

应用社会心理学

主 编 乐国安

副主编 汪新建 李 强



YINGYONG
SHEHUI
XINLIXUE

南开大学出版社

应用社会心理学

主 编 乐国安

副主编 汪新建 李 强

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

应用社会心理学/乐国安主编. —天津:南开大学出版社, 2003. 12

ISBN 7-310-01997-0

I. 应... II. 乐... III. 社会心理学—研究生—入学考试—自学参考资料 IV. C912.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 088643 号

出版发行 南开大学出版社

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮编:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542

邮购部电话:(022)23502200

出版人 肖占鹏

承印 河北昌黎人民胶印厂印刷

经销 全国各地新华书店

版次 2003 年 12 月第 1 版

印次 2003 年 12 月第 1 次印刷

开本 880mm×1230mm 1/32

印张 15.75

字数 451 千字

印数 1—4000

定价 25.00 元

前 言

改革开放以来,心理学在中国得到了前所未有的发展。尤其是近十年来,高校心理学专业人才培养的速度大大加快,心理学专业的本科生、硕士生和博士生的数量越来越多。这种可喜的局面正说明中国社会正朝着现代化的目标迅速迈进,因为对心理学人才的需要量的大小是衡量社会发展程度的一项指标。试想,一个经济落后、物资匮乏、思想僵化的社会,又能奢谈需要什么心理学呢?

心理学的生命力在于它的社会实际应用价值。尤其是社会心理学,因其以人的社会心理和社会行为为研究对象而更加具有广泛的可应用性。可以毫不夸张地说,凡是有人活动的地方,就需要社会心理学。正因为这样,社会心理学在心理学大家庭中日益显示出其重要的地位。以处于当今世界心理学霸主地位的美国为例,它除了有一个名为“人格与社会心理学会”(Society of Personality and Social Psychology)的全国性学术组织外,在全国最大的拥有 10 多万会员的美国心理学会(American Psychological Association)的近 50 个分会中,与社会心理学有关的就占 20 多个。在中国,情况也大体如此,除了有中国心理学会外,还有中国社会心理学会,而且在中国心理学会中也有社会心理学专业委员会。2002 年在武汉召开的“全国社会心理学学术大会”,有来自各地不同单位的近 200 名社会心理学工作者参加,其规模至今在各专业委员会的学术会议中算是最大的。与会者中,除了有来自高校和研究机构的专业社会心理学家外,还有来自政府有关部门、军队以及企事业单位的人员。这足见社会心理学在心理学学科中的地位和作用,也足见它在社会发展中的价值。

社会心理学之所以越来越受到社会各界的青睐,是因为实践表明,在当今强调以人为本的文明社会中,要想做好工作、事业有成,即使在自然科学领域光凭所谓的“专业本领”还是不够的;要想提高自己的生活质量,也不能光靠自己拥有的物质性的生活资源。社会中“社会人”所进行的任何活动,都离不开人与人之间的交往,都受到人的社会心理的调节,都有社会心理学知识可应用之地。读者在看过这本《应用社会心理学》之后,相信对此会有更深切的感受。

本书是专门介绍应用社会心理学研究成果的。它不仅可供相关专业的学生作为教材使用,而且对于爱好应用社会心理学并希望在实际工作中科学地应用这方面知识的各界人士也是一本参考书。本书具有三个特点:一是它所论述的是当代应用社会心理学中的一些热点问题,既有理论的阐述,也有具体事例的分析;二是它所参考的文献不仅范围较广,而且比较新,其中许多外文的参考资料是作者新近查阅到的;三是一些作者本身就是所论述的专门领域的研究和教学人员。

本书是由主编、副主编制定写作大纲后由作者们分头撰写,最后由主编、副主编统审定稿。徐树芬、刘硕晗、王思界帮助进行了写作过程中的作者联络及书稿的整理工作。各章的作者是:绪论、第十一章,乐国安;第一章,马华维;第二章,李磊、徐树芬、靳康、刘硕晗;第三章,李磊;第四章、第五章、第六章、第七章,汪新建、靳康、徐树芬、刘硕晗;第八章,李强、吴晟、陈浩;第九章,李强、陈浩、吴晟;第十章,李强;第十二章、第十三章,乐国安、管健、王思界;第十四章,刘春雪;第十五章,周一骑、韩丁。从作者队伍可以看出,本书是集体劳动的成果。对于各位作者付出的辛劳和他们所在单位给予的支持,我们表示深深的谢意。写作中,我们参考了大量国内外研究成果。对于这些成果的作者们,我们也要表示由衷的感谢。此外,我们还要感谢南开大学出版社,尤其是策划编辑莫建来先生在本书得以顺利出版的过程中给予的帮助和支持。

