

怀旧分类的标准、特性及其心理效应*

李斌¹, 刘熠¹, 张淑颖², 李爱梅¹

(1. 暨南大学管理学院, 广州 510632; 2. 广州市南国学校, 广州 510621)

摘要:怀旧对个体的心身健康具有积极作用且能带来一定的经济价值。怀旧的种类繁多, 其对应研究后果变量集中的领域也随之不同。现有研究多将怀旧看成单一层次的概念, 对于怀旧的不同类型缺乏深入探讨。文章从三个不同的角度如文化、来源、经验对怀旧的不同类型进行系统介绍, 并对不同类型怀旧的特质、区别与联系进行比较分析, 同时归纳总结了不同怀旧类型的心理后效。在此基础上提出“参照点-经验来源”怀旧理论框架, 将上述分类纳入统一的坐标体系之中。这为理解怀旧现象的复杂形态提供了系统性的整合视角, 亦为后续深化怀旧研究提供了理论参考。

关键词:怀旧; 怀旧类型; 历史怀旧; 集体怀旧; 个人怀旧

中图分类号: B8409

文献标志码: A

文章编号: 1003-5184(2025)06-0500-07

1 引言

Wildschut 等人(2006)发现大部分人每周至少会怀念一次过去, 每个人都曾拥有过怀旧的体验。怀旧是一种对过去苦乐参半(以积极情感为主)的渴望(Juhl et al., 2021), 它是一种自我相关的社会情感, 包含了自我反思(Lemissen et al., 2021), 即自我总是出现在怀旧叙事中并担任主角(Holak & Havlena, 1998), 且几乎都与亲密他人相关(Sedikides et al., 2016; Zou et al., 2019)。怀旧的内容和对象丰富, 主要包括人物、纪念性事件、场景、某段生命时期、宠物、物品以及过去的自我等(Wildschut et al., 2006)。怀旧通常具有叙事结构, 且内容往往是理想化的, 服务于当前自我需求的建构(Sedikides et al., 2015)。同时对维持和提升个体身心健康起积极作用, 不仅能够激发正向的情感体验, 提升积极的自我评价(Wildschut et al., 2006), 还可以被唤起作为一种心理资源来应对个体面临的各种心理不适, 如孤独、无聊、抑郁、心理疼痛、社会排斥等情况(李斌等, 2022; Frankenbach et al., 2020; Hong et al., 2021; Li et al., 2025)。就社会层面而言, 怀旧能够增强社会联结(Wildschut et al., 2006), 促进亲社会行为(Zhou et al., 2012), 且有相当的经济价值(Li et al., 2023; 李斌等, 2015), 具有提升消费者的购买意愿的作用(李斌等, 2025; Marchegiani & Phau, 2010)。怀旧的性质与功能多样化(薛婧, 黄希庭, 2011), 因此由于研究角度的不同, 怀旧的前因变量及相应触发方式、研究范式及测量工具也存在差异(李斌等, 2015)。此外, 怀旧的种类繁多, 其后果变量亦随之有所不同, 但人们对此

认识还不够充分。目前关于怀旧的研究中, 更多将怀旧看成单一层次的概念进行分析, 主要关注怀旧作为一种普遍情绪所具有的特征(Holak et al., 2006; Wildschut et al., 2015), 而较少对怀旧的不同类型进行深入探讨。怀旧不仅是一种情绪体验, 还涉及记忆、自我反思、社会联系等多个层面。此外, 怀旧的效应也因个体差异、文化背景和情境等因素而产生变化。但整体而言, 当前相关研究仍然比较分散和零碎, 缺乏系统详细的介绍和分析, 难以全面揭示怀旧的多样性及其内在机制对个体心理和行为的复杂影响。因此, 本文系统梳理了目前怀旧分类研究中常见的三种划分标准之下的怀旧类型, 辨析其异同特性以及相关心理效应, 并在此基础上提出一个整合性的分类框架将各种怀旧类型纳入其中。有助于未来研究更精细地界定怀旧对象, 进而更准确地解释和预测不同怀旧类型的差异化效应。

2 怀旧的分类及其标准

研究者根据不同的标准将怀旧进行分类, 如根据文化维度将怀旧分为历史怀旧和个人怀旧(Stern, 1992), 根据怀旧的来源将怀旧分为真实怀旧、模拟怀旧和集体怀旧(Baker & Kennedy, 1994), 以及根据经验的集体/个体和直接/间接两个维度将怀旧分类为个人怀旧、人际怀旧、文化怀旧和虚拟怀旧(Holak & Havlena, 1996), 具体如下文所述。

2.1 历史怀旧与个人怀旧

Stern(1992)将怀旧置于文化背景下, 利用文学批评的方式对广告文本中的怀旧内容进行分析, 认为怀旧可分为两种类型: 历史怀旧(historical nostalgia)与个人怀旧(personal nostalgia)。个人怀旧是对

* 基金项目: 国家社会科学基金项目(24F5HB006), 暨南大学研究生导师“大先生”培育计划项目(YDXS2504), 暨南大学“宁静致远”工程项目之“启明星计划项目”(23JNQMX11)。

