



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Kommunikation in Paarbeziehungen mit Fokus auf Mobile
Instant Messenger-Nutzung unter Einbezug des
Bindungsstils“

verfasst von / submitted by

Helena Schütte Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik u.
Kommunikationswissenschaft

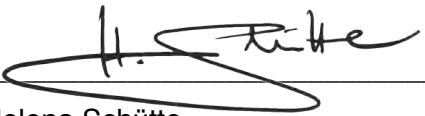
Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. rer. soc. Oec. Dr. phil. Klaus Lojka

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, September 2019



Helena Schütte

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle bei Ass.-Prof. Ing. Mag. rer. soc. oec. Dr. phil. Klaus Lojka für die Betreuung der Magisterarbeit bedanken,

bei Ao Zhou für die unerlässliche Unterstützung,

bei der IG Publizistik, weil es wichtig ist zu wissen, dass sie immer für einen da sind, und für den Brunch damals und alles, was folgte,

bei K. K., weil er die letzten Meter viel leichter gemacht hat,

bei Paula, Kristin und Lisa, für die vielen Diskussionen und Denkanstöße, und überhaupt,

bei meinem Bruder, weil ich ihm glaube, wenn er sagt „du schaffst alles“,

bei meinem Vater, weil er mein liebster und wichtigster Diskussionspartner ist,

und bei meiner Mutter.

Danke, dass du damals zur Lehrer_innenbesprechung gegangen bist und gefordert hast, dass ich auf eine weiterführende Schule komme, mich nach dem Abi nach England geschickt hast, obwohl ich nicht wollte, mich in allem immer bestärkt und mir alles gegeben hast - auch wenn es bedeutet hat, dass ich 900km weit weg wohne.

Danke.

Genug Pathos. Fangen wir an.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	3
1. Einleitung	5
1.1 Erkenntnisinteresse	6
1.2 Aufbau der Arbeit	9
2. Zwischenmenschliche Kommunikation	11
2.1 Theorien der zwischenmenschlichen Kommunikation	13
2.1.1. Bedeutungskonstruktion als Komplexitätsreduktion	14
2.1.2. Komplexitätsreduktion und individuelle Orientierung durch Motive	16
2.1.3. Mitteilungen und ihre Verarbeitung	16
2.1.4 Theorien über Beziehungsentwicklung	17
3. Paarbeziehungen	19
3.1 Eine sozial-historische Perspektive	19
3.2 Liebe im Spannungsfeld zwischen Ideal und Wirtschaftlichkeit	20
3.2.1 Liebe und Konsumakte	23
3.2.2 Liebe und Beziehungen in einer digitalisierten Welt	26
4. Beziehungszufriedenheit: (K)eine Frage der Kommunikation?	30
4.1 Beziehungszufriedenheit in Abhängigkeit vom Bindungsstil	31
4.2 Kommunikationswandel	38
5. Internet und mobile Kommunikation	41
5.1 Mediatisierung und mediale Domestizierung der Lebensbereiche	42
5.2 Uses-and-Gratifications-Approach	45
5.3 Computer-vermittelte Kommunikation	47
5.4 Mobile Instant Messenger mit Fokus auf WhatsApp	53
5.5 Mediatisierte Beziehungspflege	58
5.5.1 Bindungsstile und digitale Kommunikation	62
5.5.2 Unsicherheit und Informationssuche	64
6. Methode	68
6.1 Forschungsfragen und Hypothesen	68
6.2 Operationalisierung und Aufbau des Fragebogens	71
6.2.1 Pre-Test	76
6.2.2 Vor- und Nachteile der Untersuchungsmethode	77
6.2.3 Erhebung	77
7. Auswertung	79

7.1 Mediennutzung	80
7.3 Hypothesenprüfung	91
8. Fazit und Ausblick	95
Quellenverzeichnis	106
Internetquellen	120
Anhang I - Fragebogen	124
Anhang II - Auswertung	136
Abstract	242

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ergebnisse Regressionanalyse in Verbindung zum Bindungsstil.....S. 98

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Screenshots vom Instagram-Profil @Florence_Given, https://www.instagram.com/florencegiven/ (12.09.2019).	S. 30
Abb. 2	Beliebtesten Posts auf Instagram unter dem Hashtag #love am 07.09.2019, Screenshot, https://www.instagram.com/explore/tags/love/ (12.09.2019).	S. 34
Abb. 3	Auswahl an Memes, Bild-Ergebnisse nach Google-Suchanfrage „call text meme“, Meme 1: https://pics.me.me/when-you-just-want-to-text-and-the-person-decides-31279438.png (12.09.2019), Meme 2: https://i.chzbgr.com/full/9267684352/hD58495D0/ (12.09.2019), Meme 3: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:AND9GcROiAodTkCwI5y--88OE_ISzUZCLAFF2Uh7yerIETQDX78CA50b8w (12.09.2019).	S. 49
Abb. 4	WhatsApp-Screenshots zur Darstellung der Kontroll-Funktionen „zuletzt gesehen“, „Nachricht versendet“ und „Nachricht gelesen“, Screenshot 1: https://www.wikihow.com/images_en/thumb/2/25/See-when-Someone-Was-Last-Online-on-WhatsApp-Step-3-Version-3.jpg/v4-728px-See-when-Someone-Was-Last-Online-on-WhatsApp-Step-3-Version-3.jpg (12.09.2019), Screenshot 2: https://www.wikihow.com/images/f/fb/See-when-Someone-Was-Last-Online-on-WhatsApp-Step-8-Version-2.jpg (12.09.2019).	S. 60
Abb. 5	Bindungs-Dimensionen nach Brennan et al. (1998) und Bindungstypologien nach Bartholomew & Horowitz (1991), http://labs.psychology.illinois.edu/~rcfraley/measures/measures.html (12.09.2019).	S. 82
Abb. 6	Aufteilung der Stichprobe nach Geschlechteridentität, eigene Darstellung	S. 85
Abb. 7	Aufteilung der Stichprobe nach Sexualität, eigene Darstellung	S. 85
Abb. 8	Aufteilung der Stichprobe nach Exklusivität, eigene Darstellung	S. 85
Abb. 9	Aufteilung der Stichprobe nach Initialisierung der Beziehung, eigene Darstellung	S. 85
Abb. 10	Verteilung innerhalb der Stichprobe nach Dauer der Beziehung, eigene Darstellung	S. 86
Abb. 11	Nutzung Mobile Instant Messenger-Applikation innerhalb der Stichprobe, eigene Darstellung	S. 86
Abb. 12	Anteile der Kommunikationsformen in % an alltäglicher Gesamtkommunikation in der Beziehung, eigene Darstellung	S. 87

Abb. 13	Angaben, welche Kommunikationsformen sich häufiger in der Beziehung gewünscht werden, eigene Darstellung	S. 89
Abb. 14	Angaben, welche Kommunikationsformen in der Beziehung reduziert werden sollen, eigene Darstellung	S. 90
Abb. 15	Verteilung der Stichprobe anhand des Bindungsstils mit Darstellung der Bindungsdimensionen, Kategorien und Selbst-/Fremdbild, eigene Darstellung	S. 97

1. Einleitung

„Zu sehr scheint unser Alltag ein Medienalltag, dass wir uns eine Welt ohne Medien kaum noch vorstellen können. Folgt man Mark Deuze (2012), dann leben wir nicht nur mit den Medien, zumal mit immer mehr Medien, sondern ‚in‘ den Medien, einer Welt, in der wir nicht mehr unterscheiden zwischen dem medial Hergestellten und einer Welt jenseits der Medien. Alles, was die Menschen machen und wo sie es machen, so Deuze, ist mediengeprägt; es gibt kein medienfreies Leben, alles andere wäre schiere Illusion.“

-Höflich 2016, 1

Der Zugang zum Internet für die breite Gesellschaft bedeutete einen rasanten Wandel sämtlicher Strukturen der öffentlichen und privaten Kommunikation. Informationen sind zugänglicher denn je, unabhängig von zeitlichen und räumlichen Restriktionen. Durch Websites wie Wikipedia z.B. auf Ebenen des umfassenden und im Alltag gebräuchlichen Wissens, durch WikiLeaks und anderen Initiativen politisch-aktivistischen Handelns¹ z.B. auf politischer Ebene. Social Media öffnete die Tore zu viel mehr Informationen über die eigenen sozialen Kreise, sammelt aber auch wiederum Informationen der Nutzer_innen und speist politische², als auch wirtschaftliche Systeme mit ihnen³, die zu einem gewissen Zeitpunkt wieder auf uns zurück geworfen werden und wiederum uns selbst beeinflussen. YouTube, Instagram und SnapChat spielen eine herausragende Rolle in der Aufbereitung und Verbreitung von audiovisuellen Inhalten, vor allem aber auch bei der Auflösung der Grenzen zwischen öffentlicher, wirtschaftlicher und privater Sphäre, wie zum Beispiel in Form von „Video Blogging“ und Influencer-Marketing (Weiterführend: Stoldt et al. 2019, Schwemmer & Ziewiecki 2018 oder Abidin 2017). Die Markteinführung von Smartphones - Mobiltelefone mit ähnlichen Funktionen wie ein Computer, u.a. mit einem leistungsfähigen Betriebssystem zur Nutzung von Applikationen sowie des Internets (oxforddictionaries.com 2019) - bereitete die Basis für den Einzug digitaler Kommunikationstechnologien in allen Bereichen des Privatlebens, zu jeder Tages- und Nachtzeit. Manche Mobiltelefone sind mittlerweile technisch so weit entwickelt, dass sie die Leistungen von Laptops übersteigen (Newzoo 2018) und sie sind auf dem Weg, Desktop

¹ Einerseits durch Whistleblower wie Julian Assange oder Edward Snowden, bis hin zu dem „Ibiza-Video“, welches zur Entlassung des österr. Vizebundeskanzlers und der durch die FPÖ besetzten Minister und Ministerinnen und im weiteren Verlauf zur kompletten Auflösung der Österreichischen Regierung geführt hat. Siehe dazu: <https://derstandard.at/2000103364196/Strache-soll-Staatsauftraege-fuer-Wahlkampfspenden-in-Aussicht-gestellt-haben> (25.05.2019) und <https://kontrast.at/misstrauensantrag-kanzler-kurz-neuwahlen-2019/> (30.05.2019).

² Stichwort Cambridge Analytica: <https://www.zeit.de/digital/datenschutz/2019-03/datenschutz-facebook-nutzerdaten-soziales-netzwerk-us-justiz> (25.05.2019) und weiterführend dazu Stark 2018 oder Cronin 2018.

³ Siehe hierzu „Targeting“-Optionen von Facebook, exemplarisch für die gezielten Werbeoptionen auf anderen Social Media Kanälen: <https://allfacebook.de/fbmarketing/facebook-targeting-infografik> (25.05.2019) und weiterführend Stark 2018.

als primäres digitales Gerät abzulösen⁴. In Deutschland nutzen 9 von 10 Smartphone-Nutzer_innen Applikationen von Kurznachrichtendiensten, die meisten von ihnen WhatsApp und Facebook Messenger (Bitkom Research 2018; Statista 2019a). Die Übermittlung von Nachrichten findet unmittelbar statt, weshalb im englischen Sprachgebrauch der Begriff „Mobile Instant Messenger“ genutzt wird, der auch in dieser Arbeit als Oberbegriff herangezogen werden soll. Mobile Instant Messenger zeichnen sich durch Funktionen aus, die herkömmliche SMS nicht nur ersetzen, sondern darüber hinaus durch eine Internetverbindung den Austausch von Bild-, Sprach-, Videonachrichten und Dateien ermöglichen, sowie Informationen zum Status der Empfänger_innen und der Nachrichtenübermittlung bereitstellen (WhatsApp 2019). Nutzer_innen können mithilfe von Symbolen feststellen, ob ihre Nachrichten gesendet, empfangen oder gelesen wurden. Sie können einsehen, ob ihre Kontakte online sind oder wann sie zuletzt online waren. Mobile Instant Messenger zählen zu den drei beliebtesten Funktionen am Mobiltelefon, direkt nach Telefonieren und Fotografieren (Mobile Communication Report 2018). Mit diesen Kanälen bietet sich die Möglichkeit zu einer nie zuvor da gewesenen Konnektivität, die das herkömmliche Verständnis von „Erreichbarkeit“ neu definiert. Mit all den Vorteilen, die diese Funktionen ihren Nutzer_innen bieten, eröffnen sich neue Herausforderungen sowie Probleme. Mit besonderem Fokus auf einer der dichtesten und komplexesten Formen zwischenmenschlicher Kommunikation, der zwischen Partner_innen innerhalb romantischer Beziehungen, soll in dieser Arbeit die Nutzung von Mobile Instant Messenger genauer untersucht werden.

