

ПОКОЛЕНИЕ Z КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА ТРУДА

© 2017

Якимова Зоя Владимировна, кандидат психологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Дальневосточный юридический институт Министерства внутренних дел, филиал г. Владивосток
(690087, Россия, Владивосток, ул. Котельникова, д. 21, e-mail: yakimovazoya@yandex.ru)

Масилова Марина Григорьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры управления
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: marina.masilova@vvsu.ru)

Аннотация. Исследование посвящено сравнительному анализу характерологических особенностей и поведенческих тенденций студентов первокурсников гуманитарных направлений подготовки, которые в силу своего возраста могут быть отнесены к рубежу поколения Y и Z с доминированием характеристик поколения Z. Дана периодизация концепции поколений, описаны основные характеристики поколения героев, молчаливого поколения, поколения «беби-бумеров», поколения X, Y, Z. Приведен обзор современных исследований проблематики поколения Z. Описаны феномены «клипового мышления» и «цифрового резидента». По результатам исследования выявлены доминирующие типы темперамента, стратегии поведения в конфликтной ситуации, доминирующие якоря карьеры и базовые типологии, характеризующие человека как потенциального работника. Целью исследования является обобщение и систематизация характеристик каждого из поколений в контексте концепции поколений, а также проведение пилотажного исследования по выявлению поведенческих и характерологических особенностей представителей поколения Z из среды студенческой молодежи гуманитарных направлений подготовки, как «проблемного» сегмента рынка труда. Основу исследования составляет описательная статистика, выполненная на результатах применения различных методик. Эмпирической базой исследования стала выборка из числа студентов-первокурсников гуманитарных направлений подготовки. Результаты проведенного исследования позволили выявить основные тенденции в доминировании типов поведения и характерологических особенностях представителей поколения Z, которые формируют полноценный сегмент рынка труда, начиная с 2020 года.

Ключевые слова: рынок труда, сегментация рынка труда, «беби-бумеры», поколение X, поколение Y, поколение Z, концепция поколений, цифровое поколение, клиповое мышление, поведенческие и характерологические особенности.

Z GENERATION AS A POTENTIAL SEGMENT OF THE LABOR MARKET

© 2017

Yakimova Zoya Vladimirovna, Candidate of Psychological Sciences,
Senior Lecturer of the Humanitarian Disciplines Department

Far Eastern Law Institute of the Ministry of Interior of the Russian Federation (Vladivostok branch)
(690087, Russia, Vladivostok, Kotelnikova st., 21, e-mail: yakimovazoya@yandex.ru)

Masilova Marina Grigoryevna, Candidate of Sociological Sciences, Senior Lecturer of Management Department
Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogolya st., 41, e-mail: marina.masilova@vvsu.ru)

Z GENERATION AS A POTENTIAL SEGMENT OF THE LABOR MARKET

Abstract. The research is devoted to the comparative analysis of characterological features and behavioural tendencies of first-year students of the humanitarian field of education who due to their age can be related to a boundary between Y and Z generations with dominance of Z generation characteristics. The periodization of the generations' concept is given, the main characteristics of generation's heroes, silent generation, "baby boomers" generation, X, Y, Z generation are described. Phenomena of "mosaic thinking" and "digital resident" are described. According to the results of the research the dominating types of temperament, the behaviour strategies in a conflict situation, the dominating career anchors and basic typology characterizing the person as the potential worker are revealed. Research objective is generalization and systematization of each generation characteristics in the context of the generations' concept and also carrying out a pilot study on behavioural and characterologic features identification of Z generation representatives from the circle of college kids of the humanitarian field of education as "problematic" segment of labor market. The study is descriptive statistics performed on the results of applying different methods. Selection of number of first-year students of the humanitarian field of education became the empirical base of a research. The results of the conducted research have allowed to reveal the main tendencies in domination of types of behavior and characterologic features of Z generation representatives who will create a full-fledged segment of labor market since 2020.