通信作者: 李爱梅, E-mail: tlaimai@jnu.edu.cn。

个体的过去记忆的一种理想化重构,即“我过去的样子”(Marchegiani & Phau, 2010),这样的记忆不一定真实。如个体儿童时期关于“家”的伤痛记忆,在成年后却被认为是温暖、安全且充满爱的。而历史怀旧则是对想象中的过去的一种理想化重建,来自个体不曾直接经历过的历史时期,即“它曾经的样子”(Marchegiani & Phau, 2010)。历史怀旧表达的是个体不满当下的现实社会生活,认为过去好于现在,渴望逃避现代生活而回归到过去。无论过去历史时期的表征是比现在更丰富或更复杂,还是比现在更简单或更质朴,此时怀旧的核心都是要逃避此时此地(Stern, 1992)。个人怀旧和历史怀旧是从文化维度出发对怀旧的经典分类。

2.2 真实怀旧、模拟怀旧和集体怀旧

Baker 和 Kennedy(1994)从怀旧所处的“特定情境”这个本质出发,提出怀旧可以分为三类,分别是:真实怀旧(real nostalgia)、模拟怀旧(simulated nostalgia)及集体怀旧(collective nostalgia)。真实怀旧是对个体过去真实经历的一种多愁善感或苦乐参半的渴望。模拟怀旧则是对间接体验的过去的一种伤感或苦乐参半的渴望之情。它可以借助他人的回忆和过去的事物来达成对不曾直接经历的过去的怀念,即个体在并未接触过某一物体或经历某事件的情况下,仍然可能会感到怀旧或赋予其象征意义。古董和收藏品就是能激发这种模拟怀旧的最好的例子。而集体怀旧是对代表着一种文化、一个时代或一个国家过去的伤感或苦乐参半的怀念。集体记忆通常是一代人特有的,如人们对某种产品的收集或对某类型音乐的偏好,仅仅意味着他们这一代人的集体怀旧,其他时代的人集体怀旧的特征则不尽相同(Belk, 1990)。集体怀旧的产生并不局限于某一代人,而同样适用于同一种文化背景下的成员或国家公民间所具有的相似的情感经历(Baker & Kennedy, 1994)。近年来,研究者普遍认同集体怀旧是指当个体认为自身从属于某特定群体并且关注与之有关的物品或事件时产生的怀念之情(Cheung et al., 2017; Dimitriadou et al., 2019)。

2.3 个人怀旧、人际怀旧、虚拟怀旧和文化怀旧

Holak 和 Havlena(1996)根据社会经验的集体/个体和直接/间接这两个维度对怀旧进行划分,提出四种类型的怀旧:个人怀旧(personal nostalgia)、人际怀旧(interpersonal nostalgia)、文化怀旧(cultural nostalgia)、虚拟怀旧(virtual nostalgia)。个人怀旧(直接的个人经历)反映的是基于直接经历和个人记忆的怀旧情感体验,对个体而言有着独特的意义。人际怀旧(间接的个人经历)是指基于他人记忆的间接怀旧经历。人际怀旧以人际交流为基础,这种交流获得的是他人的直接经历(Holak et al., 2006)。因而,人际怀旧引起的情感强度不如个人怀旧高。文化怀旧(直接的集体经历)是根植于集

体的直接经历,以共同分享为基础,这种怀旧感受反映的是个体与文化中其他人的联系(Holak et al., 2006),例如过春节或中秋节的经历(薛婧,黄希庭, 2011)。虚拟怀旧(间接的集体经历)是集体的间接经历,它体现了个体所处的文化历史或反映出对不同文化环境的渴望。虚拟怀旧可能来源于书籍、视频、录音等媒介,或者来自与专家、学者的交流(Holak et al., 2006)。

3 怀旧的特性及其分类的异同

如前所述,从不同的视角出发可以将怀旧划分为不同类型,不同类型的怀旧之间有相似之处也有区别之处,接下来将分别针对三种不同视角下区分的怀旧类型的特性及其异同进行分析,以求进一步澄清怀旧的本质。

3.1 历史怀旧与个人怀旧的特性与异同

个人怀旧与历史怀旧的划分是怀旧分类中最为普遍的(Stern, 1992; Marchegiani & Phau, 2010; Verma & Rajendran, 2017)。历史怀旧和个人怀旧的共同点在于两者都牵涉理想化重构的过程(Stern, 1992)。历史怀旧是对不曾参与的过去的想象,而个人怀旧则是在个人记忆的基础上对记忆进行加工美化,二者均包含虚构的成分。尽管两类怀旧都是理想化的重现,但彼此之间却有许多区别,主要集中在亲历性、涉及的记忆内容、怀旧线索及情绪反应等方面。

