

Литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2005.
2. Abric J-C. A structural approach to social representations // Representations of the social: Bridging theoretical traditions / Ed. by K. Deaux, G. Philogène.
3. Doise W, Spini D, Clemence A. Human rights studied as social representations in a cross-national context // European journal of social psychology. 1999. V. 29. № 1. P. 15.
4. Jackson D.D. The study of the family. Family Process, 2005.
5. Jodelet D. Représentation sociale: Phénomènes, concept et théorie // Psychologie sociale / Sous la dir. S. Moscovici. Paris: Presses Universitaires de France, 1989. P. 357–378.
6. Haley J. Family therapy: A radical change. In J. Haley (Ed.), Changing families: A family therapy reader. New York: Grune&Stratton, 2001
7. Howe N, Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow&Company.

Literatura

1. Андреева Г.М. Психологиya social'nogo poznaniya. М.: Аспект Press, 2005.
2. Abric J-C. A structural approach to social representations // Representations of the social: Bridging theoretical traditions / Ed. by K. Deaux, G. Philogène.
3. Doise W, Spini D, Clemence A. Human rights studied as social representations in a cross-national context // European journal of social psychology. 1999. V. 29. № 1. P. 15.
4. Jackson D.D. The study of the family. Family Process, 2005.
5. Jodelet D. Représentation sociale: Phénomènes, concept et théorie // Psychologie sociale / Sous la dir. S. Moscovici. Paris: Presses Universitaires de France, 1989. P. 357–378.
6. Haley J. Family therapy: A radical change. In J. Haley (Ed.), Changing families: A family therapy reader. New York: Grune&Stratton, 2001
7. Howe N, Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow&Company.

DOI: 10.25586/RNUV925X.18.02.P.041
«Вестник Российского нового университета»
ISSN 2414-925X

УДК 159.9

А.С. Огнев, В.А. Петровский, Э.В. Лихачева

ОКУЛОМЕТРИЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ
УСТАНОВОК РЕСПОНДЕНТОВ В ОТНОШЕНИИ ВОСПРИЯТИЯ
ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

Представлены результаты исследования окулOMETрических проявлений психологических установок респондентов в отношении восприятия визуального контента. Выявлено, что в иерархии предпочтений при выборе ориентиров для субъективного упорядочения визуального контента первоочередное место занимает наличие персональной значимости визуального стимула для самого респондента.

Ключевые слова: психодиагностика, окулOMETрия, психосемантика, айтрекер, психологические установки.

The article presents the results of a study of the oculometric manifestations of respondents' psychological attitudes regarding the perception of visual content. In the hierarchy of preferences when choosing guidelines for subjective ordering of visual content, the priority is the presence of the personal significance of the visual stimulus for the respondent himself.

Keywords: psychodiagnostics, oculometry, psychosemantics, Eye Tracker, psychological attitudes.

Научные публикации последних лет свидетельствуют о возрастающем интересе ученых и практиков к окулометрическим видам диагностики как к объективному методу оценки значимости визуального контента. Его успешное широкомасштабное внедрение требует изучения методических особенностей его применения. В связи с этим мы провели цикл исследований, направленных на определение окулометрических проявлений таких существенных для оценки особенностей результатов этого вида диагностики факторов, как различного рода внутренние установки респондента.

В первой серии описываемых в данной работе экспериментов изучались последствия высказанных экспериментатором предварительных прогнозов на характер визуального анализа респондентом предъявляемых стимулов. Во второй серии экспериментов проводилось исследование влияния на окулометрические показатели взора запрета на рассматривание определенного рода объектов. В третьей серии исследовались особенности взгляда при наличии возможности полной логической увязки элементов изображения в нечто единое целое и в ее отсутствие.

Для фиксации окулометрических параметров взора использовался портативный айтрекер GP-3. Окулометрический анализ взора проводился в стандартных режимах АОИ и Visualization/Fixation Map. В каждой серии экспериментов с учетом установленных нами ранее оптимальных режимов данной разновидности окулометрической диагностики использовалось не более три-

дцати шести экспозиций. Время отдельной экспозиции варьировалось в интервале от 5 до 10 секунд. Это соответствует средней продолжительности рассматривания отдельных интернет-страниц при поисковом просмотре респондентами больших объемов интернет-контента. В экспериментах приняло участие 83 респондента в возрасте от 17 до 57 лет.

