

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1. Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung.....	2
1.2 Zielsetzung.....	3
1.3 Aufbau der Dissertation und Erhebungskonzept	5
2. Theoretischer Hintergrund	9
2.1 Das Konstrukt Nostalgie – eine Begriffsklärung.....	9
2.1.1 Historische Nostalgie	12
2.1.2 Persönliche Nostalgie	12
2.2 Emotionen und Medien	13
2.2.1 Emotionstheorien und Definitionen von Emotionen	13
2.2.2 Theorien zur Übertragung von Emotionen in Medien	15
2.3 Die Unterhaltungsmedien Film und Musik	17
2.3.1 Die Relevanz von Medien.....	17
2.3.2 Das Medium Film – Entwicklung und Charakteristika des Mediums und Marktes	20
2.3.3 Das Medium Musik – Entwicklung und Charakteristika des Mediums und Marktes	26
2.4 Sozial- und medienpsychologische Theorien zur Erklärung und Verortung von Nostalgie.....	29
2.4.1 Die Theorie der sozialen Identität.....	30
2.4.2 Nostalgie als Coping-Strategie	32
2.4.2.1 Coping-Strategien.....	32
2.4.2.2 Einordnung von Nostalgie.....	33
2.4.2.3 Eskapismus und Nostalgie.....	34
2.4.3 (Kognitive) Verarbeitungsprozesse im Zusammenhang mit Nostalgie in Medien.....	37
2.4.3.1 Verarbeitungsprozesse emotionaler Informationen.....	38
2.4.3.2 Erinnerungen und das Alter.....	40
2.4.3.3 Das Dual-Process-Modell ELM	41
2.4.4 Die Zielgröße Einstellung.....	43
2.5 Stand der bisherigen Forschung zu Nostalgie	45
2.5.1 Stand der bisherigen sozialpsychologischen Forschung: Auslöser von Nostalgie	53
2.5.2 Stand der bisherigen sozialpsychologischen Forschung: Funktionen von Nostalgie	55

2.5.3	Stand der bisherigen wirtschaftswissenschaftlichen Forschung (ohne Medienbezug): Auslöser von Nostalgie	57
2.5.4	Stand der bisherigen wirtschaftswissenschaftlichen Forschung (ohne Medienbezug): Funktionen von Nostalgie	59
2.5.5	Stand der bisherigen Nostalgieforschung mit Medienbezug: Filme, Musik, und Computerspiele als Auslöser von Nostalgie und deren Funktionen	62
2.6	Zusammenfassung der identifizierten Forschungslücken	66
2.7	Bezugsrahmen zu Nostalgie in Medien	68
3.	Empirie	73
3.1	Studie 1 – Qualitative Interviews zur Übertragung des Konstrukts Nostalgie in den Medienkontext	73
3.1.1	Methode und Analyse	74
3.1.2	Ergebnisse der qualitativen Interviews	76
3.1.3	Interpretation der Ergebnisse	80
3.2	Studie 2 – Replikation der persönlichen Nostalgieskala	85
3.2.1	Skalenentwicklungsstudien zu persönlicher und historischer Nostalgie	85
3.2.2	Methode und Analyse zur Replikation der persönlichen Nostalgieskala	90
3.2.2.1	Beschreibung der Stichprobe	90
3.2.2.2	Pretest zur Replikation der persönlichen Nostalgieskala	91
3.2.2.3	Ergebnisse Pretest und Nacherhebung zur Replikation der persönlichen Nostalgieskala	92
3.2.2.4	Hauptstudien zur Replikation der persönlichen Nostalgieskala	93
3.2.3	Ergebnisse der Hauptstudien zur Replikation der persönlichen Nostalgieskala	94
3.2.4	Diskussion der Ergebnisse der Replikation der persönlichen Nostalgieskala	99
3.2.4.1	Implikationen für das Medienmanagement	100
3.2.4.2	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	101
3.3	Studie 3 – Replikation der historischen Nostalgieskala	103
3.3.1	Methoden und Analysen zur Replikation der historischen Nostalgieskala	103
3.3.1.1	Beschreibung der Stichprobe	103
3.3.1.2	Pretest zur Replikation der historischen Nostalgieskala	104
3.3.1.3	Ergebnisse Pretest und Nacherhebung zur Replikation der historischen Nostalgieskala	105
3.3.1.4	Hauptstudien zur Replikation der historischen Nostalgieskala	107
3.3.2	Ergebnisse der Hauptstudien zur Replikation der historischen Nostalgieskala	108
3.3.3	Diskussion der Ergebnisse der Replikation der historischen (und persönlichen) Nostalgieskala	117
3.3.3.1	Implikationen für das Medienmanagement	118
3.3.3.2	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	120

3.4	Studie 4 – Befragung zu Rezeption und Wirkung nostalgischer Filme	122
3.4.1	Funktionale Beziehungen und Hypothesen	123
3.4.1.1	Die Einflussvariablen der Studie 4	124
3.4.1.2	Die Zielgrößen der Studie 4	128
3.4.2	Methode und Analyse	131
3.4.2.1	Beschreibung der Stichprobe.....	131
3.4.2.2	Pretest 1 zu Studie 4	132
3.4.2.3	Ergebnisse Pretest 1 zu Studie 4.....	133
3.4.2.4	Pretest 2 der Studie 4.....	136
3.4.2.5	Ergebnisse Pretest 2 zu Studie 4.....	136
3.4.2.6	Hauptstudie der Studie 4	137
3.4.3	Ergebnisse der Hauptuntersuchung.....	139
3.4.3.1	Ergebnisse zu H1-H3.....	139
3.4.3.2	Ergebnisse zu H4-H7.....	141
3.4.3.3	Ergebnisse zu H8, H9 und H10	144
3.4.3.4	Ergebnisse zusätzlicher Auswertungen	148
3.4.4	Diskussion.....	156
3.4.4.1	Implikationen für das Medienmanagement	158
3.4.4.2	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	160
3.5	Studie 5 – Online-Experiment zu den (Motiven) und Gratifikationen der Rezeption persönlich und historisch nostalgischer Musik in Abhängigkeit der Stimmung	162
3.5.1	Funktionale Beziehungen und Hypothesen	163
3.5.1.1	Die Einflussvariablen der Studie 5	164
3.5.1.2	Die Zielgrößen der Studie 5	169
3.5.2	Methode und Analyse	171
3.5.2.1	Beschreibung der Stichprobe.....	171
3.5.2.2	Pretest zu Studie 5	172
3.5.2.3	Ergebnisse Pretest zu Studie 5.....	172
3.5.2.4	Hauptstudie der Studie 5	173
3.5.3	Ergebnisse der Hauptuntersuchung.....	174
3.5.3.1	Ergebnisse zu H1-7.....	174
3.5.3.2	Ergebnisse zu H8 und H9.....	175
3.5.4	Diskussion.....	177
3.5.4.1	Implikationen für das Medienmanagement	179
3.5.4.2	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	181
4.	Fazit und Diskussion	183

4.1	Implikationen für das Medienmanagement	183
4.2	Limitationen und weiterführender Forschungsbedarf.....	189
	Literaturverzeichnis.....	193
Anhang		209

Nostalgie als Zukunftsstrategie für

Unterhaltungsmedien

Empirische Studien zu persönlicher und historischer

Nostalgie in Medien

Natterer, K.

2017, XV, 226 S. 24 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15790-6