首先,个人怀旧和历史怀旧的本质区别在于个体是否亲身经历了引起怀旧的情境(Stern, 1992)。个人怀旧针对个体的亲身经历,并作为基于自身经验的认知反应(Marchegiani & Phau, 2010)。历史怀旧的对象则是个体不曾亲自经历的时期和事件,历史怀旧最重要的时间元素是个体出生前的过去(Stern, 1992)。个人怀旧与个体自身理想化的过去直接且紧密地联系在一起,而历史怀旧与个体的个人经历无关,是由历史时期或事物间接地引起的(Marchegiani & Phau, 2010)。

其次,个人怀旧与历史怀旧涉及的记忆内容有所不同。过去的研究表明个人怀旧更多触发自传体记忆(autobiographical memory),其本质是自我参照(self-reference)的(Chi & Chi, 2022)。而历史怀旧是间接经验的结果,涉及的是集体记忆,集体记忆是“由群体或现代社会共享、传递、构建”的一种知识(Marchegiani & Phau, 2010)。个体利用想象力来加工获得的知识,对过去的历史时期进行重建和体验,仿佛他们亲身经历过一样。

此外,个人怀旧与历史怀旧的触发线索有所不同。历史怀旧常用的线索包括历史上的事件、传奇、榜样和著名的人物、很久以前的环境等,一般是普遍且宽泛的主题,不带有个人联结(Marchegiani & Phau, 2010)。Stern(1992)认为个人怀旧线索包括:熟悉性、家园、真切的事件、普通人、爱、养育等。个

人怀旧的刺激强调真实或自传性经验,必然涉及自我联结。个人怀旧与个体的自我同一性发展有关,而历史怀旧则与社会政治因素以及与他人联结的共鸣有关(Marchegiani & Phau, 2010)。

个人怀旧与历史怀旧在情绪反应上也有所不同。Marchegiani 和 Phau(2013)研究发现,由于个人怀旧与个体的自传体记忆相联系,因而在某些情绪体验中的反应强度比历史怀旧更高,如个人怀旧在乐观/振奋、失去/遗憾、温暖/温柔三个情绪维度上的强度高于历史怀旧。历史怀旧的强度影响情感反应,高历史怀旧不仅能缓解消极/疼痛感,还能提高个体对于乐观、感恩与温暖的感知(Marchegiani & Phau, 2010)。

3.2 真实怀旧、模拟怀旧和集体怀旧的特性与异同

相较于从文化视角出发而区分的历史怀旧和个人怀旧,从怀旧来源出发而区分的真实怀旧、模拟怀旧和集体怀旧三者之间没有明显的共同之处,但两两之间有一些重叠。一方面,集体怀旧和真实怀旧一样是个体的亲身经历,Baker 和 Kennedy(1994)提出,真实怀旧是对个体过去直接经验的渴望,而集体怀旧也同样强调在同一时代环境之下,具有相似经历的个体间的情感一致性;另一方面,集体怀旧和模拟怀旧一样具有共享性质,都与他人有一定的联系。集体怀旧是一种群体层面的情感(Dimitriadou et al., 2019),集体怀旧之情在群体内共享(Wildschut et al., 2014),当个体感到集体怀旧时,怀旧的内容与内部群体成员共同的过往经历有关;当模拟怀旧时,个体可能对同样的物品产生了和他人相似的怀念情绪,抑或此时个体通过他人的复述感受到对相似内容的怀念。除了以上的相似之处,三者之间也能够通过一些特别之处进行区分。

真实性是它们的第一大区别特征。Baker 和 Kennedy(1994)提出,真实的体验是引起真实怀旧的条件之一。引发真实怀旧的刺激能激起个体栩栩如生的记忆,即情节性记忆。模拟怀旧则非个体的直接经验,而是间接经验,个体倾向于对他们没有直接经历的去进行装饰和重构。真实怀旧具有真实的范例,而模拟怀旧则类似于原型,它是一种抽象的图像,通常与某种确定的存在相关联(Baker & Kennedy, 1994)。如游客在博物馆游览时,即使没有经历过博物馆展示物所代表的过去,却仍然能够产生模拟怀旧。

共通性是这种分类下另一重要的区分性特点。集体怀旧是指拥有相似背景的人们在相同的情境中体会到的感受具有一致性,集体怀旧比真实怀旧更具有共通性(Holak et al., 2006)。集体怀旧符合群体情绪的定义,研究者在实证研究中也把集体怀旧看作是一种基于群体的情绪进行研究(Smeekes et al., 2015),认为集体怀旧是根据特定群体成员角色或特定社会身份对自我进行分类,并关注与之相关

的事件或对象(Wildschut et al., 2014)。而真实怀旧往往是更加私人的感受,是个体层面的情绪,人与人之间怀旧的内容可能存在较大差异,不容易被外界所预测。模拟怀旧则是间接经历的体验,经过个体的虚构和美化(Baker & Kennedy, 1994),难以衡量其怀旧的内容和强度与亲历者之间相似度的高低。