Для оценки влияния на окулометрические параметры взора респондента высказываемых ему экспериментаторами разного рода предварительных прогнозов был использован набор стимулов, в который входили фотографии значков-смайликов и лиц детей, отображающих грусть и радость, добродушное настроение и состояние озлобленности. Также использовались фотографии животных, символизирующие силу и слабость (взрослый лев и новорожденный крольчонок), нечто приятное глазу (красивый щенок) и нечто явно неприятное (большая крыса с выраженными признаками кожного заболевания). В набор элементов также были включены отдельные слова-антонимы (радость-злость, смех-слезы, сильный-слабый и т.д.), а также словесные высказывания «Вы будете смотреть на», «Вы смотрели на». В этой серии экспериментов в ходе трех первых и трех последних предъявлений на экране совмещенного с айтрекером компьютера экспонировались все использовавшиеся фотографии людей, значков и животных. Между ними на экране появлялись стимулы, в которых содержались изображения доброго и злого выражений лица вместе со словом «злой».

Затем появлялся стимул с утверждением «Вы смотрели на» и показывались изображения злого лица. После этого снова появлялись изображения доброго и злого лица, но уже со словом «добрый». Следом шел стимул с утверждением «Вы смотрели на» и показывались изображения доброго лица. Аналогичным образом чередовались парные изображения льва и крольчонка со словами «слабый», а затем «сильный». После каждой такой демонстрации на экране появлялось утверждение «Вы смотрели» с указанием наиболее вероятного объекта повышенного внимания: после стимула со словом «слабый» это был крольчонок, после стимула со словом «сильный» – лев. Кроме прогнозов в отношении одиночных объектов мы использовали и прогнозы в отношении прошедших предварительную семантическую аттестацию таких совместно демонстрировавшихся групп, как вызывающих у большинства людей негативную реакцию фотографий атакующей летучей мыши и голого землекопа, а также вызывающих позитивную реакцию изображений котенка и смеющегося младенца. После показа этих стимулов на экране совмещенного с айтрекером компьютера появлялась фраза «Вы смотрели» с указанием той группы изображений, которая чаще всего вызывает повышенное внимание респондентов.

Во второй серии экспериментов мы изучали влияние на окулометрические показатели зрения испытуемых предварительных запретов. Общим для стимульного материала в этой серии экспериментов было наличие текстового элемента с предписанием «не смотри» и одновременное присутствие на экране парных изображений. Среди них были следующие пары: α – Ω , круг – ромб; щит – меч; вода – огонь; человек – дерево; котенок – ребенок и т.д. Второй частью всех использовавшихся

стимулов были указания в виде слов или в виде конкретных изображений того, на что именно не смотреть. В качестве объектов, на которые надо было «не смотреть», поочередно указывались: вначале α , затем Ω ; 1, затем 0; ромб, затем круг и т.д. Использувавшиеся пары изображений подбирались таким образом, чтобы одна их часть воспринималась как очевидная смысловая оппозиция (например, огонь–вода), а другая – как объединение элементов, имеющих легко уловимое смысловое сходство (например, два явно привлекательных или отталкивающих животных).

В третьей серии экспериментов мы исследовали окулометрические особенности зрения респондентов в ситуации с высокой степенью неопределенности, возникающей из-за чередования композиций, допускающих и не допускающих полную логическую увязку элементов изображения в нечто единое целое. Такие ситуации мы создавали путем чередования изображений с элементами присутствующего в композиции какого-либо упорядочения (визуализация логических задач; рисуночные фрагменты тестов для измерения интеллекта; одновременное присутствие на экране слов «красный», написанных буквами красного или синего цвета и размеченных либо на красном, либо на синем фоне; одновременная демонстрация фотографий нескольких животных – медведя, кота, кролика, – каждая из которых имеет одну и ту же подпись «медведь» и т.п.) и изображений, где такое упорядочение невозможно (например, похожие по виду рисуночные фрагменты тестов на интеллект, но с неподходящими для данной задачи вариантами ответов, либо размещенное в центре экрана изображение медведя с окружающими его по краям надписями «кот»).