Keywords: labor market, segmentation of labor market, baby boomers, X generation, Y generation, Z generation, generations' concept, digital generation, mosaic thinking, behavioural and characterological features.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Современный рынок труда отличается не только своей динамичностью, но и сегментированностью. Как

известно, сегмент – это часть круга, ограниченная дугой и хордой. HR-специалисты успешно заимствовали данный термин из геометрии и применяют его в современной управленческой практике с целью описания относительно однородной (согласно выбранному признаку) выборки или целевой группы.

В контексте представленной статьи под сегментацией рынка труда понимается разделение его на устойчивые замкнутые сегменты (субрынки), лимитирующие движение рабочей силы определенными критериальными границами. Эти субрынки позволяют выделить из общей массы потенциальных кандидатов на вакантную должность отдельные группы работников, объединённых по определенным критериям, например, по социальному статусу, уровню квалификации, стажу работы, возрасту и т.д. Однако, необходимо дифференцировать термины «сегментация рынка труда» и «социальная стратификация», под которым понимается деление на общественные слои, страты, которое отражает неравенство между группами людей [1]. Одним из ключевых критериев сегментации, в значительной степени помогающих определить специфику трудового поведения сотрудников и эффективность управленческого воздействия на них, является такой социокультурный феномен как «поколение».

Все современные трудовые коллективы представлены разновозрастными сотрудниками, относящимися к разным поколениям, а значит, имеющие в основе своего трудового поведения разные картины мира, мотивационные профили, ценностные ориентации и личностно-характерологические особенности. Поэтому речь идет не о замене одного поколения другим, а о совместном выполнении ими общих задач и о распределении между ними функций.

Особо стоит отметить, что представители разных поколений получали своё профессиональное образование в различных системах образовательных стандартов. До 2000 года – это был единый государственный стандарт высшего профессионального образования, а по каждой специальности были утверждены государственные требования к минимальному содержанию и уровню подготовки выпускников (результаты обучения). После 2000 года началась эпоха федеральных государственных образовательных стандартов «первого», «второго», «третьего» и «третьего+» поколений, в основу которых был заложен компетентный подход. Таким образом, разновозрастные сотрудники, работающие вместе в одном трудовом коллективе не могут быть единообразными, так как заложенные в основе их профессионального обучения категории «компетенция» и «результаты обучения» находятся в разных системах координат [2].

Нынешнее поколение Z (годы рождения, начиная с 2000) уже готовится вступить в фазу активных трудовых отношений и полноценно выйдет на рынок труда в ближайшие 3-5 лет. Соответственно, уже сейчас важно прогнозировать специфику трудового поведения нового поколения сотрудников, программы привлечения, развития и удержания с учетом специфики их мышления, психологических характерологических особенностей, мировосприятия, мотивации и отношения к труду.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор, выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Теоретической основой исследования стала теория поколений, предложенная У. Штраусом и Н. Хоувом. Согласно теории, существует четыре типа поколений, сменяющих друг друга примерно через 20 лет [3; 4].

Однако российская и зарубежная периодизация имеет незначительные отклонения, связанные, прежде всего, с конкретными социально-экономическими и историческими событиями в той или иной стране. Обобщенный классический и российский подход к периодизации поколений представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Российская адаптация периодизации поколений

Поколение	Периодизация.	
	Классический подход	Российская адаптация
Поколение GI	1901-1924	1900-1923
Молчаливое поколение	1925-1942	1923-1943
Беби-бумеры	1943-1960	1943-1963
Поколение X	1961-1981	1963-1984
Поколение Y	1982-2004	1984-2000
Поколение Z	2005-настоящее время	2000-настоящее время

Ключевым элементом теории поколений является выявленные закономерности формирования «ценностей поколения», которые можно охарактеризовать с помощью ряда отличительных признаков. Так, «поколенческие ценности» являются элементом системы ценностей человека, наряду с общечеловеческими и индивидуальными; формируются в возрасте до 12–14 лет под влиянием общественных событий, технического прогресса, семейного воспитания; не носят явно выраженной формы, в том числе для самих представителей поколений, но при этом определяют формирование личности, оказывают влияние на жизнь, деятельность и поведение людей.

