований, *t*-тест показывает хорошую надежность даже на данных, не имеющих нормального распределения [11], поэтому для сравнения средних значений использовался *t*-критерий Стьюдента для независимых выборок (*t*) и тест на равенство дисперсий Ливиния (*F*). В случаях, когда равенство дисперсий не предполагалось, учитывались результаты *t*-критерия Уэлча. Также высчитывался размер эффекта по формуле Коэна (*d*).

В таблице 1 представлены средние значения и стандартные отклонения показателей коммуникативной компетентности для мужчин и женщин, а также для выборок, состоящих из студентов 17–19 лет ($M = 18,08 \pm 0,77$; $n = 288$) и 20–25 лет ($M = 20,38 \pm 0,75$; $n = 200$).

Таблица 1

**Средние и стандартные отклонения
по показателям коммуникативной компетентности**

Шкалы		ОСИ	СО	ПЭ	УЭ	СН	СтП	СтО
Мужчины	M	33,61	30,30	42,24	45,61	31,41	113,18	116,98
	SD	6,96	7,09	8,82	9,11	9,25	23,84	24,95
Женщины	M	32,93	30,25	40,45	41,53	30,52	118,06	127,02
	SD	6,25	6,82	8,19	8,06	8,78	24,88	25,95
17–19 лет	M	33,08	30,02	40,84	43,48	30,48	118,12	123,65
	SD	6,67	6,52	8,52	8,99	8,78	25,11	25,17
20–25 лет	M	33,57	30,65	42,12	43,80	31,69	111,89	119,36
	SD	6,56	7,54	8,57	8,65	9,33	23,04	26,80

Примечание. M – среднее; SD – стандартное отклонение; ОСИ – обработка социальной информации; СО – социальное осознание; ПЭ – понимание эмоций; УЭ – управление эмоциями; СН – социальные навыки; СтП – стремление к принятию; СтО – страх отвержения.

В результате применения *t*-теста были выявлены статистически значимые различия в средних значениях в зависимости от пола. Показатели по шкалам «Управление эмоциями» ($F = 2,4$, $p = 0,120$; $t = 5,23$, $p \leq 0,001$; $d = 0,47$) и «Понимание эмоций» ($F = 2,42$, $p = 0,121$; $t = 2,32$, $p = 0,020$; $d = 0,21$) статистически значимо выше в мужской выборке, чем в женской. Это согласуется с данными, предоставленными Д. В. Люсиным, который утверждает, что такой результат можно объяснить тем, что мужчины могут проявлять большую самоуверенность при оценке своих качеств в области понимания и управления эмо-

циями. При этом наибольшие различия наблюдаются по шкале «Управление эмоциями», что также соответствует гендерным установкам о том, что мужчины должны быть более сдержанными и уметь контролировать эмоции [8].

Также выявлено, что показатели по шкалам «Стремление к принятию» ($F = 0,004$, $p = 0,947$; $t = -2,21$, $p = 0,028$; $d = 0,20$) и «Страх отвержения» ($F = 1,04$, $p = 0,307$; $t = -4,36$, $p \leq 0,001$; $d = 0,39$) выше в женской выборке. Эти данные согласуются с результатами метаанализа, проведенного А. Дрешер и О. С. Шульцхайсом, которые обнаружили, что мотив аффилиации у женщин выражен сильнее, чем у мужчин [12]. Авторы объяснили это с точки зрения гендерных ролей, в соответствии с которыми в результате особенностей воспитания девочек женщинам проще проявлять аффилиативные потребности, чем мужчинам.

Более сильные различия были выявлены по переменной «Страх отвержения», которая концептуально связана с тревожностью и нейротизмом. Исследования указывают на то, что для женщин данные качества характерны в большей степени, чем для мужчин [13], что проявляется и в области межличностного взаимодействия. В совокупности с более высокими показателями аффилиативной тенденции можно предположить, что данные результаты также связаны с высокой культурно обусловленной ориентацией женщин на других людей по сравнению с мужчинами, что проявляется в более высокой межличностной чувствительности женщин в принципе [14].

На рисунке 1 представлен график со статистически значимыми различиями показателей компетентности в зависимости от пола. Отметим, что для визуализации различий данные по компетентности подверглись z -преобразованию.