При проведении серии экспериментов по выявлению влияния внешних прогнозов оказалось, что до знакомства респондентов с какими-либо предсказаниями они четко разделяют стимулы на субъективно для них приятные и неприятные. Как и в наших более ранних исследованиях, котенок и улыбающийся ребенок вызывали у респондентов повышенное внимание, о чем свидетельствовали длительные фиксации взгляда на соответствующих элементах (15% и выше от общего времени экспозиции). Наиболее привлекательным элементом стимула, наделенным положительным смыслом, респонденты уделяли более 20% от общего времени экспозиции стимула. Эстетически непривлекательные элементы стимула – то, что казалось респондентам неприятным, – они целенаправленно игнорировали. Это проявлялось в том, что удельное время фиксации на таких элементах не превышало 3–5% от общего времени экспонирования стимула. При демонстрации тех же стимулов после показа описанных выше текстовых предсказаний типа «Вы будете смотреть на» у более чем трети респондентов было зафиксировано изменение характера распределения внимания между теми же самыми изображениями. Часть респондентов из позиции субъектов активного поиска переходит в позицию пассивных созерцателей. Это проявляется в примерно равном распределении ими внимания между всеми элементами стимула. Существовавшая вначале заметная разница между положительными и отрицательными изображениями у таких респондентов не наблюдалась. Дополнительные исследования показали, что такого рода изменения в характере рассматривания стимулов демонстрировали, как правило, респонденты с повышенным уровнем реактивной тревожности по тесту Спилберга–Ханина. Другая часть этой группы

респондентов в заключительной части эксперимента стала уделять больше внимания негативным стимулам. У них с помощью теста Спилберга–Ханина был зафиксирован повышенный уровень личностной тревожности.

В ходе экспериментов по выявлению влияния запрета на окулометрические показатели зрения мы обнаружили, что более девятая часть респондентов воспринимает наличие в визуальных стимулах предписания «не смотри» как своего рода самоиспытание. Задания «не смотрите на» они преобразуют в обращенный к самим себе вопрос «А смогу ли я сделать это?» и трансформируют предписание «не смотреть» в увлекательное задание-игру попытаться найти способ сделать это. Как правило, после одной-двух фиксаций зрения на том, на что именно надо «не смотреть», респонденты успешно справлялись с заданием одним из следующих способов.

Чтобы целенаправленно игнорировать определенные изображения, респонденты используют, в первую очередь, смысловую визуальную оппозицию игнорируемому изображению: не желая смотреть на α , они в первую же секунду принимали и успешно реализовывали решение смотреть на Ω ; не смотря на 1, выбирали в качестве объекта фиксации внимания 0 и т.д. В последующей беседе респонденты обосновывали свой выбор тем, что α и Ω , 1 и 0 – это разные стороны одного и того же. Некоторые прямо указывают на наличие смысловой оппозиции этих ориентиров, которую выражают поговорки типа «от α до Ω ». Если такая оппозиция неочевидна, то для целенаправленного игнорирования респонденты, как правило, использовали топографическую оппозицию – максимально удаленную область экрана как место преимущественной фиксации зрения. Так, задание «не смотрите на дерево и человека» выполнялось путем фиксации зрения

на области, максимально удаленной от места расположения этих объектов.

В третьей серии описываемых экспериментов мы установили существенное отличие особенности зора при наличии возможности полной логической увязки элементов изображения в нечто единое целое и в отсутствие такой возможности. Оказалось, что для 80% респондентов наиболее комфортным концентратором внимания служит начертание названия цвета буквами того же цвета, что и сам этот цвет. В наших экспериментах на написанных красными буквами слове «красный» и синими буквами слове «синий» зор непроизвольно удерживался вдвое дольше, чем на тех же словах, написанных буквами других цветов.