1.1 Erkenntnisinteresse

„Technology offered us sugared soda water, and we embraced it. We took over a hundred years to decide it was no good for us at all.“
-Turtle 26, 2017

Beziehung bedeutet Kommunikation, Kommunikation bedeutet in Beziehung stehen (vgl. Burkart 2002, 15ff). Die Basis gesellschaftlicher Strukturen sind Beziehungen, die durch Kommunikation erst möglich werden. Zu den wichtigsten, engen Beziehungen der Menschen zählen Paarbeziehungen, die nicht zuletzt einen großen Einfluss auf die allgemeine Lebenszufriedenheit haben (vgl. Gustavson, Røysamb, Borren, Torvik, Karevold 2015).

⁴ Der Marktanteil von mobilen Geräten im Vergleich zu Desktop beträgt in Österreich in diesem Jahr bereits 40,64% (Statcounter 2019).

„In der Beziehung zu einem Partner (sic!) konstituiert sich nicht nur ein neues Moment von Identität, sie schafft zudem den Rahmen, in dem Menschen ihr Leben sinnvoll erfahren können. (...) Paarbeziehungen sind mit dem alltäglichen Handeln der Partner verbunden. Der Alltag ist der Ort, an dem dieses stattfindet – und er ist zunehmend von medialer Durchdringung gekennzeichnet.“ (Linke 2010, 9).

Linke (2010) widmet sich in ihrer Dissertation der Frage, wie wie der Alltag eines Paares in einer Welt aussieht, die von einer zunehmenden Durchdringung vielfältiger Medien gekennzeichnet ist. In ihrer Arbeit befasst sie sich mit der Bedeutung von Medien innerhalb der Paarbeziehung und hat damit eine der wenigen Arbeiten verfasst, ganz besonders im deutschsprachigen Raum, die sich mit diesem abgegrenzten Themenfeld auseinander setzt. Aufgrund der Verbreitung von Smartphones und des Aufkommens von Mobile Instant Messenger-Applikationen nach 2007 (Jahr der Veröffentlichung des ersten iPhones und Startschuss für die Verbreitung von Smartphones zur private Nutzung weltweit) und 2009 (Markteinführung von WhatsApp, Facebook folgte mit der Messenger-Applikation erst 2011) wurden diesen technologischen Entwicklungen in ihrer Arbeit keine Beachtung geschenkt. Dieser Umstand lässt das von ihr gewählte Zitat von Hermann Bausinger in einem noch anderen Licht erscheinen, wenn er von einer „Absurdität der Medienwelt“ spricht, „(...) die eben nicht nur aus dem Inhalt der Medien besteht, sondern die gerade das verwirrende Spiel aus intentionalen und nichtintentionalen Akten, aus medienbezogenen, personen- und umweltbezogenen, aus konzentrierten und beiläufigen Handlungen, das ganze undurchsichtige Alltagsspiel einbegreift.“ (Bausinger 1983: 36). Ständige Erreichbarkeit schafft ein völlig neues, komplexes Kommunikationsgeschehen. Auch wenn die Autorin bereits ausführlich auf eine Mediatisierung als solche eingeht, ist eine regelmäßige Aktualisierung aufgrund der technologischen Weiterentwicklungen inhärent und notwendig. Mediatisierung ist nie gleich Mediatisierung und vor allem kein abgeschlossener Wandel. Sie ist „(...) als ein Prozessbegriff zu begreifen, der keine räumliche, zeitliche oder in seinen sozialen und kulturellen Folgen begrenzte Entwicklung beschreibt. (...) Die Integration von Technologien und Medien im menschlichen Alltag verändern nicht nur den Alltag selbst, sondern die Beziehungen und auch die Menschen selbst.“ (Linke 2010, 14). Aber nicht alle Menschen nutzen Medien gleich. Mediennutzung und Kommunikation im allgemeinen ist abhängig von individuellen, psychologischen Faktoren, von der Beziehung der zwei Kommunikationsteilnehmer_innen zueinander und der komplexen Umwelt, in der sich diese bewegen (vgl. Kingsbury & Coplan 2016; vgl. Lundy & Drouin 2016). Soziale Angst und Bindungsstile beeinflussen unter anderem, in welchem Ausmaß (medial) kommuniziert wird und prägen die Art der Kommunikation aber auch ihre Rezeption maßgeblich mit (vgl. Luo 2014; vgl. Kuster et al. 2015). Das wiederum kann Auswirkungen auf das individuelle Wohlbefinden, die empfundene Zufriedenheit mit der Beziehung, sowie ihren weiteren Verlauf, haben (vgl. Chan 2018), und sogar auf die Gesundheit (vgl. Hooker, Campus und Pressman 2018). In Abhängigkeit

zum Bindungsstil können Partner_innen ein größeres Bedürfnis nach Nähe oder Unabhängigkeit haben, was, konfrontiert mit der Möglichkeit zur ständigen Erreichbarkeit und Kommunikation, neue Möglichkeiten, aber auch Belastungen, in der Beziehungsführung bedeuten kann (vgl. Morey, Gentzler, Creasy, Oberhauser & Westerman 2013).

Angefangen mit Briefen hin zur Erfindung des Telefons und im späteren Verlauf des Internets haben sich immer neue Kommunikationsmöglichkeiten entwickelt, durch die Beziehungen zwischen Menschen aufrechterhalten, gepflegt oder beendet werden konnten. Mobile Instant Messenger stellen den momentanen Höhepunkt medial-vermittelter, zwischenmenschlicher Kommunikation dar, was zu einem neuen Ausmaß an Komplexität in einer sowieso schon stark mediatisierten Welt der Paarbeziehungen (vgl. Linke 2010) geführt hat.

Deswegen soll in dieser Arbeit untersucht werden, wie Mobile Instant Messenger in Paarbeziehungen genutzt werden und inwiefern sich die Nutzung dieser positiv und negativ auf die empfundene Beziehungs- und allgemeine Kommunikationszufriedenheit auswirkt. Es soll beschrieben werden, wie mobile Kommunikation im Allgemeinen und Kommunikation durch Mobile Instant Messenger im speziellen aussieht, welchen Einfluss letztere auf andere (mobile) Kommunikationsformen hat, wie diese zur Kontrolle und Überwachung der Partner_in genutzt werden, welche normativen Erwartungen sich aus den neuen Kommunikationsmöglichkeiten ergeben und welche Rolle dem Bindungsstil in diesen Zusammenhängen zukommt.

Da dieses Themengebiet im deutschsprachigen Raum bisher kaum Beachtung gefunden hat, werden Ergebnisse von internationalen Forschungen in die methodische Gestaltung und Erhebung mit ein fließen.

Es ergeben sich folgende Forschungsfragen:

- FF1: Wie kommunizieren Paare heute und welche Rolle spielen Mobile Instant Messenger in der alltäglichen Kommunikation?**
- FF2: Inwiefern gibt es einen Zusammenhang zwischen der Kommunikation mittels Mobile Instant Messenger und der Beziehungszufriedenheit, sowie der Zufriedenheit mit der Kommunikation innerhalb der Beziehung im Allgemeinen?**
- FF3: Wie äußert sich Kontroll- und Überwachungsverhalten in Bezug zum Partner bzw. zur Partnerin durch Kommunikationsmedien, im speziellen durch Mobile Instant Messenger?**
- FF4: Welche Rolle kommt dem Bindungsstil bei Kommunikationspraktiken innerhalb der Beziehung zu, insbesondere im Bezug zur Nutzung von Mobile Instant Messenger,**

sowie von Kontroll- und Überwachungspraktiken, dem Sicherheitsempfinden und der Bewertung von Kommunikations- und Beziehungszufriedenheit?

Das Ziel dieser Arbeit ist auf der einen Seite eine Aktualisierung des Forschungsstandes im kommunikationswissenschaftlichen Rahmen mit besonderem Fokus auf zwischenmenschliche Kommunikation und weiter in Paarbeziehungen, in Abhängigkeit der Auswirkungen einer sich weiterhin intensivierenden Mediatisierung der Kommunikationspraktiken im Allgemeinen, sowie auf der anderen Seite die Übersetzung und Anwendung internationaler Forschungsergebnisse in und auf den deutschsprachigen Raum.

Um ein möglichst umfassendes Verständnis des Forschungsgebietes zu ermöglichen, wird interdisziplinär vorgegangen. Das bedeutet zum Beispiel im Bezug zu Beziehungen, dass nicht nur geschildert wird, wie sich Beziehungen konstituieren aber auch darauf eingegangen wird, welche gesellschaftlichen Entwicklungen und Einflüsse zu dem Werte- und Normen-Muster heutiger Beziehungen und ihrem Selbstverständnis beigetragen haben.

1.2 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn dieser Arbeit wird sich mit dem Grundbegriff zwischenmenschlicher Kommunikation befasst und im weiteren Verlauf mit den zugrundeliegenden Theorien dieser. Die aufgeführten Theorien bilden auch die Basis für viele der Forschungsbemühungen im Bezug zu computer-vermittelter Kommunikation der letzten Jahre. Es wird davon ausgegangen, dass Bedeutung nicht natürlich gegeben, sondern konstruiert wird. Bedeutungskonstruktion dient dem Zurechtfinden in einer komplexen Welt, wird sozial verhandelt und steht in Abhängigkeit zum Individuum, als auch der Gesellschaft. Dementsprechend werden Mitteilungen auch unterschiedlich verarbeitet. Auf diese Zusammenhänge wird in **Kapitel 2** eingegangen.

Kommunikation ist die Bezugnahme auf unser Gegenüber, sie ist inhärent reziprok. Sie geschieht aber auch immer in Angleichung zu unserer Umwelt und ist durch diese geprägt. Das Verständnis von Paarbeziehungen ist ebenso einem Prozess gesellschaftlicher Prägung unterlaufen. Es wird eine sozial-historische Perspektive herangezogen, um auf der einen Seite darzustellen, wie sich das Verständnis von Paarbeziehungen innerhalb der letzten zwei Jahrhunderte gewandelt hat und auf der anderen Seite, wie dieser Wandlungsprozess in Abhängigkeit zum Wirtschaftssystem verlaufen ist. **Kapitel 3** setzt sich deswegen damit auseinander, wie sich heutige Paarbeziehungen

entwickelt und Liebespraktiken in Abhängigkeit von Konsum Bedeutung erfahren haben, und wie Beziehungen, Liebe und Sex in einer digitalen Welt neu verhandelt werden.

Die gegenseitige Bezugnahme von Partner_innen innerhalb einer romantischen Beziehung findet durch Kommunikation statt. Die Zufriedenheit mit der Beziehung und ihr Fortbestand ist abhängig von der Bezugnahme der Partner_innen auf die gegenseitigen Bedürfnisse. Wie Individuen aber in Beziehung zu ihren Partner_innen treten können, um Bedürfnisse kommunikativ zu verhandeln, ist abhängig von ihren kognitiven und sozialen Ressourcen, die u.a. aber auch maßgeblich durch frühkindliche Erfahrungen mit den engsten Bezugspersonen, in der Regel der Mutter und dem Vater, beeinflusst wurden und sich in Verhaltensmuster in der Beziehung niederschlagen, die allgemein als Bindungsstile bezeichnet werden. In **Kapitel 4** wird genauer auf das Zustandekommen und die Ausprägung von Bindungsstilen eingegangen, wie sich diese auf die individuellen Kommunikationspraktiken auswirken und was der Kommunikationswandel, der durch die Verbreitung computer-vermittelter Kommunikation geprägt ist, für die Kommunikation innerhalb von Paarbeziehungen und in Abhängigkeit vom Bindungsstil bedeutet.

In **Kapitel 5** werden die kommunikationstechnologischen Umwälzungen und die Durchdringung der Lebensbereiche durch Kommunikationstechnologien innerhalb der letzten Jahre beschrieben und auf Paarbeziehungen angewendet. In diesem Kapitel wird der Forschungsstand in Bezug zu den Zusammenhängen zwischen Social Media, spezifischer: Mobile Instant Messenger, und Beziehungspflege, -zufriedenheit, sowie Bindungsstil erläutert.

Die Erkenntnisse der internationalen, kommunikationswissenschaftlichen Forschung im Bereich zwischenmenschlicher Kommunikation in Paarbeziehungen und der Nutzung von Mobile Instant Messenger, ihren Auswirkungen auf Beziehungspflege, -zufriedenheit, empfundener Kommunikationsqualität und die Abhängigkeit zu individuellen, psychischen Faktoren wie Bindungsstil werden in **Kapitel 6** auf die methodische Gestaltung angewendet und prägen die Formulierung der zu untersuchenden Hypothesen. Im weiteren Verlauf findet die Operationalisierung und Erstellung, sowie Prüfung des Erhebungsinstruments, dem Online-Fragebogen, statt.