乐国安 汪新建 李强

2003年仲夏于南开大学

目 录

前言	(1)
----------	-----

绪论	(1)
----------	-----

第一篇 社会心理学在组织管理中的应用

第一章 社会心理学在激励中的应用	(21)
------------------------	------

第一节 激励概述	(21)
----------------	------

第二节 内容型激励理论	(27)
-------------------	------

第三节 过程型激励理论	(36)
-------------------	------

第二章 社会心理学在领导过程中的应用	(52)
--------------------------	------

第一节 领导心理概述	(52)
------------------	------

第二节 领导理论	(61)
----------------	------

第三节 领导的决策与技巧	(76)
--------------------	------

第三章 社会心理学在组织文化中的应用	(84)
--------------------------	------

第一节 组织文化概述	(84)
------------------	------

第二节 组织文化的功能	(94)
-------------------	------

第三节 组织文化与组织行为	(107)
---------------------	-------

第二篇 社会心理学在营销与广告中的应用

第四章、影响营销和消费行为的个体心理因素	(121)
----------------------------	-------

第一节 消费者的需要和动机	(121)
---------------------	-------

第二节 消费者态度	(130)
-----------------	-------

第三节 消费者的学习行为	(139)
--------------------	-------

第五章 影响营销和消费行为的社会性因素	(147)
---------------------------	-------

第一节 社会文化因素的影响·····	(147)
第二节 家庭因素的影响·····	(159)
第三节 社会群体因素的影响·····	(165)
第六章 影响消费行为的商品相关因素·····	(173)
第一节 商品品牌因素的影响·····	(173)
第二节 商品的包装设计和色彩的影响·····	(178)
第三节 商品价格因素的影响·····	(185)
第七章 社会心理学在广告中的应用·····	(199)
第一节 广告社会心理学概述·····	(199)
第二节 广告宣传的社会心理过程分析·····	(200)
第三节 广告宣传的社会心理策略·····	(216)
第四节 广告的社会心理功效及其测定·····	(225)

第三篇 社会心理学在健康与临床中的应用

第八章 社会心理学在身体保健中的应用·····	(235)
第一节 社会心理刺激与身体健康·····	(236)
第二节 健康行为概述·····	(245)
第三节 有害健康的行为及其矫正·····	(250)
第九章 社会心理学在临床医学中的应用·····	(267)
第一节 求医行为·····	(267)
第二节 病人角色与医患关系·····	(274)
第三节 病人的一般心理问题及干预·····	(282)
第四节 晚末期病人的社会心理干预·····	(288)
第十章 社会心理学在心理健康和临床心理咨询 中的应用·····	(298)
第一节 心理求助行为·····	(298)
第二节 社会心理学在心理咨询过程中的应用·····	(312)

第四篇 社会心理学在法律活动中的应用

第十一章 犯罪原因的社会心理学分析·····	(329)
------------------------	-------

第一节	精神分析论	(329)
第二节	挫折侵犯论	(334)
第三节	社会学习论	(337)
第四节	遗传论	(342)
第五节	变态心理论	(345)
第六节	脑功能障碍论	(348)
第七节	经验性多因素分析和聚合作用论	(355)
第十二章	社会心理学在司法工作中的应用	(362)
第一节	社会心理学在侦查中的应用	(362)
第二节	社会心理学在预审中的应用	(369)
第三节	社会心理学在审判中的应用	(382)
第十三章	社会心理学在犯罪预测、预防和罪犯改造中的应用	(394)
第一节	犯罪心理预测	(394)
第二节	犯罪心理预防	(402)
第三节	犯罪心理矫正	(409)

第五篇 社会心理学在其他领域中的应用

第十四章	社会心理学在环境领域中的应用	(425)
第一节	环境风险与社会心理	(425)
第二节	拥挤、噪音与社会心理	(430)
第三节	建筑空间与社会心理	(439)
第四节	环境保护与心理学研究	(442)
第十五章	社会心理学在旅游业中的应用	(445)
第一节	影响旅游者旅游决策的社会心理学因素	(445)
第二节	旅游服务的社会心理学分析	(462)
中文参考文献		(479)
英文参考书目		(487)