При установлении респондентами какой-либо связи между различными элементами стимула время пребывания зора в местах их размещения увеличивается более чем в два раза по сравнению со временем рассматривания других элементов. Так, при демонстрации графических задач из тестов для оценки интеллектуальных способностей человека правильный, по мнению респондента, графический вариант ответа фиксировался в течение времени, втрое превосходившего время рассматривания каждого из оставшихся пяти элементов. Если подходящий вариант отсутствовал, время рассматривания каждого из возможных вариантов составляло 3–7% от общего времени экспозиции стимула (такие ситуации мы намеренно создали путем совмещения графического изображения задачи с неверным набором графических изображений возможных вариантов их решения). Отсутствие для респондента смысловой опоры для логической увязки элементов стимула в нечто единое целое приводило к двух-трехкратному увеличению числа возвратов зора

к одним и тем же изображениям и к возрастанию числа точек фиксации зора более чем на четверть. В ходе проведения этой серии экспериментов мы также обнаружили многочисленные непроизвольные мимические проявления респондентами своих реакций на предъявлявшиеся стимулы. Более чем у половины участников эксперимента в тех случаях, когда им не удавалось найти логическую связь между элементами, на лице непроизвольно появлялось выражение недоумения (брови изгибались дугой и приподнимались вверх, губы поджимались, округлялись глаза и т.д.). Когда им удавалось обнаружить такую связь, на их лицах часто появлялась мимическая демонстрация удовлетворения, сопровождавшаяся непроизвольными звуковыми обозначениями найденного решения (часто это было удовлетворительное тихое «угу» при легком кивке головы). Это представляется особенно важным, так как всех без исключения респондентов просили просто рассматривать то, что будет показано на экране. Практически все они продемонстрировали стремление выйти за рамки заданной экспериментаторами ситуации и трансформировать исходное задание в предписание самим себе найти логические связи между элементами демонстрировавшихся им стимулов. Таким образом, респонденты проявили внутреннюю готовность к надситуативной активности, которая выразилась в самостоятельном целеполагании и целедостижении как одна из фундаментальных установок человека, стремящегося стать субъектом собственной жизнедеятельности через обнаружение смысла происходящего [13; 14; 15].

Подводя общий итог, в качестве наиболее существенных для окулометрической диагностики проявлений внутренних установок респондентов можно отметить следующие:

1. Прогнозы посторонних людей (экспертов, наблюдателей, экспериментаторов) в отношении того, как именно респондент будет реагировать на предлагаемый ему визуальный контент, ведут к изменению его поисковой активности, снижению его заинтересованности в демонстрации своей личностной позиции, уменьшению желания определять даже для себя самого смысловую нагрузку демонстрируемых изображений. Проявлению этой тенденции способствует повышенная тревожность респондентов.

2. Целенаправленное игнорирование определенного фрагмента визуального стимула приводит к полному отсутствию фиксации на нем взора респондента в отличие от других аналогичных элементов. Удельное время пребывания взора в области размещения целенаправленно игнорируемого элемента по отношению к общему времени экспозиции стимула, как правило, составляет не более 1%. При этом следует учитывать, что удельное время пребывания взора в области размещения морфологически подобных, но безразличных для респондента объектов обычно составляет 3–5% по отношению к общему времени экспозиции стимула.

3. При кратковременной демонстрации визуальных стимулов (в интервале от 5 до 10 секунд) для реализации стремления целенаправленно игнорировать определенные изображения респонденты используют, в первую очередь, смысловую визуальную оппозицию игнорируемому изображению. Если такая оппозиция неочевидна, то для целенаправленного игнорирования респонденты, как правило, используют топографическую оппозицию – максимально удаленную область экрана как место преимущественной фиксации взора.

4. При выборе ориентиров для субъективного упорядочения визуального контента первое место занимает персональная значимость визуального стимула для самого респондента. Ее окулометрическими показателями в случае наделения стимула позитивным смыслом служит превосходство удельного времени фиксации по отношению к другим стимулам (как правило, о высокой смысловой нагрузке элемента свидетельствует удельное время его разглядывания, которое составляет более 20% от общей экспозиции стимула при наличии трех и более элементов).