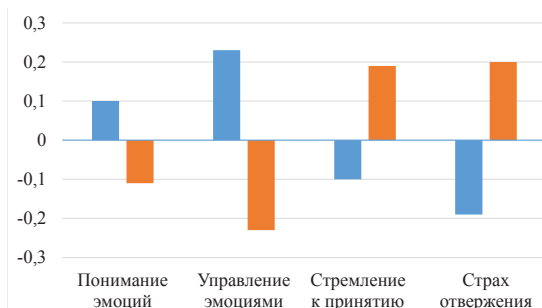


Рис. 1. Различия показателей коммуникативной компетентности в зависимости от пола

В результате сравнения разновозрастных выборок было выявлено, что среднее значение по шкале «Стремление к принятию» статистически значимо выше у более младших студентов ($F = 0,75$, $p = 0,386$; $t = 2,79$, $p = 0,006$;

$d = 0,26$). Это согласуется с данными, согласно которым аффилиативной тенденции свойственно уменьшаться с возрастом [15]. График различий данной переменной представлен на рисунке 2.

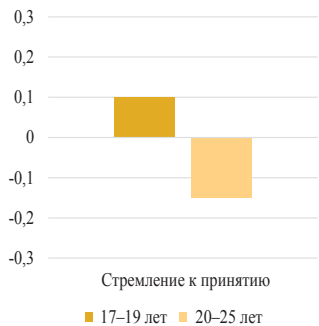


Рис. 2. Различия переменной «Стремление к принятию» в зависимости от возраста

Средние значения и стандартные отклонения по показателям мотивов использования ЭСС для выборок разного пола и возраста представлены в таблице 2.

Таблица 2

Средние и стандартные отклонения по показателям мотивов использования электронных социальных сетей

Шкалы		Новые дружеские отношения	Академические цели	Социальная связность	Фоллоуинг и наблюдение за другими	Развлечения	Социальное признание	Самовыражение	Информация
Мужчины	M	9,25	14,63	10,36	11,77	15,66	5,89	9,49	15,92
	SD	5,27	4,36	4,83	5,07	4,65	3,89	4,82	4,43
Женщины	M	10,32	14,70	13,39	14,90	16,98	7,64	11,08	17,26
	SD	5,29	4,50	4,63	4,61	4,22	4,32	4,61	3,47
17–19 лет	M	10,18	14,73	12,20	13,46	16,47	6,99	10,78	16,44
	SD	5,51	4,50	4,98	5,17	4,56	4,33	4,86	4,11
20–25 лет	M	9,20	14,56	11,32	13,08	16,07	6,40	9,52	16,77
	SD	4,95	4,32	4,90	4,98	4,39	3,98	4,56	3,94

Примечание. M – среднее; SD – стандартное отклонение.

В результате проверки различий по полу было обнаружено, что средние по всем мотивам, кроме мотива «Академические цели», статистически значимо выше в женской выборке. Результаты *t*-теста представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты *t*-теста для проверки различий мотивов в зависимости от пола

Шкалы	Критерий Ливиня		<i>t</i> -критерией		<i>d</i>
	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	
Новые дружеские отношения	0,04	0,837	-2,24	0,026	0,20
Социальная связность	0,35	0,556	-7,07	≤ 0,001	0,64
Фоллоуинг и наблюдение за другими	7,47	0,006	-7,14	≤ 0,001	0,64
Развлечения	1,34	0,247	-3,27	≤ 0,001	0,30
Социальное признание	8,56	0,004	-4,70	≤ 0,001	0,43
Самовыражение	0,43	0,511	-3,73	≤ 0,001	0,34
Информация	13,86	≤ 0,001	-3,72	≤ 0,001	0,33

Также было обнаружено, что студенты женского пола тратят больше времени на активное использование ЭСС в день в среднем на 1 ч 13 мин. (муж. – $M = 180,53$ (мин.), $SD = 119,93$; жен. – $M = 254,02$ (мин.), $SD = 158,74$; $F = 5,98$, $p = 0,015$; $t = -5,73$, $p \leq 0,001$; $d = 0,52$). Данный показатель отражает субъективную оценку респондентов. Учитывая более высокие показатели аффилиативной тенденции и чувствительности к отвержению в женской выборке по сравнению с мужской, можно предположить, что для женщин ЭСС обладают большей ценностью, чем для мужчин. Кроме того, данный результат согласуется с исследованиями, которые указывают на то, что женщины в большей степени проявляют тенденцию к зависимости от ЭСС, чем мужчины [16], при этом зависимость от ЭСС и мотивы их использования положительно взаимосвязаны [10]. С другой стороны, полученные данные отличаются от результатов зарубежных исследований, поскольку в женской выборке сильнее выражен в том числе и мотив поиска новых друзей. Это может свидетельствовать о влиянии культурных особенностей на мотивацию использования ЭСС мужчинами и женщинами.