绪 论

社会心理学是对人的社会心理和社会行为规律进行系统研究的科学。它具有两种重要功能:一是认识功能,即在对人们的社会心理和社会行为进行研究的基础上建立有关的知识体系;二是实践功能,即把已有的知识运用到解决实际生活中的社会心理和社会行为问题上。前一种功能主要由理论社会心理学来体现,后一种功能则主要由应用社会心理学(applied social psychology)来发挥。因此,可以定义应用社会心理学为“把社会心理学的方法、理论、原则和研究结果应用于理解和解决社会问题”(Oskamp & Schultz, 1998)。它是社会心理学学科体系的一个重要组成部分,其特征是以解决实际问题为取向。

第一节 应用社会心理学的发展历史

应用社会心理学是社会心理学的应用分支。在其最初的发展阶段上,只是作为社会心理学的一个应用研究领域而存在的。随着这种研究的不断深化和扩展,作为一种相对独立的应用学科形态的应用社会心理学才最终问世。这种发展过程大致可分为以下三个阶段(沈杰, 1995)。

一、社会心理学应用研究的兴起阶段

19 世纪中叶以后,一方面是因为社会发展提出迫切要求,另一方

面则是由于与社会生活密切相关的一些学科如语言学、民族学、考古学、犯罪学等的促进,尤其是在社会学和心理学两大知识体系之间出现了相互接近的趋势,于是作为一门新兴学科的社会心理学便应运而生了。在1908年同时出版的美国社会学家罗斯(L. Ross)的《社会心理学》和英国心理学家麦独孤(W. McDugall)的《社会心理学导论》,便是社会心理学学科问世的标志。

然而,社会心理学自诞生之日起,其发展的主流趋势是日益关注于实验室研究,对实际应用研究并不感兴趣,这种倾向在20世纪的前20年里表现得尤为突出。到20世纪20年代末,霍桑实验(Hawthorne Studies)终于拉开了社会心理学应用研究的序幕。霍桑实验是在这样的背景下出现的:20世纪初,随着西方工业企业的蓬勃发展,以泰勒(F. W. Taylor)制为代表的科学管理方式代替了早期的经验管理。泰勒制所制定的精确严格的工作程序虽然省去了工人在生产过程中的许多多余无效的动作,实行了高度完善的统计和监督制度,但由于忽视了生产中人的社会心理需要,因而日益激起了工人的强烈不满和反抗。针对这一情况,由哈佛大学心理学教授梅约(Elton Mayo)领导的一个专家小组从1927年至1932年在美国芝加哥西方电气公司的霍桑工厂进行了一系列调查研究。作为其理论总结的人际关系学说,提出了与传统管理理论截然不同的新观点:人是“社会人”,除了物质条件外,人的社会、心理因素等等都影响着他们的工作积极性;生产效率的高低主要取决于生产活动中人际关系所制约的“士气”;非正式群体像正式群体一样,有力地左右着人们的行为;管理者在理解人们合乎逻辑的理性行为时,还须善于理解人们不合乎逻辑的情感行为。霍桑实验及其人际关系学说对于把管理方式从重视物的因素的阶段推进到重视人的因素的崭新阶段作出了重要贡献。因此,霍桑实验不仅成为社会心理学应用研究兴起的开端,而且也成为应用社会心理学的一个重要分支——工业社会心理学(当代管理心理学的前称)诞生的标志。

在20世纪30年代,由于世界经济的极度萧条和社会局势的动荡不安,社会舆论、民意、恐慌、流言与谣言、种族关系等等成为这一时期社会心理学应用研究关注的重点问题。与此同时,一些有关的社会心理

学研究技术不断产生,最突出的有:利克特(R. Likert)于1932年对瑟斯顿(L. L. Thurston)1928年首创的态度量表进行了重新修订,使之成为至今仍在广泛运用的了解人们社会心态的有效工具;1933年莫里诺(J. L. Moreno)创立了社会测量学,提供了考察群体中人际关系状况或心理距离的重要手段;1935年盖洛普把社会学的抽样方法运用于民意调查,发展成为透视人们意向的一种独特方法。这些研究技术的出现和完善,都不同程度地推进了社会心理学研究社会现实问题的步伐。