5. В отсутствие селективной смысловой нагрузки элементов для их субъективного упорядочения респонденты стремятся найти и использовать признаки объективно существующей логической связи между ними. Ее окулометрическим показателем служит превосходство удельного времени фиксации на соответствующих стимулах по отношению к другим стимулам (о наличии для респондента логической связи элементов свидетельствует удельное время их разглядывания, которое в этом случае, как правило, составляет более 12–15% от общего времени экспозиции стимула при наличии в нем трех и более элементов).

6. Потеря смысловой и логической опор для структурирования элементов составного многоэлементного визуального стимула проявляется в окулометрическом плане в виде эффекта «блуждающего взгляда». При нем отдельные фиксации составляют не более 5–8% от общего времени экспозиции стимула. Среднее число возвратов к одному и тому же объекту в этом случае возрастает в два и более раза по сравнению с числом возвратов взора к объектам, по которым респондент установил для себя какую-то смысловую или логическую взаимосвязь.

Литература

1. Алексеева А.С., Ломтатидзе О.В., Булатова Э.В. Использование айтрекинга при изучении восприятия социальной рекламы студентами вузов // Айтрекинг в психологической науке и практике. М., 2016. С. 215–221.
2. Алмаев Н.А., Бессонова Ю.В., Мурашева О.В., Петровичев Д.Л., Лобанова Л.А., Михайлов В.Е. Окуломоторные маркеры внимания к субъективно значимым стимулам // Процедуры и методы экспериментально-психологических исследований. М., 2016. С. 181–189.
3. Барабанищиков В.А., Жегало А.В. Айтрекинг: методы регистрации движений глаз в психологических исследованиях и практике. М.: Когито-Центр, 2014. 128 с.
4. Бессонова Ю.В., Обознов А.А., Лобанова Л.А. Использование айтрекинга для диагностики мотивации личности // Айтрекинг в психологической науке и практике. М., 2016. С. 106–114.
5. Бессонова Ю.В., Петрович Д.Л., Обознов А.А., Алмаев Н.А., Мурашева О.В. Окулометрические маркеры исследования информации // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. Результаты и перспективы развития. Отв. ред. А.А. Журавлев, В.А. Кольцова. М., 2017. С. 2295–2305.
6. Костин А.Н., Огнев А.С. Диагностика отношений пользователей к программным продуктам с помощью айтрекера // Человеческий фактор в сложных технических системах и средствах. Труды Второй Международной научно-практической конференции. 2016. С. 336–343.
7. Лобачев А.В., Никольская С.А., Корнилова А.А. Айтрекинг в диагностике психических расстройств // Вестник психиатрии. 2017. № 61 (66). С. 98–112.
8. Огнев А.С., Лихачева Э.В. Валидность айтрекинга как инструмента психодиагностики // Успехи современного естествознания. 2015. № 1–8. С. 1311–1314.
9. Огнев А.С., Лихачева Э.В. О возможности использования айтрекинга для инструментальной диагностики субъектных характеристик личности // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8–1. С. 176–180.
10. Огнев А.С., Лихачева Э.В. Оптимизация процедуры оценки субъектного потенциала личности // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8–2. С. 375–377.
11. Огнев А.С., Лихачева Э.В. Практика внедрения позитивно-ориентированного субъектогенеза в систему высшего образования // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2014. Т. 11. № 2. С. 51–67.
12. Огнев А.С., Лихачева Э.В., Мельникова Д.В. Перспективы использования многополярных семантических дифференциалов в айтрекинге // Успехи современного естествознания. 2015. № 1–5. С. 858–862.
13. Петровский В.А. «Субъектность» в пространстве культуры и наяву // Мир психологии. 2015. № 3. С. 14–38.
14. Петровский В.А. Субъектность как состоятельность // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2015. Т. 12. № 3. С. 86–130.
15. Петровский В.А. «Я» в персонологической перспективе. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2013. 502 с.

Literatura

1. Alekseeva A.S., Lomtadidze O.V., Bulatova E.V. Ispol'zovanie ajtrekinga pri izuchenii vospriyatiya social'noj reklamy studentami vuzov // Ajtreking v psihologicheskoy nauke i praktike. M., 2016. S. 215–221.
2. Almaev N.A., Bessonova Yu.V., Murasheva O.V., Petrovichev D.L., Lobanova L.A., Mihajlov V.E. Okulomotornye markery vnimaniya k sub»ektivno znachimym stimulam // Procedury i metody ehksperimental'no-psihologicheskikh issledovanij. M., 2016. S. 181–189.