Таким образом, знание основных положений теории поколений позволяет не только составить личностно-характерологический портрет сотрудника, но и дает возможность предлагать каждому из них такие условия труда, которые максимально соответствуют ценностям его поколения и обобщенным представлениям о «работе мечты» [5]. Проведенный анализ литературных источников позволил сформировать краткий описательный образ типичного представителя каждого из поколений [6, 7, 8].

Поколение GI (1900-1923 г.р.) – представителей этого поколения в настоящий момент в живых остались уже единицы. Это поколение формировалось на стыке веков, в тот период, когда происходил слом привычных социальных парадигм (революция 1917 года), когда «невозможное становилось возможным».

Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.) получило свое название за склонность к соблюдению всех норм и законов. Это законопослушное, терпеливое, «правильное» поколение, ценности которого сформировались под влиянием Второй мировой войны, голода, разрухи, тотального дефицита и репрессий.

Поколение «беби-бумеров» (1943-1963 г.р.) названо в честь наблюдаемого послевоенного демографического всплеска, бума рождаемости. Детские годы его представителей ознаменованы победой во Второй мировой войне и расцветом СССР, что породило в них ощущение себя гражданами супердержавы, сформировало психологию победителей. Все это привело к формированию коллективизма, командного духа.

Представители поколения X (1963-1984 г.р.) – это дети «беби-бумеров». Их характерными чертами принято считать прагматичность, самостоятельность, обучение через всю жизнь, равноправие, отсутствие склонности к идеализации. На это поколение выпало резкое увеличение потока информации и событийности. На первый план выходит высокая мобильность, немедленное вознаграждение, стремление к комфортным условиям труда.

Поколение Y (1984-2000 г.р.) на сегодняшний день – это наиболее социально активное население. На формирование личности людей поколения Y, прежде всего, повлияло развитие цифровых и биотехнологий, замена живого общения виртуальными способами коммуникации (интернет, социальные сети). В целом «Y» характеризуются как амбициозные, общительные, либеральные люди, трудоспособные, склонные к изменениям, разнообразию, увлечённостью рабочим процессом. Однако они с большим трудом и неохотой вовлекаются в долгосрочные проекты, в выборе работы для них важен интерес и разнообразие самого труда, а также справедливый руководитель, способный признать и высоко оценить результаты труда. Y почти всегда на связи, но при этом считают, что современные технологии размывают границу между работой и личной жизнью [9].

Поколение Z (с 2000 г.р.) относится к поколению цифрового мира, мобильных технологий и глобализации. Рожденные в период информационно-цифрового бума и эпохи Интернета, они уже не застали мир без сотовых телефонов и персональных компьютеров. Бесспорно, представители поколения Z высокоинициативны, самостоятельны и технически грамотны. К активам Z можно отнести их привычку работать в скоростном и многозадачном режиме. Однако это зачастую требует выработки своего собственного гибкого графика работы, несоотносимого с привычным рабочим режимом с 8:00 до 17:00 с понедельника по пятницу.

Специфической особенностью поколения Z является «клиповое мышление» - особый тип мышления, который отличается высокой скоростью переключения между отдельными фрагментами информации при повышенной скорости и фрагментированности информационного потока. Такой формат заставляет мозг совершать фундаментальную ошибку осмысления: считать события связанными, если они имеют временную близость, а не фактологическую – это ответ на возросшее количество информации [10].

Такие особенности восприятия и обработки информации идеально подходят для работы в условиях многозадачности и быстрой смены элементов трудовой деятельности. Люди поколения интернета (люди «экрана») могут одновременно выполнять работу, слушать музыку, общаться в чате, «сёрфить» по интернету. Кроме того, «клиповое мышление» ускоряет реакцию на любые стимулы и изменения, являясь при этом защитным механизмом (фильтром) от информационной перегрузки.