3.3 个人怀旧、人际怀旧、虚拟怀旧和文化怀旧的特性与异同

个人怀旧、人际怀旧、虚拟怀旧与文化怀旧的区别和联系比较清晰,两两分类之间往往互有联系亦有细微区别。如个人怀旧和文化怀旧虽然都是个体的直接经历(Holak & Havlena, 1996),但是文化怀旧以内群体共同分享为基础,这种怀旧感受反映的是个体与文化中其他人的联系,具有更大的群体共通性,群体成员间具有类似的反应,有助于创造文化身份(Holak et al., 2007)。而文化怀旧与虚拟怀旧的基础则是群体化的交流(Holak & Havlena, 1996),但人际怀旧根植于个体与他人的互动关系,传播的是他们自身的怀旧,包括基于人际交往中有关他人记忆的怀旧体验,并将他人的经历与个体和他人的互动相结合(Holak et al., 2007)。另外,由于个人怀旧和文化怀旧都是个体的亲身经历(Holak & Havlena, 1996),因此个人怀旧和文化怀旧的反应很可能会比人际怀旧和虚拟怀旧更加丰富和复杂。此外,与个人怀旧和人际怀旧相比,文化怀旧和虚拟怀旧具有集体属性以及个体间的共通性(Holak et al., 2006),即群体成员的反应具有共同点(Holak et al., 2007),因此大多数商业广告和产品设计都更倾向于使用能够唤起消费者文化怀旧或虚拟怀旧的物品(Stern, 1992)。集体类的怀旧刺激具有一致性和可预测性,可以帮助营销人员更准确地把握消费者对于产品和信息的反应,尤其是虚拟怀旧的浪漫本质可以给个体带来更纯粹的情感体验。

4 怀旧分类的心理效应

怀旧和生活密切相关,对我们形成广泛又深刻的影响,不同类型的怀旧对人们的心理与行为的影响也不尽相同。下文将针对不同视角下的怀旧分类的后效研究及在不同领域的应用进行分析和归纳。

4.1 历史怀旧和个人怀旧的后效

在历史怀旧和个人怀旧的分类被研究者提出后,最先在广告消费领域得到关注,相关的研究目前主要集中在广告和旅游两个方面。

历史怀旧和个人怀旧正向影响消费者对广告的态度和购买意愿(Marchegiani & Phau, 2011),但二者对广告效果的影响存在差异。个人怀旧广告在唤起怀旧、自我导向的想法和有利的情感结果(包括积极情感和广告态度)方面比历史怀旧广告更有效(Muehlingi & Pascal, 2011)。Muehling(2013)进一步证明,广告引发的个人怀旧情绪比历史怀旧情绪

对消费者品牌态度的积极影响更大。Stern(1992)发现,利用历史怀旧之情进行的广告策略旨在激发消费者对这个虚构的过去的共鸣,当唤起对该历史时代的替代参与时,个体就可能会对产品产生积极信念。成功的历史怀旧广告可以通过激发与产品相关的过去黄金时代的想象来说服消费者参与消费活动。而个人怀旧则执行的是类似重建的功能,即重新塑造存储在记忆中的事件和关系,以使它们在回忆中产生乐趣,即使这些经历在当时并不愉快。此外,对广告中镶嵌的音乐线索类型进行操纵,发现历史怀旧音乐带来更积极的广告态度和更强烈的购买意愿,这一现象受到产品卷入度的调节,在推广卷入度高的产品时,历史怀旧能带来更好的广告效应;而推广卷入度低的产品时,个人怀旧能够产生更好的广告效果(Chou & Singhal, 2017)。

历史怀旧和个人怀旧均对消费者的旅游意愿产生影响,但二者的作用机制存在差异。历史怀旧不仅可以直接促进旅客对历史文化遗址的感知价值与满意度,还能借此进一步增加消费者再次参观的意愿和向他人推荐的意愿(Verma & Rajendran, 2017)。历史怀旧通过触发个体的新颖性寻求动机来提升游客的旅游意愿。而个人怀旧则主要通过改善人们对旅游的态度来增强其旅游意愿,但感知风险会削弱这种影响。

4.2 真实怀旧、模拟怀旧和集体怀旧的后效

目前关于集体怀旧的研究主要集中在社会心理学领域,探讨集体怀旧作为一种常见的集体情绪是如何影响内群体偏好以及外群体排斥。

集体怀旧会对内群体偏好产生影响。集体怀旧可能会引起对某一群体成员的偏好,并视是否与该群体成员为一体来区分内部群体与外部群体(Turner & Stathi, 2023)。集体怀旧在塑造内部群体成员的态度和行为中发挥重要作用,集体怀旧会加强个体对内部群体的喜爱和归属感。集体怀旧除了增加内群体归属感,还会促进内群体认同(Smeekes et al., 2015)。从而促使人们参与更多支持内部群体的集体行动(Cheung et al., 2017)。集体怀旧还能使消费者在面临国内和国外产品的选择时更倾向于消费本国的产品,形成本土国家偏见(domestic country bias)(Dimitriadou et al., 2019)。