进入20世纪40年代以后,由于受第二次世界大战爆发的刺激,社会心理学应用研究又有所发展。一些社会心理学家围绕信仰、偏见、说服、宣传与态度的形成和转变等问题进行了众多的应用研究。其中值得特别提及的是著名社会心理学家勒温(K. Lewin),他不仅是理论家、实验家,而且也是应用研究的大师,注重研究和解决现实重大问题是他一贯的作风。他所提出的“行动研究”规划,就是倡导社会心理学研究应该面向社会实际问题,并致力于对实际问题的解决。勒温及其追随者对于社会风气、种族歧视、婚姻纠纷、生产中的人事关系、组织中领导人的培养等问题进行了卓有成效的研究。

二、社会心理学应用研究的演进阶段

在20世纪30、40年代中,尽管一些社会心理学家的兴趣仍在于实验室研究,但应用研究陆续出现,不过总的发展状况呈现出应用研究与实验室工作并重的局面。

然而,进入20世纪50、60年代以后,由于战后的社会局面又处于相对稳定、平静的状态,社会心理学家对现实问题的兴趣也随之有所降低,社会心理学的研究又退回了“象牙之塔”,大多数研究工作主要是在实验室中建构复杂的理论模式,而对实际问题采取轻视态度。但这并不意味着社会心理学的应用研究已经完全停滞或销声匿迹。在实验研究占主导趋势的情况下,应用研究依然在一些局部领域中逐渐拓展,特别是一些应用研究的分支已经日趋成熟,并成为独立的学科问世。如工业社会心理学得到了进一步发展,教育社会心理学作为一门新兴学科在

60年代诞生了。

三、社会心理学应用研究的扩展阶段

20世纪70年代以后,社会心理学应用研究的兴趣再度高涨,尽管从事实验研究的仍不乏其人,但越来越多的社会心理学者开始活跃地投身于解决现实社会问题的努力中。社会心理学研究方向发生的这一显著转变,是与西方社会心理学于20世纪60年代末70年代初出现的一次重大危机密切相关的。在20世纪60年代晚期,西方社会经历了战后最为严重的社会动荡,黑人运动、妇女运动、青年运动风起云涌,现实向社会心理学家提出了众多亟待解决的迫切问题。可是,长期以来习惯于实验室或书斋中做研究的社会心理学家们面对实际情况却束手无策。于是,批评之声骤起,认为社会心理学无力解决社会现实问题表明它面临着危机。以此为契机,西方学者对社会心理学展开广泛的反思,解决实际社会问题的研究方向被看作摆脱社会心理学危机与困境的重要出路。自20世纪70年代以来,注重实际问题研究的趋势逐渐增强。时至今日,社会心理学应用研究领域几乎触及了人类社会生活的各个方面,如政治、经济、教育、司法、军事、文艺、宗教、医疗保健、广告宣传、婚姻家庭、环境保护等等。社会心理学在社会发展中正扮演着越来越重要的角色。

当今社会心理学应用研究的迅速发展态势,不仅反映在它涉及的领域不断扩大,而且还表现在有关的出版物逐渐增多,以及对各领域研究成果的理论总结日益系统化。自20世纪80年代起,美国便开始出版了《应用社会心理学杂志》。奥斯坎普(S. Oskamp)的《应用社会心理学》专著于1984年出版,这是社会心理学发展史上第一本专门论述应用社会心理学的著作(该书于1998年又有了第二版)。

第二节 现今美国应用社会心理学研究的特点

和整个社会心理学的状况一样,现今世界的应用社会心理学也是以美国为主流的。因此,介绍美国应用社会心理学的一些新特点,就可以了解这门学科的发展动向。

一、以问题为中心的研究取向

这是现代美国社会心理学研究最为突出的特点。事实上,前述的社会心理学定义已经清楚地体现了这一特点。以问题为中心的研究取向,意味着在进行社会心理学研究时是瞄准社会中的现实问题而展开的。研究者们围绕着各自所关注的问题而采取适用的方法,收集已有的有关研究资料,并且试图通过研究为解决现实的社会问题提供一些答案。

应用社会心理学的这种以问题为中心的研究取向,与传统社会心理学的基础研究是有区别的。传统社会心理学的基础研究基本立足“理论中心”取向的立场,即从某研究领域中选取与某种理论有关的问题进行研究,通过研究获取支持这种理论或反对这种理论的结果。例如,研究暴力问题时,应用社会心理学家是因为了解到社会存在比较严重的暴力行为而开展对这一问题的研究。他们在研究时会设计方案去对这种社会现象谋求更多的了解,或者分析对这一问题研究的已有资料并用于自己的研究中,通过研究,他们要发现减少暴力的途径。而如果是采用传统的社会心理学基础研究中“理论中心”取向,则在研究暴力行为时,重点考虑某些理论概念,如去探讨“挫折—侵犯”理论的合理性。这种研究不大关注如何减少社会暴力行为,即使考虑了问题的这一方面,也只是为着进一步印证自己的理论的正确性。不过,在理论社会心理学中,可以看到基础研究与应用研究交叉重叠的现象。有些研究者在研究中兼具理论目的和应用目的(Deutsch, 1980)。

