

Determinanten medieninduzierter Nostalgie und ihre Wirkungsweisen  
auf Unterhaltungserleben und Wohlbefinden

Inauguraldissertation

zur

Erlangung des Doktorgrades

der Humanwissenschaftlichen Fakultät

der Universität zu Köln

nach der Promotionsordnung vom 10.05.2010

vorgelegt von

Tim Wulf

geboren am 28.11.1990

in Kassel

September 2018

Diese Dissertation wurde von der Humanwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln im  
Dezember 2018 angenommen. (Beschluss des Promotionsausschusses vom 20.10.2010)

1. Dissertationsgutachter:	Prof. Dr. Gary Bente
2. Dissertationsgutachterin:	Prof. Dr. Julia Kneer
Vorsitzende der Disputation:	Prof. Dr. Birte English
Protokollantin:	Dr. Ann-Christin Posten
Tag der Disputation:	21. Dezember 2018

## Danksagung

*„Der junge Mann wusste, dass er verloren war. Endlich begriff er, dass er gar nicht in der Stadt der Katzen war. Er war an dem Ort, an dem er sich verlieren sollte. Der Ort war nicht von dieser Welt, er existierte nur für ihn. Und nie mehr würde an dem Bahnhof ein Zug halten, um ihn in seine ursprüngliche Welt zurückzubringen.“ (Murakami, 2009/2010, S. 704)*

Zum Ende meiner Zeit als Doktorand möchte ich den Menschen danken, die mich nicht nur die letzten Jahre, sondern weit darüber hinaus begleitet, unterstützt und inspiriert haben.

An allererster Stelle danke ich Prof. Dr. Gary Bente dafür, dass er mich über die weite Distanz hinweg betreut und unterstützt hat. Darüber hinaus danke ich ihm dafür, dass er mir sein Vertrauen geschenkt und beginnend in 2012 als studentische Hilfskraft viele Türen zu inspirierenden Menschen geöffnet hat. Die Verbindungen zu „Team Bente“, die seit dieser Zeit entstanden sind, bestehen auch heute noch und sind eine sehr bereichernde Erfahrung.

Weiterhin gilt mein besonderer Dank Prof. Dr. Julia Kneer, nicht nur für die Zweitbegutachtung meiner Dissertation, sondern vor allem dafür, dass sie mir immer wieder zeigt, wie „normal“ dunkle Phasen als Forscher sind, dass sie mir den Rücken stärkt und mich auf die kommenden Lichtungen weist, wenn mein Blick stupide auf einen Weg gerichtet ist. Nicht zuletzt möchte ich ihr für die Erkenntnis danken, dass man im ‚Elfenbeinturm‘ auch verdammt viel Spaß haben kann und zu viel der Ernsthaftigkeit bisweilen mehr Probleme schafft als löst.

Mein weiterer Dank gilt Prof. Dr. Constantine Sedikides dafür, dass er mich, ohne mich je getroffen zu haben, eingeladen und nach allen Regeln der Gastfreundschaft in Southampton empfangen, unterstützt und herausgefordert hat. Ich habe es immer als inspirierend empfunden, wie viel Humor einen bisweilen ernsten wissenschaftlichen Alltag begleiten kann. Darüber hinaus möchte ich auch Prof. Dr. Tim Wildschut, Prof. Dr. Yanan Yang, Dr. Bettina Zengel und Ziyang

Yang danken, dass sie meine Zeit in England so bunt, vielseitig und erfahrungsreich gemacht haben, dass ich mich jeden Freitag ein wenig zu ‚Fish & Chips‘ zu euch in die Mensa zurückwünsche.

Ferner gilt mein Dank Dr. Nicholas Bowman, Dr. John Velez, Dr. Matthew Baldwin und Dr. James Alex Bonus für die (hoffentlich andauernde) produktive und erkenntnisreiche Zusammenarbeit. Durch Gespräche, hitzige Diskussionen und Studienplanung habe ich nicht nur wissenschaftlich viel lernen sondern auch positive und inspirierende Menschen kennenlernen dürfen.

Ich möchte zudem „Team Bente“ für die tolle Zeit danken und dafür, dass ihr gemeinsam mit mir einen ‚Grundstein‘ für mein wissenschaftliches Arbeiten gelegt habt, auf welchem ich täglich mit einem Lachen aufbauen kann. Danke, Dr. Johannes Breuer, Dr. Lena Frischlich, Olivia Rutkowski, Dr. Daniel Brunsch, Jana Schneider, Claus Caspari, Carola Bloch und Daniel Roth.

Ein besonderer Dank gilt weiterhin der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) dafür, dass sie mir das Vertrauen geschenkt und meine Promotion gefördert hat. Ohne die Förderung wäre ich ärmer, und damit meine ich nicht nur, dass sie mir materiell den Rücken freigehalten und das kontinuierliche Voranbringen meiner Forschung ermöglicht hat, sondern vor allem die ideelle Förderung, die mich regelmäßig über meinen eigenen Tellerrand hinausblicken hat lassen. Ich wünsche mir, dass ich nach Ende meiner Förderung vieles davon an die Stiftung zurückgeben kann.

Ganz besonders möchte ich zwei Kolleginnen und Freundinnen danken, die mich mit dem unerschütterlichen Glauben an mich (wenn mir abhandengekommen) immer wieder aufgebaut haben. Danke, dass ich immer mit euch lachen, weinen, reisen, fluchen, tanzen und forschen darf, Prof. Dr. Diana Rieger und Dr. Josephine Schmitt! Ihr habt mir gezeigt, wie viel Freude Wissenschaft bringt, wenn man mit Herzblut dabei ist und, wie man die dunklen Tage übersteht, indem man sich eine Gelassenheit aneignet, jedes Unheil mit Sarkasmus und Kaltgetränk wegzulächeln.

Auch wenn ich fühle, dass der Raum, den dieser Dank in Form „eines Absatzes“ hier erfährt, viel zu kurz gegriffen ist, möchte ich zuletzt von ganzem Herzen meiner Familie, meiner Erdung Jan und den Menschen danken, die mich lieben, obwohl sie mich kennen: meinen Freunden. Zudem möchte ich stellvertretend für den Jazzchor der Universität zu Köln Dietrich Paul Eberhard Thomas dafür danken, dass er nicht nur so ein musikalisches, sondern auch lebhaftes und soziales Netzwerk aufgebaut hat, das in guten und schlechten Tagen stets einen sonoren Klang oder im Zweifel ein wohlschmeckendes Kölsch für mich bereithält.

Dank Ihnen und Euch war die Zeit meines Doktorandendaseins nie ein scheinbar auswegloser Ausflug in die ‚Stadt der Katzen‘. Zugleich weiß ich, dass Dank euch zu jedem anderen Ort, an den es mich verschlagen möge, Züge fahren werden mit wunderbaren Mitreisenden.

Danke!

## Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>vii</b>
<b>Liste der Teilstudien</b> .....	<b>viii</b>
Eigenanteil an den aufgeführten Teilstudien .....	ix
<b>Synopsis</b> .....	<b>11</b>
Nostalgie als Mixed Emotion.....	17
Medieninduzierte Nostalgie (Studie 1) .....	18
Die Integration von Theorien zu Nostalgie, Unterhaltung und Wohlbefinden: das MINCoW Modell (Studie 2) .....	24
Empirische Überprüfung des MINCoW-Modells (Studien 3, 4 und 5).....	30
Medieninduzierte Nostalgie am Beispiel Pokémon Go (Studie 3). .....	30
Medieninduzierte Nostalgie und Unterhaltungserleben (Studie 4).....	36
Videospielinduzierte Nostalgie und Wohlbefinden (Studie 5). .....	40
Ein Überblick zum Forschungsstand medieninduzierter Nostalgie in der Videospieforschung (Studie 6).....	47
Die Studien in der Zusammenschau: Implikationen für das MINCoW Modell und Überlegungen für zukünftige Forschung .....	49
Fazit.....	56
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>57</b>

## **Zusammenfassung**

Die vorliegende Dissertation untersucht die Zusammenhänge zwischen medieninduzierter Nostalgie, hedonischem und eudaimonischem Unterhaltungserleben sowie subjektivem und psychologischem Wohlbefinden. Hierzu wurde eine Reihe von sechs Studien durchgeführt.

Zunächst wurde die Grundannahme überprüft, dass Erinnerungen an Medien(-inhalte) Nostalgie auslösen können (Studie 1). Anschließend wurde ein konzeptuelles Modell der Zusammenhänge aller Variablen aus der bisherigen Forschung abgeleitet (Studie 2). Die im Modell getroffenen Annahmen, dass Nostalgie sich positiv auf Unterhaltung und Wohlbefinden auswirkt, wurden in drei Studien zunächst kombiniert in einem Studiendesign (Studie 3), und anschließend vereinzelt (Studie 4 und Studie 5) empirisch überprüft. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sowohl die Erinnerung an Mediennutzung als auch die erneute Nutzung zur Induktion von Nostalgie führen kann. Hierbei spielen vor allem die persönliche Bedeutsamkeit der Medieninhalte und soziale Verbundenheit (sowohl zu Mediencharakteren als auch zu anderen Mediennutzenden) innerhalb der Erinnerung eine wichtige Rolle. Darüber hinaus belegen die Ergebnisse die im Modell (Studie 2) getroffenen Annahmen, dass medieninduzierte Nostalgie sich positiv auf das Unterhaltungserleben (Studie 3 und 4) und auf einzelne Facetten des Wohlbefindens (Studie 3 und 5) auswirken kann. In einem abschließenden Beitrag (Studie 6) wurden schließlich die bisherigen Ergebnisse zu medieninduzierter Nostalgie auf den Forschungsgegenstand der Videospiele angewendet und ein Ausblick auf zukünftige Forschung in diesem Bereich erörtert.

Die vorliegende Dissertation eröffnet somit der empirischen Medienwirkungsforschung eine breite Perspektive auf einen bislang weitgehend vernachlässigten Untersuchungsgegenstand. Dabei liefert sie wichtige Erkenntnisse und Implikationen für etablierte theoretische Konzepte der medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

## Liste der Teilstudien

### Studie 1:

#### **Wallowing in media-past: Media-induced nostalgia's connection to parasocial relationships**

*Published as:*

Wulf, T., & Rieger, D. (2018). Wallowing in media-past: Media-induced nostalgia's connection to parasocial relationships. *Communication Research Reports*, 35, 178–182. doi:10.1080/08824096.2017.1383236

### Studie 2:

#### **Blissed by the past: Theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being**

*Published as:*

Wulf, T., Rieger, D., & Schmitt, J. B. (2018). Blissed by the past: Theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being. *Poetics*, 69, 70-80. doi:10.1016/j.poetic.2018.04.001

### Studie 3:

#### **Being a kid again: Playing Pokémon Go contributes to well-being through nostalgia**

*Under Review in:*

Wulf, T. & Baldwin, M. (under review). Being a kid again: Playing Pokémon Go contributes to well-being through nostalgia. *International Journal of Applied Positive Psychology*.

### Studie 4:

#### **The inspired time traveler: Examining the implications of nostalgic entertainment experiences for two-factor models of entertainment**

*Under Review in (Minor Revision):*

Wulf, T., Bonus, J. A., & Rieger, D. (under review). The inspired time traveler: Integrating nostalgic entertainment experiences into two-factor models of entertainment. *Media Psychology*.

### Studie 5:

#### **Once upon a game: Exploring video game nostalgia and its impact on well-being**

*Accepted for Publication as:*

Wulf, T., Bowman, N. D., Velez, J. A., & Breuer, J. (in Druck). Once upon a game: Exploring video game nostalgia and its impact on well-being. *Psychology of Popular Media Culture*.

### Studie 6:

#### **Video games as time machines: Video game nostalgia and the success of retro gaming**

*Published as:*

Wulf, T., Bowman, N. D., Rieger, D., Velez, J. A., & Breuer, J. (2018). Video games as time machines: Video game nostalgia and the success of retro gaming. *Media and Communication*, 6, 60-68. doi:10.17645/mac.v6i2.1317



## **Eigenanteil an den aufgeführten Teilstudien**

- Studie 1**      **Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**  
Konzeptuelle Idee, Planung und Durchführung der Studie, Datenanalyse, Verschriftlichung des Beitrags, der Action Letters und Revisionen des Manuskripts.
- Folgende Leistungen sind durch die Co-Autorin des Artikels erbracht worden:**  
Gegenlesen und Kommentieren aller Versionen des Artikels sowie der Revisionen und Action Letters, Hilfestellung bei der Erarbeitung der konzeptuellen Idee sowie der Erarbeitung des Studiendesigns.
- Studie 2**      **Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**  
Konzeptuelle Idee, Erarbeitung der Literatur, Ableitung und Begründung des aufgestellten Modells, Verschriftlichung des Beitrags, der Action Letters und Revisionen des Manuskripts.
- Folgende Leistungen sind durch die Co-Autorinnen des Artikels erbracht worden:**  
Gegenlesen und Kommentieren aller Versionen des Artikels sowie der Revisionen und Action Letters, Hilfestellung bei der Erarbeitung der Idee sowie des (finalen) Modells.
- Studie 3**      **Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**  
Konzeptuelle Idee, Studienplanung und Durchführung beider Studien innerhalb des Manuskripts, Verschriftlichung des Beitrags. Die Datenauswertung und -interpretation beider Studien erfolgte in enger Abstimmung mit dem Co-Autor.
- Folgende Leistungen sind durch den Co-Autoren des Artikels erbracht worden:**  
Gegenlesen und Kommentieren des Artikels sowie der Revisionen und Action Letters, Hilfestellung bei der Planung und Durchführung von Studie 2. Die Ergebnisse beider Studien wurden in enger Abstimmung beider Autoren ausgewertet und interpretiert.

**Studie 4****Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**

Konzeptuelle Idee, Studienplanung und Durchführung von Studie 2. Datenauswertung von Studie 2. Der Beitrag sowie alle Action Letters und Revisionen wurden in enger Abstimmung zwischen dem Erst- und Zweitautor des Manuskripts verschriftlicht.

**Folgende Leistungen sind durch die Co-Autor\*innen des Artikels erbracht worden:**

Gegenlesen und Kommentieren aller Versionen des Artikels sowie der Revisionen und Action Letters; Planung, Durchführung, Auswertung und Verschriftlichung von Studie 1 (James A. Bonus); Hilfe bei der Generierung der konzeptuellen Idee und Studiendurchführung von Studie 2 (Diana Rieger); Anpassungen in der Strategie der Datenauswertung als Reaktion auf das Feedback der Journal-Gutachter wurden in enger Abstimmung aller Autor\*innen getroffen.

**Studie 5****Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**

Konzeptuelle Idee, Planung und Durchführung der Studie, Verschriftlichung des Beitrags sowie der Action Letters und Revisionen des Manuskripts.

**Folgende Leistungen sind durch die Co-Autoren des Artikels erbracht worden:**

Gegenlesen und Kommentieren aller Versionen des Artikels sowie der Revisionen und Action Letters; Hilfestellung bei der Planung der Studie, Durchführung der Studie via *Amazon Mechanical Turk* (John A. Velez), Durchführung der qualitativen Analysen innerhalb des Manuskripts (Nicholas D. Bowman); die Datenanalyse und -interpretation erfolgte in enger Abstimmung aller Autoren.

**Studie 6****Folgende Leistungen sind Eigenleistungen des Erstautors:**

Konzeptuelle Idee, Erarbeitung der Literatur, Verschriftlichung des Extended Abstracts als Vorbereitung des Beitrags, Verschriftlichung des Beitrags (full paper), des Action Letters und der Revision des Manuskripts.

**Folgende Leistungen sind durch die Co-Autoren des Artikels erbracht worden:**

Gegenlesen und Kommentieren aller Versionen des Artikels sowie der Revisionen und des Action Letters, Zulieferung eines Textabschnitts zur historischen Perspektive auf Videospiele (Nicholas D. Bowman). Dieser Beitrag wurde mithilfe einer Förderung der West Virginia University, der Universität eines Co-Autoren (Nicholas D. Bowman), *Open Access* publiziert.

### Synopsis

Die Beschäftigung mit der Vergangenheit, das Zurückgehen in dieselbe, hat einen überaus großen Reiz. Was ehemals auf die Seele gewirkt hat, gedacht und empfunden worden ist, hat den jetzigen Zustand des Denkens, Empfindens und Wollens mit gebildet.

(W. v. Humboldt, in einem Brief vom 25.05.1825)

Erinnern Sie sich noch an Ihren ersten Kuss? Vielleicht daran, wie Sie im Kreise der Familie einen besonders feierlichen Anlass begangen oder einen großen Erfolg errungen haben? Solche Erinnerungen haben für die meisten Menschen eine besondere Bedeutsamkeit und, wenn solche Erinnerungen wachgerufen werden, gehen sie häufig mit ambivalenten Emotionen einher: Auf der einen Seite löst die Erinnerung positive Emotionen aus (etwa Freude und ein Gefühl von Wärme). Auf der anderen Seite führt die Wahrnehmung, dass diese Ereignisse vergangen sind und nicht in der Art erneut erlebt werden können, auch zu negativen Emotionen (etwa zu Trauer und zu einem Gefühl von Verlust; Barrett et al., 2010). Dieser Gefühlszustand, zusammengesetzt aus positiven und negativen Emotionen, der mit Gedanken an die Vergangenheit einhergeht, wird als *Nostalgie* bezeichnet. Der Begriff geht etymologisch auf die Zusammensetzung der griechischen Wörter für *Heimkehr* (νόστος) und *Schmerz* (άλγος) zurück. Ein prominentes Beispiel für die lange Existenz des Konzeptes Nostalgie ist etwa Homers Odysseus, welcher sich auf seiner zehnjährigen Irrfahrt nach Ende des trojanischen Kriegs stets die Erinnerung der Heimat und seiner Frau Penelope wachhielt und sich danach sehnte, dorthin zurückzukehren (Homer, übers. 2008).

Möglicherweise waren es diese Erinnerungen, die es Odysseus am Ende überhaupt erst ermöglicht haben, all die Strapazen der Reise zu überwinden und sicher in den Hafen von Ithaka zurückzukehren. Während Nostalgie über eine lange Zeit als negativer Zustand und als *Heimweh*

abgetan und im 17. Jahrhundert sogar als Krankheit beschrieben wurde (Hofer, 1688/1934; Sedikides, Wildschut & Baden, 2004), definiert neuere psychologische Forschung Nostalgie als „self-conscious, bittersweet but predominantly positive and fundamentally social emotion“ (Sedikides et al., 2015b, S. 190). Sie kommt zu dem Schluss, dass Nostalgie vor allem positive psychologische Konsequenzen bereithält, da sie sowohl selbstorientierte, existenzielle, als auch soziale Funktionen erfüllt und daher ein wichtiger psychologischer Mechanismus für psychische Gesundheit und Wohlbefinden ist (Routledge, Wildschut, Sedikides & Juul, 2013). So wappnet und motiviert sie – wie im Falle des Odysseus – Menschen zum Erreichen ihrer Ziele (Sedikides & Wildschut, 2016).