Die Ergebnisse werden in **Kapitel 7** statistisch ausgewertet und diskutiert.

Kapitel 8 befasst sich mit dem Fazit und zukünftigen Forschungsempfehlungen.

2. Zwischenmenschliche Kommunikation

Im Gegensatz zur massenmedialen Kommunikation, in der im klassischen Sinne ein oder mehrere Kommunikator_innen mit einem dispersen Publikum (Maletzke 1963) kommunizieren, meint die zwischenmenschliche oder auch interpersonale bzw. interpersonelle Kommunikation die wechselseitige (reziproke) Bezugnahme und Interaktion von Kommunikationspartner_innen (Höflich 2016, 5). Diese Form der Kommunikation ist ausdrücklich an andere gerichtet und in der Regel, jedoch nicht ausschließlich, dyadisch, also stattfindend zwischen zwei Kommunikationspartner_innen (ebd., 17). Eine grundlegende Voraussetzung zwischenmenschlicher Kommunikation ist die Rollenübernahme: „Rollenübernahme ist ein Moment einer allgemeinen Fähigkeit, sich in andere hineinzusetzen, deren Haltung zu übernehmen und deren Handlungen zu antizipieren. Dabei geht es darum, was man glaubt, dass der andere denkt, wie er handelt und auch wie er fühlt – man spricht hier von Empathie.“ (ebd., 21). Im Grunde genommen befasst sich die Analyse zwischenmenschlicher Kommunikation damit, wie Menschen, die in einer Beziehung zueinander stehen (z.B. Familie, Freundschaft, Partnerschaft), miteinander kommunizieren und welchen Effekt die gegenseitige, aufeinander bezogene Kommunikation auf den Verlauf dieser Beziehung hat. Durch die Forschung in diesem Bereich können Erkenntnisse darüber gewonnen werden, wie Bedeutung durch Kommunikation geschaffen und Selbsterkenntnis ermöglicht wird, und wie Kommunikation das Individuum im Denken über sich selbst und andere beeinflusst (zum Begriff der Anerkennung siehe Honneth 1992). Kommunikation ermöglicht nicht nur das Schaffen, Erfassen, Strukturieren und Wiedergeben von (subjektiver) Wirklichkeit, gute bzw. erfolgreiche zwischenmenschliche Kommunikation manifestiert sich auch physisch und ist für das individuelle Wohlbefinden und ein erfülltes Leben ein äußerst wichtiger Faktor. Die Pflege von sozialen Beziehungen ist für Menschen als soziale Wesen ein fundamentaler Bestandteil zum Erlangen von Wohlergehen und Zufriedenheit, und steht unter anderem in Verbindung zu einer besseren Gesundheit und Produktivität (Chan 2018, 255). Kommunikationswissenschaft im Bereich der interpersonellen Kommunikation ist außerdem von besonderer Bedeutung, weil es einen großen Unterschied dazwischen gibt, wie Kommunikator_innen glauben zu kommunizieren und wie sie tatsächlich kommunizieren (Foss & Littlejohn 2009, 546), u.a. abhängig von ihren psychologischen und gesellschaftlichen Dispositionen. Die Auseinandersetzung mit diesem Themenbereich begann bereits in der Griechischen Philosophie, die Anerkennung im akademischen Universitätsbetrieb ist dagegen relativ neu und hat sich erst in den letzten 50 Jahren entwickelt: Der Ursprung des Begriffs der Zeichentheorie liegt in den griechischen Wörtern für Zeichen: „semeion“ bzw. „sema“ und hat sich im wissenschaftlichen Gebrauch terminologisch als *Semiotik* durchgesetzt (Withalm 2010, 125). „Im Gegensatz zum alltagssprachlichen Zeichenbegriff (Verkehrszeichen) ist das Zeichen in allen Modellen, so verschieden sie auch immer sind, immer eine Relation von Elementen, es ist keine Entität, es ist nicht natürlich vorhanden und wird im Zeichenprozess erst konstruiert.“ (ebd., 127). Die ersten populären Untersuchungen in der

Kommunikationswissenschaft befassten sich mit Problemstellungen der Massenkommunikation, mit einem besonderen Fokus auf die Persuasionsforschung. Erst in den späten 1950ern begann eine sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit zwischenmenschlichen Kommunikationsmustern, hervorgegangen aus Disziplinen wie z.B. Psychologie, Linguistik oder Anthropologie. Kommunikationswissenschaftlich kann von folgenden Annahmen ausgegangen werden: Kommunikatives Handeln verfolgt Muster, ist erlernt und Kontext-gebunden, multimodal und multifunktional (Foss & Littlejohn 2009, 901). Die ersten Publikationen zu non-verbaler Kommunikation z.B. stammten von zwei Anthropologen, Ray Birdwhistell und Edward T. Hall. In den 50er Jahren war die Annahme neu und kontrovers, dass Körperbewegungen ein integraler Bestandteil von Kommunikation und kulturell abhängig seien, und Interaktionen sowie Bedeutungen größtenteils durch sie getragen werden. Der Soziologe Erving Goffman setzte sich in seinen Publikationen damit auseinander, wie Kommunikation zur Beeinflussung von Wahrnehmung genutzt werden kann, um Interaktionen zu steuern. Diese Arbeiten in Verbindung mit den gesellschaftlichen Umbrüchen der 1960er, sowie die Arbeiten einiger weiterer Psycholog_innen beeinflussten wiederum Paul Watzlawick und Janet Beavin Bavelas in ihrer Forschung zu „The Pragmatics of Human Communication“ (Watzlawick, Bavelas & Jackson 2011). Sie beschreiben Beziehungen als Systeme, in denen Menschen ihre Interaktionsmuster erlernen und anpassen. Interessanterweise verhalf dieses Buch dabei, die Analyse interpersonaler Kommunikation in festen, romantischen Beziehungen zu etablieren (Foss & Littlejohn 2009, 547). Mittlerweile befassen sich laut der Enzyklopädie für Kommunikationstheorie zum Beispiel rund 40% der Publikationen des international renommierten *Human Communication Research*-Magazins mit dem Themenfeld der interpersonalen Kommunikation und widmen sich Fragen warum Menschen kommunizieren, wie sie es tun, wie sie Nachrichten produzieren oder verarbeiten und wie Beziehungen durch Kommunikation initiiert, aufrecht gehalten und aufgelöst werden (ebd.). Aus der Forschungsbreite des Themas hat sich ein Versuch der Neustrukturierung ergeben, der verschiedene Kriterien vorschlägt, um eine Art „Grad der Interpersonalität“ der Kommunikation zu ermessen und nicht, ob ein Kommunikationsakt interpersonal ist oder nicht (Foss & Littlejohn 2009, 547f):

- **Numerisch:** Wieviele Kommunikationsteilnehmer_innen liegen vor? Abhängig von Situation und Thema können mehr als zwei Personen an zwischenmenschlicher Kommunikation teilnehmen. Ab einer gewissen Größe allerdings ist es nicht mehr möglich, dass alle Gesprächsteilnehmer_innen gleichwertig teilhaben können. Die Kommunikation kann ab einer gewissen Gruppengröße nicht mehr als zwischenmenschlich bezeichnet werden.
- **Feedback:** Inwiefern haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, auf andere zu reagieren, Feedback zu geben und sich anzupassen?

- **Privatsphäre:** Die Unterscheidung zwischen öffentlich und privat ist insofern wichtig, da Interaktionen vor oder mit anderen, z.B. einem Publikum, zur Oberflächlichkeit zu tendieren, also weniger vertraut und tiefgründig, und dadurch offen, sind.
- **Ziel:** Situationen, in denen es den Kommunikationsteilnehmer_innen um Identitäts- sowie Beziehungsfragen geht, anstatt um die Erledigung bestimmter Aufgaben, zeichnen sich durch einen höheren Grad zwischenmenschlicher Kommunikation aus.
- **Beziehungstyp und -phase:** Die Kommunikation wird weniger zwischenmenschlich, wenn die Personen austauschbar sind. Haben die Kommunikationsteilnehmer_innen hingegen eine etablierte, mehr oder weniger feste und intensive Beziehung, ist die Kommunikation in der Regel zwischenmenschlicher.
- **Wissen:** Je besser sich die Personen kennen, je mehr sie über die Person und ihre Art und Weise auf gewisse Dinge zu reagieren, wissen, desto zwischenmenschlicher ist die Kommunikation.
- **Gegenseitige Einflussnahme:** Beeinflussen sich die Handlungen der Kommunikationsteilnehmer_innen gegenseitig? Je mehr Einfluss vorherrscht, desto interpersonaler die Kommunikation.

Wie zu Beginn dieser Arbeit bereits geschildert, bedeutet Kommunikation gleich Beziehung. Kommunikation ist immer als Bezugnahme auf ein Gegenüber zu denken und kann ohne diese nicht stattfinden. Es gibt verschiedene Theorien, die unterschiedliche Perspektiven zur Betrachtung zwischenmenschlicher Kommunikation bieten. Diese können in vier Kategorien eingeteilt werden, die im nächsten Abschnitt für eine bessere Orientierung angeführt werden. Hierbei ist von den geläufigen Theorien der (Massen-)Medien zu differenzieren. Der interdisziplinäre Charakter wird ebenfalls deutlich.

2.1 Theorien der zwischenmenschlichen Kommunikation

Eine strukturierte Aufstellung der Theorien zwischenmenschlicher Kommunikation zu finden, gestaltet sich schwieriger, als es für die allgemeine Strukturierung der Medientheorien der Fall ist (vgl. Weber 2010). Einerseits könnte das auf den interdisziplinären Ursprung des

Forschungsfeldes zurückzuführen sein, andererseits auf den Untersuchungsgegenstand, welcher schwer abzugrenzen ist: Auf der einen Seite ist es das Individuum, welches in gesellschaftliche Systeme und aufgrund dessen in gewisse Werte- und Verhaltens-, also Kommunikationsmuster, eingebunden ist. Auf der anderen Seite ist es das Medium, das sich stetig im Wandel befindet und somit neue Nutzungs- und Kommunikationsmuster hervorbringt. Letztlich handelt es sich aber auch nie um die Kommunikation eines einzelnen Subjekts: jede zwischenmenschliche Kommunikation ist von zumindest einem oder einer Kommunikationspartner_in abhängig, der oder die wieder eingebettet ist in eigene Systeme mit eigenen (Kommunikations-)Mustern. Die behandelten theoretischen Konzepte wurden in der Enzyklopädie der Kommunikationstheorien (Foss & Littlejohn 2009) kategorisiert und finden sich in der aktuellen Forschung zu computer-vermittelter Kommunikation wieder. Diese Kategorisierung ist einerseits zur Übersicht und zum besseren Verständnis nicht nur von zwischenmenschlicher Kommunikation, aber im weiteren Verlauf auch von computer-vermittelter, interpersoneller Kommunikation hilfreich und zeichnet andererseits die Komplexität des Themenfeldes ab.

2.1.1. Bedeutungskonstruktion als Komplexitätsreduktion

Damit Menschen sich erfolgreich in einer komplexen Welt zurecht finden können, ist eine gewisse Übereinkunft zur Bedeutung von den Dingen in der Welt nötig. Um die Umwelt interpretieren zu können, nutzen Menschen Zeichen und Symbole (vgl. Withalm 2010). Der Erfolg der Kommunikation in jeder Art von Beziehung ist davon abhängig, wie Menschen die Bedeutung ihrer Zeichen und Symbole miteinander verhandeln.

Der **Konstruktivismus** weist eine Jahrhundert alte Tradition auf, wurde jedoch erst in den letzten Jahren in den Medienwissenschaften angewendet (Weber 2010, 170). *Ontologische Positionen* vertreten die Ansicht, dass es eine reale Außenwelt gibt, die prinzipiell erkennbar und durch Sinneswahrnehmung erfasst werden könne. Im Gegensatz dazu behaupten *epistemologische Positionen*, dass Realität nicht in ihrer ganzen Wahrheit vom Menschen entdeckt werden könne, sondern vom Menschen durch Sprache und Wahrnehmung erst erzeugt würde (ebd., 170f). Allgemein kann auch der Konstruktivismus als interdisziplinär bezeichnet werden, denn seine Vertreter_innen wie Watzlawik, von Förster oder Glaserstfeld wenden Erkenntnisse aus Biologie und Psychologie an, um Schlussfolgerungen für Sprache, Kommunikation und Kultur zu ziehen (vgl. Weber 2010, 173). Der Mensch wird hierbei zum Beobachter in einem systematischen Verständnis: „das Subjekt als operational geschlossene Menge von relationierten Elementen“, welches sich unbewusst eine eigene Wirklichkeit konstruiert, die im Gegensatz zur nicht durch Beobachtung erfassbaren Realität steht (Weber 2010, 174). Die Konstruktion findet in allen

Bereichen statt und der Fokus liegt nicht auf der Fragestellung, was Wirklichkeit ist, sondern wie diese zustande kommt (vgl. Foss 2009, 548).