На рисунке 3 представлены статистически значимые различия мотивов в зависимости от пола.

В результате сравнения разновозрастных выборок выявлено, что среднее значение по шкале «Новые дружеские отношения» статистически значимо выше у более младших студентов ($F = 6,87$, $p = 0,009$; $t = 2,05$, $p = 0,045$; $d = 0,18$). То же самое выявлено для шкал «Социальная связность» ($F = 0$, $p = 0,986$; $t = 1,94$, $p = 0,053$; $d = 0,18$) и «Самовыражение» ($F = 1,84$, $p = 0,176$; $t = 2,90$, $p = 0,004$; $d = 0,004$). Можно предположить, что данные различия

обусловлены тем, что младшие студенты относительно недавно поступили в УВО и продолжают адаптироваться к новой социальной среде, поэтому мотивы самовыражения, социальной связности и поиска новых друзей через ЭСС у них выражены сильнее. Это согласуется с более высокими показателями аффилиативной тенденции по сравнению со старшими студентами. Данное предположение косвенно подтверждает исследование Р. Грей и ее коллег, в результате которого было выявлено, что количество друзей-однокурсников в Facebook положительно связано с социальной адаптацией студентов-первокурсников, что подчеркивает то, что ЭСС могут выступать в качестве средств социальной адаптации [17].

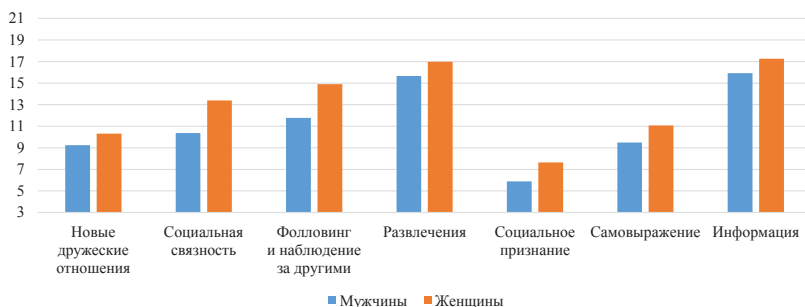


Рис. 3. Различия мотивов использования электронных социальных сетей в зависимости от пола

График статистически значимых различий мотивов использования ЭСС в зависимости от возраста представлен на рисунке 4.

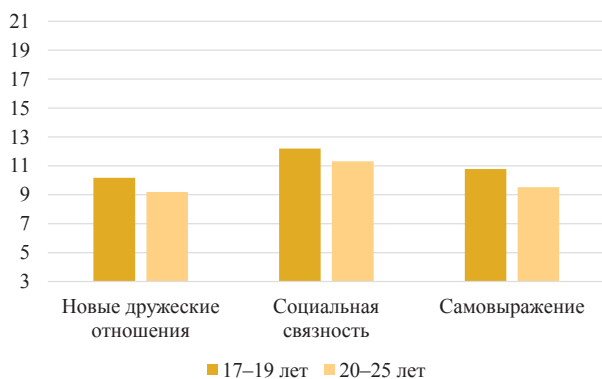


Рис. 4. Различия мотивов использования электронных социальных сетей в зависимости от возраста

Таким образом, исследование показало наличие половозрастных различий коммуникативной компетентности и мотивов использования ЭСС белорусскими студентами. Полученные результаты могут лечь в основу разработки психокоррекционных и развивающих мероприятий в области развития коммуникативной компетентности студентов и профилактики коррекции проблемного использования ЭСС, а также для разработки учебно-методических материалов по тематике коммуникативной компетентности и цифровой коммуникации.