Вместе с тем, «клиповое мышление» делает практически невозможным решение сложных задач, требующих постоянного внимания и усидчивости. Владелец клипового мышления не может анализировать информацию, так как она не задерживается в сознании и моментально заменяется новой порцией. Сниженная способность к анализу отрицательно сказывается на эффективности работы, когда речь идет о долгосрочных проектах, так как «Z» не могут концентрировать внимание в течение долгого времени на каком-либо объекте. При клиповом мышлении понимание контекста затруднено, человек становится не способен понять причины и следствия явлений, потому что не видит между ними связей [11].

Кроме того, «клиповое мышление» закрывает перспективы к управленческой карьере, так как единственная возможность стать успешным менеджером – это способность к концентрации внимания, позволяющая анализировать большие объемы информации, выделять ключевые идеи в конкретном контексте и на основании результатов анализа принимать эффективные управленческие решения.

Следуя логике теории поколений, получается, что поколение Z воспроизводит модель молчаливого поколения, но на другом, более высоком и технологически продвинутом уровне развития. Платой за многозадачность становятся рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст [12].

Ещё одним примером специфики «пограничных» поколений можно считать классификацию, предложенную учеными Оксфордского университета. Они разделяют «цифровых резидентов» (digital residents) и «цифровых посетителей» (digital visitors). «Резиденты» – это люди, которые часть своей жизни проводят в «онлайн-режиме», имеют свой профиль в Сети, регулярно его обновляют, размещают в Интернете фотографии, рассказывают о себе и о значимых событиях своей жизни. В отличие от «резидентов», «цифровые посетители» используют Интернет как инструмент для выполнения какой-либо задачи, когда возникает такая необходимость [13]. Таким образом, понимание особенностей представителей поколения Z является важной исследовательской задачей и теоретической моделью нашего исследования.

Формирование целей статьи (постановка задания).

Эмпирическое исследование было проведено с целью выявления общих психологических и поведенческих тенденций, свойственных представителям поколения Z. В качестве респондентов выступили более 200 студентов 1 курса обучения гуманитарных направлений подготовки (конфликтология, психология, социология,

социальная работа, философия, история, религиоведение, издательское дело, журналистика). Возрастной диапазон респондентов 16-19 лет. По гендерному признаку выборку составили 24% юноши и 76% девушки, что отражает общую гендерную тенденцию в гуманитарном образовании.

Анализ места рождения респондентов показал, что большая часть представляет Приморский край (65%); Хабаровский край (6,5%); Амурская область (3%); другие регионы Российской Федерации (суммарно 25,5%). Знание места рождения позволяет учесть фактор неблагоприятных последствий социализации [14].

Исследование проходило в формате тестирования, полученные результаты обрабатывались с помощью методов описательной статистики и корреляционного анализа. Для проведения исследования респондентам были предложены методика определения типа личности «Конструктивный рисунок человека из геометрических форм» А. Либина; личностный опросник MPI (Maudsley Personality Inventory) Г. Айзенка; тест на поведение в конфликтной ситуации, разработанный К. Томасом и Р. Килманном; методика «Якоря карьеры» (Career Anchors) Э. Шейна.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Анализ результатов тестирования по методике «Конструктивный рисунок человека из геометрических форм» показал, что среди респондентов представлены все 8 базовых типов личности. Пропорциональное соотношение выраженности различных типов представлено на рисунке 1.