Eine der meist herangezogenen Theorien in der Kommunikationswissenschaft, die den Prozess der Konstruktion von Bedeutung beschreibt, ist der **Symbolische Interaktionismus** nach George Herbert Mead (Mead 1969). Aus dieser Perspektive sind Menschen soziale Wesen, deren Identität keine naturgegebene Konstante ist, sondern ein soziales, symbolische Produkt, das sich aus Interaktionen und ihren Kontexten ergibt, deren Medium die Sprache ist. Menschen sind Akteur_innen in einer symbolträchtigen Welt, die bereits mit Bedeutung in Form von Sinn gefüllt ist, über den eine mehr oder weniger allgemeine Übereinkunft herrscht und der geteilt wird. Bedeutung entsteht aus der Reaktion der Interaktionspartner_innen auf die miteinander geteilten Handlungen und ist damit kein feststehendes Fixum:

„To understand the meaning of something is to understand how to act or behave toward it (...) Meanings are shared, then, to the extent that interactional partners harmoniously coordinate their activity in regard to one another and their shared situation. (...) Whether one is engaged in a simple conversation of gestures or an exchange of shared symbols, the meaning of another's conduct is the future action he or she will take; therefore, meanings are asserted, imputed, challenged, and altered through the give-and-take of mutual activity. Meanings, as social products, are learned, used, and generated in interaction with others.“ (Foss & Littlejohn 2009, 622).

Gleiches gilt für den Mediengebrauch: Die Beziehung zu anderen ist oft der grundlegende Anlass für mediale Kommunikation. Menschen eignen sich Medien immer auch im Kontext ihrer Interaktion mit anderen an (Linke 2010, 10).

„Meaning is determined by such contextual factors as participants, physical location, preceding events, and so on, so an adequate interpretation of behavior requires that it be understood in, rather than out of, context. There is no precise definition of context that will cover all relevant factors for every interaction; context is the sum of all knowledge required to understand what is happening in any interaction as well as the participants understand it.“ (Foss & Littlejohn 2009, 901).

Medien können aber auch die Kontexte darstellen, in denen diese Interaktionen stattfinden (vgl. Bauer 2014, 10f). In Bezug zum Kulturbegriff von Kommunikation und Medien „(...) verwirklichen, und verzeitlichen sich [Kulturen; Anm.] als solche im Muster von Kommunikation und symbolisch etablierter Interaktion. Das gilt für das Medienmodell von Kommunikation wie es auch für das Kommunikationsmodell von Medien gilt. Kulturen sind nie medienfrei wie Medien immer auch Agenturen von Kultur sind.“ (ebd., 11). Reine Zeichen, Symbole und auch Träger erhalten erst eine Bedeutung durch Kommunikationsprozesse, und Sprache kommt in diesen Prozessen eine herausragende Rolle zu (Linke 2010, 15).

2.1.2. Komplexitätsreduktion und individuelle Orientierung durch Motive

Das Zurechtfinden in einer komplexen Welt erfordert Komplexitätsreduktion im Alltag, auch im sozialen Umgang (vgl. Luhmann 2000). Menschen handeln aufgrund von Gründen, die abhängig sein können von den eigenen Bedürfnissen, Annahmen, Vorurteilen oder Interpretationen von Situationen, und formen ihre Kommunikation entsprechend. Die Theorie interpersoneller Beziehungen von William Schutz (1958), *Fundamental Interpersonal Relationship Orientation*, heute hauptsächlich für die Analyse von gruppendynamischen Prozesse genutzt, erklärt sich zwischenmenschliches Verhalten und ihre Kommunikation anhand drei ausschlaggebenden Bedürfnissen bzw. Dimensionen: Inklusion, Kontrolle und Affekt. Als soziale Wesen haben Menschen das Bedürfnis sich zugehörig zu fühlen, sie möchten ihre Beziehungen aber auch formen (Kontrolle), während sie ebenso gemocht werden und Beziehungen aufrecht erhalten möchten (Affekt).

Die Theorie zur Reduktion von Unsicherheit, *Uncertainty Reduction Theory*, nach Charles Berger and Richard Calabrese (Berger & Calabrese 1975) besagt, dass Menschen im Streben nach stabilen Beziehungen Kommunikation nutzen, um Unsicherheiten zu reduzieren, was Informationssuche, gegenseitige Bezugnahme, geäußerte Intimität, non-verbale Signale und die Menge an geteilten Informationen in zwischenmenschlicher Kommunikation motiviert.

Die *Attributionstheorie* versucht zu beschreiben, wie Menschen ihr eigenes Verhalten und das Verhalten anderer interpretieren. Einer der ersten Vertreter ist Fritz Heider (1977). Er schildert, wie Menschen Verhalten Bedeutung zumessen und Muster erkennen, wodurch sie sich die Beweggründe der Menschen, mit denen sie interagieren, erklären. Die Erklärung des Verhaltens des Gegenübers wiederum beeinflusst ihr eigenes Verhalten in Bezug zu anderen. Menschen kategorisieren dann ihre Beobachtungen entsprechend ihrer Ursachen: „After observing behavior and determining whether the action was deliberate, people tend to categorize the behavior as caused by the person (internally motivated) or caused by the situation (externally motivated)“ (Foss & Littlejohn 2009, 548).

2.1.3. Mitteilungen und ihre Verarbeitung

Menschen haben eine große Auswahl an Kommunikationsmöglichkeiten, um sich mitzuteilen, ganz besonders heute. „A single communication goal can be achieved through many different messages, and a single message can meet many different goals.“ (Foss & Littlejohn 2009, 549). Warum Kommunikationsteilnehmer_innen gewisse Informationen mitteilen und wie diese verarbeitet werden, wird anhand solcher Theorien veranschaulicht. Die *Expectancy Violation Theory* nach Burgoon & Jones (1976) beschreibt, wie der positive oder negative Verlauf von

Kommunikation in Abhängigkeit zu den vorangehenden Erwartungen ihrer Teilnehmer_innen steht. Anhand der Annahme, dass Erfahrungen gesammelt werden und in ähnlichen Situationen in die Kommunikationsentscheidungen mit einfließen, veranschaulicht die *Action Assembly Theory* nach John Greene (1984), wie in Abhängigkeit von psychologischen und sozialen Einflüssen Gedanken in Kommunikation übersetzt werden. Weitere Theorien sind: *Communication Accommodation Theory* nach Giles (1984), die die Anwendung individueller Strategien beschreibt, um eine Art Konvergenz im kommunikativen Handeln zu erlangen und soziale Differenzen zu reduzieren. Die *Politeness Theory* nach Brown und Levinson (1987) besagt, dass Kommunikator_innen ihre Kommunikation je nach Situation und Kommunikationspartner_in anpassen, um „Gesicht zu wahren“ und Gefahren zu reduzieren. Die Theorie ist stark geprägt von Erving Goffman's (1967) Gesichtskonzept: „das öffentliche Selbstbild, das jedes Mitglied für sich in Anspruch nehmen will“ (Brown & Levinson 2007, 59). Diese sogenannten „face threats“ können verringert werden durch die Wahl des Kommunikationskanals (O'Sullivan 2000). Die *Sprechaktttheorie* nach Austin (1962), und weiter nach Searle (1969), befasst sich mit dem performativen Charakter von Sprache, also Kommunikation als Handlung, der Regeln unterliegen, und wie Menschen sich anhand dieser Regeln orientieren, um sich in einer komplexen Welt zurecht zu finden. Die Grundeinheit der sprachlichen Kommunikation sei nicht wie allgemein angenommen, das Symbol, das Wort oder der Satz, „(...)“, sondern die Produktion oder Hervorbringung des Symbols oder Wortes oder Satzes im Vollzug des Sprechaktes.“ (Searle 1971, 30).

2.1.4 Theorien über Beziehungsentwicklung

Beziehungen unterliegen immer einer Entwicklung, deren Prozesse in Wellen oder Phasen geschildert werden können (Lenz & Nestmann 2009). Theorien dieser Art beschreiben, wie Kommunikation Beziehungen entlang dieser Phasen trägt und wie sie von ihnen abhängig ist.

Die soziale Austauschtheorie, *Social Exchange Theory*, nach Thibaut und Kelley (1959), beschreibt soziales Verhalten anhand einer Art Kosten-Nutzen-Rechnung: Menschen handeln ihren Beziehungen gegenüber anhand der empfundenen Nutzen oder Vorteile, während sie versuchen, die Kosten zu minimieren. Werden Partner_innen zu kostspielig, so werden Investitionen (Interaktionen und Kommunikation) reduziert, z.B. weil sie zu viel Zeit oder Energie kosten, und umgekehrt.

Die *Social Penetration Theory* nach Altman und Taylor (1973), beschreibt die Entwicklung von oberflächlichen Beziehungen hin zu intimen anhand eines ausschlaggebenden Faktor: *Selbstoffenbarung* („self-disclosure“ im Englischen) bzw. die absichtliche Offenlegung persönlicher

Informationen. Es war eine der ersten Theorien, die schilderte, wie Änderungen in Kommunikationsmustern zu Änderungen in den Beziehungen führen (Foss & Littlejohn 2009, 549). Knapp (1985) entwickelte die Theorie weiter und konzipierte ein 10-Phasen-Modell von Beziehungen, wobei sich jede Phase durch entsprechende Kommunikationsmuster kennzeichnet. Der Verlauf des Modells ist nicht strikt linear. Menschen können Phasen überspringen, länger in Phasen verweilen oder Phasen wiederholen.

Die Theorie der relationalen Dialektik, *Relational Dialectics Theory*, nach Baxter & Montgomery (1996) baut auf der Annahme auf, dass Menschen verschiedene Dinge zur selben Zeit wollen und sich deshalb in der Regel in einem Spannungsfeld dieser bewegen. In Beziehungen, die sich aus zwei unter Umständen sehr verschiedenen Individuen zusammen setzen, sind das folgende drei dialektische Dimensionen: *Nähe - Trennung*, *Stabilität - Wandel* sowie *Ausdruck - Privatsphäre*. Diese Spannungen können nur anhand von Kommunikation erfolgreich navigiert werden, sodass ein Aufrechterhalten der Beziehung möglich ist.

Theorien wie die oben genannten bilden die Grundlage für weitere Forschungsanstrengungen in diesem Bereich, wobei die Vis-à-vis-Situation⁵ der Prototyp aller gesellschaftlichen Interaktion, auch in Beziehungen, ist (Berger & Luckmann 1970: 31). Die Erklärungsstränge finden sich in der Literatur zu dem aktuellen Forschungsstand (ab Kapitel 5) wieder.

Während zwischenmenschliche Kommunikation eine große Beachtung im wissenschaftlichen Forschungsbetrieb bis heute genießt, kann dies nicht in Verbindung zu den Medien dieser gesagt werden:

„In den verfügbaren Einführungen wird die interpersonale Seite zwar nicht vergessen, aber eigentlich nur in Verbindung mit einer Massenkommunikation und durch diese Fokussierung auch recht eingeschränkt behandelt. Schaut man wiederum in Einführungen in die interpersonale Kommunikation, dann findet sich kaum etwas darüber, wie eine interpersonale Kommunikation in einer Medienwelt aussieht.“ (Höflich 2016, V).

Die von Höflich (2016) genannte Forschungslücke soll in den folgenden Kapiteln etwas weiter geschlossen werden, indem der Prozess der Mediatisierung der letzten Jahre näher beschrieben, und ein detaillierteres Bild von der (digitalen) Mediennutzung innerhalb von Beziehungen gezeichnet wird. Vorher soll allerdings näher auf die Beziehungsform eingegangen werden, um die sich diese Arbeit dreht. Das folgende Kapitel setzt sich näher mit dem Verständnis von Paarbeziehungen „damals und heute“ auseinander.

⁵ In dieser Arbeit wird als Bezeichnung hauptsächlich „Face-to-Face“ genutzt.

3. Paarbeziehungen

In diesem Kapitel wird näher auf das Konzept von Beziehungen, Paarbildung und ihren Bestand aus einer sozial-historischen Perspektive eingegangen. Die gesellschaftlichen und sozialen Zusammenhänge werden im geschichtlichen Kontext behandelt, um ein umfassendes Verständnis für die Werte und Normen, die Beziehungen heute bestimmen, zu ermöglichen, die Rolle von Medien in der Ausformung dieser zu verdeutlichen, also das Fundament besser zu verstehen, auf denen sich Paarbeziehungen heute gründen.