Heute sind es jedoch nicht mehr nur selbst ins Gedächtnis gerufene Erinnerungen, die Menschen an ihre Vergangenheit erinnern und sie nostalgisch stimmen können, sondern auch medial vermittelte Reize. Beispielsweise könnte das Lied, welches zum Zeitpunkt des ersten Kusses im Hintergrund lief, oder ein Foto, welches die Schulabschlussfeier festhält, jemanden an genau diese Situation erinnern und sie oder ihn nostalgisch stimmen. So zeigen verschiedene Studien, dass Nostalgie mithilfe von olfaktorischen (Gerüche; Reid, Green, Wildschut, & Sedikides, 2014), gustatorischen (Geschmäcker; Supski, 2013), auditiven (Lieder; Barrett et al., 2010) und visuellen Reizen (Fotos oder Objekte, Holbrook & Schindler, 1996) ausgelöst werden kann. Das Potenzial komplexerer (Unterhaltungs-) Medien, Nostalgie in Mediennutzenden auszulösen (im Folgenden auch *medieninduzierte Nostalgie*) und dabei das Nutzungs- und Unterhaltungserleben zu prägen, wurde von der empirischen Forschung bislang jedoch weitgehend vernachlässigt. Erste Studien weisen darauf hin, dass auch Filme und Videospiele, die mit der eigenen Kindheit verbunden werden, Nostalgie auslösen können (Natterer, 2014). Auch einige theoretische Arbeiten aus einer kultur- und medienwissenschaftlichen Perspektive (siehe etwa Abend, Bonner, & Weber, 2018;

Menke & Schwarzenegger, 2016; Niemeyer, 2014) haben sich mit der Frage beschäftigt, inwieweit Medien selbst nostalgisch sein können oder Nostalgie zu unterschiedlichen Zwecken instrumentalisieren (siehe etwa Keightley & Pickering, 2014; Lizardi, 2017). Diese Arbeiten vernachlässigen jedoch weitgehend das individuelle Erleben der Mediennutzenden.

Dabei erscheint die Frage nach individuellen Faktoren des Erlebens von medieninduzierter Nostalgie vor allem vor dem Hintergrund relevant, dass Medieninhalte und Medientechnologien aus der Vergangenheit seit einigen Jahren vermehrt Eingang in die Popkultur finden und umfassend genutzt werden. Beispiele für diesen Einzug der Nostalgie sind etwa der weltweite Erfolg von *Pokémon Go* in 2016 (Routledge, 2016), die Wiederkehr und Weiterführung von längst abgeschlossenen Serienformaten (etwa die Fortsetzung der US Sitcom *Full House* aus den 80er Jahren; Ahmed, 2017) sowie der Erfolg komplett neuer Filme, welche sich der Aufmachung ihrer Vorgänger im gleichen Genre bedienen (etwa in *Interstellar*; Bonner, 2018). Auch die Rückbesinnung vieler Videospiele\*innen auf alte Konsolen und Spiele mit 8-bit Versionen werden als Beispiele für Nostalgie in der heutigen Mediennutzung angeführt (Hörtnagl, 2016; Suominen, Reumanen, & Remes, 2015). In Anbetracht der weitreichenden Popularität von nostalgischen Medien muss die Frage gestellt werden, von welchen Vorteilen und Gratifikationen für das Unterhaltungserleben Mediennutzende bei der Verwendung dieser Inhalte und Technologien profitieren, wenn doch – was im Fall der Videospiele und dem technologischen Fortschritt seit mehr als 30 Jahren möglicherweise am deutlichsten zu erkennen ist – zeitgenössische Technologien viel ausgereifter, interaktiver und unterhaltsamer erscheinen als noch vor 20 Jahren. Die Antwort könnte die psychologische Forschung zu Nostalgie liefern: Menschen werden bei der Nutzung oder der Erinnerung sol-

cher Medieninhalte und -technologien nostalgisch und profitieren von den psychologischen Funktionen medieninduzierter Nostalgie wie einst Odysseus, als hätte er ein digitales Fotoalbum auf seiner Reise dabeigehabt.

Das Ziel des vorliegenden Dissertationsprojektes bestand daher zum einen darin, Nostalgie als (psychologische) Reaktion auf das Erinnern und die Verwendung von Unterhaltungsmedien konzeptuell in die bestehende Forschung zum Unterhaltungserleben sowie der Forschung zu Mediennutzung und Wohlbefinden zu integrieren. Dabei sollte die medien- und kulturwissenschaftliche Literatur eine besondere Berücksichtigung finden. Zum anderen zielte das Projekt darauf, die abgeleiteten Annahmen und offenen Fragen empirisch zu überprüfen und zu beantworten. Bei der empirischen Umsetzung wurden als Indikatoren des Unterhaltungserlebens sowohl das Vergnügen (engl. *enjoyment*) als auch des Empfindens von Wertschätzung (engl. *appreciation*) berücksichtigt. Als Indikatoren für das Wohlbefinden wurden Vitalität, Optimismus und soziale Verbundenheit berücksichtigt.

In einer ersten Studie (Studie 1) wurde die vorausgehende Annahme untersucht, dass es Nostalgie auslösen kann, sich an bedeutsame Medieninhalte aus der eigenen Kindheit zu erinnern. Zudem wurde ausgehend von der These, dass es sich bei Nostalgie um eine primär soziale Emotion handelt (Sedikides et al., 2015b), die Hypothese aufgestellt, dass Beziehungen zu Mediencharakteren, sogenannte parasoziale Beziehungen (Dibble, Hartmann, & Rosaen, 2015; Horton & Wohl, 1956) Nostalgie auslösen können. Eine online durchgeführte Befragungsstudie zeigte, welche Faktoren (Alter, parasoziale Beziehung, Art und Zeitpunkt der letzten Nutzung) das Auftreten von Nostalgie bei der Erinnerung an solche Medieninhalte begünstigen.

Ausgehend von dem Befund, dass die Erinnerung an Medieninhalte aus der eigenen Kindheit Nostalgie auslösen kann, wurde im zweiten Schritt ein konzeptuelles Modell aufgestellt, welches medieninduzierte Nostalgie, Unterhaltungserleben und Wohlbefinden von Mediennutzenden zueinander in Verbindung setzt (Studie 2). Hierzu wurde Literatur mit verschiedenen fachlichen Perspektiven auf Nostalgie, Unterhaltungsmedien und Wohlbefinden begutachtet und daraus drei zentrale Annahmen abgeleitet: (1) Vergleichbar mit Nostalgie, die bei der Erinnerung bedeutsamer Lebensereignisse ausgelöst wird, trägt medieninduzierte Nostalgie über verschiedene Mechanismen direkt zum Wohlbefinden bei. (2) Medieninduzierte Nostalgie beeinflusst das Unterhaltungserleben bei der Nutzung entsprechender Medien(-inhalte). (3) Medieninduzierte Nostalgie kann einen indirekten positiven Effekt auf das Wohlbefinden haben, welcher über das Unterhaltungserleben vermittelt wird.

Die in Studie 2 hergeleiteten Annahmen und Forschungsfragen wurden in drei empirischen Forschungsprojekten überprüft (Studie 3, Studie 4 und Studie 5). Studie 3 untersuchte anhand von zwei Teilstudien (Teilstudie 3a und Teilstudie 3b) am Beispiel des Spiels *Pokémon Go*, inwiefern Nostalgie für einen Medieninhalt die Medienselektion beeinflussen kann (3a). Teilstudie (3b) testete schließlich das in Studie 2 aufgestellte Modell als Ganzes. In Studie 4 wurde anhand zweier Teilstudien (Teilstudie 4a und Teilstudie 4b) der Zusammenhang zwischen medieninduzierter Nostalgie und Unterhaltungserleben näher untersucht und medieninduzierte Nostalgie empiriegeleitet in bestehende Zwei-Prozess-Modelle der Unterhaltung eingeordnet. Studie 5 untersuchte anhand von Erinnerungen an Videospielepisoden, inwieweit medieninduzierte Nostalgie auf dem Inhalt und der zeitlichen Distanz zur Erinnerung beruht und, wie Nostalgie mit einzelnen Facetten des Wohlbefindens (Vitalität, Optimismus und soziale Verbundenheit) zusammenhängt.

Studie 6 legte schließlich einen Überblick des aktuellen Forschungsstands zu medieninduzierter Nostalgie vor und überträgt die Erkenntnisse auf das Beispiel von Computer- und Videospielen. Dieser Beitrag umfasst theoretische Annahmen, warum Videospiele für Nutzende nostalgisch sein können, diskutiert empirische Studien, welche die Wirkung medieninduzierter Nostalgie zusammenfassen und gibt einen Ausblick auf Forschungsfragen, welche für den Bereich medieninduzierter Nostalgie und Videospiele untersucht werden sollten.

Die sechs im Rahmen des Dissertationsprojektes erarbeiteten Manuskripte sind entweder bereits gedruckt publiziert (Studien 1, 2 und 6), oder befinden sich zum Zeitpunkt der Abgabe der Dissertation noch im Druck (Studie 5) oder im Review-Prozess (Studie 3 und 4). Die englischsprachigen Originalmanuskripte sind in der vorliegenden kumulativen Dissertation dokumentiert und finden sich im Anhang (Appendix A-F).

Das Ziel des vorliegenden Manteltexts ist eine verdichtete Darstellung der bisherigen Forschungslage zur psychologischen Wirkung von Nostalgie sowie ihrer Induktion durch Medien. Darüber hinaus soll beleuchtet werden, welchen Beitrag die genannten Studien zu diesem Forschungsstand leisten. Da die theoretische Grundlage des Dissertationsprojektes in Studie 2 detailliert zusammengefasst und diskutiert wird, fokussiert die Betrachtung im Manteltext auf wesentliche, zentrale Aspekte und Ergebnisse, um Redundanzen zu vermeiden. Auch wird auf eine weitreichende Diskussion der Teilstudien innerhalb des Mantels aus demselben Grund verzichtet<sup>1</sup>. Anschließend werden auf Basis dessen Implikationen für zukünftige Forschung am Gegenstand der (medieninduzierten) Nostalgie erörtert.

---

<sup>1</sup> Konkret wird innerhalb des Mantels auf eine detaillierte Nennung methodischer Details, statistischer Kennwerte und Analysen verzichtet. Auch werden weitreichende Limitationen und Diskussionen der Teilstudien zugunsten einer Diskussion aller Teilstudien in der Zusammenschau eingespart. Für die detaillierte Auseinandersetzung der einzelnen Teilstudien sei auf die Originalmanuskripte im Anhang (Appendix A-F) verwiesen.



### Nostalgie als Mixed Emotion

Betrachtet man den wissenschaftlichen Diskurs um Nostalgie, wird klar, dass es keine Einigkeit über eine klare Definition gibt. Das liegt vor allem daran, dass Nostalgie nicht nur emotionale Komponenten vereint, sondern auch kognitive Aspekte wie etwa Erinnerungen (Batcho, 1998). In einer ausführlichen Begutachtung der Literatur vergleichen Hepper, Ritchie, Sedikides und Wildschut (2012) Nostalgie zunächst mit komplexeren Status, welche affektive und kognitive Elemente miteinander vereinen, zum Beispiel Dankbarkeit (Lambert, Graham, & Fincham, 2009) und Respekt (Frei & Shaver, 2002). Auf der anderen Seite spräche die Ko-Aktivierung von positivem und negativem Affekt nach Frijda (2007) dafür, Nostalgie als *Mixed Emotion* zu definieren. Hierbei vergleichen Hepper und Kollegen (2012) Nostalgie mit *Poignancy*<sup>2</sup>, einem Zustand, der ambivalente Gefühle im Angesicht eines persönlich bedeutsamen Ereignisses beschreibt (Ersner-Hershfield, Mikels, Sullivan, & Carstensen, 2008). Die Tatsache, dass Nostalgie offenbar auch in gewisser Abhängigkeit der Betrachtenden stehen kann, führt die Forschenden schließlich zu dem Schluss, dass man ein nuanciertes Bild von Nostalgie aus der Sicht eines Laien mithilfe einer Prototyp-Analyse identifizieren müsse, um das psychologische Konstrukt in seinem Facettenreichtum zu erkennen. Dieser Prototyp könnte dann eine Bandbreite von Merkmalen beinhalten, die zentral für das Verständnis von Nostalgie sind.

In einer Reihe von Studien führen Hepper und Kollegen (2012) eine solche Prototyp-Analyse durch. Dabei identifizieren sie liebgewonnene Erinnerungen von persönlicher Bedeutung, welche häufig Kindheitserinnerungen oder Erinnerungen an soziale Beziehungen beinhalten, als zentrale Merkmale für Nostalgie. Hierbei wird positiver Affekt (etwa Gefühle von Glück) wichtiger eingestuft als negativer Affekt (etwa Trauer und Angst). In mehreren nachfolgenden Studien

---

<sup>2</sup> Für diesen Term gibt es im Deutschen keine zufriedenstellende Übersetzung. Das Langenscheidt Wörterbuch schlägt zur Übersetzung etwa Bitterkeit und Schmerzlichkeit vor.

zeigen sie, dass dieser Prototyp interkulturell Bestand hat (Hepper et al., 2014). Auf der Grundlage dieses pankulturellen Prototyps definieren Sedikides und Kollegen (2015b) Nostalgie in ihrem Überblicksartikel zum aktuellen Forschungsstand als *selbstbewusste, bittersüße, jedoch vorwiegend positive und prinzipiell soziale Emotion*. Der vorliegenden Arbeit liegen dieses Verständnis und die daraus abgeleitete Definition von Nostalgie zugrunde.

### **Medieninduzierte Nostalgie (Studie 1)**

Ursache von Nostalgie können Medientechnologien und Medieninhalte sein<sup>3</sup>. So fungieren Medien einerseits als externe Gedächtnisspeicher (Donald, 1991), insbesondere, um autobiographische Ereignisse festzuhalten (Burt, Mitchell, Raggatt, Jones, & Cowan, 1995): Beim Anblick eines Fotos, welches den eigenen Hochzeitstag dokumentieren sollte, kann sich eine Person an eben jenen erinnern und nostalgisch werden. Allerdings können auch von anderen erzeugte Medien Nostalgie auslösen. Etwa kann die Darstellung einer Hochzeit in einem aktuellen Blockbuster Nutzende an ihre eigene Hochzeit erinnern. Dieser Logik folgend unterscheidet Menke (2017) zwei voneinander distinkte Formen von (medieninduzierter) Nostalgie: Er spricht von medierter Nostalgie (*mediated nostalgia*), wenn der Medienstimulus zwar der Auslöser der Nostalgie ist, die betroffene Person aber nostalgisch für etwas ist, was außerhalb des Mediums liegt. Ein Beispiel für medierte Nostalgie wäre es etwa, wenn eine Person eine Serie anschaut, in welcher die Freundschaft von Kindern thematisiert wird, und sie sich darüber (quasi mediiert) an eigene Kindheitsfreundschaften erinnert und nostalgisch wird. Abgrenzend dazu beschreibt er Mediennostalgie (*media nostalgia*) welche eintritt, wenn man einen Medieninhalt erneut schaut, welchen man in

---

<sup>3</sup> Im Folgenden wird zur vereinfachten Lesbarkeit von *Medien* gesprochen. Dieser Begriff beinhaltet dabei sowohl den Inhalt der Medien (z.B. die Fernsehsendung) als auch technologische Aspekte (z.B. einen Fernseher). Demzufolge ist dieser Arbeit primär ein Verständnis von Medien als Unterhaltungstechnologien zugrunde gelegt.

der Vergangenheit bereits konsumiert hat, und für das Medium selbst nostalgisch wird. Ein Beispiel für Mediennostalgie wäre es, wenn jemand sich eine Serie anschaut, die bereits als Kind konsumiert wurde, und dabei Nostalgie hervorgerufen wird. Nach der Unterscheidung von Menke (2017) wäre es entsprechend notwendig, zu differenzieren, ob Menschen, die durch Medien nostalgisch gestimmt werden, sich an vergangene, eigene Mediennutzung erinnern, oder an etwas außerhalb der Mediennutzung, an welches sie lediglich erinnert wurden.

Eine andere Unterscheidung macht Natterer (2014) in ihren Studien zur Validierung von Mediennostalgieskalen deutlich. Sie unterscheidet zwischen persönlicher Nostalgie (*personal media nostalgia*) und historischer Nostalgie (*historical media nostalgia*). Persönliche Nostalgie werde durch die erneute Nutzung oder Erinnerung an ein Medium aus der eigenen Vergangenheit ausgelöst, während historische Nostalgie durch Medieninhalte hervorgerufen werde, an welche die Person keine eigene Erinnerung haben kann, da sie zeitlich vor ihrer Geburt liegt. Dies könne etwa dann geschehen, wenn ein Kind der 90er Jahre durch den Konsum eines Klassikers aus den 1960ern eine Nostalgie für diese Zeit empfindet. Somit spielen in der Unterscheidung nach Natterer (2014) sowohl die zeitliche Dimension als auch die persönliche Relevanz und damit gewissermaßen die idiosynkratische Natur von Nostalgie (siehe auch Barrett et al., 2010) eine wichtige Rolle, die beim Auslösen von Nostalgie durch Medien berücksichtigt werden muss.

Die vorliegende Arbeit versucht sowohl Menkes (2017) als auch Natterers (2014) Ansatz bei der Betrachtung medieninduzierter Nostalgie zu berücksichtigen. Aufgrund der empirischen Anteils dieser Arbeit und der Notwendigkeit einer Operationalisierung von Nostalgie in den Studien liegt der Fokus auf Nostalgie, welche durch die erneute Nutzung oder das Erinnern von persönlich bedeutsamen Medien aus der Vergangenheit ausgelöst wird, was nach Natterer (2014) als persönliche und nach Menke (2017) als Mediennostalgie eingeordnet werden kann. Die kognitiven

Anteile, welche zu einer Identifizierung der tatsächlichen Einordnung der Nostalgie in diese Definitionen benötigt werden, wurden in Studie 4a und Studie 5 per offenem Antwortformat erhoben und ausgewertet. Diese werden in den jeweiligen Abschnitten diskutiert. Um eine klare Abgrenzung von medieninduzierter Nostalgie zu solcher Nostalgie zu schaffen, welche anders als durch die Nutzung und das Erinnern von Medieninhalten und –technologien ausgelöst wird, verwendet die vorliegende Arbeit hierzu den Terminus autobiographische Nostalgie.<sup>4</sup> Zur vereinfachten Darstellung und Gegenüberstellung der einzelnen Nostalgiekonzepte in der vorliegenden Arbeit werden diese mit Zuhilfenahme von konkreten Beispielen in Tabelle 1 dargestellt.