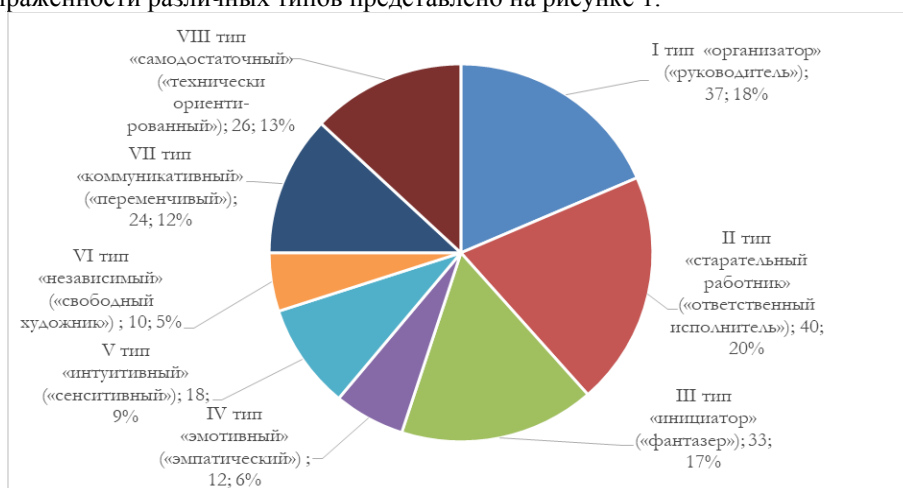


Рисунок 1 - Распределение базовых типов личности по методике А. Либина

Доминирующим оказался тип «старательный работник» (ответственный исполнитель) и «организатор» (руководитель), что может свидетельствовать о склонности 38% респондентов к работе в рамках устоявшейся организационной системы (исполнители – 20% и потенциальные руководители – 18%). Доля творческих (креативных) личностей и технически ориентированных составила 17% и 13% соответственно. Данный факт может свидетельствовать о потенциальной склонности 30% респондентов к самостоятельной напряженной работе, в том числе связанной с творчеством, искусством, «ручными» навыками. Несмотря на выбор гуманитарного профиля образования, лишь 12 % респондентов продемонстрировали склонность к коммуникациям, а типы, связанные с эмпатией, интуицией и независимостью мнения, в совокупности набрали всего лишь 20%.

Таким образом, респонденты более ориентированы на работу в устоявшихся организационных системах, требующих от сотрудника выполнения определённых обязанностей без включения механизмов сопереживания, интуиции и необходимости отстаивать собственную точку зрения.

Результаты тестирования по методике «Личностный опросник MPI» показали, что в выборке респондентов в значительной степени преобладают типажы с высоким уровнем нервно-психической неустойчивости.

Доминирующим типом темперамента оказался «холерик» (38%), для которого свойственны раздражительность, беспокойство, агрессивность, возбудимость, переменчивость, импульсивность, вспыльчивость, оптимизм и активность. Вторым по степени выраженности стал меланхолический тип – 32%, характерологические черты которого – тревожность, мнительность, пессимистичность, замкнутость, необщительность, глубокие личностные переживания.

В совокупности 70% выборки (холерики + меланхолики) продемонстрировали высокий уровень нейропсихической неустойчивости (нейротизма), что выражается в чрезвычайной нервности, плохой адаптации, склонности к быстрой смене настроений (лабильности), чувстве виновности и беспокойства, озабоченности, депрессивных реакциях, рассеянности внимания. Нейротизму соответствует эмоциональность, импульсивность; неровность в контактах с людьми, изменчивость интересов, неуверенность в себе, выраженная чувствительность, впечатлительность, склонность к раздражительности. Нейротическая личность характеризуется неадекватно сильными реакциями по отношению к вызывающим их стимулам.

Только у 20% респондентов выявлен тип темперамента – «сангвиник», характерными чертами которого являются общительность, дружелюбие, деятельность, энергичность, открытость, лидерство; и лишь 10% выборки отнесены к типу «флегматик», для которого характерны спокойствие, осмотрительность, надежность, склонность к монотонной деятельности, уравновешенность, пассивность.