3.1 Eine sozial-historische Perspektive

Historisch gesehen ist das Konzept von „Liebe“ relativ neu. Gegen Ende des 18. Jahrhunderts bildete sich als Gegenbewegung zur Aufklärung und der fortschreitenden Industrialisierung die Romantik. Akteur_innen der Literatur, Malerei, Philosophie und der Musik wenden sich gegen eine rationalisierte Sicht der Welt, welche sich durch die Trennung von Vernunft und Gefühlen auszeichnet (Thurm 2012) und möchten ein neues Lebensgefühl vermitteln, indem die Gefühlswelt eine wichtige Rolle spielen soll (Schmitz 2014). Ende des 19., Anfang des 20. Jahrhundert entwickelt sich ein weiteres neuartiges Phänomen: die freie Partnerwahl. Bis dahin haben sich Individuen in einer strikt geregelten Einbindung von Familie und Pflichten befunden. Eheversprechen waren nicht nur unter der Schirmherrschaft des Religiösen gestellt, sondern bedeuteten außerdem eine ökonomische Transaktion zwischen zwei Männern, für gewöhnlich dem Vater und dem Vorsprechenden (Illouz 2007b). Gefühle wurden den starken normativen Anforderungen der Gruppe und der Familie untergeordnet und die Wahlmöglichkeiten begrenzten sich zum einem beträchtlichen Teil auf elterliche Arrangements (ebd., 180f). Diese Form der Verbindung zweier Individuen ist besser durch die Bezeichnung als „Allianzdispositiv“ zu verstehen: Das Schließen von Bündnissen zur Sicherstellung der Güter, der ökonomischen Relevanz und der Fortpflanzung (Foucault 1992, 128f). Den Frauen fällt in diesem Zusammenhang die Rolle der „Tauschware“ zu. Die Hochzeit gilt auf allen gesellschaftlichen Ebenen als eine der wichtigsten, wenn nicht gar die wichtigste Finanzoperation des ganzen Lebens (Illouz 2007a, 36). Sexuelle Aktivität kann nur innerhalb der Ehe geschehen, die wiederum durch den gesellschaftlichen Gesinnungswandel erstmalig mit dem Ideal der romantischen Liebe verbunden und aufgewertet wird. Liebe wird in weiterer Folge zur einzigen Legitimation von Ehe und soll auch in ihr weiter fortbestehen (Matthiesen 2007, 84). Die sich Liebenden werden zur zentralen Instanz der eigenen Identität, wodurch das Individuum erst Sinn und Bedeutung des eigenen Lebens erfährt (Linke 2010, 9). Die Vereinigung ist von Dauer und impliziert Treue, da jeder und jede Liebende in seiner bzw. ihrer Individualität prinzipiell unersetzbar ist (Matthiesen 2007, 89). Der Historiker Lawrence Stone (1977, 191) beschreibt romantische Liebe als "ein Produkt (...) erlernter

kultureller Erwartungen, die Ende des 18. Jahrhunderts in Mode kamen, und zwar vor allem Dank der Ausbreitung der Romanlektüre (...).“ Über die Wirkung dieser Modeerscheinung führt er fort: „[Der romantische Roman] des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts trägt ein gehöriges Maß an Verantwortung für desaströse Liebesaffären und unkluge und unglückliche Ehen.“ (ebd.).

3.2 Liebe im Spannungsfeld zwischen Ideal und Wirtschaftlichkeit

Der Übergang vom Feudalismus zum Kapitalismus bedeutet eine gesellschaftliche Neuordnung. Mit der Steigerung des Lebensstandards und der neuen Möglichkeiten zur Sicherung des Lebensunterhalts durch die Erwerbsarbeit kann das Individuum neue Unabhängigkeit erlangen. Die romantische Liebe gilt unter Soziolog_innen und Historiker_innen nicht nur als Resultat des Aufstiegs des Kapitalismus, sondern sogar als etwas, welches diesen begünstigte (Illouz 2007a). Allmählich besetzt die Liebe die kulturellen Ideale der Privatheit und der Kernfamilie, „die beide im Weltbild des kapitalistischen Unternehmers eine zentrale Rolle spielen.“ (ebd., 52). Eva Illouz beschreibt zwei Prozesse, wie das kulturelle Motiv der romantischen Paarbeziehung und ihre Praktiken auf den Markt treffen: Die Romantisierung der Waren und die Verdinglichung der romantischen Liebe (Illouz 2007a: 52ff.). Der Markt beginnt sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts, nach dem zweiten Schub der Industriellen Revolution, zu verdichten, ebenso wie die Einwohner_innenzahl in den Städten. Der Massenmarkt entsteht, die Nachfrage für Massen- und Luxusprodukte steigt deutlich und die Werbewirtschaft wächst exponentiell, um den Konsum voranzutreiben. Durch gesellschaftspolitische Änderungen ergibt sich eine neue soziale Sphäre für junge Paare in der Öffentlichkeit, die weiter von der Freizeitindustrie gefördert wird (Illouz 2007a, 55). Nach 1910 tritt eine Monopolisierung der wirtschaftlichen Organisation ein. Neue Technologien bringen weitreichende Änderungen der kulturellen Struktur mit sich: „(...) etwa Erfindungen wie das Telefon, die Schreibmaschine, Hochgeschwindigkeitsdruckerpressen, der Fonograf, das Radio, die Fotografie und die Filmindustrie. Damit erweiterte sich über Zeitungen, Zeitschriften, populäre Songs und Filme der allgemeine Zugang zur Massenkultur.“ (Illouz 2007a, 56). Das Ideal der Romantik formuliert sich aus und nimmt soziale Gestalt an, Liebe spielt von nun an eine zentrale Rolle für das Ich-Empfinden. „In damaligen Zeitschriften für die Mittelschicht war das romantische Empfinden ein religiöses Gefühl, das durch die fortwährende Hingabe an den Geliebten (sic!) die Grundinstinkte unterdrücken und die Seele emporheben sollte.“ (Illouz 2007a., 58). Der Einfluss der Kirche geht mit der Religionsfreiheit verloren und wird von der Romantik zusehend als Mittelpunkt des Alltagslebens ersetzt. Illouz spricht in diesem Sinne von einer „neuen Mythologie“: War die Liebe ein Wert an sich, in die Moral eingebunden, ein Mittel zur Selbsterkenntnis und der

geistigen Erbauung, so gilt sie nun als wichtigstes Motiv bei der Suche nach individuellem und privatem Glück (Illouz 2007a., 58f.) und bewährt sich darüber hinaus als einer der gewinnbringendsten Faktoren in der Produktion von Massenkultur. Das Liebes-Ideal wird industriell aufgegriffen, für die Leinwände passend gemacht, reproduziert und in eine „visuelle Utopie“ verwandelt (Illouz 2007a, 60). Wörter wie Liebe, Romantik oder Leidenschaft im Titel, die Andeutung sexueller Situationen, gezielte Selektion der Symbole für Romantik sind Garanten des Profits der Kinoindustrie der 30er Jahre. 95 von 100 Filmen weisen als Handlungsstrang eine Liebesbeziehung auf und feingeschliffene visuelle Codes formulieren ein genaues Bild von dem, was als romantisch gilt und was nicht. Die neuen Formeln der Liebesromantik und Sexualmoral der Mittelschicht speisen sich aus den Hauptmerkmalen der damaligen amerikanischen Kultur: Individualismus, Konsum, Freizeit, Treffen außerhalb der elterlichen Kontrolle und Erkundung der neuen Sexualmoral (vgl. Peiss 1986). Neue Botschaften waren unter anderem oberflächliche Erwartungen an die Frau vom Mann ausgehend, so hübsch und attraktiv zu sein wie möglich, sowie, dass Frauen vom Ehemann eine unterhaltsame Ehe erwarteten, für die er Sorge zu tragen hatte. Die Lösung des ehelichen Konflikts gestaltete sich durch die gemeinsame Teilnahme am Konsum von Freizeit und Schönheitsprodukten. Schönheit, Jugend, Glanz und Reichtum verbinden Konsum und Erregung und verkörpern somit das Ideal des perfekten Paares, „wie es von der Konsumkultur konstruiert wurde.“ (Illouz 2007a, 63). Die Konstellationen der beständigen Normen von Sexualität, Liebe und Ehe, eingebettet im Kontext der Familie, beginnen einem neuen Begriff der sexuellen und persönlichen Freiheit gegenüber zu stehen, die es zu vereinbaren gilt. Der Freizeitkonsum bietet den Individuen sich einerseits aus dem noch vorherrschenden System implementierter Moralvorstellungen der familiären Gemeinschaft zu entziehen und sich andererseits einen anonymen Raum in der Öffentlichkeit zu erschließen (Illouz 2007a, 78ff.). Formen des Rendez-Vous oder des Datings bildeten sich heraus, eingebunden in zeitliche, räumliche und künstliche Grenzen, bereitgestellt und bildlich beworben von der Freizeitindustrie, ermöglicht durch kulturelle Veränderungen wie der weniger strengen elterlichen Kontrolle und einer gelockerten Sexualmoral, verbunden mit dem Verlangen der Konsument_innen nach Romantik und sanften Formen der Erotik, in Einklang gebracht mit den Ansprüchen der verschiedenen Schichten⁶. Neue Freizeitaktivitäten resultieren aus dem Zusammenspiel der neu entstehenden Märkte der Freizeitindustrie und den obsessiven Bildern der Romantik in den Medien: „Filme, Touristenreisen, Kosmetikartikel, Freizeitparks, Tanzlokale, Hotels, Restaurants, Autos: Diese Konsumgüter wurden so vermarktet, dass sie die Sehnsüchte vieler zu kanalisieren vermochten, um kollektiven romantischen Impulsen auf die Spur zu kommen; und sie wurden zu integralen, unsichtbaren Komponenten bei den Ritualen der Partnersuche.“ (Illouz 2007b, 182). Im weiteren Verlauf entkoppelt sich das individuelle Streben vom Ziel der Eheschließung und der Erlangung

⁶ Aktuelles Beispiel: Tinder-Kampagne 2019 für Großbritannien mit Florence Given (<https://www.instagram.com/florencegiven/>); darauf wird weiter unten noch eingegangen.

von Sicherheit und Stabilität im familiären Kontext und ersetzt dieses durch das Streben nach Sinnenlust und -genuss, dessen höchstes Prinzip und Ziel es ist, das private Glück in der dauerhaften Erfüllung individueller physischer und psychischer Lust zu finden. Illouz' Studie beschreibt, wie sich die ursprüngliche Verbundenheit von Liebe und Romantik aufsplittert. Während „Liebe“ mit visuellen Zeichen für Dauerhaftigkeit, Solidarität und Stabilität konnotiert wird, ist „Romantik“ mit der visuellen Darstellung von Spontaneität, Entspannung, Erregung und Glück verbunden. „Liebe“ steht der „Romantik“ als dauerhaftes und intimes Band gegenüber, das deutlich über die hochgradig ästhetisierte kulturelle Kategorie hinaus zu gehen scheint (Illouz 2007a, 129f). Durch die Formulierung eines neuen Verständnisses von Romantik unterscheiden sich Waren in ihrem ökonomischen Wert nicht mehr von dem symbolischen und emotionalen Gehalt, der ihnen beigemessen wird. Mittels realistischer Visualisierung durch die Medien nimmt Werbung allmählich die ästhetische Qualität von Träumen an, welche durch die Entwicklung der technischen Qualität der medialen Darstellung mit wachsender Überzeugungskraft versehen ist. Sie weckt und formuliert tiefe Sehnsüchte nach Freiheit, Vergnügen, Reichtum, Intimität, Macht und Glück. Selbst dann, wenn sie sich Klischees und Doppeldeutigkeiten bedient (vgl. Illouz 2007a, 102f.).

Soziale Normierungen lassen sich leichter und eleganter durchsetzen, wenn es gelingt, sie zu Naturgegebenheiten durch zu setzen (Burkart 2018, 26). Der Prozess der Naturalisierung des Sozialen setzt sich anhand von Waren und Konsumkultur entlang der Beziehungspraktiken durch. Illouz (2007a) verzeichnet die Liebe, als auch Romantik, als Ausgangspunkt für vielfältige, sich gegenseitig bestärkende, offene und verborgene Konsumakte. Der ökonomische Unterbau des verborgenen Konsums wird aber nicht als solcher dargestellt, sondern in „Erfahrungen“ und „Interaktionen“ zwischen Menschen verklärt. Nahezu jeder Akt der propagierten Romantik erfordert finanzielles als auch zeitliches Kapital (vgl. Illouz 2018).