3. Barabanshchikov V.A., Zhegalo A.V. Ajtreking: metody registracii dvizhenij glaz v psihologicheskikh issledovaniyah i praktike. M.: Kogito-Centr, 2014. 128 s.
4. Bessonova Yu.V., Oboznov A.A., Lobanova L.A. Ispol'zovanie ajtrekinga dlya diagnostiki motivacii lichnosti // Ajtreking v psihologicheskoy nauke i praktike. M., 2016. S. 106–114.
5. Bessonova Yu.V., Petrovich D.L., Oboznov A.A., Almaev N.A., Murasheva O.V. Okulometricheskie markery issledovaniya informacii // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya sovremennoj psihologii. Rezul'taty i perspektivy razvitiya. Otv. red. A.L. Zhuravlev, V.A. Kol'cova. M., 2017. S. 2295–2305.
6. Kostin A.N., Ognev A.S. Diagnostika otnoshenij pol'zovatelej k programmnyim produktam s pomoshch'yu ajtrekera // Chelovecheskij faktor v slozhnykh tekhnicheskikh sistemah i sredstvakh. Trudy Vtoroj Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 2016. S. 336–343.
7. Lobachev A.V., Nikol'skaya S.A., Kornilova A.A. Ajtreking v diagnostike psihicheskikh rasstrojstv // Vestnik psichiatrii. 2017. № 61 (66). S. 98–112.
8. Ognev A.S., Lihacheva Eu.V. Validnost' ajtrekinga kak instrumenta psihodiagnostiki // Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya. 2015. № 1–8. S. 1311–1314.
9. Ognev A.S., Lihacheva Eu.V. O vozmozhnosti ispol'zovaniya ajtrekinga dlya instrumental'noj diagnostiki sub»ektnyh karakteristik lichnosti // Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij. 2015. № 8–1. S. 176–180.
10. Ognev A.S., Lihacheva Eu.V. Optimizaciya procedury ocenki sub»ektnogo potentsiala lichnosti // Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij. 2015. № 8–2. S. 375–377.
11. Ognev A.S., Lihacheva Eu.V. Praktika vnedreniya pozitivno-orientirovannogo sub»ektogenez v sistemu vysshego obrazovaniya // Psihologiya. Zhurnal vysshej shkoly ehkonomiki. 2014. T. 11. № 2. S. 51–67.
12. Ognev A.S., Lihacheva Eu.V., Mel'nikova D.V. Perspektivy ispol'zovaniya mnogopolyarnyh semanticheskikh differencialov v ajtrekinge // Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya. 2015. № 1–5. S. 858–862.
13. Petrovskij V.A. «Sub»ektnost'» v prostranstve kul'tury i nayavu // Mir psihologii. 2015. № 3. S. 14–38.
14. Petrovskij V.A. Sub»ektnost' kak sostoyatel'nost' // Psihologiya. Zhurnal vysshej shkoly ehkonomiki. 2015. T. 12. № 3. S. 86–130.
15. Petrovskij V.A. «Ya» v personologicheskoy perspektive. M.: Izd. dom Vysshej shkoly ehkonomiki. 2013. 502 s.

DOI: 10.25586/RNUV925X.18.02.P.048

УДК 159.923

«Вестник Российского нового университета»

ISSN 2414-925X

А.А. Никонов

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МОТИВАЦИИ ОФИЦЕРОВ
К СЛУЖЕБНО-БОЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧАСТЯХ ВОЙСК
НАЦИОНАЛЬНОЙ ГВАРДИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Обобщены сложившиеся представления о сущности и мотивации офицеров. Определены проблемные области. Рассмотрены с разных позиций вопросы содержания мотивации офицеров, а также основные направления ее эффективного развития в ходе служебно-боевой деятельности. *Ключевые слова:* мотивация, мотив, потребность, служебно-боевая деятельность, развитие, формирование, побуждение.