

Институт психологии Российской академии наук.

Социальная и экономическая психология

2016. Том 1. № 3

электронный журнал

Выходит 4 раза в год

Главный редактор чл.-корр. РАН А.Л. Журавлев

Редакционная коллегия:

Г.А. Акопов (Самара), М.И. Воловикова (Москва),
А.А. Грачев (Москва), В.В. Гриценко (Смоленск),
О.С. Дейнека (Санкт-Петербург), Т.П. Емельянова (Москва),
Ю.В. Ковалева (зам. главного редактора, Москва),
Т.Л. Крюкова (Кострома), А.Н. Лебедев (Москва),
И.А. Мироненко (Санкт-Петербург),
А.Н. Неверов (Саратов), Т.А. Нестик (Москва), В.П. Позняков (Москва),
Л.Г. Почебут (Санкт-Петербург), С.В. Сарычев (Курск),
В.Е. Семенов (Санкт-Петербург), А.В. Сухарев (Москва),
А.С. Чернышов (Курск), В.А. Хащенко (Москва),
А.В. Юревич (зам. главного редактора, Москва)

www.soc-econom-psychology.ru

+7(985) 512 72 12

Москва

Институт психологии РАН

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Вклад Б.Д. Парыгина в развитие отечественной социальной психологии

Журавлев А.Л., Мироненко И.А. 4-23

Психологические отношения человека. История развития и современное состояние исследований

Позняков В.П. 24-47

ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ

Первый полет человека в космос: типология представлений коллективной памяти

Емельянова Т.П., Вопилова И.Е., Мишарина А.В. 48-68

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

Динамика социальных представлений современных старшеклассников о совести

Мустафина Л.Ш. 69-82

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ ЯВЛЕНИЙ

Факторы формирования и эволюции национальных менталитетов

Юревич А.В. 83-110

Психология масс в контексте праздничной культуры

Воловикова М.И. 111-121

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА И ОРГАНИЗАЦИИ

Прикладная социальная психология в деятельности психологической службы промышленного предприятия советского периода (на примере социально-психологической службы производственного объединения «Курганприбор»)

Грачев А.А. 122-143

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Экономическая психология экономические условия жизнедеятельности и факторы коррупции в экономическом сознании старшеклассников

Китова Д.А. 144-173

СОДЕРЖАНИЕ

Восприятие отечественного и зарубежного брендов одежды российскими потребителями

Антонова Н.В., Кумар А., Солорева М.А.

174-202

Влияние классического обусловливания на аттитюд к рекламируемому бренду

Ребзуев Б.Г., Худякова Е.А.

203-232