Die Autorin führt diese Zusammenhänge ein Jahrzehnt später in ihrem Band „Wa(h)re Gefühle“ (2018) weiter fort. „Die Geschichte der Konsumkultur verlief nicht so, dass sich der Markt einfach an Verbraucher anzupassen versuchte, deren Wünsche und Bedürfnisse bereits vorhanden waren (...), vielmehr prägte der Markt den Verbraucher mit dem Bild der Güter, die er erzeugte.“ (ebd., 32). Sie beschreibt die Einheit von Dating- und Konsumpraktiken entlang sämtlicher Phasen der Paarbildung (vgl. Burkart 2018), wobei das größere Gewicht der monetären und zeitlichen Investitionen bei der Frau liegt (vgl. Illouz 2018, 13ff). Akte des Konsums und Gefühlslebens sind nach ihren Schilderungen eng und untrennbar miteinander Verbunden, definieren sich gegenseitig und ermöglichen sich (ebd., 23). Durch diesen Prozess werden Gefühle kommodifiziert, also zur Ware bzw. einer Gefühlsware, welches sie mit dem Begriff *emodity* bezeichnet (Eine Mischung aus den englischen Begriffen „Emotion“ und „Commodity“, Gefühl und Ware; Anm.). Seit den 1970ern bezeichnet der *kognitive Kapitalismus*, der sich zunehmend in nichtmaterialistischen Begriffen definiert, neue Akkumulationsformen, die auf Wissen und

Technologie beruhen. Heute, im *hypermodernen Kapitalismus*, überschneiden sich die Sphären der Ökonomie und Ästhetik und münden im Begriff „ästhetischer Kapitalismus“ (Illouz 2018., 30), dessen zentrale Merkmale die Inszenierung von Produkten und Lebensstilen ist (Böhme 2016). Die Autorin hält sich in ihren Anwendungen auf die heutige Zeit und die maßgeblichen digitalen Praktiken allerdings zurück, indem sie sich beispielsweise nur auf die Analyse der Bedeutung von Grußkarten (aber auch E-Cards) und deren Rolle in Bezug zur Authentizität von Gefühlen beschränkt. Sie schildert, wie kreative und kommerzielle Aktivitäten, sowie die emotionalen Fähigkeiten der Verbaucher_innen und Arbeitnehmer_innen im ästhetischen Kapitalismus für die Produktion erschlossen werden, versäumt allerdings den Rückschluss auf die Zusammenhänge zwischen Gefühle und Waren im Zusammenhang mit neuen Medien und ihren Akteur_innen bzw. Nutzer_innen. Dadurch kombinieren sich Konsumpraktiken und Gefühlspraktiken (ob individuell oder in Paarbeziehungen, aber auch ganz explizit in Paarbeziehungen) in unterschiedlichen Kanälen und unterschiedlichen Graden der Privatheit par excellence.

3.2.1 Liebe und Konsumakte

Wenn aus sich heraus ein Mangel empfunden wird und die eigenen Bedürfnisse vom Individuum abgetrennt, indem sie von Gegenständen oder Personen abhängig gemacht werden, von denen in einem langwierigen Prozess erlernt wurde, dass selbiges sie zum Glück bedarf, handelt es sich um einen Konsumprozess, sowie „die Selbstpreisgabe an ein anderes.“ (Horkheimer & Adorno 2011, 112). Konsum muss natürlich gewollt sein, weswegen ein Rückgriff auf die Einstellungen der Menschen stattfindet. „So übten etwa freudianische Auffassungen vom Seelenleben erheblichen Einfluss auf die Entstehung der Wissenschaft vom Marketing aus und dienten zur Begründung der Idee, dass Waren auf die Gefühle der Menschen zielen sollten.“ (Illouz 2018, 32). Die emotionalen Versprechen von Konsumgütern trügen selbstverständlich nicht immer und manche Verbrauchsgegenstände, anstatt ein struktureller „Teufelskreis der Enttäuschung zu sein, bieten tatsächlich die emotionalen Effekte, die sie verheißen (...). Das ist auch der Grund, warum sich ein solcher Konsum natürlich anfühlt: Er ruft ein echtes Gefühl hervor und ist fester Bestandteil der Praktiken der Authentizität, jener Umgangsweisen mit einer konkreten Welt von Objekten, die auf Authentizität abzielen.“ (Illouz 2018, 34). Aber es handelt sich dabei um eine vermeintliche Befriedigung von Bedürfnissen, die eine gewisse Fatalität aufzeigt: „Das ist das Geheimnis der ästhetischen Sublimierung. Erfüllung als gebrochene darzustellen. Kulturindustrie sublimiert nicht, sondern unterdrückt. Indem sie das Begehrte immer wieder exponiert (...), stachelt sie bloß die unsublimierte Vorlust auf, die durch die Gewohnheit der Versagung längst zur masochistischen verstümmelt ist.“ (Horkheimer & Adorno 2011, 148). Dies gilt auch im Bezug zur „wahren Liebe“

und dem Suchen nach einem Mr. oder einer Mrs. Right. Indem das Individuum sich von sich entfernt, seinen Fokus auf eine andere Person richtet, mit dem hauptsächlichen Ziel, seine Erfüllung in dieser zu finden, liegt das Paradox und macht auch die Liebe zu einem Tauschgeschäft, das nur so lange aufrecht gehalten werden kann, so lange die Partner_innen auf die Konten der Bedürfnisse „einzahlen“⁷. Liebe erhält dadurch eher pathologischen Charakter und endet wieder in einer Abhängigkeit durch andere Mittel. Es handelt sich hierbei jedoch kaum um Befriedigung, vielmehr um Ablenkung, in dessen Prozess Medien eine herausragende Rolle spielen und auf dessen Zusammenhänge Illouz eingehend veranschaulicht (2007b).

Im dritten Teil des Buches beschreibt Illouz unter anderem die Kommodifizierung von Gefühlen durch die Psychotherapie (Illouz 2018), welches den Handel mit Dienstleistungen, die auf Erkenntnissen der Psychologie gründen, und einem darauf ausgelegten, wachsenden (Selbstoptimierungs-)Markt gut schildert. Dass der Schlüssel zum Glück bei einem selbst liegt und nicht von einem Gegenüber abhängig ist, wurde bereits von Ratgebern, Autor_innen sowie Personen des öffentlichen Lebens aufgegriffen, im weiteren Verlauf „vom Markt“ instrumentalisiert und hat weniger zu einer tatsächlichen Autonomie, als zur Kommodifizierung eines Gefühls der Unabhängigkeit und seiner moralischen Legitimation geführt: Das Hochleben des Individualismus und seinen Konsumpraktiken.

Ein Beispiel in Bezug zu Instagram und Beziehungspraktiken bzw. die letzte Phase der Beziehung, das Beenden dieser, und die Kommodifizierung dessen, ist das Phänomen rund um die junge Britin und Instagrammerin Florence Given. Nach der Beendigung ihrer eigenen Beziehung, die den eigenen Angaben nach durch viele negative und sogar traumatisierende Erfahrungen geprägt gewesen ist, hat sie das Beziehungsende und ihren Heilungsprozess als gelernte Grafikdesignerin kreativ auf der Social Media-Plattform Instagram verarbeitet. Mit dem Slogan „Dump him!“ (Englisch für: „Verlass ihn!“ oder „Gib ihm den Laufpass!“) und ihren bunten Grafiken die sich

⁷ vgl. Social Exchange Theory, nach Thibaut und Kelley (1959); Illouz (2007a, 215ff) interpretiert das Wechseln häufiger sexueller Kontakte als Drang nach Erregung und Erfahrung eines neuen Körpers, getragen von einem konsumorientierten Verständnis von Identität als einer Reihe von Wahlmöglichkeiten des Lebensstils. Somit könne die Bestätigung von Autonomie durch Wahlfreiheit als Ausgangspunkt einer Art „Bindungsphobie“ als Nebenprodukt eines gewählten Lebensstils interpretiert werden. Die Intensität fragmentarischer Liebeserfahrungen findet in Hollywood seine bildliche Realität: Der Erregungs-Klimax findet in seiner Narrative am höchsten Punkt sein Ende, der Bestand dieser dargestellten Paarbeziehungen und ihre Konfrontation und etwaige Bewältigung des Alltags werden ausgeblendet. Illouz (2007a) und Matthiessen (2007) erfahren in ihren Studien mit den Interview-Teilnehmer_innen beide ähnliche Probleme, als sich die Narrative dieser auf das von Hollywood-Mustern beschränken und nur mühsam über ein „Happy-End“ hinausgebracht werden konnten. Ein Beispiel für ein solches Muster liefert ein Interview-Teilnehmer innerhalb der Studien zu „Konsum der Romantik“. Dort schildert ein alleinstehender, 35-Jähriger seine Sehnsucht und seine Schwierigkeiten damit, sich auf eine Beziehung einzulassen. „Ich denke, dass die Menschen zögern, ihre Freiheit und ihre Unabhängigkeit aufzugeben, wenn sie sich nicht absolut sicher sind, dass es funktioniert, das ist ein Mangel an Glauben. >>Ich werde jetzt mit dir zusammen sein, aber wenn jemand Besserer kommt, dann war es das.<< Jemand Besserer? Jemand Besserer. Was heißt >>jemand Besserer<<? Jemand, der bereit ist, mir mehr von dem zu geben, was ich brauche, als du.“ (Illouz 2007a, 236f.).

durch einen starken Fokus auf Selbstwert, die eigene Weiblichkeit (in all ihren Erscheinungen, bodypositiv als auch genderfluid), Antisexismen und den Genuss des Lebens besonders in Unabhängigkeit zu Männern und in Bezug zu Promiskuität kennzeichnen (<https://www.instagram.com/florencegiven/>). Florence Given wurde im Verlauf der letzten drei Jahre zur Influencerin des Jahres 2019 von Cosmopolitan in Großbritannien, erhielt Werbeverträge mit u.a. Zalando, aber auch der Dating-Plattform Tinder mit der Kampagne #SingleNotSorry⁸. Die traumähnliche Ästhetisierung der Werbefilme dieser Kampagne erinnert nicht zuletzt an einen Spot des Modehauses H&M, sondern auch an das, was Illouz bei ihren Schilderungen zur Romantisierung der Waren und der Verdinglichung der romantischen Liebe aufführt (Illouz 2007a, 55ff und 182). TeenVogue verdeutlicht diesen Zusammenhang, indem sie die junge Frau mit folgender Headline hochleben lassen und die Beendigung von Beziehungen als neuen Fashiontrend bezeichnen: „Florence Given is the artist making the slogan „Dump him!“ fashionable“ (TeenVogue 2019). Während „Dump him“ im übertragenen Sinne dafür steht, jemanden den Laufpass zu geben, bedeutet es im wörtlichen Sinne „Schmeiss ihn weg“.

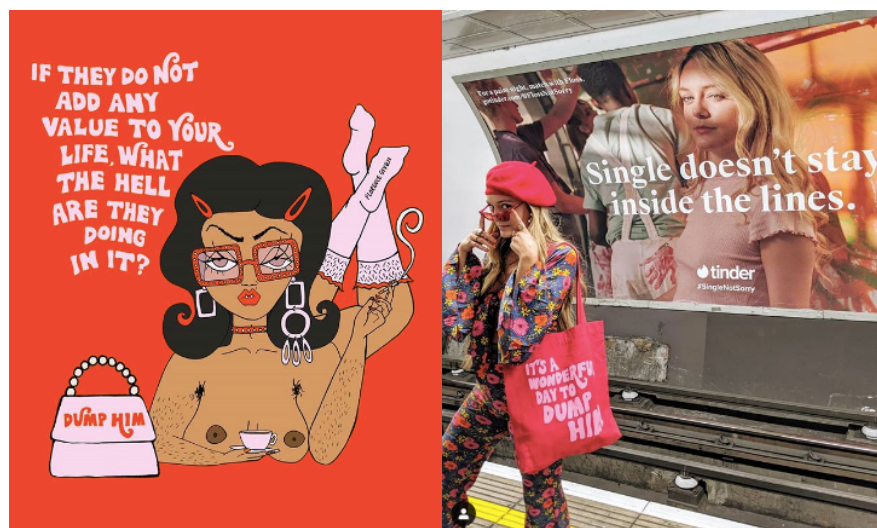


Abb. 1: Screenshots vom Instagram-Profil @Florence_Given

Menschliche Energie und Schaffenskraft erhalten in Abhängigkeit vom Arbeitsmarkt (Tausch-)Wert. Zum Überleben muss der Mensch seine Arbeitskraft, heute auch die kognitive Aufmerksamkeit und Verarbeitung statt seines Körpers (Illouz 2018, 30), verkaufen. Auf der einen Seite ist das Resultat dann ein_e Influencer_in und auf der anderen Seite wird dieser Individualismus bzw. das hedonistische Individuum in der Gesellschaft, und die Ideale, die mit diesem einhergehen,

⁸ weiterführend zur Dating-Plattform Tinder: Blaschke (2019).

reproduziert, wobei es gleichzeitig das Getriebe ist, das die Maschine am Laufen hält und ebenso gleichzeitig Resultat des Verlusts der Autonomie, die der Mensch am Arbeitsmarkt verloren hat. Deswegen aber wird sich umso mehr für die vermeintliche Form der Wahlfreiheit eingesetzt, die der Konsum ist. „Aber die Freiheit in der Wahl der Ideologie, die stets den wirtschaftlichen Zwang zurückstrahlt, erweist sich in allen Sparten als die Freiheit des Immergleichen.“ (Horkheimer/Adorno 2011, 176). Die Herausbildung zuletzt von Influencer_innen kann als logische, marktevolutionäre Konsequenz begriffen werden, böse gesprochen vielleicht sogar als letzte Instanz, inwiefern „berufliche Erfüllung“ zur Ideologie und Privatheit ausverkauft wird zum Zwecke des fortlaufenden Konsums.