二、明确的价值定位

从事社会心理学基础研究的人,常常声明自己的价值取向是中立的。但是,应用社会心理学家却很难做到所谓的“价值中立”。在研究社会问题时,把某种现象定义为“社会问题”,就明显地表现出对这种现象否定性的价值判断。例如,现今美国社会每年有2万多宗杀人案件发生,这就涉及私人枪支的登记和控制问题。有的人主张要加强枪支管理,而另有人却把枪杀案件看成是“为自由而付出的代价”。现代应用社会心理学家在研究这个问题时,当然需要有明确的价值定位。只有价值定位明确了,研究的目的才会清楚,提出的解决社会问题的方法也因此而有效果。事实上,有的研究者已就应用社会心理学家研究社会问题的价值定位提出了一系列的指导性意见(Kelman & Warwien, 1978; Opatow, 1990)。

另一方面,现代应用社会心理学的某些成果,可能影响人们的价值观。例如,关于性别歧视的社会心理学研究成果在改变人们对女性受教育、求职的态度方面就发挥了积极的作用(Oskamp & Schultz, 1998)。

三、触及不同层次的社会心理和社会行为问题

美国现代应用社会心理学所研究的问题十分广泛。其研究对象大体可分为四个层次:

(1)个体水平的研究,指对个体的一些社会心理和社会行为的研究。如津巴多(P. G. Zimbardo, 1997)关于害羞的研究,提出个体如何克服人际交往中的羞怯心理和行为表现;吸烟、酗酒、吸毒问题的研究(DeJong, 1986; Carlson, 1994),提出个体(主要是青少年)如何矫正这类不良行为的办法。

(2)群体水平的研究,指对不同性质的群体的一些特定社会心理问题的研究。如关于种族偏见、歧视的研究(Ackerman & Humphreys, 1990; Steele & Aronson, 1995; Nettles, 1998; Boykin, 1994),关于种

族歧视的研究(Ackerman & Humphreys, 1990; Steele & Aronson, 1995; Nettles, 1988; Boykin, 1994), 揭示了美国白人群体和黑人群体所具有的种族定型、交往中的偏见, 并提出减少种族歧视、缓解种族间矛盾和改善种族间关系的措施(同校学习、工作中加强合作等)。关于性别歧视的研究(Eagly, 1995; Swim, 1994; Murray, 1995; Wagner, 1992), 同样揭示出美国人对男女性别角色的心理定型、性别歧视的具体表现及原因, 以及女性受暴力伤害等, 并提出解决这一社会问题的一些办法。在群体水平的研究中, 还包括对群体领导者的研究。这一领域的研究比勒温等人(Lewin, Lippitt & White, 1939)早期的实验研究又迈进了一步(Fiedler & Garcia, 1987; Hare et al., 1994; Halpin, 1996)。

(3) 政府行为水平的研究, 指对政府决策过程中和政策实施过程的社会心理问题的研究。美国社会心理学家 Judith Rodin 1980 年在美国国会关于国家科学研究经费的听证会上提供的证词中指出: “我们站在进入一个时代的门槛上。在这个时代中, 现代社会的负担在很大程度上可以认为是由行为问题所造成。”(Lowman, 1980) 她列举了诸如能源的使用、城市人口拥挤、贫穷和犯罪、人体过度肥胖等许多行为问题, 指出这些问题解决有赖于对人类行为的科学研究。显然, 美国应用社会心理学家的这些研究已经在影响着政府的决策行为。其他的一些有关研究还包括联邦政府决策者研究(Caplan, 1977), 民意对政府决策的影响(Monroe, 1978), 社会福利改革的研究(Friedlander & Burtless, 1995)等。