Obwohl bereits zahlreiche Überlegungen den Charakteristiken verschiedenen Konzepten medieninduzierter Nostalgie angestellt wurden, existieren in der Forschung bislang nur wenige empirische Belege für das Auslösen von Nostalgie durch (erneute) Mediennutzung und das Erinnern von in der Vergangenheit benutzten Medien sowie den Faktoren, welche hierbei wichtig sind. Erste Studien belegen, dass Musik Nostalgie auslösen kann (Chou & Lien, 2014). Wichtig ist hierbei, dass es im Gegensatz zu fröhlichen oder traurigen Liedern, welche Menschen in dieselbe (fröhliche oder traurige) Stimmung versetzen können (siehe etwa Ali & Peynircioğlu, 2006; Lundqvist, Carlsson, Hilmersson, & Juslin, 2009), keine ‚nostalgischen‘ Lieder gibt, sondern, dass für jeden Menschen diejenigen Lieder Nostalgie auslösen können, welche für die jeweilige Person bedeutsam mit der Vergangenheit verknüpft sind (Barrett et al., 2010). Weitere Studien zeigen, dass Menschen nostalgisch werden können, wenn sie Trailer von Filmen oder von Videospiele aus ihrer Kindheit schauen (Natterer, 2014), bestimmte Videospiele spielen, die auf vergangenen Mediencharakteren beruhen (Bonus, Peebles, Mares, & Sarmiento, 2018) und sich Internetseiten

---

<sup>4</sup> Als autobiographische Nostalgie wird in Abgrenzung zu medieninduzierter Nostalgie in der vorliegenden Arbeit diejenige Nostalgie verstanden, die durch die Erinnerung an besondere Ereignisse im eigenen Leben ausgelöst wird, und welche in der (vornehmlich sozialpsychologischen) Forschung dadurch untersucht wird, dass Probanden sich an Situationen in ihrem eigenen Leben erinnern sollen, die sie explizit nostalgisch machen.

Tabelle 1

*Gegenüberstellung und Verständnis von Nostalgiekonzepten innerhalb der vorliegenden Arbeit.*

Terminus (Quelle)	Definition innerhalb der vorliegenden Arbeit	Beispiel
Medieninduzierte Nostalgie	Jede Nostalgie, die durch das Erinnern oder die Nutzung von Medieninhalten und/oder Medientechnologien ausgelöst wird.	<i>Der Terminus medieninduzierte Nostalgie umfasst alle unten aufgeführten Beispiele außer autobiographische Nostalgie.</i>
Mediierte Nostalgie (Menke, 2017)	Nostalgie, die durch einen Medienstimulus für etwas ausgelöst wird, was außerhalb des Mediums selbst liegt.	Die Darstellung einer Hochzeit in einem aktuellen Hollywood Blockbuster erinnert an die eigene Hochzeit.
Mediennostalgie (Menke, 2017)	Nostalgie, die durch einen Medienstimulus ausgelöst wird und auf etwas zielt, was mit einer früheren Nutzung des Mediums zusammenhängt.	Beim Ansehen von <i>Star Wars: Das Erwachen der Macht</i> wird eine Person nostalgisch für die alten <i>Star Wars</i> Filme aus dem 20. Jahrhundert
Persönliche Mediennostalgie (Natterer, 2014)	Nostalgie für die eigene, selbst gelebte Vergangenheit, welche durch Medien ausgelöst wird.	Jemand wird nostalgisch während er sich den <i>König der Löwen</i> im Jahr 2018 ansieht, da sie oder er zum ersten Mal für diesen Film mit den Eltern 1994 im Kino war.
Historische Mediennostalgie (Natterer, 2014)	Nostalgie für eine Zeit vor der eigenen Geburt, die durch die Nutzung von Medien ausgelöst wird.	Jemand wird nostalgisch während er sich <i>Midnight in Paris</i> im Jahr 2018 ansieht, da sie oder er sich zu der Gesellschaft oder der Lebensweise der 1920er Jahre in Paris hingezogen fühlt.
Autobiographische Nostalgie	Ein in dieser Arbeit zur Abgrenzung von medieninduzierter zu anders ausgelöster Nostalgie herangezogener Sammelbegriff. Der Terminus beruht primär auf der experimentellen Manipulation der sozialpsychologischen Forschung, die Proband*innen einer nostalgischen Bedingung instruiert, sich an ein explizit nostalgisches Ereignis aus dem eigenen Leben zu erinnern.	Eine Person wird dazu instruiert, an ein Ereignis aus der eigenen Vergangenheit zu denken, welches sie oder ihn besonders nostalgisch stimmt und wird daraufhin nostalgisch hinsichtlich der gewählten Erinnerung.

mit Bildern anschauen, welche durch Filter und Aufmachung an die Vergangenheit erinnern sollen (Cox, Kersten, Routledge, Brown, & Van Enkevort, 2015). All diese Studien konnten zwar demonstrieren, dass die Teilnehmende der intendiert „nostalgischen“ Bedingung nach dem Treatment nostalgischer war als die Kontrollbedingung, inwiefern Eigenheiten des Mediums und die eigenen Verbindungen zum Inhalt eine Rolle spielten, wurde jedoch weitgehend vernachlässigt.

Die erste Studie dieses Dissertationsprojektes (Wulf & Rieger, 2018) prüfte aus diesem Grund neben der Annahme, dass die Erinnerung an bedeutsame Medieninhalte aus der eigenen Vergangenheit Nostalgie auslösen kann, zudem die Hypothese, dass bei der Auslösung medieninduzierter Nostalgie ähnliche Faktoren eine Rolle spielen wie bei autobiographischer Nostalgie. Ausgehend von den Befunden, dass soziale Kontakte wie etwa Freunde und Familie bei der Erfahrung autobiographischer Nostalgie eine zentrale Rolle einnehmen, wurde für medieninduzierte Nostalgie angenommen, dass je stärker *parasoziale Beziehungen* zu Mediencharakteren bestehen, auch ein stärkeres Gefühl von Nostalgie einhergeht.

Eine parasoziale Beziehung bezeichnet ein Beziehungsgefühl gegenüber Mediencharakteren, welches dem Beziehungsgefühl zu ‚echten‘ Menschen ähnelt. Parasoziale Beziehungen können dabei sowohl mit gemochten als auch nicht gemochten Charakteren geführt werden (Tian & Hoffner, 2010). Das Phänomen parasozialer Beziehungen beruht dabei auf der Beobachtung, dass Nachrichtenmoderator\*innen die Zuschauer\*innen vor dem Fernseher direkt ansprechen und mit den antizipierten Gedanken der/des Gegenüber eine scheinbare Unterhaltung führten (Horton & Wohl, 1956). Diese scheinbare Interaktion wird auch als parasoziale Interaktion bezeichnet. Parasoziale Beziehungen werden vor allem mit denjenigen Mediencharakteren aufgebaut, mit denen Zuschauer\*innen wiederholten Kontakt haben. Eine parasoziale Beziehung kann daher nicht nur mit Nachrichtenmoderator\*innen aufgebaut werden, sondern auch mit beliebigen Serien- oder

Filmcharakteren, solange gewährleistet ist, dass mehr oder weniger regelmäßig Kontakt stattfindet (Dibble et al., 2015; Hartmann, 2010). Entgegen der ursprünglichen Annahme, dass parasoziale Beziehungen als Kompensation für Menschen dienen können, die sozial isoliert leben, zeigt sich in der Forschung, dass zum Führen solcher Beziehungen ähnliche Qualifikationen gebraucht werden wie für Beziehungen mit nicht-medialen Personen (Hartmann, 2010). Zudem wird deutlich, dass etwa mit dem Absetzen einer Serie ähnliche Gefühlszustände einhergehen können wie mit dem Ende einer sozialen Beziehung (siehe etwa parasoziales Schlussmachen, Eyal & Cohen, 2006). Es ist daher denkbar, dass sich, ähnlich wie bei Erinnerungen an Freundschaften, welche zu einem bestimmten Zeitpunkt getrennt wurden, die Erinnerung an parasoziale Beziehungen positiv auf das Auslösen von Nostalgie auswirkt. Solche Beziehungen könnten einst etwa dadurch beendet worden sein, dass eine Kindersendung abgesetzt wurde, man aus dem Alter der Zielgruppe herausgewachsen ist, oder man ein Videospiele durchgespielt hat.

Um beide Annahmen zu testen, wurden Versuchspersonen gebeten, sich an Filme, Serien und Videospiele aus ihrer Kindheit zu erinnern. Anschließend wurden sie angewiesen, sich für eines der genannten zu entscheiden und kurz zu beschreiben, worum es inhaltlich ging und welche Charaktere es gab. Danach wurden die Versuchspersonen nach ihren parasozialen Beziehungen mit ihrem Lieblingscharakter, ihrem aktuellen Gefühl von medieninduzierter Nostalgie und Eigenschaften ihres gewählten Medieninhalts gefragt. Es zeigte sich, dass weder die Art des Mediums (Film, Serie, Videospiele), noch das Alter der Teilnehmenden oder die verstrichene Zeit seit der letzten Nutzung des Mediums Einfluss auf das aktuelle Empfinden von Nostalgie hatten. Einzig die Qualität der parasozialen Beziehung zum Lieblingscharakter zeigte eine signifikante positive Verbindung mit dem Nostalgiegefühl.

Für das aktuelle Projekt bringt diese erste Studie zwei wichtige Erkenntnisse: Erstens, Erinnerungen an Medieninhalte aus der eigenen Kindheit können Nostalgie auslösen. Zweitens scheint die Intensität dieser medieninduzierten Nostalgie von sozialen Faktoren (in dieser Studie vom Grad der parasozialen Beziehung zu favorisierten Charakteren) abzuhängen. Zusammenfassend lässt sich daraus ableiten, dass medieninduzierte Nostalgie wie auch autobiographische Nostalgie eine soziale Emotion ist, die Intensität aus erinnerten sozialen Verbindungen zieht.

### **Die Integration von Theorien zu Nostalgie, Unterhaltung und Wohlbefinden: das MINCoW Modell (Studie 2)**

An die Befunde, dass (Erinnerungen an) Medien Nostalgie auslösen können, schließt unweigerlich die Frage an, wie sich Nostalgie auf die Mediennutzung auswirkt. Da Nostalgie von der bisherigen Unterhaltungsforschung überwiegend vernachlässigt wird, erscheint es notwendig, vor der Beantwortung dieser Frage einen theoretischen Rahmen zu schaffen. Dieser dient dazu, die Forschung zu Nostalgie in die Forschung zum Unterhaltungserleben einzubetten. Zu diesem Zweck wurde im Rahmen von Studie 2 (Wulf, Rieger, & Schmitt, 2018) ein theoretisches Modell hergeleitet, welches medieninduzierte Nostalgie, Unterhaltungserleben und Wohlbefinden miteinander in Beziehung setzt und begründet. Ein Überblick über die formulierten Annahmen im Rahmen des MINCoW (*media-induced nostalgic contributions to well-being*) Modells sind Abbildung 1 zu entnehmen. Der folgende Abschnitt soll die zentralen Annahmen des Modells *verkürzt* präsentieren. Für eine detaillierte Abhandlung der zentralen Annahmen sei auf Studie 2 (Appendix B) verwiesen.



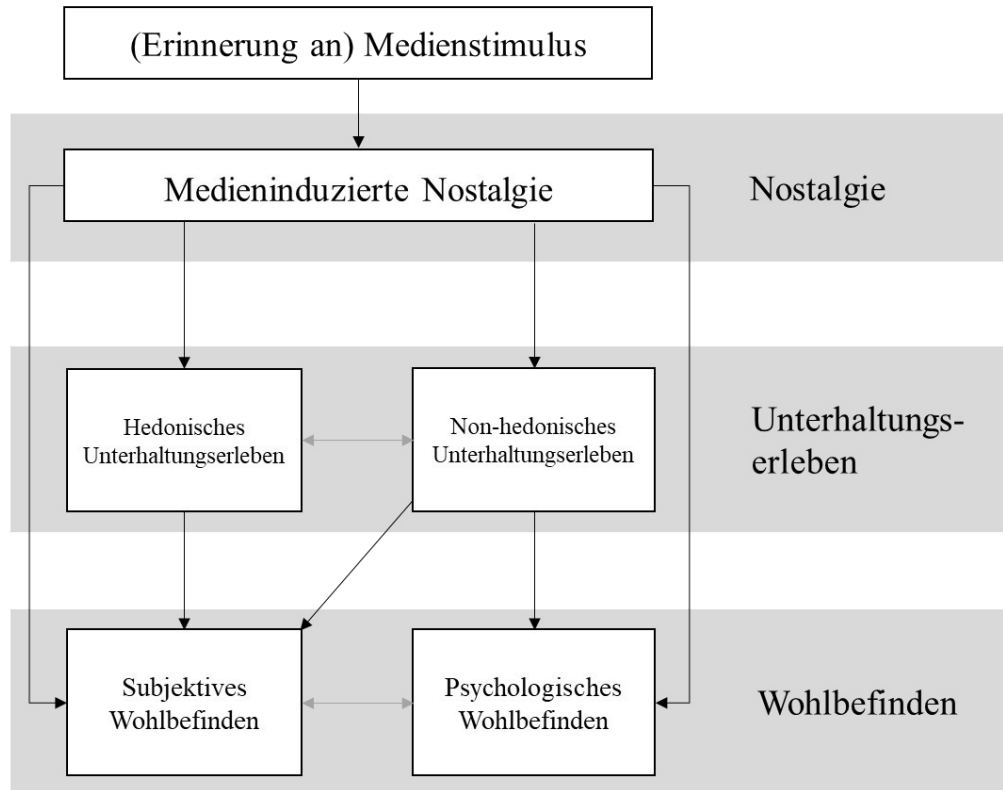


Abbildung 1. Das MINCoW Modell (Media-Induced Nostalgic Contributions to Well-Being; für die Abbildung im Original siehe Wulf, Rieger, & Schmitt, 2018, Appendix B, S. 76, Abb. 1).

Die erste zentrale Annahme des Modells ist, dass sich medieninduzierte Nostalgie, vergleichbar mit autobiographischer Nostalgie, positiv auf das Wohlbefinden auswirken kann. Diese Effekte werden von Sedikides und Kollegen (2015b) in drei Funktionen zusammengefasst: (1) Die selbstorientierte Funktion stärkt Menschen in ihrer Identität und steht im positiven Zusammenhang mit Optimismus (Cheung et al., 2013; Vess, Arndt, Routledge, Sedikides, & Wildschut, 2012). Darüber hinaus ermuntert Nostalgie Menschen, offen für neue Erfahrungen zu sein (van Tilburg, Sedikides, & Wildschut, 2015) und über sich selbst hinaus zu wachsen (Baldwin & Landau, 2014). So steht Nostalgie im engen Zusammenhang mit Selbstkontinuität, einem Gefühl von Stabilität und einer Art ‚rotem Faden‘ im eigenen Leben (Sedikides et al., 2016). (2) Die existenzielle Funktion von Nostalgie sorgt dafür, dass Menschen einen Sinn in ihrem Leben sehen. Dies zeigt sich

etwa daran, dass Menschen, die über eine experimentelle Manipulation nostalgisch gestimmt wurden, angeben, weniger auf Sinnsuche im eigenen Leben zu sein als eine Kontrollgruppe. Zudem verspüren Teilnehmende, die an ein nostalgisches Ereignis zurückdenken, mehr Sinnhaftigkeit als solche, die an ein gewöhnliches vergangenes Ereignis oder an das Erreichen eines wichtigen Ziels in der Zukunft denken (Routledge, Wildschut, Sedikides, Juhl, & Arndt, 2012). Darüber hinaus zeigt sich ein positiver Zusammenhang zwischen Nostalgie und subjektiver Lebenszufriedenheit (Baldwin, Biernat, & Landau, 2015). (3) Schließlich erfüllt Nostalgie eine soziale Funktion, indem sie wahrgenommene Nähe zu Mitmenschen erhöht (Stephan et al., 2014), und die Verbundenheit mit anderen steigert (Wildschut, Sedikides, Arndt, & Routledge, 2006). Aus diesem Grund wird Nostalgie als psychologischer Konter-Mechanismus gegen Einsamkeit und soziale Exklusion erforscht (Abakoumkin, Wildschut, Sedikides, & Bakarou, 2017; Zhou, Sedikides, Wildschut, & Gao, 2008). Durch ihre drei Funktionen agiert Nostalgie als psychologischer Mechanismus zur Steigerung der mentalen Gesundheit und des Wohlbefindens (Routledge et al., 2013).

Die zweite zentrale Annahme des MINCoW Modells postuliert, dass medieninduzierte Nostalgie einen Einfluss auf das Unterhaltungserleben im Rahmen der Mediennutzung hat. Hierbei ist zu beachten, dass aktuelle Ansätze in der Unterhaltungsforschung zwischen zwei Prozessen der Unterhaltung differenzieren (Vorderer, 2011), die zu gleichen Anteilen den Erfolg von Unterhaltungsangeboten mitbestimmen können (Lewis, Grizzard, Choi, & Wang, 2017). Der erste Prozess spiegelt gewissermaßen den etablierten Blick auf Unterhaltung als auf Vergnügen (*enjoyment*) ausgerichtete Mediennutzung wider und wird als *hedonisches* Unterhaltungserleben bezeichnet (siehe etwa Oliver & Raney, 2011; Vorderer, 2011; Vorderer, Klimmt & Ritterfeld, 2004). Mediennutzende folgten hierbei etwa der Motivation, ihrem Alltag für den Moment zu entfliehen (Katz

& Foulkes, 1962) oder ihre Stimmung im Sinne des Stimmungsmanagements aufzubessern (Bryant & Zillmann, 1984; Knobloch-Westerwick, 2006; Zillmann, 1988). Entsprechend seien Mediennutzende darauf aus, affektive Zustände durch die Nutzung von Unterhaltungsmedien zu optimieren.

Der zweite Prozess vereint nach Vorderer (2011) zwei Blickwinkel auf Mediennutzung, welche diejenigen Erfahrungen des Nutzenden ins Zentrum stellen, welche nicht primär durch das Vergnügen gekennzeichnet sind und daher als *non-hedonisches* Unterhaltungserleben zusammengefasst werden können. Zum einen berücksichtigt dieser Prozess die Beobachtung, dass sich Menschen bisweilen auch Medienangeboten aussetzen, die offensichtlich zu keinem Spaß führen, etwa traurige, nachdenkliche oder künstlerische Filme (Oliver, 1993). Der Zustand, auf den diese Art der Mediennutzung abzielt, ist ein Gefühl von Wertschätzung (*appreciation*) oder auch Erhebung (*elevation*), welches aus Nachdenklichkeit, einem Gefühl von Sinnhaftigkeit, Bedeutsamkeit, emotionaler Ambivalenz oder Inspiration hervorgeht und häufig als eudaimonisches Unterhaltungserleben betitelt wird (Oliver & Bartsch, 2010; 2011; Oliver, Hartmann, & Woolley, 2012; Wirth, Hofer, & Schramm, 2012). Zum anderen umfasst das non-hedonische Unterhaltungserleben die Nutzung bestimmter Medien zur Erfüllung der im Rahmen der Selbstbestimmungstheorie (self-determination theory, SDT, Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000) definierten zentralen intrinsischen Bedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit (Ryan, Rigby, Przybylski, 2006; Tamborini, Bowman, Eden, Grizzard, & Organ, 2010; Tamborini et al., 2011). Diese Form non-hedonischer Unterhaltung wurde insbesondere mit Videospiele nachgewiesen (Przybylski, Rigby, & Ryan, 2010; Reinecke et al., 2012; Rieger, Wulf, Kneer, Frischlich, & Bente, 2014b; Wulf, 2017). Wichtig ist, an dieser Stelle anzumerken, dass die von Vorderer (2011) aufgezeigten Prozesse nicht immer unabhängig voneinander erscheinen. So korrelieren in zahlreichen Studien

hedonisches und eudaimonisches Unterhaltungserleben positiv miteinander (Janicke, Rieger, Reinecke, & Connor, 2018; Janicke-Bowles, Rieger, & Connor, 2018; Rieger, Reinecke, Frischlich, & Bente, 2014a; Rieger et al., 2014b). Die Annahme, dass Nostalgie während der Nutzung von Unterhaltungsangeboten ausgelöst werden kann, bedarf daher nicht nur besonderer Aufmerksamkeit sondern auch einer theoretischen Diskussion möglicher Wechselwirkungen mit bereits etablierten Konstrukten und Variablen.