Im Bezug zu dieser Arbeit stellt sich ganz besonders die Frage, welche Rolle die neuen Formen von Kommunikation in diesem Zusammenhang einnehmen und welche Bedürfnisse beispielsweise durch den hohen Konsum an Textnachrichten zu befriedigen versucht werden, wenn in Studien (Sultan 2014) ein Drittel der Befragten angibt, WhatsApp durchschnittlich zwölf Mal die Stunde zu nutzen und über 50% sich als süchtig bezeichnen, oder zumindest nicht sicher sind, dass sie es nicht sind? „WhatsApp may generate noticeable improvements in consumer's lives but may simultaneously cause serious social and personal problems, including addiction to these applications.“ (Sultan 2014, 57).

3.2.2 Liebe und Beziehungen in einer digitalisierten Welt

Eine einfache Erklärung von Partnerschaft oder Beziehung erklärt Burkart (2018, 12) wie folgt: „Zwei autonome, individualisierte (und möglichst rationale) Individuen, so wird angenommen, handeln gemäß ihrer jeweiligen situativen Präferenzen aus, wie sie miteinander kooperieren.“. Sie kann durch vier Merkmale charakterisiert werden: Exklusivität, Solidarität, Dauerhaftigkeit und Ko-Residenz, wobei das letzte Kriterium anhand der gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte an Bedeutung verloren hat (Schneider 2009, 677f). Beziehungen werden nicht nur durch strategisches Handeln, sondern wahrscheinlich noch viel bedeutender, durch routinierte Alltagsinteraktionen aufrecht gehalten (vgl. Duck, Rutt, Hurst und Strejc 1991). Soziologisch gesehen erzeugt das Paar allerdings eine neue Realitätsebene, die mehr als die Interaktion zweier autonomer Individuen bedeutet:

Sie „(...) bilden eine soziale Einheit mit eigener Dynamik und einem eigenen Operationsmodus. Die Gemeinsamkeit des Paares schafft eine neue Bedeutungsebene, die über zwei getrennte subjektive Bedeutungsebenen hinausgeht. Das Paar schafft sich eine gemeinsame Beziehungskultur. (...) Diese Nichtreduzierbarkeit auf Biologie und Psychologie ist gemeint, wenn von „sozialer Realität sui generis“ (Emile Durkheim) die Rede ist.“ (Burkart 2018, 12).

Christine Linke beschreibt ebenfalls in ihrer Arbeit „Medien im Alltag von Paaren“ (2010), die einzige deutschsprachige Publikation, die sich dezidiert der Mediennutzung innerhalb von Paarbeziehungen⁹ widmet und der Burkart (2018) vergangenes Jahr teilweise nachkommt, wie in der Beziehung zu einem Partner oder einer Partnerin nicht nur ein neues Moment von Identität konstruiert wird, sondern auch der Rahmen, in dem Menschen ihr Leben sinnvoll erfahren können (Linke 2010, 9), und beruft sich dabei auf die viel rezipierte Analyse aus dem Bereich der Familiensoziologie von Berger & Kellner (1965) zur Wirklichkeitskonstruktion innerhalb von Paarbeziehungen. Burkart bemerkt in Anschluss zu Kapitel 2 passend: „Das moderne Paar ist entstanden mit dem historischen Aufstieg des Individualismus, und deshalb kann die Kommunikation in der Paarbeziehung stark personalisiert und psychologisiert werden. Ohne „Individualisierungsschub“ ist die Intensivierung der Liebesvorstellung kaum denkbar. Mit gesteigerter Individualität wächst die Möglichkeit von „Liebe“ – und umgekehrt.“ (Burkart 2018, 31).

Die (kommunikationswissenschaftliche) Relevanz von Liebe, aber auch ihr Warencharakter, spiegelt sich im Bereich der Digitalisierung in Studien zur Partnerschaftssuche online sowie in unterschiedlichen Untersuchungen zur Beziehungspflege auf Sozialen Netzwerken, ganz besonders Facebook, wieder (vgl. Wright 2011; vgl. Schwarzl 2014; vgl. Rus & Tiemensma 2017). Wie zu Beginn des Kapitels erläutert, lief die romantische Liebe bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts noch den Strategien sozialer Reproduktion zuwider, die üblicherweise durch die Institution der Ehe gesichert wurden (Illouz 2007, 36f). Seit den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts haben sich vielfältige neue Paarbeziehungsformen neben der Ehe herausgebildet (vgl. Burkart 2018, 72ff). Heute hängt das eigene Sicherheits- und Selbstwertgefühl so sehr von dem Erfolg in der Liebe ab, wie noch nie zuvor in der Gesellschaft (vgl. Illouz 2011, 205ff). Liebe ist ein Ergebnis individueller Entscheidungen und Strategien, sie muss sich erarbeitet und verdient werden. Der oder die „Richtige“ ist das angestrebte Ideal, welches dennoch immer im Spannungsverhältnis zu einem Überangebot aus Möglichkeiten der Selbsterfüllung im aufregenden Single-Dasein steht (Burkart 2018, 2). Wie sich Erfahrungshorizonte entlang der Geschlechter unterscheiden bzw. unterschieden haben, wurde von Größen wie Simone de Beauvoir, Friedrich Nietzsche oder Niklas Luhmann bereits beschrieben: „Das Wort ‚Liebe‘ hat für beide Geschlechter keineswegs den gleichen Sinn (...) Byron sagte mit Recht, die Liebe sei im Leben des Mannes nur eine Beschäftigung, für die Frau dagegen sei sie das Leben selbst.“ (Beauvoir 1992: 799). Nietzsche zufolge verstehe die Frau unter Liebe „vollkommene Hingabe mit Seele und Leib, ohne jede Rücksicht, jeden Vorbehalt. Der Mann, wenn er ein Weib liebt, will von ihr eben diese Liebe“ (Beauvoir 1992: 800). Und auch Luhmann bemerkt den feinen Unterschied, wenn er

⁹ Auch wenn die Publikation sehr aufschlussreich über die Mediennutzung von Paaren innerhalb einer Beziehung gewesen ist, greift sie die digitale Mediennutzung nur äußerst oberflächlich auf. Das wird darauf zurück zu führen sein, dass z.B. im Bereich der Mobile Instant Messenger die Entwicklungen noch in den Kinderschuhen steckten. Auf der anderen Seite waren Instant Messenger wie z.B. ICQ bereits weiter verbreitet aber noch in den häuslichen Sphären verankert.

schreibt: „Wenn eine Frau liebt, sagt man, liebt sie immer. Ein Mann hat zwischendurch zu tun“ (Luhmann 1982: 204). Auch wenn sich Geschlechterverhältnisse (r)evolutionär gewandelt haben, lassen gewisse wissenschaftliche Ergebnisse immer noch darauf schließen, dass der Emanzipationsprozess noch nicht abgeschlossen ist (vgl. Rus 2017; vgl. Hooker, Campos & Dressman 2018). Frauen nutzen Textnachrichten nicht nur häufiger zur Beziehungspflege als Männer (Ramirez & Broneck 2009; vgl. auch Grellhesl & Punyanunt-Carter 2012 und Dunaetz et al. 2015) und haben eine größere Wahrscheinlichkeit sucht-ähnliche und problematische Smartphone-Nutzung zu entwickeln (Van Deursen, Bolle, Hegner & Kommers, 2015), sondern weisen auch einen positiven Zusammenhang zwischen der Häufigkeit ausgetauschter Textnachrichten und der empfundenen Beziehungsstabilität auf, während Männer einen negativen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit ausgetauschter Textnachrichten und der Beziehungsstabilität, als auch -zufriedenheit, aufweisen (Schade, Sandberg, Bean, Busby und Coyle, 2013). Frauen legen zudem auch mehr Wert auf affektiv ausgerichtete Kommunikationsfähigkeiten wie z.B. Konfliktmanagement und beruhigende Fähigkeiten, als Männer (Burlison, Kunkel, Samter & Working, 1996) und verarbeiten Stress bei Unterstützung durch den Partner besser (Hooker et al. 2018).

Smartphone-Applikationen, die nicht ausschließlich zur Partnerschaftssuche genutzt werden, sondern vermehrt zur Organisation sexueller Kontakte, spielen einen bedeutenden Part in dem Diskurs über das Verschwimmen von Grenzen zwischen Sex und Gefühlen und einer Verwandlung von Sex und Liebe zu einem Konsumgut (vgl. Burkart 2018, 3). Partnerschaftsformen erfahren eine vorher nicht da gewesene Ambivalenz und innere Spannungen, indem sie - gleichzeitig - Selbstverwirklichung ermöglichen, Individualität bewahren und Gemeinschaft garantieren müssen, wodurch sie mit unerfüllbaren Erwartungen überlastet werden (ebd., 72f). Zudem bedingt die wachsende Konkurrenz auf den sexuellen und erotischen Märkten vermehrt zur Selbstoptimierung: „Analog zu den Warenmärkten werden Werbung und Fassade wichtiger – vielleicht auf Kosten der Aufrichtigkeit und Authentizität?“ (Burkart 2018, 14).

In Zeiten von Social Media verselbstständigt sich die Reproduktion von romantischen Handlungsmustern und die vermehrte Organisation romantischer Erfahrungen und Liebe z.B. anhand der Darstellung von Bildern (vgl. Papp et al. 2012) oder Hashtags, z.B. #love als meist genutzter Instagram-Hashtag laut <https://top-hashtags.com/instagram/> (11.08.2019) oder #relationshipgoals, über 13 Mio. Posts, <https://www.instagram.com/explore/tags/relationshipgoals/> (11.08.2019) - wie in Abb. 2 ersichtlich ist, aber auch um Konsumpraktiken herum. Während ein großer Teil der Forschung sich der Entwicklung von Beziehungen zwischen vorher Unbekannten durch computer-vermittelte Kommunikation befasst hat, wurden verhältnismäßig wenige Untersuchungen dazu angestellt, wie computer-vermittelte Kommunikation bestehende

Beziehungen beeinflusst (vgl. Sanders 2011, 79). Der folgende Teil der Arbeit soll sich diesen Zusammenhängen widmen.