Таким образом, только 30% выборочной совокупности (сангвиники + флегматики) могут быть охарактеризованы с позиции эмоциональной устойчивости, выражающейся в сохранении организованного поведения, ситуативной целенаправленности в обычных и стрессовых ситуациях. Эмоциональная устойчивость способствует отличной адаптации, формированию зрелости, снижению напряженности, беспокойства.

В результате исследования по методике К. Томаса- Р. Килиманна было установлено, что средние показатели выраженности стратегий поведения в конфликтной ситуации среди студентов мужского и женского пола практически не отличаются и не достигают уровня статистической значимости. Также, было зафиксировано, что тип темперамента фактически не влияет на выбор той или иной стратегии поведения в конфликте. В целом по выборке доминирующим типом реагирования в конфликтной ситуации оказался компромисс.

Данный тип демонстрирует желание оппонентов завершить конфликт частичными уступками. Наивысший показатель компромисса (8.5) выявлен у группы направления «Религиоведение», наименьший (6.64) – группы историков. Сотрудничество предполагает направленность оппонентов на конструктивное обсуждение проблемы. В большей степени склонность к сотрудничеству (6.65) показали студенты направления «Конфликтология», в наименьшей (4.75) – религиоведы. Градация в позиции избегания как уклонения (ухода) от ситуаций и источников неприятного воздействия невелика: 6.3 у студентов-издателей и 5.26 – журналистов. Предрасположенность к позиции приспособления, которая рассматривается как вынужденный или добровольный отказ от борьбы и сдача своих позиций, высока у психологов (6.18), соответственно они имеют наименьший (3.59) уровень соперничества. В целом у респондентов оказались схожие модели выбора стратегий поведения в конфликтной ситуации, среди которых преобладает компромисс, а реже всего применяется соперничество.

Результаты тестирования по методике «Якоря карьеры» представлены на рисунке 2.

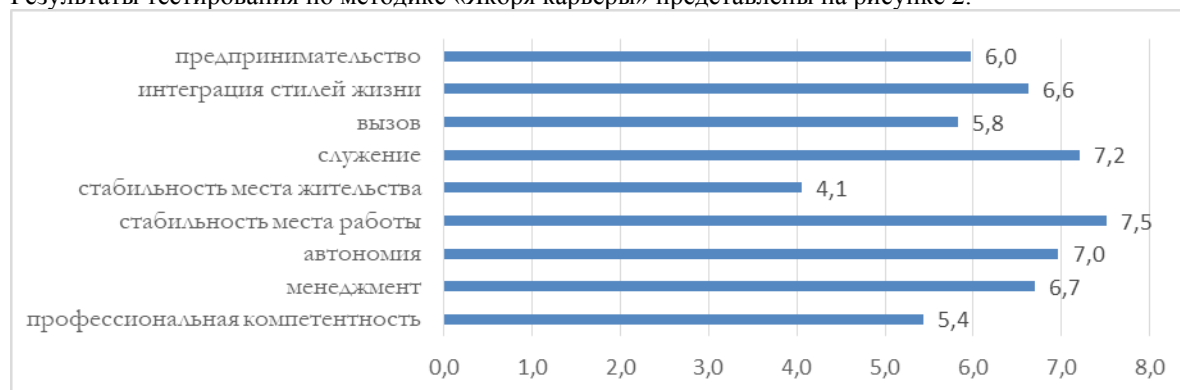


Рисунок 2 - Выраженность якорей карьеры по методике Э. Шейна

Доминирующее значение на формирование карьерной линии студентов-первокурсников гуманитарных направлений подготовки, согласно результатам исследования, оказывает мотив стабильности места работы. Данный показатель может свидетельствовать о стремлении студентов к поиску стабильной, надежной компании, с хорошим социальным пакетом и минимальной гарантией увольнения. При этом, самым минимально выраженным мотивом (в целом по выборке) является стабильность места жительства, что может свидетельствовать о готовности представителей поколения Z к командировкам и смене места жительства в пользу работы. Однако, респонденты в значительной степени хотят работать в такой компании, которая способна обеспечить достаточную степень свободы (автономии) для профессиональной самореализации и служения.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Проведенное исследование показало, что представители поколения Z не только обладают общими характеристиками «цифрового поколения», но и могут быть отнесены к категории «цифровых резидентов», которые часть жизни проживают в on-line режиме; им свойственно «клиповое мышление», позволяющее выполнять одновременно несколько функций, быстро ориентироваться в изменениях и обновлениях информации, однако лишаящее возможности работать над длительными проектами, с большими объемами однородной информации и принимать управленческие решения в контексте целостного, системного видения ситуации.