研究发现集体怀旧会导致对外部群体的偏见和歧视。当个体处于集体怀旧情绪时比处于个人怀旧情绪时更倾向于歧视外部群体(Smeekes et al., 2015),集体怀旧甚至可以用作排斥外部群体的工具(Cheung et al., 2017),如集体怀旧情绪会增强个体的“本土优先信念”,即一种认为国家的早期定居者或其文化后裔应享有更多管理权利的信念。在集体怀旧情绪的作用下,这种信念会增强,进而引发具体的排斥行动,例如更激烈地反对穆斯林少数民族修建宗教场所等行为(Smeekes et al., 2015)。此

外, Smeekes 等人(2018)通过在 27 个国家中开展研究发现,集体怀旧与更强的内群体归属感和更强的外群体排斥有关,这种效应具有跨文化稳定性。

但集体怀旧并不总是会导致人们对外部群体的排斥,在某些情况下,集体怀旧可以改善人们对外部群体的态度,如怀念民族过去的美好事物可能会通过产生更亲社会的态度等方式减少对外部群体的排斥(Smeekes et al., 2015)。集体怀旧作为一种政治意识形态功能,发挥的影响力也会受到不同因素的影响而有所差异。Wohl 等人(2020)提出存在开放性和单一性的集体主义,一种是对文化和族裔多样性更开放的时期的幻想,另一种是对文化和族裔上更为单一的时期的幻想。那些感觉到开放性的集体怀旧情绪的团体成员更同情和支持外部群体以及他们的信仰或做法。对开放和宽容的社会价值观的集体怀旧也更可能与对待移民或少数民族的自由主义态度相联系(Cheung et al., 2017)。

4.3 个人怀旧、人际怀旧、虚拟怀旧与文化怀旧的后效

对于此种分类,研究多是借助内容分析的方法验证四种怀旧在日常的存在。如 Holak 等人(2006)结合定性和定量的研究方法,以怀旧的这四种类型为基础,对俄罗斯市场设计中的特定刺激与广告内容激发的怀旧进行分析,发现主要的怀旧主题包括:苏联解体、自然、食物等,尤其与对苏联的认同反应、俄罗斯产品的广告及市场要素相关联。有研究从消费者-品牌关系视角探讨消费者放弃更好的替代品而持续购买不喜欢的品牌的原因,发现怀旧情绪对维系品牌忠诚度有重要的作用,对不喜欢的品牌的持续性依恋很大程度上是个人怀旧、人际怀旧、文化怀旧和解释怀旧导致的,这些与品牌相关的怀旧情绪使得消费者将对该品牌的消极感受隐藏在怀旧图像之下,从而保持对该品牌的虚假忠诚度并合理化自己的购买行为,即怀旧之情可以成为维持一段消费关系的强大动力(Demirbag - Kaplan et al., 2015)。在旅游的情境中,也有研究发现怀旧的四个类别(个人怀旧、人际怀旧、虚拟怀旧、文化怀旧)在激发游客前往欧洲大陆乃至其农村地区旅游的意愿中发挥着重要作用,当怀旧情绪被触发时,可以降低个体感知到的旅行限制并提高重新访问农村地区的积极性(Rodrigues, 2012)。

5 怀旧分类的整合框架

现有研究虽从文化、来源及经验结构等多重视角对怀旧进行了分类,深化了对其复杂性的理解,但各分类体系间相对分散,概念亦存在交叉。为推动该领域向更系统、连贯的方向发展,亟需一个能统合多元视角的整合框架,以厘清不同分类间的内在逻辑。

基于对既有分类体系的整合分析,本文梳理出怀旧三个交织的核心分类:怀旧对象(历史时代 vs.

个体经历)、怀旧主体(集体 vs. 个体),以及经验来源(直接 vs. 间接)。怀旧本质是一种建构性的记忆过程(Sedikides et al., 2015),即在当前目标、情感与社会语境下对过去信息的主动重构(Bartlett, 1932)。因此,一个整合性的怀旧分类框架需要回答怀旧记忆建构的两个核心问题:其一,怀旧记忆建构所依据的主导叙事框架是什么?其二,建构所使用的主要心理素材是什么?

据此,本文进一步将怀旧的分类标准概括为怀旧主体的叙事参照框架以及心理经验来源的差异,提出一个“参照点-经验来源”的理论框架对怀旧进行分类进行系统整合。其中“参照点”维度区分了记忆建构的叙事框架,其不仅涵盖了既有分类中的“个体与集体”的差异,更引入了“历史性”这一纵深向度,即记忆建构叙事是基于个人历史(服务于自传体叙事)还是集体历史(服务于集体认同与历史传承)。而“经验来源”维度则区分了记忆建构的材料性质,即建构所使用的心理素材是直接经验(基于亲身经历与实践)还是间接经验(基于社交经验或象征符号等中介)。这两个维度的交叉,系统界定出四种具有清晰心理边界与建构路径的怀旧类型(见下图1):真实个体怀旧、模拟人际怀旧、共享文化怀旧和历史虚拟怀旧。具体而言,真实个体怀旧是基于个体生命历程中真实经历的怀旧情感体验,直接调用个体亲身经历的事件或感官记忆等作为核心素材进行记忆建构,它指向个体的过去,同时强调经历的真实性。模拟人际怀旧的参照点仍为个体生命脉络,但经验来源转为间接的人际叙事,是个体通过共情与想象,将他人的直接经验转化为自身情感记忆的一部分,从而形成对人际关系的情感归属。共享文化怀旧则是由特定群体直接的共同历史经历所引发的怀旧,是一种根植于集体记忆或特定群体情感而进行的记忆建构过程,依赖于群体成员共同拥有的直接实践作为共享素材。而历史虚拟怀旧则指向历时性的集体历史,经验来源为媒介化符号等间接叙事内容,它以个体不曾直接经历的集体历史为素材,表现为个体对该历史时期的向往或该历史文化的象征性归属与认同。