Список использованных источников

1. Ткачѳв, И. В. Компонентный состав коммуникативной компетентности и ее измерение / И. В. Ткачѳв // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2022. – № 2. – С. 85–92.
2. Ellison, N. B. Sociality through social network sites / N. B. Ellison, D. M. Boyd // The Oxford Handbook of Internet Studies; W. H. Dutton (Ed.). – Oxford: Oxford University Press, 2013. – P. 151–172.
3. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.
4. Donovan, L. A. Age and sex differences in willingness to communicate, communication apprehension, and self-perceived competence / L. A. Donovan, P. D. MacIntyre // Communication Research Reports. – 2004. – Vol. 21, № 4. – P. 420–427.
5. Pertegal, M. Á. Development and validation of the Scale of Motives for Using Social Networking Sites (SMU-SNS) for adolescents and youths / M. Á. Pertegal, A. Oliva, A. Rodríguez-Meirinhos // PloS one. – 2019. – Vol. 14, № 12. – P. 1–21.
6. Mazman, S. G. Gender differences in using social networks / S. G. Mazman, Y. K. Usluel // Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET. – 2011. – Vol. 10, № 2. – P. 133–139.
7. Наследов, А. Д. Адаптация шкалы социального интеллекта Tromso для российских студентов-психологов / А. Д. Наследов, А. Н. Шамаев // Психология XXI века: системный подход и междисциплинарные исследования: сб. науч. тр. участников Междунар. науч. конф. молодых ученых, 18–20 апр. 2017 г., Санкт-Петербург, Россия / редкол.: О. В. Заширинской, А. В. Шаболтас [и др.]. – СПб.: Скифия-принт, 2017. – Т. 2. – С. 296–301.
8. Люсин, Д. В. Опросник на эмоциональный интеллект ЭМИн: новые психометрические данные / Д. В. Люсин // Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям / под ред. Д. В. Люсина, Д. В. Ушакова. – М.: Ин-т психологии РАН, 2009. – С. 264–278.
9. Магомед-Эминов, М. Ш. Мотивация достижения: структура и механизмы: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.01 / М. Ш. Магомед-Эминов; МГУ. – М., 1987. – 343 с.
10. Ткачѳв, И. В. Адаптация опросника «мотивы использования электронных социальных сетей» на выборке белорусских студентов / И. В. Ткачѳв, Г. А. Фофанова // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2023. – № 1. – С. 82–94.

11. Lumley, T. The importance of the normality assumption in large public health data sets / T. Lumley, P. Diehr, S. Emerson et al. // *Annual review of public health.* – 2002. – Vol. 23, № 1. – P. 151–169.
12. Drescher, A. Meta-analytic evidence for higher implicit affiliation and intimacy motivation scores in women, compared to men / A. Drescher, O. C. Schultheiss // *Journal of Research in Personality.* – 2016. – Vol. 64. – P. 1–10.
13. Why can't a man be more like a woman? Sex differences in Big Five personality traits across 55 cultures / D. P. Schmitt [et al.] // *Journal of personality and social psychology.* – 2008. – Vol. 94, № 1. – P. 168–182.
14. Разваляева, А. Ю. Психометрические свойства русскоязычной трехфакторной версии опросника межличностной чувствительности / А. Ю. Разваляева, Н. А. Польская // *Консультативная психология и психотерапия.* – 2021. – Т. 29, № 4. – С. 73–94.
15. Кузнецова, И. В. Мотив аффилиации в межличностных отношениях: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / И. В. Кузнецова; СПбГУ. – СПб., 2006. – 187 с.
16. Andreassen, C. S. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey / C. S. Andreassen, S. Pallesen, M. D. Griffiths // *Addictive behaviors.* – 2017. – Vol. 64. – P. 287–293.
17. Examining social adjustment to college in the age of social media: Factors influencing successful transitions and persistence / R. Gray [et al.] // *Computers & Education.* – 2013. – Vol. 67. – P. 193–207.

(Дата подачи: 28.02.2023 г.)

М. И. Токарева

Белорусская государственная академия авиации, Минск

M. Tokareva

Belarusian State Aviation Academy, Minsk

УДК 37.015.31

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КУРСАНТОВ-ПЕРВОКУРСНИКОВ О ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫХ КАЧЕСТВАХ ЛИЧНОСТИ ОФИЦЕРА

REPRESENTATIONS OF FIRST-YEAR CADETS ABOUT PROFESSIONALLY IMPORTANT QUALITIES OF AN OFFICER'S PERSONALITY

Статья посвящена проблеме формирования профессионально важных качеств будущих офицеров в системе военного образования. Обсуждаются результаты эмпирического исследования, направленного на изучение представлений курсантов-первокурсников о профессионально важных качествах личности офицера (офицера-командира и офи-