Tatsächlich finden sich Studien, die eine fruchtbare Integration von medieninduzierter Nostalgie in die Unterhaltungsforschung versprechen. Dies umfasst sowohl hedonische als auch non-hedonische Aspekte von Unterhaltung. So finden etwa Russell und Levy (2012), dass es ein besonderes Vergnügen sein kann, die gleichen Medieninhalte zu einem anderen Zeitpunkt erneut zu konsumieren. Zudem zeigen Greenwood und Long (2015), dass Menschen Filme aus vornehmlich drei Gründen als bedeutsam beziehungsweise eudaimonisch einstufen: „Life Lessons (inspiration, social comparison, coping, and negative contemplation), Character Connections (identification and idealization), and Social Relationships (joy, gratitude, and loss)“ (S. 625). Alle drei Themen, die für die Einstufung des Films als eudaimonisch sprechen, spiegeln sich in gewisser Weise im Verständnis von Nostalgie wieder. Es sind Filme, die einen bestimmten Wendepunkt oder Marker im Leben widerspiegeln (eine ‚Life Lesson‘, die die Nutzer\*innen in irgendeiner Weise inspiriert oder voran gebracht hat), Filme, bei welchen Verbindungen zu Charakteren aufgebaut wurden (hier wird die Bedeutsamkeit parasozialer Beziehung aus Studie 1 erneut deutlich) und Filme, die soziale Beziehungen verhandeln, ein Thema, was in Nostalgie als sozialer Emotion verankert ist. Im Hinblick auf die SDT zeigt die bisherige Forschung, dass Nostalgie den Zugang zum eigenen intrinsischen Selbstkonstrukt, also den persönlichen Werten und Wünschen im Leben, erleichtert (Baldwin et al., 2015). Das Streben nach diesem Zugang zu intrinsischen Werten

ist eine der zentralen Annahmen der SDT (Ryan & Deci, 2000). Aus diesen Gründen birgt Nostalgie das Potenzial, sich sowohl auf hedonisches als auch auf non-hedonisches Unterhaltungserleben auszuwirken.

Die dritte und letzte zentrale Annahme des MINCoW Modells ist, dass Nostalgie sich indirekt positiv auf das Wohlbefinden auswirken kann. Dieser Zusammenhang wird durch das Unterhaltungserleben mediiert. Das bedeutet, dass sich Nostalgie auf das Unterhaltungserleben und das Unterhaltungserleben weiterhin positiv auf das Wohlbefinden auswirkt. Nostalgie hat dadurch nicht nur einen positiven direkten Einfluss auf das Wohlbefinden sondern auch dadurch, dass sie das Unterhaltungserleben erhöht.

Diese Annahme beruht auf Forschung, die gezeigt hat, dass sich bestimmte Merkmale des Unterhaltungserlebens positiv auf das Wohlbefinden auswirken können. Die Forschung zum Wohlbefinden unterscheidet zwischen subjektivem (hedonischem) Wohlbefinden, welches primär in Verbindung zu angenehmen Zuständen und positivem Affekt steht (Kahneman, Diener, & Schwarz, 1999) und psychologischem (eudaimonischem) Wohlbefinden. Letzteres vereint sechs Dimensionen in sich: Autonomie, Bewältigung der eigenen Umwelt, Persönlicher Wachstum, Positive Beziehungen mit anderen, Sinn im Leben und Selbst-Akzeptanz (Ryff & Keyes, 1995; Ryff & Singer, 2006; siehe auch Waterman, 1996). Hiervon spiegeln drei der sechs Dimensionen die intrinsischen Bedürfnisse innerhalb der SDT wieder. Die medienpsychologische Forschung hat gezeigt, dass Mediennutzung durch Erfüllen dieser Bedürfnisse zum psychologischen Wohlbefinden beitragen kann (siehe etwa Burke & Kraut, 2016; Rieger et al., 2014b; Trepte & Reinecke, 2011). Ebenso kann eudaimonisches Unterhaltungserleben psychologisches Wohlbefinden begünstigen, etwa dadurch, dass Mediennutzende Erkenntnisse und Inspiration sowie das Gefühl

erfahren, durch diese Erfahrung gewachsen zu sein oder einen Teil von sich selbst zu akzeptieren (Oliver & Bartsch, 2010; 2011; Oliver et al., 2012; Wirth et al., 2012).

Im Hinblick auf subjektives Wohlbefinden deuten einige Studien auf den (positiven) Einfluss von Unterhaltungsmedien hin. So zeigten etwa Knobloch-Westerwick, Gong, Hagner und Kerbeykian (2012), dass Versuchspersonen, denen tragische Filme besonders nahe gingen, anschließend mehr Glück in ihrem eigenen Leben verorten und zufriedener sind. Gleichmaßen kann subjektive Vitalität, ein weiterer Aspekt subjektiven Wohlbefindens, beispielsweise durch das Spielen interaktiver Videospiele erhöht werden (Reinecke, Klatt, & Krämer, 2013). Darüber hinaus zeigen sowohl Rieger und Kollegen (2014a) als auch Janicke und Kollegen (2018) positive Zusammenhänge zwischen sowohl hedonischem als auch eudaimonischem Unterhaltungserleben und subjektiver Vitalität, was darauf schließen lässt, dass beide Unterhaltungsprozesse zum subjektiven Wohlbefinden beitragen können.

Zusammenfassend geht das MINCoW-Modell davon aus, dass medieninduzierte Nostalgie in einem direkten positiven Zusammenhang mit hedonischem und non-hedonischem Unterhaltungserleben sowie mit subjektivem und psychologischem Wohlbefinden steht. Darüber hinaus wird angenommen, dass medieninduzierte Nostalgie einen indirekten positiven Effekt auf das Wohlbefinden hat, welcher durch Unterhaltungserleben im Rahmen der Mediennutzung vermittelt wird. Diese theoretischen Annahmen wurden in einem nächsten Schritt mithilfe dreier Studienprojekte (Studie 3, 4 und 5) überprüft.

### **Empirische Überprüfung des MINCoW-Modells (Studien 3, 4 und 5)**

**Medieninduzierte Nostalgie am Beispiel Pokémon Go (Studie 3).** Studie 3 (Wulf & Baldwin, *under review*) verfolgt im Wesentlichen zwei Ziele: Es solle getestet werden, ob medieninduzierte Nostalgie die Medienselektion beeinflussen kann (Studie 3a). Zudem sollen die im

Rahmen des MINCoW Modells getroffenen Annahmen empirisch überprüft werden (Studie 3b). Darüber hinaus untersucht Studie 3, inwiefern (1) die persönliche Bedeutung des Medieninhalts für den Mediennutzenden und (2) Neigung zu Nostalgie, ein Persönlichkeitsmerkmal, welches beeinflusst, wie stark Menschen in Reaktion auf einen bestimmten Reiz mit Nostalgie reagieren (Barrett et al., 2010; Routledge, Arndt, Sedikides, & Wildschut, 2008) mit medieninduzierter Nostalgie zusammenhängen.

Hierzu wurden im Zeitraum vor und nach der Veröffentlichung der Smartphone Applikation *Pokémon Go*<sup>5</sup> (Niantic, 2016) zwei Studien durchgeführt. Die Popularität dieser Anwendung wurde vielfältig diskutiert. Im Zuge dessen wurde auch Nostalgie als ein wesentlicher Grund genannt (Routledge, 2016). Das Spiel ist vor allem aus dem Grund für die Beschäftigung mit medieninduzierter Nostalgie interessant, da es auf eine Videospieleihe beziehungsweise eine Fernsehserie aus den 1990er Jahren zurückgeht. Viele derjenigen, die 2016 mit *Pokémon Go* begannen, haben vermutlich bereits in den 1990ern (und möglicherweise als Kinder) die Kreaturen im Rahmen der Spiele *Pokémon Rote Edition* und *Pokémon Blaue Edition* (Game Freak, 1996<sup>6</sup>) gesammelt haben. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass potenzielle Nutzende des Spiels vor dessen Veröffentlichung ein Gefühl von Nostalgie empfunden haben, welches sie schließlich zur Nutzung der Anwendung motiviert hat. Zudem ist davon auszugehen, dass diese Nutzenden bei der tatsächlichen Nutzung der Anwendung medieninduzierte Nostalgie erlebten, welche sich im Sinne des MINCoW Modells auf ihr Unterhaltungserleben und Wohlbefinden auswirkt.

---

<sup>5</sup> Bei *Pokémon Go* ist es die Aufgabe des Spielers, sich mit seinem Smartphone fortzubewegen und sich auf die Suche nach Kreaturen zu begeben. Mithilfe der Ortungsdienste des Geräts können Nutzende dann diesen Kreaturen an bestimmten Orten begegnen und diese einfangen. Darüber hinaus bietet das Spiel weitere (ortsbasierte) Funktionen, etwa das Kämpfen mit den Kreaturen in virtuellen Arenen und das Einsammeln von Gegenständen, wie etwa Beeren, die das Fangen erleichtern.

<sup>6</sup> In Deutschland wurden die Spiele erst 1999 veröffentlicht.

*Antizipierte medieninduzierte Nostalgie als Selektionsfaktor (Studie 3a).* In der ersten Teilstudie wurden Teilnehmende etwa zwei Wochen vor der offiziellen Veröffentlichung des Spiels im Juni 2016 über deutsche Pokémon-Internetforen (z.B. bisafans.de) rekrutiert. Mittels eines Online-Fragenbogens wurden sie zunächst danach befragt, wie bedeutsam Pokémon für sie persönlich ist. Anschließend wurden die Teilnehmenden instruiert, eine aktuelle Pressemitteilung mit den Funktionen des bald erscheinenden Spiels zu lesen. Erhoben wurde zudem ihre Intention, das Spiel zu spielen, sobald es erscheinen würde und, wie nostalgisch sie sich fühlen, wenn sie daran denken, das Spiel zu spielen. Zuletzt wurden sie nach ihrem hedonischen und eudaimonischen Mediennutzungsverhalten befragt (Oliver & Raney, 2011).

Mithilfe eines Strukturgleichungsmodells (siehe Abbildung 2)<sup>7</sup> wurden die Variablen zueinander gemäß der aufgestellten Hypothesen in Verbindung gesetzt und korrelativ ausgewertet. Hierbei wurde deutlich, dass die persönliche Bedeutsamkeit des Medieninhalts (hier die von „Pokémon“) signifikant mit der antizipierten Nostalgie beim Spielen des Spiels assoziiert war. Darüber hinaus zeigte sich ein positiver Zusammenhang zwischen der antizipierten Nostalgie und der Intention, das Spiel zu spielen, sobald es veröffentlicht würde, wobei allgemeine Mediennutzungsmotive (hedonisch und eudaimonisch) hierauf keinen Einfluss hatten. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass es vornehmlich antizipierte medieninduzierte Nostalgie war, welche vorher sagt, ob jemand das Spiel spielen möchte. Somit konnte gezeigt werden, dass Nostalgie mit Medienselection im Zusammenhang stehen kann.

---

<sup>7</sup> Für eine detaillierte Auswertung der Zusammenhänge über die konzeptionellen Beziehungen hinaus sei auf Abbildung 2 in Appendix C, S. 38 (Wulf & Baldwin, under review) verwiesen.



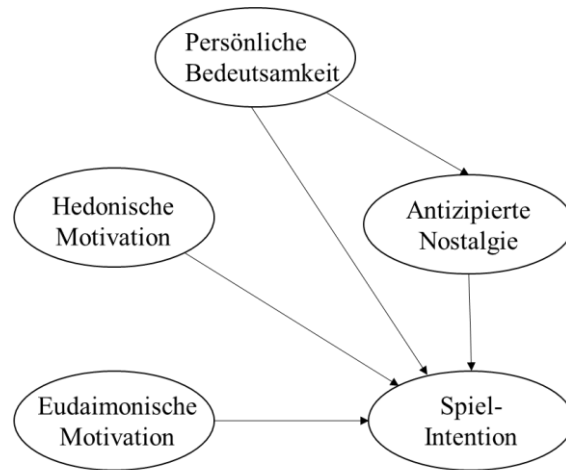


Abbildung 2. Konzeptuelles Modell aus Studie 3a (für die Abbildung im Original mit statistischen Kennwerten siehe Wulf & Baldwin, under review, Appendix C, S. 38, Abb. 2).

Diese Ergebnisse sind unter zwei Gesichtspunkten kritisch zu betrachten: Zum einen wurde ein Pokémon affines Sample akquiriert. Bei einem Großteil der Teilnehmenden ist davon auszugehen, dass sie die Kernzielgruppe des Spiels sind, da sie mehr oder weniger regelmäßig Pokémon-Foren nutzen. Zum anderen neigen Menschen dazu, Emotionen als Folge bestimmter Ereignisse zu überschätzen (siehe etwa Wilson & Gilbert, 2003). Dies könnte sich für antizipierte Nostalgie ähnlich verhalten, sodass das tatsächliche Spielen weniger Nostalgie auslöst als vermutet. Um diese Möglichkeit zu berücksichtigen und das Erleben medieninduzierter Nostalgie in einem breiteren Sample zu untersuchen, wurde eine zweite Studie durchgeführt.

**Eine ganzheitliche Testung des MINCoW Modells (Studie 3b).** Die zweite Studie richtete sich vier Wochen nach der Veröffentlichung von Pokémon Go explizit an einen Personenkreis, der das Spiel mindestens einmal gespielt hat. Dieser wurde über Amazon Mechanical Turk rekrutiert. Im Rahmen einer Online-Befragung wurden Teilnehmende gebeten, zunächst einige Informationen zu ihrem Spielverhalten anzugeben (Spielfortschritt und wie lange sie das Spiel bereits spielen oder gespielt haben). Im Anschluss wurden sie nach ihrem Unterhaltungserleben während

der Nutzung des Spiels gefragt (es wurden sowohl hedonische als auch eudaimonische Facetten von Unterhaltung erfasst, siehe Oliver & Bartsch, 2010) und wie nostalgisch sie sich während des Spielens fühlen. Anschließend wurden sie nach ihrem aktuellen Wohlbefinden gefragt (hierzu wurden Skalen verwendet, die sowohl Aspekte subjektiven als auch psychologischen Wohlbefindens erfassen; Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985; Diener et al., 2010). Sie gaben an, wie persönlich bedeutsam Pokémon für sie ist (hierzu wurde dieselbe Skala wie in Studie 3a verwendet), und wie stark ihre Neigung zu Nostalgie ausgeprägt ist (Barrett et al., 2010).

Die angenommenen Zusammenhänge zwischen den Variablen wurden mittels eines Strukturgleichungsmodells überprüft. Für eine vereinfachte Darstellung der Zusammenhänge siehe Abbildung 3<sup>8</sup>. Wie schon in Studie 3a zeigte sich ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der persönlichen Bedeutsamkeit des Medieninhalts und der medieninduzierten Nostalgie. Dieser Zusammenhang blieb auch unter Berücksichtigung der allgemeinen Neigung zu Nostalgie bestehen, welche ebenfalls positiv mit medieninduzierter Nostalgie assoziiert war. Weiterhin zeigte medieninduzierte Nostalgie einen signifikanten Zusammenhang mit dem Unterhaltungserleben, welches als latente Variable bestehend aus den fünf Subkomponenten *Spaß*, *Spannung*, *Gedanken-Anregung*, *Bleibender Eindruck* und *Künstlerischer Wert* modelliert war. Unterhaltungserleben wiederum zeigte positive Zusammenhänge sowohl mit subjektivem als auch psychologischem Wohlbefinden. Gleichermäßen zeigte sich ein signifikanter indirekter Effekt von Nostalgie auf psychologisches Wohlbefinden vermittelt über Unterhaltungserleben. Allerdings zeigte sich entgegen der Annahme im MINCoW Modell kein direkter signifikanter Zusammenhang zwischen Nostalgie und Wohlbefinden. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich Nostalgie positiv auf das Unterhaltungserleben und dadurch auch auf das Wohlbefinden auswirken kann.

---

<sup>8</sup> Für eine detaillierte Auswertung der Zusammenhänge über die konzeptionellen Beziehungen hinaus sei auf Abbildung 3 in Appendix C, S. 39 (Wulf & Baldwin, under review) verwiesen.

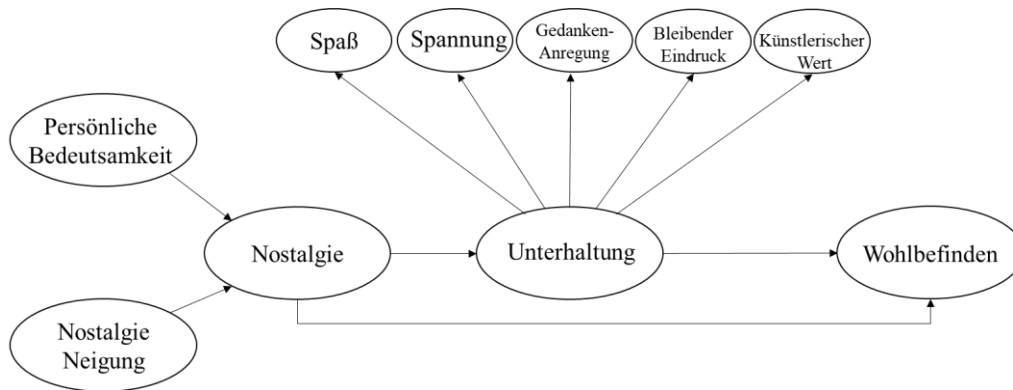


Abbildung 3. Konzeptuelles Modell aus Studie 3b (für die Abbildung im Original mit statistischen Kennwerten siehe Wulf & Baldwin, under review, Appendix C, S. 39, Abb. 3).

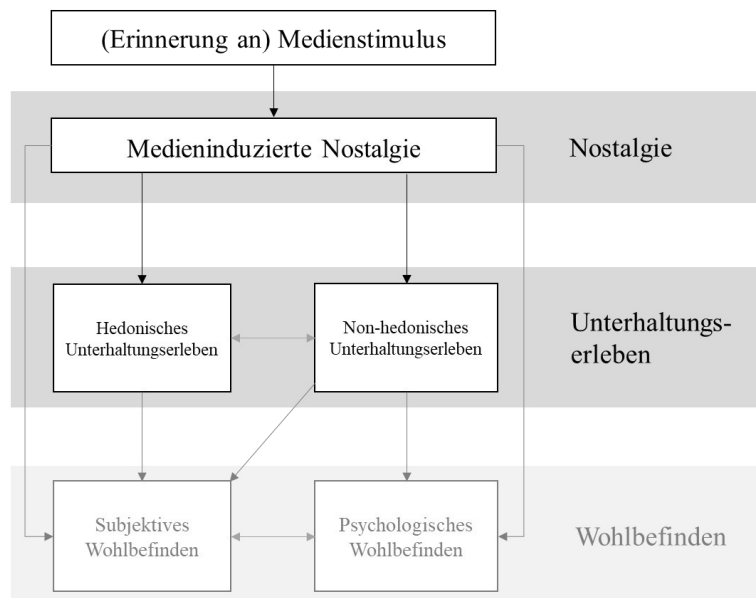
Während diese Studie einen ersten Beleg für die im MINCoW Modell angenommenen Zusammenhänge zwischen medieninduzierter Nostalgie, Unterhaltungserleben und (indirekt) Wohlbefinden liefert sowie darauf hindeutet, dass Nostalgie die Medienselektion beeinflussen kann, konnten direkte Zusammenhänge zwischen medieninduzierter Nostalgie und Wohlbefinden nicht gezeigt werden. Dies kann unterschiedliche Gründe haben.<sup>9</sup> Es könnte etwa sein, dass die Messung des Wohlbefindens zu holistisch war und (medieninduzierte) Nostalgie zwar positiv mit einzelnen Aspekten subjektiven und psychologischen Wohlbefindens zusammenhängt, nicht aber mit dem Konstrukt als Ganzes, sodass die verwendeten Messinstrumente im vorliegenden Fall mit dem vorliegenden Stichprobenumfang nicht ausgereicht haben, um die Zusammenhänge zu zeigen. Dafür würde etwa auch die hohe Korrelation und mögliche konzeptuelle Vermischung von subjektivem und psychologischem Wohlbefinden sprechen.