本研究提出的“参照点-经验来源”怀旧理论框架,为整合前文所述三种分类体系提供了一个统一的解释性方案。该理论框架通过解析怀旧的心理参照对象及其依赖的经验资源类型,不仅将既往分散的分类纳入一个统一、自洽的理论坐标系,更重要的是,它从怀旧记忆建构的生成机制出发,为理解各类怀旧的心理起源、叙事功能及社会后果提供了整合性的解释路径,为后续怀旧心理研究提供了一个新的理论视角。

6 总结与展望

研究者从不同的角度把怀旧分为了不同的类型,虽然当前怀旧不同分类的后果变量研究有一定

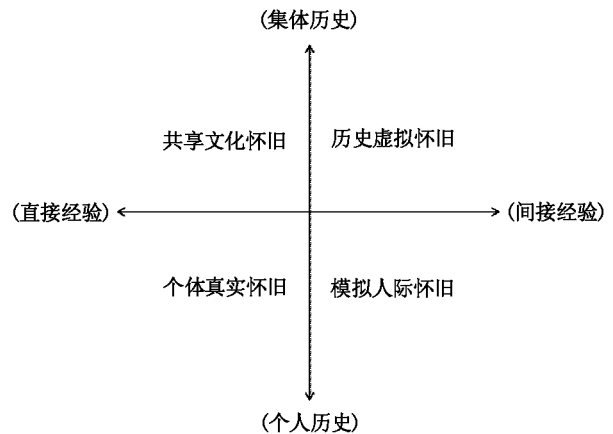


图1 “参照点-经验来源”怀旧理论框架

的成果,但对怀旧分类的实证研究还相对缺乏,未来应继续加强以下几方面的研究:

首先,要加强国家怀旧方面的研究。在现有研究中,虽然有研究者将国家怀旧纳入集体怀旧的范围中(Smeekes et al., 2015; Dimitriadou et al., 2019),但并未对国家怀旧的定义加以阐释或是就二者进行区分。集体怀旧中虽然包含对某一文化、时代或国家相关事物的怀念(Baker & Kennedy, 1994),但正如文化怀旧指向集体中的个体与该文化背景下其他个体的联系(Holak et al., 2006),国家怀旧也具有自身的相应特征,如时常与意识形态相联系等(Smeekes et al., 2015; Wohl et al., 2020)。国家怀旧的性质还需进一步探索,其本质是一种社会情绪还是一种社会意识形态,如保守主义、社会支配取向等?因此,未来需要进一步明晰集体怀旧和国家怀旧的概念以明确二者是否为从属关系并解释相关问题。

其次,要增加怀旧类型的纵向比较研究。当前关于怀旧类型的研究多基于横向的实验或调查,仍缺乏针对具体怀旧类型的长期纵向追踪研究,无法确切反映出怀旧影响个体心理发展的连续性和转折点(Li et al., 2025, 2023)。因此,很难确定不同类型的怀旧对个体产生的影响是短暂存在的还是长期持续的。未来应填补该研究领域缺失,动态分析并揭示怀旧在时间维度上的变化模式,探究在较长的时间条件下过往研究结论能否得以延伸,也应进一步探索怀旧的次数及频率等其他因素是否会对怀旧效果产生不同影响。

第三,要拓展对怀旧类型的前因和后果变量研究。目前对怀旧类型的前因变量研究仍然存在很大的探索空间。当前关于触发怀旧的研究发现,客观刺激包括视觉上的广告、嗅觉上的气味及听觉上的音乐是最有效的几种触发因素(李斌等, 2015),但并未针对怀旧类型和产生情境进行深入研究。未来研究应该加大对怀旧类型的前因变量的探索,以进一步明确不同的因素是如何在具体情境之下对不同

的怀旧类型造成影响的。同时关于怀旧类型后果变量的研究虽然取得了丰富的成果,但是目前关于怀旧功能的研究大多关注积极方面,如缓解心理疼痛、降低孤独感、提高感恩及幸福感(Li et al., 2025, 2023)等,考虑到怀旧是一种苦乐参半的情绪,对过去的美好回忆会与意识到过去无法重现相关的失落感相结合(Holak & Havlena, 1998),其中是否存在未知的消极反应,也值得进一步的探索。