В большинстве случаев, представители поколения Z склонны к повышенному уровню нейротизма, возбудимости нервной системы, эмоционально не стабильны, испытывают рассеянность внимания, неустойчивость в стрессовых ситуациях.

При выборе места работы приоритеты будут отданы надежным стабильным компаниям, минимизирующим риски увольнения, даже в ущерб стабильности места жительства. Предпочтения в работе связаны с выполнением заранее обозначенного функционала в контексте устоявшейся организационной системы.

В ситуации конфликта, представители поколения Z склонны к компромиссу, не готовы к соперничеству, интуитивности, эмпатии, отстаиванию собственных свобод и точки зрения, что может косвенно свидетельствовать о подтверждении витка эволюции в концепции поколений (проживание модели молчаливого поколения), но уже на новом, цифровом уровне.

Вышеуказанные особенности, специфика мышления и мировосприятия представителей поколения Z, рассматриваемых как потенциальный сегмент рынка труда, необходимо уже сейчас учитывать работодателям

для прогнозирования их трудового поведения, применения оптимальных траекторий программ привлечения, развития и удержания ценных сотрудников нового поколения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Царева Н.А. Особенности социальной стратификации населения в Приморском крае // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 12-10. С. 261-264.
2. Kononova O.V., Yakimova Z.V. Competence as an Object for Assessment and Measurement in Training Quality Control System // *World Applied Sciences Journal*. 2013. Т. 27 С. 536-540.
3. Howe, Neil; Strauss, William (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*.
4. Howe, Neil; Strauss, William (1997). *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*.
5. Абрамкина М.О. Применение теории Штрауса-Хоува в менеджменте // *Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития*. 2015. №20. С. 34-37.
6. Алпатова К.А. Роль ценностей в формировании смыслового поля социализации «Я» и «Другого» (на примере теории поколений) / К.А. Алпатова, Т.А. Семенихина // *Научные проблемы гуманитарных исследований*. 2011. №6. С. 238-243.
7. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге // *Вестник Южно-уральского государственного университета*. 2014. Т.8. №1. С. 108-114.
8. Грязнова Ю.Г. Теоретико-методологические аспекты культурно-философского анализа понятия «поколения» // *Научные проблемы гуманитарных исследований*. 2011. № 6. С. 255-262.
9. Хузина Н.Ш., Ямалетдинова Г.Х. Поколение Y и рынок труда в России // *Nauka-rastudent.ru*. 2014. № 10 (10). 6 с.
10. Семеновских Т.В. Феномен «Клипового мышления» в образовательной вузовской среде // *Интернет – журнал «Науковедение»*. 2014. № 5(24). 134 с.
11. Фрумкин К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста [Электронный ресурс]. // *Топос: литературно-философский ж-л*. 2010. №9. <http://www.topos.ru/article/7371>
12. Кофейникова Ю.Л. Психолого-педагогические проблемы образования поколение Z в современном социально-культурном контексте. // *Вестник Саратовского областного института развития образования*. 2015. №3. С. 67-71.
13. Аникин М.Е., Ермошкина Т.А., Исаков Д.З., Кобзев М.В. и др. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» // *Медиаскоп*. 2016. Вып. 1. Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/2089>
14. Kirsanova L.I., Korotina O.A. (2014). On the Contents of the Protest Conscience in Russia. *World Applied Sciences Journal*, 31 (5), 930-934.