Es wäre aus diesem Grund notwendig, in zukünftigen Studien einzelne Aspekte subjektiven und psychologischen Wohlbefindens stärker in den Fokus zu stellen als das Gesamtkonstrukt

<sup>9</sup> Für eine detailliertere Darstellung sowohl der Ergebnisse als auch der Einordnung und Diskussion dieser im Rahmen der grundlegenden Literatur sei hier auf das Manuskript zu Studie 3 verwiesen (siehe Appendix C).

(siehe etwa Studie 5). Eine weitere Möglichkeit zur Erklärung dieser Befunde wurde bereits innerhalb des MINCoW Modells diskutiert: Es könnte sein, dass medieninduzierte Nostalgie eher ein Teilaspekt des Unterhaltungserlebens ist, als dass es ein unabhängiges Erleben ist, welches sich auf das Unterhaltungserleben auswirkt. Um dieser Annahme nachzugehen, wurde in Studie 4 der Zusammenhang zwischen Nostalgie und Unterhaltungserleben in den Fokus gestellt.

**Medieninduzierte Nostalgie und Unterhaltungserleben (Studie 4).** Studie 4 (Wulf, Bonus & Rieger, under review) konzentrierte sich darauf, medieninduzierte Nostalgie von etablierten Konzepten des Unterhaltungserlebens abzugrenzen, beziehungsweise sie in diese zu integrieren. Somit konzentrierte sich diese Studie auf die Annahmen in der ‚oberen Hälfte‘ des MINCoW Modells (siehe Abbildung 4). In zwei Studien wurde zunächst exploratorisch und darauf aufbauend mit gerichteten Hypothesen untersucht, inwiefern affektive und kognitive Aspekte von medieninduzierter Nostalgie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu hedonischem und eudaimonischem Unterhaltungserleben aufweisen.



*Abbildung 4.* Ausschnitt des MINCoW Modells, welcher in Studie 4 näher betrachtet wurde. Nicht im Fokus von Studie 4 stehende Anteile des Modells werden verblässt dargestellt (für die Abbildung im Original siehe Wulf, Rieger, & Schmitt, 2018, Appendix B, S. 76, Abb. 1).

*Nostalgie und Unterhaltung - Ein explorativer Zugang (Studie 4a).* In einer ersten, explorativen Studie, wurden Teilnehmende randomisiert einer von drei Gruppen zugewiesen: Teilnehmende in der nostalgischen Bedingung wurden angewiesen, sich an eine Situation zu erinnern, in der sie während der Mediennutzung nostalgisch wurden. Teilnehmende in den beiden anderen Bedingungen wurden angewiesen, sich an eine Situation zu erinnern, in der sie sich vergnügt (hedonische Bedingung) oder bedeutsam (eudaimonische Bedingung) fühlten. Anschließend wurden alle Teilnehmenden danach gefragt, woran sie sich explizit erinnern haben und warum die Situation nostalgisch beziehungsweise vergnüglich oder bedeutsam für sie war. Schließlich wurden affektive (Vergnügen, positiver und negativer Affekt) und kognitive (Nachdenken über das aktuelle Selbst und über den Medieninhalt) sowie nostalgische Reaktionen gemessen. Um medieninduzierte Nostalgie möglichst vielschichtig zu erfassen, wurde neben einer Skala für Nostalgie (Wildschut et al., 2006) eine Skala zum Nachdenken über die eigene Vergangenheit (nach Natterer, 2014) sowie eine Skala für Selbstkontinuität erhoben. Selbstkontinuität beschreibt die Wahrnehmung von Stabilität und einer Art ‚rotem Faden‘ im eigenen Leben und steht in enger Verbindung zu Nostalgie (Sedikides, Wildschut, Routledge, & Arndt, 2015a; Sedikides et al., 2016).

Um einzuordnen, an welche Art von medieninduzierter Nostalgie (vgl. Menke, 2017; Natterer, 2014) sich Teilnehmende durch die Instruktion erinnern haben, wurden die offenen Antworten vom Erst- und Zweitautor des Beitrags kodiert und einer von vier Kategorien zugewiesen: (1) Ein Großteil der Antworten beinhaltete (persönliche) Mediennostalgie. Hierunter wurden alle Antworten gefasst, die explizit den Medieninhalt sowohl als Auslöser als auch als Teil der Erinnerung aufgriffen. (2) Am zweithäufigsten wurde mediierte Nostalgie kategorisiert, und zwar dann, wenn Teilnehmende beschrieben, dass der Inhalt des Mediums sie an etwas (außerhalb des Mediums Liegendes) in der Vergangenheit erinnerte, also etwa eine Hochzeit der Mediencharaktere, welche

die Erinnerung an die eigene Hochzeit wachrief. (3) Am dritthäufigsten waren Antworten, die keiner der anderen Kategorien zuzuordnen waren. (4) Am seltensten waren Antworten die historischer Nostalgie zuzuordnen waren und eine Zeit beschrieben, welche die Teilnehmenden nicht persönlich miterlebt hatten. Diese Auswertung kann als Indikator für die Prävalenz der verschiedenen Formen medieninduzierter Nostalgie ausgelegt werden mit dem Ergebnis, dass (persönliche) Mediennostalgie tendenziell am häufigsten auftritt.

Bezüglich der Abgrenzung von hedonischem und eudaimonischem Unterhaltungserleben zeigte sich, dass nostalgische Erfahrungen ähnlich vergnüglich waren wie hedonische, jedoch einen ähnlich gemischt-affektiven Zustand beschrieben wie eudaimonisches Unterhaltungserleben. Es scheinen also affektive Ähnlichkeiten zu beiden Konstrukten vorhanden zu sein. Hinsichtlich der kognitiven Aspekte zeigte sich, dass Teilnehmende, die sich an bedeutsame Medienerfahrungen erinnerten, mehr über die konkreten Medieninhalte nachdachten. Teilnehmende in der nostalgischen Bedingung erinnerten mehr die eigene Vergangenheit als die beiden anderen Gruppen. Diese Ergebnisse erschweren die Einordnung beziehungsweise Abgrenzung von medieninduzierter Nostalgie zu hedonischem und eudaimonischem Unterhaltungserleben. Nostalgische Medienerfahrungen scheinen zwar affektive Gemeinsamkeiten, jedoch kognitiv unterschiedliche Muster aufzuweisen.

Zeitgleich unterstreichen diese Ergebnisse den Befund aus Studie 3b, dass Nostalgie Gemeinsamkeiten mit hedonischer und eudaimonischer Unterhaltung aufweist und daher mit dem Unterhaltungserleben insgesamt stark zusammenhängt. Eine Erklärung für diese Befunde könnte sein, dass Nostalgie, wie in der Diskussion des MINCoW Modells beschrieben, weniger ein unab-

hängiger Zustand ist, welcher durch das Medium ausgelöst wird und dann zum Unterhaltungserleben beiträgt, sondern vielmehr ein integrierter Bestandteil des Unterhaltungserlebens ist, welcher bestimmte hedonische und eudaimonische Komponenten enthält.

Dabei scheinen nostalgische Medienerfahrungen in der Art besonders zu sein, dass sie zum Nachdenken über die eigene Vergangenheit und über stabile Faktoren im eigenen Leben anregen. Da Reflektieren und Nachdenken vornehmlich dem eudaimonischen Unterhaltungserleben zugeschrieben wird (Oliver & Bartsch, 2010; 2011), könnte es sich bei medieninduzierter Nostalgie um einen Teilaspekt eudaimonischer Unterhaltung handeln. Dieser nostalgische Anteil würde bisherige Konzepte eudaimonischen Unterhaltungserlebens, welche vor allem das Nachdenken über die Inhalte und das aktuelle Selbst beschreiben (siehe etwa Wirth et al., 2012), durch Nachdenken über die eigene Vergangenheit und stabile Faktoren im eigenen Leben erweitern. Diese Befunde und die darauf aufbauende Erklärung basieren jedoch auf einer explorativen Studie, in welcher Teilnehmende aus der Retrospektive bestimmte Erfahrungen mit Medien beurteilt haben. Daher wurde eine zweite Studie durchgeführt, um die Ergebnisse zu prüfen und gegebenenfalls zu untermauern.

***Identifikation des nostalgischen Unterhaltungserlebens (Studie 4b).*** Ein wesentliches Ziel von Studie 4b war es, anstatt des retrospektiven Ansatzes von Studie 4a ein experimentelles Design anzuwenden und Teilnehmende direkt im Anschluss an ein nostalgisches und eudaimonisches Erlebnis nach ihren Erfahrungen zu befragen, um möglichen Verzerrungen innerhalb durch nachträglichen Bewertung entgegenzuwirken. Es wurden drei Versuchsbedingungen vorgenommen. Teilnehmende der nostalgischen Bedingung schauten Eröffnungssequenzen von Kinderserien aus den 1990er Jahren, die im Rahmen von Studie 1 abgefragt wurden.<sup>10</sup> Um zu kontrollieren, inwiefern der persönliche Bezug zu den Inhalten eine Rolle spielt, oder ob es genügt, Elemente

---

<sup>10</sup> Dieser Teil der Studie ist nicht Teil des Manuskripts von Studie 1 in Appendix A.

des Genres ‚Kinderserien‘ zu schauen, um nostalgisch zu werden, sah eine Kontrollgruppe Eröffnungssequenzen von Kinderserien, welche derzeit populär sind. Teilnehmende in der dritten, eudaimonischen Versuchsbedingung sahen Trailer von Filmen, die in der Literatur als Prototypen eudaimonischer Unterhaltung gelten (z.B. *Die fabelhafte Welt der Amelie*, Deschamps, Ossard, & Jeunet, 2001).<sup>11</sup> Im Anschluss daran wurden die Teilnehmenden nach ihrem Vergnügen, ihrem Nachdenken über den Medieninhalt und über ihr aktuelles Selbst, ihrer Nostalgie und ihrer Selbstkontinuität gefragt.

Erneut zeigte sich, dass Teilnehmende der eudaimonischen Bedingung mehr über die Medieninhalte nachdachten. Es zeigte sich jedoch weder ein Unterschied zwischen der nostalgischen und eudaimonischen Bedingung hinsichtlich des Vergnügens noch des Nachdenkens über das aktuelle Selbst. Teilnehmende in der nostalgischen Bedingung erzielten höhere Werte für Nostalgie und Selbstkontinuität als beide andere Gruppen. Daraus lässt sich schließen, dass das Erleben von medieninduzierter Nostalgie während der Nutzung von Unterhaltungsmedien mit bestimmten Unterhaltungserlebnissen einhergeht, welche sowohl affektiv als auch kognitiv Überschneidungen zu hedonischem (Vergnügen) als auch eudaimonischem (Nachdenklichkeit über Vergangenes) Unterhaltungserleben aufweisen. Die Implikationen dieser Befunde werden in der Zusammenschau aller Studien zu späterem Zeitpunkt diskutiert.

**Videospielinduzierte Nostalgie und Wohlbefinden (Studie 5).** Studie 5 (Wulf, Bowman, Velez, & Breuer, in Druck) untersuchte medieninduzierte Nostalgie konkret am Beispiel von Videospielerinnerungen. Der Fokus lag hierbei zum einen darauf, zu identifizieren, welche Art von Videospielerinnerungen Nostalgie auslösen, wobei sowohl zeitliche als auch soziale Komponenten und psychologische Mechanismen innerhalb der Videospielerinnerungen untersucht wurden. Zum

---

<sup>11</sup> Für einen Überblick aller Stimuli in Studie 4b siehe auch Wulf, Bonus, & Rieger, under review, Appendix D, S. 39, Tab. S3.



anderen stand im Zentrum der Untersuchung, Zusammenhänge zwischen medieninduzierter Nostalgie und *einzelnen* Aspekten des Wohlbefindens (subjektive Vitalität, soziale Verbundenheit und Optimismus) zu replizieren, um offene Fragen aus Studie 3 hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Nostalgie und Wohlbefinden zu beantworten. Studie 5 konzentrierte sich daher auf die ‚untere Hälfte‘ des MINCoW Modells (siehe Abbildung 5).

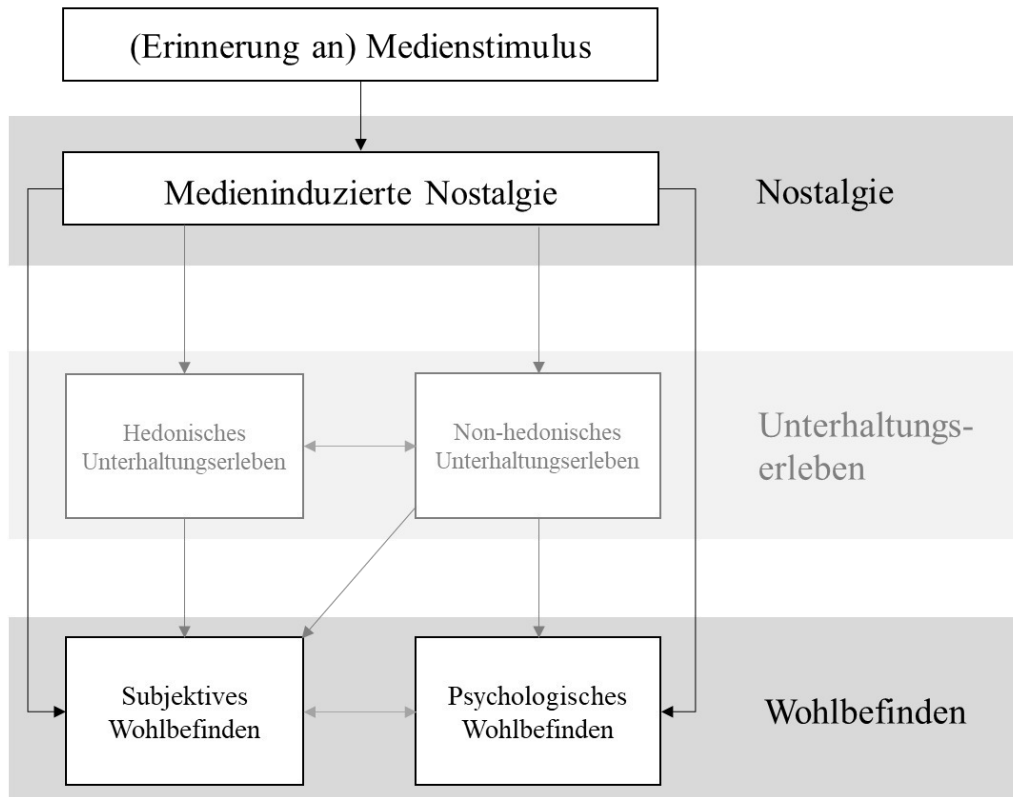


Abbildung 5. Ausschnitt des MINCoW Modells, welcher in Studie 5 näher betrachtet und getestet wurde. Nicht im Fokus von Studie 5 stehende Anteile des Modells werden verblasst dargestellt (für die Abbildung im Original siehe Wulf, Rieger, & Schmitt, 2018, Appendix B, S. 76, Abb. 1).

Videospiele nehmen in der medialen Auslösung von Nostalgie eine besondere Rolle ein. Nicht nur, dass es sich bei Videospiele um ein vergleichbar junges Medium handelt, bietet es zudem die Möglichkeit, in sozialen Interaktionen mit anderen Spielern zu spielen. Für die Betrachtung medieninduzierter Nostalgie sind diese zwei Punkte unbedingt zu berücksichtigen. Bezüglich

der relativen Neuheit des Mediums ist etwa zu beobachten, dass sich der Status von Videospielen von einem Medium, das anfänglich überwiegend von Kindern und Jugendlichen genutzt wurde, zu einer Technologie entwickelt hat, die von weiten Teilen der Gesellschaft und durch viele Altersschichten genutzt wird (siehe Bogost, 2011; Ivory, 2015). So ist der durchschnittliche Nutzende heute 32 beziehungsweise die durchschnittliche Nutzende 36 Jahre alt und spielt seit durchschnittlich 20 Jahren Videospiele (Entertainment Software Association, 2016; 2017). In diesen 20 Jahren hat sich die Technologie nicht nur weiterentwickelt, sondern auch in immer wieder neuen Spielkonsolen manifestiert. Während jemand vor 20 Jahren noch mit einem Nintendo Entertainment System (NES) Pixel-Mario von links nach rechts laufen ließ, kann Mario sich heute auf der Nintendo Switch in HD und frei in einer Sandkasten-Welt bewegen. Erinnerungen an Videospiele umfassen daher nicht nur das Spiel und sein Narrativ, sondern auch die Technik und Konsole mit ihren haptischen Elementen (i.e. Controller). Es stellt sich entsprechend die Frage, welche (technologischen und/oder erzählerischen) Elemente Teil nostalgischer Kognitionen sind. Um dieser Frage nachzugehen, wurden die offenen Antworten auf die Manipulationsaufgabe von Studie 5 qualitativ ausgewertet und die Videospieleerinnerungen inhaltlich analysiert.

Hinsichtlich der sozialen Interaktionen stellt sich die Frage, inwieweit die soziale Situation innerhalb der Videospiele-Erinnerung Einfluss auf das Auslösen von Nostalgie hat. Wie bereits diskutiert, handelt es sich bei Nostalgie um eine soziale Emotion. Nostalgische Gedanken beinhalten als einen wesentlichen Aspekt soziale Beziehungen (Hepper et al., 2012). Darüber hinaus hat der persönliche Bindungsstil Einfluss darauf, wie effektiv Nostalgie die wahrgenommene soziale Unterstützung (Wildschut, Sedikides, Routledge, Arndt, & Cordaro, 2010) und die Zufriedenheit mit Lebensgefährt\*innen fördert (Juhl, Sand, & Routledge, 2012). Schließlich hält Nostalgie positive sozial-orientierte Konsequenzen bereit, etwa auf ehrenamtliche Tätigkeiten und Spenden für

den guten Zweck (Zhou et al., 2008; Zhou, Wildschut, Sedikides, Shi, & Feng, 2012). Es wäre also denkbar, dass soziale Aspekte der Erinnerung, also die Tatsache, ob das Spiel alleine oder mit anderen gespielt wurde, Einfluss auf das Empfinden von Nostalgie hat. Dieser Frage sollte in Studie 5 dadurch nachgegangen werden, dass Teilnehmende angewiesen wurden, sich an Situationen zu erinnern, in denen sie entweder allein oder mit anderen ein Videospiel gespielt hatten.