最后,目前大部分关于怀旧的研究都是利用量表测量开展的。而现有的较为权威且使用广泛的怀旧量表都是由国外编制,考虑到文化、社会与个体等因素对于怀旧的影响,应该考虑怀旧量表本土化的开发。除此之外,问卷调查法的生态效度较低,应将情景实验法与问卷法相结合,如通过看电影或听歌曲等方式进行视觉、听觉与味觉等多感官的启动,充分进行怀旧的唤醒,提高研究结果的可靠性和稳定性。此外,怀旧又可区分为状态型怀旧以及特质型怀旧(李斌等, 2015),在当前心理学领域关于怀旧的研究中,多是通过创设某种实验情境及条件以激发状态型怀旧(Holak & Havlena, 1996; Li et al., 2025; Muehling, 2013),而后采用怀旧状态量表对此进行测量(Wildschut et al., 2006),但缺乏相应方式对特质型怀旧进行探究,因此未来研究中也应开发相应工具以进一步完善研究体系。

参考文献

- 李斌,马红宇,李爱梅,凌文轮.(2015). 怀旧的触发,研究范式及测量. *心理科学进展*, 23(7), 1289 - 1298.
- 李斌,芮建禧,俞炜楠,李爱梅,叶茂林.(2025). 当设计遇见AI:人工智能设计产品对消费者响应模式的影响. *心理学报*, 57(11), 1914 - 1932.
- 李斌,张淑颖,冯凯.(2022). 社会排斥对消费选择偏向的影响:怀旧的调节作用及社会联结的中介作用. *心理科学*, 45(5), 1174 - 1181.
- 薛婧,黄希庭.(2011). 怀旧心理研究述评. *心理科学进展*, 19(4), 608 - 616.
- Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: A diagnosis of context - specific cases. *Advances in Consumer Research*, 21(1), 169 - 174.
- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A study in experimental and social psychology*. Cambridge University Press.
- Belk, R. W. (1990). The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. *Advances in Consumer Research*, 17(1), 669 - 676.
- Cheung, W. Y., Sedikides, C., Wildschut, T., Tausch, N., & Ayanian, A. H. (2017). Collective nostalgia is associated with stronger outgroup - directed anger and participation in ingroup - favoring collective action. *Journal of Social and Political Psychology*, 5(2), 301 - 319.
- Chi, O. H., & Chi, C. G. (2022). Reminiscing other people's memories: Conceptualizing and measuring vicarious nostalgia evoked by heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 61(1), 33 - 49.
- Chou, H. Y., & Singhal, D. (2017). Nostalgia advertising and young Indian consumers: The power of old songs. *Asia Pacific Management Review*, 22(3), 136 - 145.
- Demirbag - Kaplan, M., Yildirim, C., Gulden, S., & Aktan, D. (2015). I love to hate you: Loyalty for disliked brands and the role of nostalgia. *Journal of Brand Management*, 22(2), 136 - 153.
- Dimitriadou, M., Maciejovsky, B., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2019). Collective nostalgia and domestic country bias. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 25(3), 445 - 457.
- Frankenbach, J., Wildschut, T., Juhl, J., & Sedikides, C. (2020). Does neuroticism disrupt the psychological benefits of nostalgia? A Meta - analytic test. *European Journal of Personality*, 35(2), 249 - 266.
- Hepper, E. G., Wildschut, T., Sedikides, C., Robertson, S., & Routledge, C. D. (2020). Time capsule: Nostalgia shields psychological wellbeing from limited time horizons. *Emotion*, 21(4), 1 - 59.
- Holak, S. L., & Havlena, W. J. (1996). Exploring nostalgia imagery through the use of consumer collages. *Advances in Consumer Research*, 23(1), 35 - 42.
- Holak, S. L., & Havlena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42(3), 217 - 226.
- Holak, S. L., Havlena, W. J., & Matveev, A. V. (2006). Exploring nostalgia in Russia: Testing the index of nostalgia - proneness. *European Advances in Consumer Research*, 7, 33 - 40.
- Holak, S. L., Matveev, A. V., & Havlena, W. J. (2007). Nostalgia in post - socialist Russia: Exploring applications to advertising strategy. *Journal of Business Research*, 60(6), 649 - 655.
- Hong, E. K., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2021). Nostalgia strengthens global self - continuity through holistic thinking. *Cognition and Emotion*, 35(4), 730 - 737.
- Juhl, J., Wildschut, T., Sedikides, C., Xiong, X. L., & Zhou, X. Y. (2021). Nostalgia promotes help seeking by fostering social connectedness. *Emotion*, 21(3), 631 - 643.
- Leunissen, J., Wildschut, T., Sedikides, C., & Routledge, C. (2021). The hedonic character of nostalgia: An integrative data analysis. *Emotion Review*, 13(2), 139 - 156.
- Li, B., Ma, H. Y., & Huo, Y. X. (2025). Analgesic effect of nostalgia: Good memories of the past makes you feel less pain. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1 - 9.
- Li, B., Zhu, Q., Li, A. M., & Cui, R. B. (2023). Can good memories of the past instill happiness? Nostalgia improves subjective well - being by increasing gratitude. *The Journal of Happiness Studies*, 24(2), 699 - 715.
- Marchegiani, C., & Phau, I. (2010). Away from "Unified nostalgia": Conceptual differences of personal and historical nostalgia appeals in advertising. *Journal of Promotion Management*, 16(1 - 2), 80 - 95.
- Marchegiani, C., & Phau, I. (2011). The value of historical nostalgia for marketing management. *Marketing Intelligence &*