(4) 公众水平研究, 指涉及社会全体成员的一些社会心理和社会行为研究。如大众传播(电视、广播、报纸、杂志等)对公众影响的研究(Cook, Campbell & Perrachio, 1990; Mark, Sanne & Shatland, 1992), 美国公民生活质量研究(Campbell, Converse & Rodgers, 1976)和工作满意度研究(Ferratt & starke, 1977); 环境问题研究则涉及拥挤问题研究(McAndrew, 1993; Baum & Paulus, 1987; Ruback, Carr & Hopper, 1986)、环境紧张研究(Staples, 1996)、对环境危害的知觉研究(Covello & Mumpower, 1995)、自然和社会环境对人的行

为影响研究(Barrcer, 1987),以及建筑心理学的研究(Lang, 1987)等;消费者行为问题研究包括消费者态度研究(Foxall & Goldsmith, 1994)、广告和市场研究(Greenwald, 1996; Scatt, 1990; Messaris, 1998)等;法律问题研究,包括证人证词可靠研究(Wells & Luus, 1990; Rattner, 1988)和法庭陪审团的研究(Saks, 1977; Abramson, 1994)等。

四、注重社会效益

研究成果对解决所研究的社会问题要有效果,这是现代美国应用社会心理学研究的又一特点。事实上,应用社会心理学之父勒温早在1948年就提出心理学研究不仅要有理论价值,而且同时要能指导解决社会冲突(Lewin, 1948)。现代美国应用社会心理学家萨克斯(Michael Saks, 1978)则进一步强调要建设有“高度影响力的应用社会心理学”。他认为,应用科学家充当致力于他们最能发挥影响力去解决的那些社会问题上。例如,应用社会心理学家需要去研究如何预防犯罪甚至去研究如何安慰犯罪受害人。现代美国应用社会心理学的这一特点决定了研究者如何选择研究的问题、如何确定选定的研究问题中的有关变量、如何分析研究结果,以及如何找出解决问题的办法。

有关注重社会效益的另一层含义是:应用社会心理学研究的问题无论多么重要,其研究都要能够被别人理解,这样才能被社会接受和应用。为了能够让人认识到研究与自己有关和对自己有用,应用社会心理学家强调不能把简单的问题复杂化,而应把复杂的问题用尽可能简单的、不过度学术化的方式表述出来;同时注意应用大众传播工具和讲座等形式与公众沟通,扩大影响(Posavac, 1992)。

五、研究者开阔的视野

由于应用社会心理学触及各方面的社会问题,所以不仅要求研究者要尽可能全面地考虑与研究对象有关的各种变量,而且还要对社会

问题所涉及的各个不同领域都有广泛的了解。在分析问题时,既要有微观的分析,又要有宏观的思考。这便要求研究者应当视野开阔,具有跨学科的知识。如,研究种族偏见问题,不仅要求研究者了解具体的态度和体验,以及表现种族偏见行为时直接刺激的事件,而且对于社会道德、种族传统文化、人们在生活中习得的期望、社会制度特点等都应当掌握清楚(Lott & Maluso, 1995)。显然,只具备社会心理学知识是不够的,研究者还应具有经济学、社会学、政治学、民族学等多学科的基础知识。

六、强调现场情境(field settings)研究方法

现代美国应用社会心理学研究所采用的方法是多元的。如问卷调查法、实验法、准实验法(quasi-experiment)、相关研究方法、评估研究法等都被广泛采用。但是,侧重在现场情境(即现实的社会情境)中开展有关问题研究,则是其在方法上的一大特点。

所谓现场情境,是指人的现实生活、工作、休闲、交往等具体的、自然的的活动情境,它不是由研究者人为设计或控制的情境。传统的实验社会心理学研究是在严格控制条件下进行的,研究者对于可能影响人的行为的诸多变量进行筛选,并对少数变量间关系(主要指因果关系)感兴趣,对它们进行研究和测量。后来,尽量这种十分典型的实验室研究并不多见,但是真正意义上的现场情况研究仍属少数。例如,在20世纪60年代和70年代,在美国主要的社会心理学杂志上所发表的文章中,只有不到10%是现场情境研究报告,即使在《应用社会心理学杂志》(Journal of Applied Social Psychology)上,当时现场情境研究报告也只占全部文章的25%。但是,到了90年代,情况则有了明显改变,《应用社会心理学杂志》上刊登的文章有大约60%是现场情境研究报告(Fried, Gumpner & Allen, 1973; Schultz & Butler, 1996)。而且,不仅一般的社会心理学杂志刊登现场情境研究的文章,还有一些专门的杂志只刊登在特定的现场情境中进行应用社会心理学研究的报告,如犯罪和司法、保健、环境、大众传播、消费、组织行为、教育等领域的现场