Um weiterhin zu explorieren, inwiefern psychologische Aspekte von Spielerfahrungen Einfluss auf das Auslösen von Nostalgie haben, etwa die Wahrnehmung, dass man in einem Spiel besonders gut beziehungsweise kompetent war, oder dass man sich in der Spielwelt frei beziehungsweise autonom fortbewegen konnte, wurden Teilnehmende gebeten, anzugeben, zu welchem Maß ihre intrinsischen Bedürfnisse (Przybylski et al., 2010; Ryan et al., 2006) in der jeweiligen Spielsituation erfüllt wurden. Es wurde davon ausgegangen, dass Nostalgie vor allem aus solchen Erinnerungen hervorgehen könnte, welche diese intrinsischen, motivationalen Bedürfnisse erfüllen konnten.

Ein weiterer Aspekt, der in Studie 5 berücksichtigt werden sollte, war die zeitliche Dimension nostalgischer Erinnerungen. In der sozialpsychologischen Forschung wird meist ein sogenannter Event-Reflection-Task verwendet, um Nostalgie zu induzieren. Dabei wird eine Versuchsgruppe instruiert, sich an ein Ereignis zu erinnern, welches sie *nostalgisch* macht, während eine Kontrollgruppe an ein ordinäres Ereignis der letzten Zeit denken soll (siehe Sedikides et al., 2015b). Zwar führt dieses Verfahren zu methodisch saubereren Versuchsbedingungen, um Effekte von Nostalgie zu erforschen, jedoch lässt es die Frage offen, ob zeitliche Distanz der Erinnerung Nostalgie begünstigt.

Um ferner die Beziehungen zwischen Nostalgie und Wohlbefinden genauer zu betrachten, wurden in Studie 5 subjektive Vitalität, soziale Verbundenheit und Optimismus als Indikatoren für

das Wohlbefinden untersucht. Subjektive Vitalität beschreibt ein Gefühl von *Lebendigkeit und Energie* (Ryan & Frederick, 1997). Sie ist ein zentraler Aspekt subjektiven Wohlbefindens (ebd.), welcher durch das Erleben von Nostalgie gesteigert werden kann (Sedikides et al., 2016), vor allem für diejenigen, die wenig Sinn im eigenen Leben erkennen (Routledge et al., 2011). Optimismus und soziale Verbundenheit sind Konstrukte, die psychologischem Wohlbefinden zugeschrieben werden (Bouchard, Carver, Mens, & Scheier, 2017; Ryff & Singer, 2006; Scheier, Carver, & Bridges, 1994). Optimismus beschreibt eine *generalisierte positive Erwartungshaltung eines guten Ausgangs* (Aspinwall & Brunhart, 1996), steht in enger Beziehung zum Selbstwertgefühl und kann sich positiv auf die tägliche Bewältigung von Stress und gesundheitlichen Problemen auswirken (Bouchard et al., 2017; Scheier et al., 1994). Nostalgie kann Optimismus fördern und somit positiv zum psychologischen Wohlergehen beitragen (Cheung et al., 2013; Reid et al., 2014). Soziale Verbundenheit als dritte in der vorliegenden Studie untersuchte Komponente des Wohlbefindens ist eines der fundamentalen Bedürfnisse des Menschen, welches sich in unterschiedlichen Theorien wiederfindet. So wurde dieses Bedürfnis bereits als Teil der Maslow'schen (1943; 1968) Bedürfnispyramide formuliert, findet sich in den Annahmen zu Bindungstypen wieder (Bowlby, 1973) und wird als *need to belong* (Baumeister & Leary, 1995) als eines der Urbedürfnisse des Menschen und Erfolgsfaktor bei der Evolution diskutiert. Zudem ist das Erfahren menschlicher Verbundenheit als eines der Grundbedürfnisse innerhalb der SDT verankert (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000). Nostalgie als soziale Emotion steigert das Gefühl, mit anderen Menschen verbunden zu sein und wirkt so auch als Mittel gegen Einsamkeit und soziale Exklusion (Wildschut et al., 2006; Zhou et al., 2008).

Zur Untersuchung dieser Fragen und Annahmen wurden Teilnehmende einer Online-Befragung randomisiert. Hierbei gab es vier Versuchsbedingungen: (1) Solo / Vergangenheit, (2)

Sozial / Vergangenheit, (3) Solo / Kürzlich, (4) Sozial / Kürzlich. Faktisch wurden Versuchsteilnehmende angewiesen, sich an eine in der Vergangenheit befindliche (oder kürzlich stattgefunden) Situation zu erinnern, in welcher sie alleine (oder gemeinsam mit anderen) Videospiele gespielt haben.<sup>12</sup> Die Teilnehmenden wurden zudem instruiert, ihre Erfahrungen in Form eines Aufsatzes aufzuschreiben und gefragt, inwieweit intrinsische Bedürfnisse durch das Videospiele erfüllt worden waren. Anschließend wurden sie nach ihrem aktuellen Gefühl von Nostalgie sowie nach den genannten Komponenten des Wohlbefindens befragt.

Die Auswertung der quantitativen Daten erfolgte mithilfe eines Strukturgleichungsmodells. Die Auswertung der Determinanten von Nostalgie ergab, dass die zeitliche Komponente einen signifikanten Einfluss auf das Nostalgieempfinden hatte, sodass vergangene Episoden zu mehr Nostalgie führten als kürzlich stattgefunden. Zwar hatte die soziale Komponente (solo versus sozial) keinen direkten Einfluss auf das Nostalgieempfinden, jedoch zeigte sich ein indirekter Effekt in der Hinsicht, dass die sozialen Bedingungen eine stärkere Bedürfnisbefriedigung sozialer Verbundenheit erfuhren, welche sich positiv auf das Nostalgieempfinden auswirkte. Zudem zeigte sich, dass Nostalgie zunahm, je mehr Versuchspersonen angaben, dass sie sich beim Spielen kompetent gefühlt hatten. Autonomie zeigte hingegen keinen Zusammenhang. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Erinnerungen an diejenigen Videospielepisoden Nostalgie auslösen, welche in der weiteren Vergangenheit liegen und bei Spielenden ein Gefühl sozialer Verbundenheit und Kompetenz hinterlassen haben. Der soziale Faktor kann dabei insofern eine Rolle spielen, dass er es wahrscheinlicher macht, dass Spielende Verbundenheit mit anderen erleben, welche sich auf Nostalgie positiv auswirkt. Die schiere Anwesenheit anderer zeigt jedoch keinen Zusammenhang.

---

<sup>12</sup> Für den exakten Wortlaut der Manipulationen siehe Wulf, Bowman, Velez, & Breuer, in Druck, Appendix E, S. 7, Tab. 1.

Die Auswertung des Wohlbefindens zeigte ambivalente Ergebnisse. Zwar zeigte sich der angenommene Zusammenhang zwischen Nostalgie und allen erhobenen Indikatoren für Wohlbefinden, doch erreichte das ursprüngliche Modell keine zufriedenstellende statistische Passung. Dieser Befund regte daher eine Anpassung des Modells unter Berücksichtigung der folgenden Annahmen an: Die von der SDT angenommenen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit wurden im ursprünglichen Modell nicht mit dem Wohlbefinden in Beziehung gesetzt, da diese Erfahrungen in der Vergangenheit liegen. Jedoch wäre es denkbar, dass beim Erinnern der jeweiligen Situation auch die Befriedigung der Bedürfnisse ‚aufgefrischt‘ wurde. Da die SDT selbst eine Theorie des menschlichen Wohlbefindens ist, ergäbe es Sinn, anzunehmen, dass auch die Erinnerung an Situationen, in welchen diese Bedürfnisse erfüllt wurden, potenziell Einfluss auf das aktuelle Wohlbefinden haben kann. Daher wurden im Modell nach der Anpassung auch Zusammenhänge zwischen der erinnerten Bedürfnisbefriedigung und den Variablen des Wohlbefindens ergänzt. Nach Adjustierung erreichte das Modell eine zufriedenstellende Passung. Nach der Anpassung blieb einzig die Beziehung zwischen Nostalgie und sozialer Verbundenheit statistisch signifikant. Die Erfüllung der intrinsischen Bedürfnisse erklärte mehr Varianz in Optimismus und subjektiver Vitalität als das Erleben von Nostalgie.

Schließlich lassen sich aus den offenen Antworten der Teilnehmenden noch einige nennenswerte Erkenntnisse berichten. Zur Auswertung der offenen Antworten wurde vom Zweitautor des Manuskripts eine induktive Inhaltsanalyse (Glaser, 1965) durchgeführt. Bei dieser Analyse wurden die Häufigkeiten inhaltlicher Nennungen in den Aufsätzen der Teilnehmenden zwischen Gruppen verglichen. Es zeigte sich, dass Teilnehmende, die sich an vergangene Ereignisse erin-

nerten, mehr Wörter nannten, die den Kategorien *Kindheit*, *Herausforderung* und *Vergnügen* beziehungsweise *hedonische Gefühle* zugeordnet wurden. Hinsichtlich der Nennung *spezifischer Spiele* und *Konsolen* zeigten sich keine Unterschiede.

Insgesamt lieferte Studie 5 einige Belege für die im MINCoW Modell formulierte Annahme, dass Nostalgie positiv mit Wohlbefinden zusammenhängt, welche unter Rücksichtnahme auf die Zusammenhänge mit erinnerter Bedürfnisbefriedigung betrachtet werden müssen. Darüber hinaus konnten die qualitativen Auswertungen wichtige Einsichten in die Inhalte nostalgischer Videospiele Erinnerungen verschaffen.

### **Ein Überblick zum Forschungsstand medieninduzierter Nostalgie in der Videospieleforschung (Studie 6)**

Das Ziel von Studie 6 war es einerseits, den aktuellen Forschungsstand zu medieninduzierter Nostalgie hinsichtlich ihrer Anwendung auf den Gegenstand der Videospiele zusammenzufassen. Andererseits verfolgte der Beitrag das Ziel, bislang unberücksichtigte Faktoren zu diskutieren, um den Weg für zukünftige Forschung in diesem Bereich zu ebnen. Hierzu wurden viele der bereits besprochenen Zusammenhänge zwischen medieninduzierter Nostalgie, Wohlbefinden und Unterhaltung zusammengefasst und diskutiert. Zur Entwicklung der Forschung in diesem Bereich wurden zudem sowohl theoretische als auch methodische Implikationen erörtert.<sup>13</sup>

Einen wesentlichen Anteil dieser Diskussion nimmt die Rolle videospieleinduzierter Nostalgie für das Selbst und die eigene (soziale) Identität ein. So wird Nostalgie etwa im Rahmen der Selbstdiskrepanztheorie (Higgins, 1987) diskutiert. Die Selbstdiskrepanztheorie geht davon aus, dass Menschen, wenn sie bemerken, dass sie sich von ihrer Idealvorstellung von sich selbst in

---

<sup>13</sup> Zur Vermeidung von Redundanzen wird im Abschnitt zu Studie 6 darauf verzichtet, den Forschungsstand hinsichtlich des MINCoW Modells (erneut) darzulegen.

ihrem Denken und/oder Handeln unterscheiden, ein Unbehagen empfinden, gegen welches sie ankämpfen wollen. Auch die Erinnerung vergangener Ereignisse kann das Selbstbild eines Menschen beeinflussen. So werten sich Menschen, welche positive Ereignisse aus der Vergangenheit erinnern, tendenziell eher auf, während sie sich von vergangenen Selbstbildern negativer Situationen distanzieren (Wilson & Ross, 2003). Da die Forschung zu Nostalgie gezeigt hat, dass diese die Wahrnehmung eigener Authentizität sowie den intrinsischen Selbstfokus erhöhen kann (Baldwin et al., 2015) sowie zu einem positiveren Blick auf das Selbst führen kann (Vess et al., 2012), erscheint es plausibel, dass Nostalgie die Diskrepanz zwischen der eigenen Idealvorstellung und abweichendem Denken oder Handeln ausgleichen könnte.

Hinsichtlich der sozialen Identität ist zu beachten, dass Menschen, die seit ihrer Kindheit gerne und regelmäßig Videospiele spielen, diesen Umstand potenziell als Teil ihrer sozialen Identität (Suominen, 2008; Tajfel & Turner, 1986) sehen und diese Identität etwa gegen Bedrohungen von außen verteidigen – etwa gegen negative Stereotype oder potenzielle Schädigung durch die Nutzung von Videospiele (Kneer, Munko, Glock, & Bente, 2012; Nauroth, Gollwitzer, Bender, & Rothmund, 2015). Videospieldindizierte Nostalgie könnte für diese Identität insofern eine besondere Rolle spielen, dass durch eine Konservierung der Technologie auch die Möglichkeit besteht, die vergangene (Videospiele-) Situation genauso zu erleben, wie sie zum ersten Mal erlebt wurde. Diese Option bleibt bei autobiographischen Erinnerungen an besondere Lebensereignisse verwehrt. Diese Möglichkeit würden auch Technologien virtueller Realität zukünftig zur Verfügung stellen, wenn man am heutigen Tag Erlebnisse derart aufzeichnen würde, dass man mit technischer Unterstützung in zehn bis 20 Jahren problemlos dorthin ‚zurückkehren‘ und die für die Identität wichtigen Momente erneut erleben könnte (Heineman, 2014).



Hinsichtlich methodischer Überlegungen für zukünftige Forschung diskutiert Studie 6 etwa Möglichkeiten, um die idiosynkratische Natur von Nostalgie zu berücksichtigen. So könnten etwa Teilnehmende in einer Vorbefragung angeben, welche Spiele sie als Kind gespielt haben, um diese dann als potenzielle Auslöser von Nostalgie zu spielen. Dies würde ermöglichen, die konkrete nostalgische Spielsituation herbeizuführen, die sonst nur (wie in Studie 4a) erinnert werden kann. In diesem Kontext wirft Studie 6 auch die Frage auf, inwiefern sich die Vorfreude, ein solches Spiel erneut zu spielen – welche vermutlich den Kauf einer Neuauflage der NES-Konsole motiviert – von der tatsächlichen Freude beim Spielen unterscheidet. Da Videospiele älterer Generationen viel schwieriger zu meistern waren als zeitgenössische Spiele (Aloupis, Demaine, Guo, & Viglietta, 2015), könnte es ebenso sein, dass ein erneutes Spielen für Frustration und Enttäuschung sorgt.

Insgesamt verschafft Studie 6 einen Überblick über die Erkenntnisse der vorherigen Studien und bietet notwendige Überlegungen an, die Forschung um videospielvermittelte Nostalgie zukünftig weiter voranzubringen. In den folgenden Kapiteln sollen die Erkenntnisse und Überlegungen der sechs Teilstudien betrachtet und daraus Interpretationen und Konsequenzen hinsichtlich des MINCoW Modells gezogen werden.

### **Die Studien in der Zusammenschau: Implikationen für das MINCoW Modell und Überlegungen für zukünftige Forschung**

Die vorliegende Dissertation beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern die Nutzung und Erinnerung an vergangenen Medien(-inhalte) Nostalgie auslösen kann und, wie medieninduzierte Nostalgie sich auf das Unterhaltungserleben und auf das Wohlbefinden von Nutzenden auswirkt. Hierzu wurde ein theoretisches Modell abgeleitet, welches sowohl als Ganzes als auch hinsichtlich der einzelnen angenommenen Beziehungen in mehreren Teilstudien getestet wurde. Es konnte in

einer Serie von drei Projekten (Studien 3-5) mit insgesamt fünf Teilstudien gezeigt werden, dass Nostalgie sowohl Verbindungen zu hedonischem als auch eudaimonischem Unterhaltungserleben aufweist und sich positiv auf Indikatoren des Wohlbefindens auswirken kann. Hierbei wurden neben korrelativ ausgewerteten Befragungsdesigns experimentelle Manipulationen und qualitative Befragungen kombiniert, um eine Variation der Experimental- und Auswertungsmethodik zu gewährleisten. Insgesamt stützen die Befunde der durchgeführten Studien die im MINCoW Modell formulierten Annahmen. Es zeigen sich jedoch auch Limitationen für die im Modell postulierten Beziehungen, welche im Folgenden diskutiert und interpretiert werden sollen, um eine mögliche Verfeinerung des Modells vorzunehmen.

Hinsichtlich der Determinanten und Auslöser medieninduzierter Nostalgie repliziert die vorliegende Arbeit die Befunde der psychologischen Forschung für den Gegenstand von (Unterhaltungs-)Medien und erweitert diese um medienspezifische Determinanten. So zeigt sich in Anlehnung an das Wissen um die Sozialität von Nostalgie, dass Erinnerungen an parasoziale Beziehungen (Studie 1) und Erfahrung von Verbundenheit innerhalb der Erinnerung (Studie 5) sich positiv auf Nostalgie auswirken. Dabei wurde das Auslösen von Nostalgie durch zeitliche Distanz der Erinnerung (Studie 5), Vorkenntnisse des Medieninhalts (Studie 4) und persönliche Bedeutsamkeit des Mediums (Studie 3) unterstützt. Darüber hinaus scheint die Persönlichkeitseigenschaft der Neigung zu Nostalgie auch das Erleben medieninduzierter Nostalgie zu fördern (Studie 3). Insgesamt scheint das Erleben von Nostalgie als Resultat von Erinnern oder erneuten Nutzen von Medien durch ähnliche Determinanten und Vorerfahrungen geprägt zu sein wie das Erleben autobiographischer Nostalgie.