- Planning, 29(2), 108 – 122.
- Marchegiani, C., & Phau, I. (2013). Personal and historical nostalgia: A comparison of common emotions. *Journal of Global Marketing*, 26(3), 137 – 146.
- Muehling, D. D. (2013). The relative influence of advertising – evoked personal and historical nostalgic thoughts on consumers' brand attitudes. *Journal of Marketing Communications*, 19(2), 98 – 113.
- Muehling, D. D., & Pascal, V. J. (2011). An empirical investigation of the differential effects of personal, historical, and non – nostalgic advertising on consumer responses. *Journal of Advertising*, 40(2), 107 – 122.
- Newman, D. B., Sachs, M. E., Stone, A. A., & Schwarz, N. (2020). Nostalgia and well – being in daily life: An ecological validity perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 118(2), 325 – 347.
- Rodrigues, Á. (2012). Constraints, nostalgia and North Americans' visits to rural Europe. *European Journal of Tourism Research*, 5(2), 186 – 190.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Cheung, W. Y., Routledge, C., Hepper, E. G., Arndt, J., Vail, K., Zhou, X., Brackstone, K., & Vingerhoets, A. J. (2016). Nostalgia fosters self – continuity: Uncovering the mechanism (social connectedness) and consequence (eudaimonic well – being). *Emotion*, 16(4), 524 – 593.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., Arndt, J., Hepper, E. G., & Zhou, X. (2015). To nostalgize: Mixing memory with affect and desire. *Advances in Experimental Social Psychology*, 51, 189 – 273.
- Smeekes, A., Jetten, J., Verkuyten, M., Wohl, M. J., Jasinskaja – Lahti, I., Ariyanto, A., . . . Van Der Bles, A. M. (2018). Regaining in – group continuity in times of anxiety about the group's future. *Social Psychology*, 46(6), 311 – 329.
- Smeekes, A., Verkuyten, M., & Martinovic, B. (2015). Longing for the country's good old days: National nostalgia, autochthony beliefs, and opposition to Muslim expressive rights. *British Journal of Social Psychology*, 54(3), 561 – 580.
- Stern, B. B. (1992). Historical and personal nostalgia in advertising text: The fin de siecle effect. *Journal of Advertising*, 21(4), 11 – 22.
- Turner, R. N., & Stathi, S. (2023). Nostalgic intergroup contact and intergroup relations: Theoretical, empirical, and applied dimensions. *Current Opinion in Psychology*, 51, 101585.
- Verma, A., & Rajendran, G. (2017). The effect of historical nostalgia on tourists' destination loyalty intention: An empirical study of the world cultural heritage site – Mahabalipuram, India. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(9), 977 – 990.
- Wildschut, T., Bruder, M., Robertson, S., van Tilburg, W. A., & Sedikides, C. (2014). Collective nostalgia: A group – level emotion that confers unique benefits on the group. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 844.
- Wohl, M. J., Stefaniak, A., & Smeekes, A. (2020). Longing is in the memory of the beholder: Collective nostalgia content determines the method members will support to make their group great again. *Journal of Experimental Social Psychology*, 91, 104044.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975 – 993.
- Zou, X., Lee, M., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2019). Nostalgia increases financial risk taking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(6), 907 – 919.
- Zhou, X. Y., Wildschut, T., Sedikides, C., Shi, K., & Feng, C. (2012). Nostalgia: The gift that keeps on giving. *Journal of Consumer Research*, 39(1), 39 – 50.

The Standards, Characteristics and Effects of Nostalgia Classifications

Li Bin¹, Liu Yi¹, Zhang Shuying², Li Aimei¹

(1. School of Management, Jinan University, Guangzhou 510632;

2. Guangzhou Nanguo School, Guangzhou 510621)

Abstract: Nostalgia is of great benefit for maintaining individuals' physical and mental health and for generating society's economic value. A comprehensive examination of nostalgia's sub – classifications facilitates a deeper understanding of its nature and enriches our comprehension of its consequences. Most existing studies treat nostalgia as a monolithic concept and lack in – depth discussion on its different types. This article systematically introduces different sub – classifications of nostalgia from three different perspectives: cultural, source – based and experiential. The characteristics, differences and similarities of different types of nostalgia are also analyzed and compared. Moreover, it summarizes the effects of different types of nostalgia. Finally, this study proposes a two – dimensional framework based on the nostalgic subject's reference point and the source of nostalgic psychological experience. This framework integrates different types of nostalgia into a unified coordinate system, aiming to provide a more systematic analytical perspective for understanding the complex manifestations of nostalgia and to offer a theoretical reference for further in – depth research.

Key words: nostalgia; classifications of nostalgia; historical nostalgia; collective nostalgia; personal nostalgia