Bezüglich der Auswirkungen medieninduzierter Nostalgie stellt sich unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Teilstudien weiterhin die Frage nach der Beziehung zwischen Nostalgie

und dem Unterhaltungserleben. Vor allem die Ergebnisse aus Studie 4 implizieren zwei Varianten zur möglichen Verfeinerung des in Studie 2 aufgestellten Modells: So erscheint es möglich, dass (1) medieninduzierte Nostalgie weniger ein Auslöser oder Zuarbeiter zum Unterhaltungserleben sein könnte, wie zunächst angenommen, sondern selbst Teil des (eudaimonischen) Unterhaltungserlebens ist. In diesem Fall wäre eine Adjustierung des MINCoW Modells vorzunehmen, wie sie etwa in Abbildung 6 illustriert ist. (2) Eine weitere Möglichkeit zur Erklärung der teils ambivalenten Ergebnisse besteht in einer Aufweichung der Starrheit von Zwei-Prozess-Modellen der Unterhaltung. So könnte es sein, dass Mediennutzende nicht *entweder* hedonische *oder* eudaimonische Unterhaltung erleben, sondern zwischen diesen Pfaden unter bestimmten Bedingungen wechseln können und sich Nostalgie auf beide Pfade des Erlebens auswirken kann.<sup>14</sup>

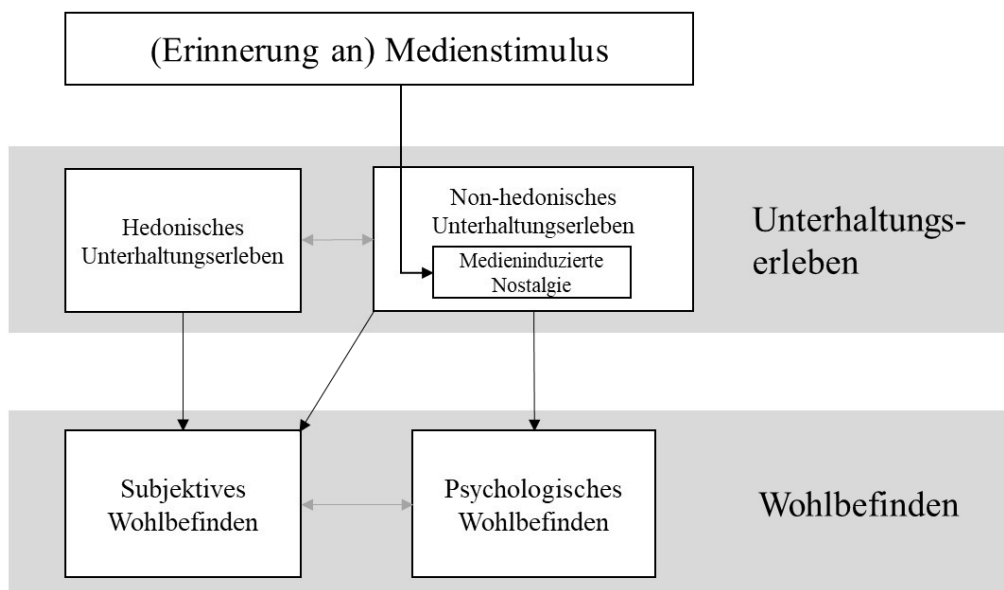


Abbildung 6. Alternative Version des MINCoW Modells nach Interpretation der durchgeführten Studien.

Für den ersten Erklärungsansatz finden sich auch innerhalb der anderen Teilstudien einzelne Indikatoren. Etwa die fehlende direkte Beziehung von Nostalgie und Wohlbefinden, welche

<sup>14</sup> Für eine detaillierte Diskussion dieser Variante, siehe die *General Discussion* in Studie 4 (Appendix D, S. 23ff).

lediglich über das Unterhaltungserleben vermittelt wurde (Studie 3b) könnte darauf hindeuten, dass eine Verortung von Nostalgie innerhalb des Unterhaltungserlebens sinnvoll wäre. Auch die in Studie 5 aufgezeigten Zusammenhänge zwischen Nostalgie und erinnerter Bedürfnisbefriedigung im Zusammenspiel auf das Wohlbefinden können für eine solche Auslegung der Ergebnisse sprechen. Auf der anderen Seite spricht jedoch der Zusammenhang zwischen Nostalgie und hedonischem Unterhaltungserleben, welcher sich sowohl korrelativ in den Studien 3b und 4a als auch qualitativ in den Auswertungen von Studie 5 gezeigt hat, gegen die starre Annahme, Nostalgie als Teilaspekt des (eudaimonischen) Unterhaltungserleben einzustufen. Diese Ergebnisse wiederum könnten dadurch erklärt werden, dass Mediennutzende innerhalb der Rezeption zwischen den zwei Pfaden der Unterhaltung wechseln können. Da sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit allein Studie 4 mit Nostalgie und ihrer Auswirkung auf verschiedener Unterhaltungsgratifikationen beschäftigt, kann diese Frage mit der vorliegenden Studienreihe nicht zufriedenstellend beantwortet werden.

Um der Beantwortung dieser Frage weiter nachzugehen, könnten Anschlussstudien etwa die unterschiedlichen Klassifizierungen von Nostalgie (Mediennostalgie und mediierte Nostalgie; persönliche und historische Nostalgie; Menke, 2017; Natterer, 2014) und deren Auswirkung auf Unterhaltungsprozesse untersuchen. Schließlich wäre es möglich, dass abhängig davon, ob Mediennutzende den tatsächlichen Medieninhalt als nostalgisch empfinden oder sich an etwas außerhalb des Mediums erinnern, unterschiedliche psychologische Prozesse stattfinden.

Studie 4b hat als Studienstimuli vor allem solche Videos verwendet, welche gezielt persönliche (Natterer, 2014) beziehungsweise Mediennostalgie (Menke, 2017) auslösen. Es bedarf daher unbedingt der Erweiterung der Forschungsmethoden, um detailliertere Einblicke in diese Prozesse zu gewinnen. Etwa wäre es möglich, mittels Lauten Denkens oder Experience Samplings

(Larson & Csikszentmihalyi, 2014) für den Verlauf einer Episode des Medienkonsums (in konkreten Fall, eines vermutlich nostalgieinduzierenden Films) die konkreten kognitiven Reaktionen der Nutzenden während der Nutzung zu erfassen. In den vorliegenden Studien erfolgte die Bewertung stets retrospektiv, was zu Verzerrungen und Überlagerungen von hedonischen und eudaimonischen Prozessen führen könnte. Konkret könnten Teilnehmende retrospektiv angeben, ein Film habe sie sowohl vergnügt als auch zum Nachdenken angeregt, wobei diese Prozesse jedoch zu unterschiedlichen Zeitpunkten der Rezeption stattgefunden hatten und durch unterschiedliche zugrundeliegende Prozesse bedingt waren.

Bezüglich der Befunde des Wohlbefindens lässt sich zusammenfassen, dass medieninduzierte Nostalgie sowohl einen indirekten Effekt auf das psychologische Wohlbefinden aufzeigte (Studie 3b) als auch mit Teilaspekten des Wohlbefindens positive korrelierte (Studie 5). Es kann daher spekuliert werden, dass medieninduzierte Nostalgie ähnliche positive Effekte für das Wohlbefinden bereithält wie autobiographische Nostalgie. Jedoch sind alle durchgeführten Studien Querschnittstudien, was eine Interpretation der Ergebnisse über einen längeren Zeitraum verbietet. Dies könnte bedeuten, dass Nostalgie zwar kurzfristig zu einer Aufbesserung des Wohlbefindens beiträgt, jedoch bei täglicher Konsumption der positive Effekt nachlässt. Auch bezüglich der Unterhaltungsgratifikationen könnte es sein, dass es ein *Zu-Viel* der Nostalgie gibt und sich Mediennutzende nach einem mentalen Ausflug in die Vergangenheit wieder gegenwärtigen Inhalten zuwenden möchten. Um diese Fragen zu beantworten sind Langzeitstudien mit mehreren Messzeitpunkten erforderlich. Auch hierzu könnte ein Experience Sampling angewendet werden und Proband\*innen über einen längeren Zeitraum einmal täglich über ihre (nostalgische) Mediennutzung und ihr aktuelles Wohlbefinden befragt werden.

Die Fragen hinsichtlich der Langfristigkeit der Effekte von Nostalgie könnten vor allem für die Anwendbarkeit von Nostalgie in anderen Bereichen eine wichtige Rolle spielen. Diesbezüglich sollen im Folgenden zwei Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie die Ergebnisse der vorliegenden Studien interdisziplinär weiter beforscht und anwendbar gemacht werden könnten: Die Nutzung medieninduzierter Nostalgie für therapeutische Zwecke und die Instrumentalisierung innerhalb der politischen Kommunikation. Eine vor kurzem veröffentlichte Meta-Analyse behandelt die Anwendbarkeit von Nostalgie im Rahmen einer Therapie zur Vorbeugung und Behandlung von Demenz (Umar Ismail, Cheston, Christopher, & Meyrick, 2018). Da Demenz in Abhängigkeit der genauen Diagnose zum Abbau von sozialen, kognitiven und emotionalen Fähigkeiten führen kann, bestehe Möglichkeit, betroffene Menschen mit Nostalgie auf diesen drei Ebenen zu unterstützen beziehungsweise gesunde Menschen vorbeugend davor zu bewahren. Die Forschung in diesem Bereich ist jedoch noch sehr unterentwickelt und es mangelt an Langzeitstudien zur präventiven Wirkung von entsprechenden Therapien. In medieninduzierter Nostalgie könnte insofern ein nützlicher Beitrag zu solchen Therapien geleistet werden, dass während des (Medien-)Treatment nicht dauerhaft ein Therapeut anwesend sein müsste. Die Nutzung persönlich bedeutsamer Filme, Lieder und Videospiele könnte unterstützend angewendet werden. Dadurch könnten sich Patient\*innen Erinnerungen daran wachhalten, mit Freunden gespielt oder mit der Familie Filme angeschaut zu haben. Darüber hinaus könnten Patient\*innen von der förderlichen Nostalgie-Wirkung auf das Wohlbefinden profitieren. Natürlich ist dieser Ansatz neu und bedarf unbedingter weiterer (interdisziplinärer) Forschung.

Ein weiteres Anwendungs- beziehungsweise Forschungsfeld ist das gezielte Auslösen von Nostalgie innerhalb von persuasiven Botschaften, wie etwa politische Kampagnen und Propa-

ganda. So diskutiert etwa Kenny (2017) die Nutzung von Nostalgie als Teil konservativer politischer Bewegungen, etwa die der *Brexit*-Befürworter und dem Wahlprogramm von Donald Trump (*Make America Great Again*). Während Nostalgie bereits als Marketinginstrument in der Werbung verwendet wird (Holbrook & Schindler, 1996; Muehling & Pascal, 2012; Sierry & McQuitty, 2007) und Firmen wie etwa *Lego* Eltern gezielt dazu animieren, ihre Kinder mit denselben Marken spielen zu lassen, die sie selbst einst nutzten (Lizardi, 2017), erscheint die manipulative Kraft der Nostalgie, die im Rahmen politischer Botschaften ausgenutzt werden kann (Pickering & Keightley, 2014), als eine potenzielle Bedrohung für die liberale und demokratische Gesellschaft. So können etwa Narrative, die eine kollektive Vergangenheit positiv ausschmücken, dazu verwendet werden, Immigration abzuwerten (Mols & Jetten, 2014) und auf diese Weise rechtsextremistische Positionen zu stärken. Auch könnten nostalgische Erinnerungen an eine frühere Zeit mit dem Wunsch einhergehen, früher etablierte Geschlechterrollen wiederherzustellen, die das heutige Frauenbild um viele Jahre zurückwerfen würden (MacKenzie & Foster, 2017). Schließlich verwendet auch extremistische Propaganda historische Narrative zum Zweck, Nostalgie hervorzurufen, wobei die Überzeugungskraft solcher Botschaften noch nicht ausreichend erforscht ist (Reed & Dowling, 2018). Nostalgie sollte daher als Faktor innerhalb der narrativen Persuasion näher betrachtet und erforscht werden. Die vorliegende Arbeit zeigt auf, dass Nostalgie eine unterhaltsame und angenehme Wirkung auf Mediennutzende hat. Dieser Zustand könnte etwa dazu führen, dass die Motivation, eine persuasive Botschaft unmittelbar abzulehnen (*Reaktanz*, Brehm, 1966; Dillard & Shen, 2005), mit welcher Menschen auf propagandistische Botschaften normalerweise reagieren, durch die Unterhaltsamkeit von Nostalgie abgeschwächt werden könnte. Auf diese Weise könnte Nostalgie die Bereitschaft erhöhen, sich propagandistische Botschaften anzuhören und von ihnen überzeugt zu werden. Daher sollten Menschen dazu befähigt werden, Botschaften,

welche darauf abzielen, Nostalgie auszulösen, kritisch zu hinterfragen und sich bewusst zu machen, dass sie die Vergangenheit in einem idealisierten, positiven Schleier erinnern (z.B. Kaplan, 1987).

### **Fazit**

Die vorliegende Dissertation liefert erste Erkenntnisse zu den Zusammenhängen von medieninduzierter Nostalgie mit Unterhaltungserleben und Wohlbefinden. Es wurde gezeigt, dass Medien Nostalgie auslösen können und sich diese sowohl vergnüglich als auch gedankenregend auf das Erleben von Unterhaltung auswirken kann. Von hier kann durch sie das Wohlbefinden gestärkt und insbesondere die Wahrgenommene Verbundenheit mit anderen unterstützt werden. Zukünftige Forschung sollte auf diesen Befunden aufbauend vor allem die gezielte Verwendung von Nostalgie als Teil medialer Programme und Botschaften zu unterschiedlichen Zwecken (etwa Unterhaltung, Therapie und Persuasion) untersuchen. Schließlich scheint es, als habe W. v. Humboldt (1825), wie zu Beginn dieser Arbeit angeführt, Recht behalten: Die mentale Rückkehr in die Vergangenheit geht für den Menschen mit besonderen Reizen und Gratifikationen einher. Doch sind es nicht nur wichtige Lebensereignisse, sondern eben auch Medien, die „ehemals auf die Seele gewirkt“ sowie „den jetzigen Zustand des Denkens, Empfindens und Wollens mit gebildet“ haben und daher im Hier und Jetzt einen besonderen psychologischen Mehrwert versprechen.



### Literaturverzeichnis

- Abakoumkin, G., Wildschut, T., Sedikides, C., & Bakarou, M. (2017). Nostalgia in response to group-based exclusion: The role of attachment-related avoidance. *European Journal of Social Psychology, 47*, 373–381.
- Abend, P., Bonner, B., & Weber, T. (2018). *Just little bits of history repeating. Medien, Nostalgie, Retromanie*. Münster: LIT Verlag.
- Ahmed, T. (2017, 5. Januar). Netflix ratings revealed? There are the top 25 original streaming shows of 2016. *Newsweek*. Retrieved from: <http://www.newsweek.com/netflix-ratings-revealed-these-are-top-25-original-streaming-shows-2016-538877>
- Ali, S. O., & Peynircioglu, Z. F. (2006). Songs and emotions: are lyrics and melodies equal partners? *Psychology of Music, 34*, 511–534. doi:10.1177/0305735606067168
- Aloupis, G., Demaine, E. D., Guo, A., & Viglietta, G. (2015). Classic Nintendo games are (computationally) hard. *Theoretical Computer Science, 586*, 135–160. doi:10.1016/j.tcs.2015.02.037
- Aspinwall, L. G., & Brunhart, S. M. (1996). Distinguishing optimism from denial: Optimistic beliefs predict attention to health threats. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22*, 993–1003.
- Baldwin, M., Biernat, M., & Landau, M. J. (2015). Remembering the real me : Nostalgia offers a window to the intrinsic self. *Journal of Personality and Social Psychology, 108*, 128–147. doi:10.1037/a0038033
- Baldwin, M., & Landau, M. J. (2014). Exploring nostalgia's influence on psychological growth. *Self and Identity, 13*, 162–177. doi:10.1080/15298868.2013.772320
- Barrett, F. S., Grimm, K. J., Robins, R. W., Wildschut, T., Sedikides, C., & Janata, P. (2010). Music-evoked nostalgia: affect, memory, and personality. *Emotion, 10*, 390–403. doi:10.1037/a0019006
- Batcho, K. I. (1998). Personal nostalgia, worldview, memory, and emotionality. *Perceptual and Motor Skills, 87*, 411–432.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin, 117*, 497–529. doi:10.1037/0033-2909.117.3.497
- Bogost, I. (2011). *How to do things with video games*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

- Bonner, M. (2018). Interstellar Floating in Nostalgia - Christopher Nolans Dimensionen taktiler Retroästhetik. In P. Abend, M. Bonner, & T. Weber (Eds.), *Just little bits of history repeating. Medien, Nostalgie, Retromanie* (pp. 53–76). Münster: LIT Verlag.
- Bonus, J. A., Peebles, A., Mares, M. L., & Sarmiento, I. G. (2018). Look on the bright side (of media effects): Pokémon Go as a catalyst for positive life experiences. *Media Psychology*, *21*, 263–287. doi:10.1080/15213269.2017.1305280
- Bouchard, L. C., Carver, C. S., Mens, M. G., & Scheier, M. F. (2017). Optimism, health, and wellbeing. In D. S. Dunn (Hrsg.), *Positive psychology: Established and emerging issues* (pp. 112–130). New York, NY: Routledge.
- Bowlby, J. (1973). *Attachment and loss, Vol. 2: Separation*. New York, NY: Basic Books.
- Brehm, J. (1966). *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press.
- Bryant, J., & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting*, *28*, 1–20. doi:10.1080/08838158409386511.
- Burke, M., & Kraut, R. E. (2016). The relationship between Facebook use and well-being depends on communication type and tie strength. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *21*, 265–281. doi:10.1111/jcc4.12162
- Burt, C. D. B., Mitchell, D. A., Raggatt, P. T. F., Jones, C. A., & Cowan, T. M. (1995). A snapshot of autobiography memory retrieval characteristics. *Applied Cognitive Psychology*, *9*, 61–74.
- Cheung, W.-Y., Wildschut, T., Sedikides, C., Hepper, E. G., Arndt, J., & Vingerhoets, J. J. M. (2013). Back to the future: nostalgia increases optimism. *Personality & Social Psychology Bulletin*, *39*, 1484–1496. doi:10.1177/0146167213499187
- Chou, H., & Lien, N.-H. (2014). Old songs never die: Advertising effects of evoking nostalgia with popular songs. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, *35*, 29–49. doi:10.1080/10641734.2014.866845
- Cox, C. R., Kersten, M., Routledge, C., Brown, E. M., & Van Enkevort, E. A. (2015). When past meets present: the relationship between website-induced nostalgia and well-being. *Journal of Applied Social Psychology*, *45*, 282–299. doi:10.1111/jasp.12295
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Deschamps, J.-M. & Ossard, C. (Produzenten) & Jeunet, J.-P. (Regisseur). (2001). *Die fabelhafte Welt der Amélie* [Film]. Frankreich: France 3 Cinéma.

- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2015). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research, 42*, 21–44. doi:10.1111/hcre.12063
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment, 49*, 71–75. doi:10.1207/s15327752jpa4901\_13
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research, 97*, 143–156. doi:10.1007/s11205-009-9493-y
- Dillard, J. P., & Shen, L. (2005). On the nature of reactance and its role in persuasive health communication. *Communication Monographs, 72*, 144–168. doi:10.1080/03637750500111815
- Donald, M. (1991). *Origins of the modern mind: Three stages in the evolution of culture and cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Entertainment Software Association. (2016). *Essential facts about the computer and videogame industry*. Retrieved from <http://essentialfacts.theesa.com>
- Entertainment Software Association. (2017). *Essential facts about the computer and videogame industry*. Retrieved from <http://essentialfacts.theesa.com/>
- Ersner-Hershfield, H., Mikels, J. A., & Sullivan, S. J. (2010). Poignancy: mixed emotions in meaningful endings. *Journal of Personality, 94*, 158–167. doi:10.1037/0022-3514.94.1.158
- Eyal, K., & Cohen, J. (2006). When good friends say goodbye: A parasocial breakup study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50*, 502–523. doi:10.1207/s15506878jobem5003\_9
- Frei, J. R., & Shaver, P. R. (2002). Respect in close relationships: Prototype definition, self-report assessment, and initial correlates. *Personal Relationships, 9*, 121–139. doi:10.1111/1475-6811.00008
- Frijda, N. H. (2007). *The laws of emotion*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Game Freak (1996). *Pokémon Blaue Edition*. [Nintendo Gameboy Spiel]. Kyoto, Japan: Nintendo.
- Game Freak (1996). *Pokémon Rote Edition*. [Nintendo Gameboy Spiel]. Kyoto, Japan: Nintendo.
- Glaser, B. G. (1965). The constant comparative method of qualitative analysis. *Social Problems, 12*, 436–445. doi:10.2307/798843

- Greenwood, D., & Long, C. R. (2015). When movies matter emerging adults recall memorable movies. *Journal of Adolescent Research, 30*, 625–650. doi:10.1177/0743558414561296
- Hartmann, T. (2010). *Parasoziale Interaktion und Beziehungen*. Baden-Baden: Nomos.
- Heineman, D. S. (2014). Public memory and gamer identity: Retrogaming as nostalgia. *Journal of Games Criticism, 1*, 1–33.
- Hepper, E. G., Ritchie, T. D., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2012). Odyssey's end: lay conceptions of nostalgia reflect its original Homeric meaning. *Emotion, 12*, 102–119. doi:10.1037/a0025167
- Hepper, E. G., Wildschut, T., Sedikides, C., Ritchie, T., Yung, Y.-F., Hansen, N., ... Zhou, X. (2014). Pancultural nostalgia: Prototypical conceptions across cultures. *Emotion, 14*, 733–747. doi:10.1037/a0036790
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review, 94*, 319–340. doi:10.1037/0033-295X.94.3.319
- Hofer, J. (1934). Medical dissertation on nostalgia (C. K. Anspach, Trans). *Bulletin of the History of Medicine, 2*, 376–391 (Original work published 1688)
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1996). Market segmentation based on age and attitude toward the past: Concepts, methods, and findings concerning nostalgic influences on customer tastes. *Journal of Business Research, 37*, 27–39. doi:10.1016/0148-2963(96)00023-9
- Homer (2008). *Die Odyssee*. (W. Schadewaldt, Übers.). Reinbek: Rowohlt. (Original um 700 v. Chr.)
- Hörtnagl, J. (2016). “Why? Because it’s classic!” Negotiated knowledge and group identity in the retrogaming-community “Project 1999.” *Medien & Zeit, 4*, 40–49.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry, 19*, 215–229.
- Humboldt, W. (1864). *Briefe von Humboldt an eine Freundin* (A. Leitzmann, Hrsg.). Leipzig: Brockhaus. (Original von 1825).
- Ivory, J. D. (2015). A brief history of video games. In R. Kowert & T. Quandt (Hrsg.), *The video game debate: Unravelling the physical, social, and psychological effects of digital games* (pp. 1–21). New York, NY: Routledge.
- Janicke, S. H., Rieger, D., Reinecke, L., & Connor, W. (2018). Watching online videos at work: The role of positive and meaningful affect for recovery experiences and well-being at the workplace. *Mass Communication and Society, 21*, 345–367. doi:10.1080/15205436.2017.1381264

- Janicke-Bowles, S. H., Rieger, D., & Connor, W. (2018). Finding meaning at work: The role of inspiring and funny YouTube videos on work-related well-being. *Journal of Happiness Studies, Online First*, 1–22. doi:10.1007/s10902-018-9959-1.
- Juhl, J., Sand, E. C., & Routledge, C. (2012). The effects of nostalgia and avoidant attachment on relationship satisfaction and romantic motives. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29, 661–670. doi:10.1177/0265407512443433
- Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (1999). *Well-being: Foundations of hedonic psychology*. New York, NY: Sage.
- Kaplan, R. (1987). The psychopathology of nostalgia. *Psychoanal Rev*, 74, 465–486.
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as escape: Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26, 377–388.
- Keightley, E., & Pickering, M. (2014). Technologies of memory: Practices of remembering in analogue and digital photography. *New Media & Society*, 16, 576–593. doi:10.1177/1461444814532062
- Kenny, M. (2017). Back to the populist future? Understanding nostalgia in contemporary ideological discourse. *Journal of Political Ideologies*, 22, 256–273. doi:10.1080/13569317.2017.1346773
- Kneer, J., Munko, D., Glock, S., & Bente, G. (2012). Defending the doomed: Implicit strategies concerning protection of first-person shooter games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 251–256. doi:10.1089/cyber.2011.0583
- Knobloch-Westerwick, S. (2006). Mood management: Theory, evidence, and advancements. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of entertainment* (S. 239–254). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Knobloch-Westerwick, S., Gong, Y., Hagner, H., & Kerbeykian, L. (2012). Tragedy viewers count their blessings: Feeling low on fiction leads to feeling high on life. *Communication Research*, 40, 747–766. doi:10.1177/0093650212437758
- Lambert, N. M., Graham, S. M., & Fincham, F. D. (2009). A prototype analysis of gratitude: Varieties of gratitude experiences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35, 1193–1207. doi:10.1177/0146167209338071
- Larson, R. & Csikszentmihalyi, M. (2014). Validity and reliability of the experience-sampling method. In M. Csikszentmihalyi (Hrsg.), *Flow and the foundations of positive psychology* (S. 35–54). Dordrecht, Niederlande: Springer.

- Lewis, R. J., Grizzard, M. N., Choi, J.-A., & Wang, P. L. (2017). Are enjoyment and appreciation both yardsticks of popularity? *Journal of Media Psychology*. doi:10.1027/1864-1105/a000219
- Lizardi, R. (2017). *Nostalgic generations and media: Perception of time and available meaning*. London, Vereinigtes Königreich: Lexington Books.
- Lundqvist, L.-O., Carlsson, F., & Juslin, P. N. (2009). Emotional responses to music: experience, expression, and physiology. *Psychology of Music*, 37, 61–90. doi:10.1177/0305735607086048
- MacKenzie, M., & Foster, A. (2017). Masculinity nostalgia: How war and occupation inspire a yearning for gender order. *Security Dialogue*, 48, 206–223. doi:10.1177/0967010617696238
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50, 370-396.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Van Nostrand.
- Menke, M. (2017). Seeking comfort in past media: Modeling media nostalgia as a way of coping with media change. *International Journal of Communication*, 11, 626–646.
- Menke, M., & Schwarzenegger, C. (2016). Media, communication and nostalgia. Finding a better tomorrow in the yesterday? *Medien & Zeit*, 4, 1–5.
- Mols, F., & Jetten, J. (2014). No guts, no glory: How framing the collective past paves the way for anti-immigrant sentiments. *International Journal of Intercultural Relations*, 43, 74–86. doi:10.1016/j.ijintrel.2014.08.014
- Muehling, D. D., & Pascal, V. J. (2012). An involvement explanation for nostalgia advertising effects. *Journal of Promotion Management*, 18, 100–118. doi:10.1080/10496491.2012.646222
- Murakami, H. (2010). *1Q84* (U. Gräfe, Übers.). München: btb Verlag, 3. Auflage. (Original veröffentlicht in 2009)
- Natterer, K. (2014). How and why to measure personal and historical nostalgic responses through entertainment media. *International Journal on Media Management*, 16, 161–180. doi:10.1080/14241277.2014.989567
- Nauroth, P., Gollwitzer, M., Bender, J., & Rothmund, T. (2015). Social identity threat motivates science-discrediting online comments. *PLoS ONE*, 10, 1–26. doi:10.1371/journal.pone.0117476
- Niantic (2016). *Pokémon Go* [Mobile Applikation]. Retrieved from <https://play.google.com/store/apps>.

- Niemeyer, K. (2014). Introduction: Media and nostalgia. In K. Niemeyer (Hrsg.), *Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future* (pp. 1–10). Basingstoke, Vereinigtes Königreich: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781137375889\_1
- Oliver, M. B. (1993). Exploring the paradox of the enjoyment of sad films. *Human Communication Research, 19*, 315–342.
- Oliver, M. B., & Bartsch, A. (2011). Appreciation of entertainment. The importance of meaningfulness via virtue and wisdom. *Journal of Media Psychology, 23*, 29–33. doi:10.1027/1864-1105/a000029
- Oliver, M. B., & Bartsch, A. (2010). Appreciation as audience response: Exploring entertainment gratifications beyond hedonism. *Human Communication Research, 36*, 53–81. doi:10.1111/j.1468-2958.2009.01368.x
- Oliver, M. B., Hartmann, T., & Woolley, J. K. (2012). Elevation in response to entertainment portrayals of moral virtue. *Human Communication Research, 38*, 360–378. doi:10.1111/j.1468-2958.2012.01427.x
- Oliver, M. B., & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. *Journal of Communication, 61*, 984–1004. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01585.x
- Pickering, M., & Keightley, E. (2014). Retrotyping and the marketing of nostalgia. In K. Niemeyer (Hrsg.), *Media and Nostalgia* (S. 83–94). Basingstoke, Vereinigtes Königreich: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781137375889\_6
- Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology, 14*, 154–166. doi:10.1037/a0019440
- Reed, A., & Dowling, J. (2018). The role of historical narratives in extremist propaganda. *Defence Strategic Communications, 4*, 79–104. doi:10.30966/2018.RIGA.4.3.80
- Reid, C. A., Green, J. D., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2014). Scent-evoked nostalgia. *Memory, 23*, 157–166. doi:10.1080/09658211.2013.876048
- Reinecke, L., Klatt, J., & Krämer, N. C. (2011). Entertaining media use and the satisfaction of recovery needs: recovery outcomes associated with the use of interactive and noninteractive entertaining media. *Media Psychology, 14*, 192–215. doi:10.1080/15213269.2011.573466
- Reinecke, L., Tamborini, R., Grizzard, M., Lewis, R., Eden, A., & Bowman, N. D. (2012). Characterizing mood management as need satisfaction: The effects of intrinsic needs on selective exposure and mood repair. *Journal of Communication, 62*, 437–453. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01649.x

- Rieger, D., Reinecke, L., Frischlich, L., & Bente, G. (2014a). Media entertainment and well-being-linking hedonic and eudaimonic entertainment experience to media-induced recovery and vitality. *Journal of Communication, 64*, 456–478. doi:10.1111/jcom.12097
- Rieger, D., Wulf, T., Kneer, J., Frischlich, L., & Bente, G. (2014b). The winner takes it all: The effect of in-game success and need satisfaction on mood repair and enjoyment. *Computers in Human Behavior, 39*, 281–286. doi:10.1016/j.chb.2014.07.037
- Routledge, C. (2016). *Pokémon Go and the power of nostalgia*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/blog/more-mortal/201607/pok-mon-go-and-the-power-nostalgia>
- Routledge, C., Arndt, J., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2008). A blast from the past: The terror management function of nostalgia. *Journal of Experimental Social Psychology, 44*, 132–140. doi:10.1016/j.jesp.2006.11.001
- Routledge, C., Arndt, J., Wildschut, T., Sedikides, C., Hart, C., Juhl, J., ... Scholtz, W. (2011). The past makes the present meaningful: Nostalgia as an existential resource. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*, 638–652. doi:10.1037/a0024292
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C., & Juhl, J. (2013). Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. *Social and Personality Psychology Compass, 7*, 808–818. doi:10.1111/spc3.12070
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C., Juhl, J., & Arndt, J. (2012). The power of the past: nostalgia as a meaning-making resource. *Memory, 20*, 452–60. doi:10.1080/09658211.2012.677452
- Russell, C. A., & Levy, S. J. (2012). The temporal and focal dynamics of volitional reconsumption: A phenomenological investigation of repeated hedonic experiences. *Journal of Consumer Research, 39*, 341–359. doi:10.1086/662996
- Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion, 30*, 347–363. doi:10.1007/s11031-006-9051-8
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *The American Psychologist, 55*, 68–78. doi:10.1037/0003-066X.55.1.68
- Ryan, R. M., & Frederick, C. (1997). On energy, personality, and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of Personality, 65*, 529–565. doi:10.1111/j.1467-6494.1997.tb00326.x
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 719–727. doi:10.1037/0022-3514.69.4.719



- Ryff, C. D., & Singer, B. H. (2006). Best news yet on the six-factor model of well-being. *Social Science Research, 35*, 1103–1119. doi:10.1016/j.ssresearch.2006.01.002
- Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): a reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*, 1063–1078. doi:10.1037/0022-3514.67.6.1063
- Sedikides, C., & Wildschut, T. (2016). Past forward: Nostalgia as a motivational force. *Trends in Cognitive Sciences, 20*, 319–321. doi:10.1016/j.tics.2016.01.008
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2004). Nostalgia: Conceptual issues and existential functions. In J. Greenberg, S. Koole, & T. Pyszczynski (Hrsg.), *Handbook of experimental existential psychology* (S. 200–214). New York, NY: Guilford Press.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Cheung, W.-Y., Routledge, C., Hepper, E. G., Arndt, J., ... Vingerhoets, J. J. M. (2016). Nostalgia fosters self-continuity by augmenting social connectedness: implications for eudaimonic wellbeing. *Emotion, 16*, 524–539. doi:10.1037/emo0000136
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., & Arndt, J. (2015a). Nostalgia counteracts self-discontinuity and restores self-continuity. *European Journal of Social Psychology, 45*, 52–61. doi:10.1002/ejsp.2073
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., Arndt, J., Hepper, E. G., & Zhou, X. (2015b). To nostalgize: Mixing memory with affect and desire. *Advances in Experimental Social Psychology, 51*, 189–273. doi:10.1016/bs.aesp.2014.10.001
- Sierra, J., & McQuitty, S. (2007). Attitudes and emotions as determinants of nostalgia purchases: An application of social identity theory. *The Journal of Marketing Theory and Practice, 15*, 99–112. doi:10.2753/MTP1069-6679150201
- Stephan, E., Wildschut, T., Sedikides, C., Zhou, X., He, W., Routledge, C., ... Vingerhoets, A. J. J. M. (2014). The mnemonic mover: nostalgia regulates avoidance and approach motivation. *Emotion, 14*, 545–61. doi:10.1037/a0035673
- Suominen, J. (2008). The past as the future? Nostalgia and retrogaming in digital culture. *FibreCulture, 11*. Retrieved from <http://eleven.fibrejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgia-and-retrogaming-in-digital-culture>
- Suominen, J., Reunanen, M., & Remes, S. (2015). Return in play: The emergence of retrogaming in Finnish computer hobbyist and game magazines from the 1980s to the 2000s. *Kinephanos – Canadian Journal of Media Studies*. Verfügbar unter <https://www.kinephanos.ca/2015/emergence-of-retrogaming/comment-page-1/>

- Supski, S. (2013). Aunty Sylvie's sponge: Food making, cookbooks and nostalgia. *Cultural Studies Review*, 19, 28–49. Verfügbar unter <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/csrj/article/viewFile/3074/3419>
- Tajfel H, & Turner J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In: S. Worchel, & W. G. Austin (Hrsg.), *The psychology of intergroup relations* (S. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Tamborini, R., Bowman, N. D., Eden, A., Grizzard, M., & Organ, A. (2010). Defining media enjoyment as the satisfaction of intrinsic needs. *Journal of Communication*, 60, 758–777. doi:10.1111/j.1460-2466.2010.01513.x
- Tamborini, R., Grizzard, M., Bowman, N. D., Reinecke, L., Lewis, R. J., & Eden, A. (2011). Media enjoyment as need satisfaction: The contribution of hedonic and nonhedonic needs. *Journal of Communication*, 61, 1025–1042. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01593.x
- Tian, Q., & Hoffner, C. A. (2010). Parasocial interaction with liked, neutral, and disliked characters on a popular TV series. *Mass Communication and Society*, 13, 250-269. doi: 10.1080/15205430903296051
- Trepte, S., & Reinecke, L. (2011). The pleasures of success: Game-related efficacy experiences as a mediator between player performance and game enjoyment. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 555–557. doi:10.1089/cyber.2010.0358
- Umar Ismail, S., Cheston, R., Christopher, G., & Meyrick, J. (2018). Nostalgia as a psychological resource for people with dementia: A systematic review and meta-analysis of evidence of effectiveness from experimental studies. *Dementia, Online First*. doi:10.1177/1471301218774909
- van Tilburg, W. A. P., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2015). The mnemonic muse: Nostalgia fosters creativity through openness to experience. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, 1–7. doi:10.1016/j.jesp.2015.02.002
- Vess, M., Arndt, J., Routledge, C., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2012). Nostalgia as a resource for the self. *Self and Identity*, 11, 273–284. doi:10.1080/15298868.2010.521452
- Vorderer, P. (2011). What's next? Remarks on the current vitalization of entertainment theory. *Journal of Media Psychology*, 23, 60–63. doi:10.1027/1864-1105/a000034
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment : At the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 4, 388–408. doi:10.1111/j.1468-2885.2004.tb00321.x
- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 678–691. doi:10.1037/0022-3514.64.4.678

- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology, 91*, 975–93. doi:10.1037/0022-3514.91.5.975
- Wildschut, T., Sedikides, C., Routledge, C., Arndt, J., & Cordaro, F. (2010). Nostalgia as a repository of social connectedness: the role of attachment-related avoidance. *Journal of Personality and Social Psychology, 98*, 573–86. doi:10.1037/a0017597
- Wilson, A., & Ross, M. (2003). The identity function of autobiographical memory: Time is on our side. *Memory, 11*, 137–149. doi:10.1080/741938210
- Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2003). Affective forecasting. *Advances in Experimental Social Psychology, 35*, 345–411. doi:10.1177/0098628315620952
- Wirth, W., Hofer, M., & Schramm, H. (2012). Beyond pleasure: exploring the eudaimonic entertainment experience. *Human Communication Research, 38*, 406–428. doi:10.1111/j.1468-2958.2012.01434.x
- Wulf, T. (2017). *Kooperation und Kooperation im Videospiele. Der Einfluss sozialer Interdependenz auf Stimmung und prosoziales Verhalten*. Wiesbaden: Springer. doi:10.1007/978-3-658-16682-3
- Wulf, T. & Baldwin, M. (under review). Being a kid again: Playing Pokémon Go contributes to well-being through nostalgia. *International Journal of Applied Positive Psychology*.
- Wulf, T., Bonus, J. A., & Rieger, D. (under review). The inspired time traveler: Integrating nostalgic entertainment experiences into two-factor models of entertainment. *Media Psychology*.
- Wulf, T., Bowman, N. D., Rieger, D., Velez, J. A., & Breuer, J. (2018). Video games as time machines: Video game nostalgia and the success of retro gaming. *Media and Communication, 6*, 60–68. doi:10.17645/mac.v6i2.1317
- Wulf, T., Bowman, N. D., Velez, J. A., & Breuer, J. (in Druck). Once upon a game: Exploring video game nostalgia and its impact on well-being. *Psychology of Popular Media Culture*.
- Wulf, T., & Rieger, D. (2018). Wallowing in media-past: Media-induced nostalgia's connection to parasocial relationships. *Communication Research Reports, 35*, 178–182. doi:10.1080/08824096.2017.1383236
- Wulf, T., Rieger, D., & Schmitt, J. B. (2018). Blissed by the past: Theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being. *Poetics, 69*, 70–80. doi:10.1016/j.poetic.2018.04.001

Zhou, X., Sedikides, C., Wildschut, T., & Gao, D.-G. (2008). Counteracting loneliness. On the restorative function of nostalgia. *Psychological Science, 19*, 1023–1029. doi:10.1111/j.1467-9280.2008.02194.x

Zhou, X., Wildschut, T., Sedikides, C., Shi, K., & Feng, C. (2012). Nostalgia: The gift that keeps on giving. *Journal of Consumer Research, 39*, 39–50. doi:10.1086/662199

Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist, 31*, 327–340.