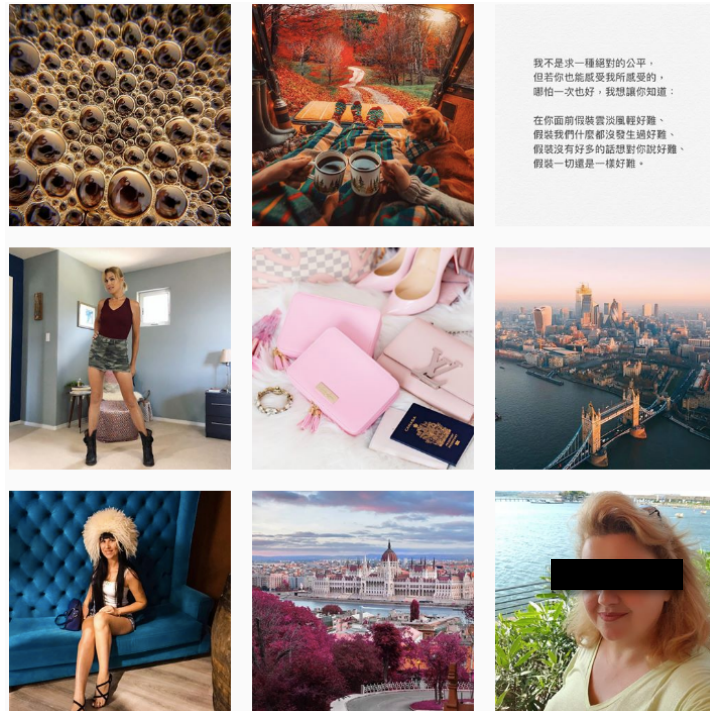


Abb. 2: Beliebtesten Posts auf Instagram unter dem Hashtag #love am 07.09.2019, Screenshot

4. Beziehungszufriedenheit: (K)eine Frage der Kommunikation?

Was sind die Faktoren, die Beziehungszufriedenheit bedingen und welche Rolle kommt Kommunikation dabei zu? Studien ergeben, dass eine Balance zwischen Intimität und Exklusivität auf der einen Seite und Individualität und Autonomie auf der anderen Seite für das Zustandekommen von Ehezufriedenheit wichtig ist (Hohenester 2000, siehe auch Relational Dialectics Theory in Kapitel 2.1.4). Wichtig sei außerdem, was sich am ehesten unter dem Begriff „Beziehungsarbeit“ fassen lässt: Mit anhaltender Dauer einer Beziehung und wachsender Gewohnheit müssen Bewältigungsstrategien, zum Beispiel gegenüber Einflüssen von Außen (vgl. Fox, Osborn und Warber 2014), geschaffen werden. Die genannten Beziehungsdialekte wurden im Zusammenhang mit Facebook untersucht, wobei Soziale Netzwerke als „trigger“ für Beziehungskonflikte diskutiert werden (Reed et al. 2015, 437; weiterführend zum negativen Zusammenhang zwischen Facebook-Nutzung und Beziehungszufriedenheit: Park, Lee und Chung 2016). Kompetenzen, die dazu beitragen, Beziehungs- und Ehezufriedenheit aufrecht zu erhalten, veräußern sich direkt über Kommunikationskompetenzen, wie z.B. die Fähigkeit, Konflikte im Ansatz erkennen und austragen zu können, sowie Transparenz zu schaffen (Burkart 2018, 119). Cheng und Tseng (2016) definieren Konflikte als einen interaktiven Austausch enormer kognitiver und emotionaler Informationen, um eine für beide Seiten akzeptable Lösung für eine vorherige Unstimmigkeit zu finden (ebd., 134) und haben den Einfluss des Kommunikationsmediums auf den Verlauf von dieser untersucht. Dazu haben sie zwischen funktionalen und disfunktionalen Konflikten unterschieden. Während funktionale Konflikte auf ein gemeinsames Ziel hin orientiert, die Einstellung der Individuen eher positiv und konstruktiv sind, zeichnet den disfunktionalen Konflikt eine negative Einstellung, Reserviertheit so wie persönliche Attacken, aus (ebd., 135). Konflikte werden ausgelöst durch das Vernachlässigen der Emotionen des Gegenübers und der Kommunikationsprozess hin zur Konfliktlösung wird verunmöglicht oder sogar verschlimmert durch negative Emotionen, wie Angst und empfundene Unsicherheit (Maiese 2005). Es herrscht der fehlgeleitete Glaube vor, dass das ausschließliche Verlassen auf Logik Emotionen maskieren und gegen Verwundbarkeit verteidigen könnte (Fisher & Sharp 2004): Wesentliche Themen gelten oft als einfacher zu diskutieren als Gefühle der Demütigung, des verletzten Stolzes und der Angst, die als Hindernisse für rationales Denken und als Zeichen von Schwäche angesehen werden (Shapiro 2002). Aufgrund dieser Multi-Dimensionalität kognitiver und emotionaler Perspektiven in Konfliktsituationen sollte in die Wahl des Kommunikationsmediums die Möglichkeit zur Übermittlung von Informationen und Emotionen mit bedacht werden (Cheng und Tseng 2016, 135). Sie messen die Wirksamkeit von Konfliktverhandlungen an einer Taiwanesischen Universität (N=264) anhand des *Spielberger State-Trait Anger Expression Inventory* in Abhängigkeit zur Kommunikation in Person oder via Instant Messenger und kommen zu dem Ergebnis, dass Face-

to-Face-Kommunikation bei funktionalen Konflikten und die text-basierte, computer-vermittelte Kommunikation bei disfunktionalen Konflikten günstiger ist, versäumen aber leider eine Erklärung für diesen Zusammenhang, die aber durch die Studie von Perry und Werner-Wilson (2011) gegeben sein könnte. Interview-Teilnehmer_innen (N=94) gaben an, dass die text-basierte Kommunikation ihnen die Möglichkeit gibt, über das Problem nachzudenken und etwas Distanz aufzubauen, was ihnen dabei hilft, sich auf den inhaltlichen Aspekt der Nachricht zu konzentrieren und dadurch ähnlich zufriedenstellend sein kann wie die Lösung eines Konfliktes in Person (Perry und Werner-Wilson 2011). Ein hohes Aufkommen an Konflikten muss auch nicht zwangsläufig zu einer Trennung führen. Die Reduktion von Beziehungsqualität und -stabilität kann durch „gute Kommunikation“ aufgefangen werden (Arránz-Becker et al. 2005).

Eine positive und effektive Kommunikation zwischen Partner_innen verringert Beziehungsunsicherheit, erhöht Zuversicht in die Beziehung, sowie Nähe und Bindung (Knobloch and Solomon 2002). „Bindung“ bedeutet aus soziologischer Perspektive die Übernahme von Verantwortung, die Bereitschaft zur Solidarität und Unterstützung, allerdings ist die Angst vor Abhängigkeit und zu viel Nähe zu einem immer größeren Faktor beim Thema Bindung geworden und stellt eine der größeren Herausforderungen für Beziehungen der heutigen Zeit dar (Burkart 2018, 206). Was aber Bindung bedeutet, wie sich das Verständnis von Intimität und Exklusivität, Individualität und Autonomie, entwickelt und welche Bedeutung dies für Beziehungen hat, findet im nächsten Kapitel eine genauere Erläuterung.

4.1 Beziehungszufriedenheit in Abhängigkeit vom Bindungsstil

Wie Menschen lieben, wurde durch John Lee (1973) in sechs Kategorien gegliedert, die sich wiederum aufteilen in drei primäre und drei sekundäre „love styles“:

- *Eros* kann als leidenschaftliche bzw. romantische Liebe verstanden werden, welche die unmittelbare Anziehung durch die geliebte Person beschreibt, die mit einer physiologischen Erregung, sexuellem Interesse und dem Wunsch nach Exklusivität verbunden ist.
- *Ludus* steht in einem gewissen Gegensatz zu Eros und kann als spielerische Liebe verstanden werden, bei der ein höchst mögliches Maß an Vergnügen durch Sex angestrebt wird, das durch einen Partner oder eine Partnerin aber in Gefahr gebracht werden würde.
- *Storge*, bedeutet die freundschaftliche Liebe, in der Sexualität keine oder nur eine geringe Rolle spielt.

Die sekundären Liebesstile ergeben sich in Kombination der primären miteinander:

- *Mania* (Eros + Ludus) wird als besitzergreifende Liebe verstanden, gekennzeichnet durch die Betonung der Exklusivität der Beziehung und Eifersucht, mit dauernder Fokussierung auf den Partner bzw. die Partnerin.
- *Pragma* (Storge + Ludus) bezeichnet pragmatische Liebe, sie ist rational berechnet und dient der Erreichung gemeinsamer Ziele, und
- *Agape* (Eros + Storge) als altruistische, bedingungslose Liebe.

Amelang (1995, 201f) untersuchte die Zufriedenheit von 76 Paaren in Ehen bzw. Partnerschaften in Korrelationen mit den verschiedenen Liebesstilen von Lee. Diese Liebesstile spiegeln auf der einen Seite die vorher geschilderte Idealvorstellung von Liebe durch „Eros“ wieder, als dem romantischen Ideal der heutigen Zeit am nächsten kommend, während „Ludus“ repräsentativ für eine hedonistische Werteorientierung bezüglich Sex und Beziehung steht. Von den verschiedenen Eigenschaften der Liebesstile korreliert „Eros“ hoch mit Glück in der Partnerschaft, während „Ludus“ eine negative Korrelation mit der Zufriedenheit aufweist (Amelang 1995). Dies wurde im weiteren Verlauf nochmal von Fricker & Moore (2002) bestätigt, mit der Ergänzung, dass auch „Mania“ negativ mit Beziehungszufriedenheit korreliert. Auch Luo (2014) kommt zu dem Ergebnis, dass „relationship satisfaction was significantly associated with sex and relationship status, suggesting that the female participants reported greater satisfaction and more committed relationships tended to be happier.“ (ebd., 149). Amelang (1995) bringt darüber hinaus das Selbstwertgefühl mit dem Grad des Self-Monitoring in Zusammenhang. Self-Monitoring bezeichnet die Tendenz, die eigene Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit und gegenüber anderen zu planen und sich so zu verhalten, wie es unter den gegebenen situativen Momenten angemessen zu sein scheint (Snyder 1987). Die Verhaltensweisen stimmen nicht unbedingt mit den Einstellungen der Person überein, sondern dienen der gezielten Darstellung eines gewünschten Selbstbildes. Amelang (1995) kommt zu dem Schluss, dass Nichtverliebte im Vergleich zu Verliebten relativ hohe Werte für Self-Monitoring erzielen. Sicherheit in einer Liebesbeziehung fördert demnach Ehrlichkeit in der Selbstdarstellung und Anerkennung gegenüber dem Selbstbild, als dass es auch den Selbstwert steigert. Marzec & Łukasik (2017) kommen in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, dass diejenigen, die in einem stabileren Umfeld mit wenig Stress aufgewachsen sind, Liebesstile wie Eros, Storge und Agape, sowie Langzeitbeziehungen präferieren, während die Teilnehmer_innen, die ein hohes Level an Stress in der Kindheit erfahren haben, die spielerische Liebe, also Ludus, sowie kurzweilige Beziehungen bevorzugen.

Menschliche Bindung entscheidet sich nicht in jeder Beziehung neu, und wie in dem vorigen Abschnitt kurz angeschnitten, wirken sich Erfahrungen aus der Kindheit auf das Bindungsverhalten im Erwachsenenalter aus. Das individuelle Verständnis von Beziehung, der Umgang miteinander, sowie die Kommunikation in dieser, steht in starker Abhängigkeit vom sogenannten Bindungsstil.

Das theoretische Fundament dazu gab Sigmund Freud (vgl. Ainsworth, Blehar, Waters & Wall 1978) mit der Annahme, dass die Eltern-Kind-Beziehung den Prototyp für die späteren Liebesbeziehungen darstellt. Der Begründer der Bindungstheorie ist aber der britische Mediziner John Bowlby, der die Wichtigkeit mütterlicher Zuwendung für eine gesunde Entwicklung der Persönlichkeit in seiner Arbeit zusammen mit der Weltgesundheitsorganisation erstmalig hervorgehoben hat (1952). In seiner zweiten Publikation (1959) untersucht Bowlby, wie sich die Trennung von einem Elternteil und demnach ein Mangel an elterlicher Zuwendung auf das Verhalten von Kindern auswirkt und bereitet damit den Weg für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Bindungsverhalten von Menschen. „Ideally, a child would experience a history of supportive and responsive attachment figures, so that the child is likely to develop effective regulatory strategies, including an ability to cope with stressful events and knowledge that he or she can rely on others when needed“ (Morey et al. 2013, 1771). Eine sichere Beziehung zu den Eltern führe demnach zu einer positiv wahrgenommenen Vorstellung von persönlicher Beziehung, in der sich das Individuum geborgen und gleichzeitig frei fühlen kann bzw. sich abhängig machen kann von einer Person, ohne sich abhängig zu fühlen (Burkart 2018, 207; vgl. Bowlby 1973). Diese positiven Erfahrungen machen nur etwa die Hälfte der Kinder und sind dadurch in der Lage, einen sicheren Bindungsstil zu entwickeln (vgl. Sydow 2012; vgl. Berger 2014). Menschen mit einem sicheren Bindungsstil führen in der Regel längere und stabilere Beziehungen (Hazan & Shaver 1987), haben öfter positive und weniger negative Emotionen, sind zufriedener, unabhängiger und fühlen sich ihren Partner_innen gegenüber mehr verpflichtet (vom engl. Begriff „committed“ abgeleitet; Anm.) (Morey et al. 2013, 1771). Wenn Bezugspersonen entweder nicht verfügbar oder in ihrem Verhalten inkonsistent waren, kann sich beim Kind als Konsequenz ein negatives Selbst- bzw. Fremdbild und ein unsicheres Bindungsverständnis entwickeln, welches das Bindungsverhalten gegenüber den Eltern im Kindesalter als auch das Bindungsverhalten im Erwachsenenalter beeinflusst.

Während Bowlby auf individuelle Verhaltensunterschiede als Konsequenz zur Trennungserfahrung aufmerksam gemacht hat, gelang es erst seiner Kollegin Mary Ainsworth durch die Untersuchung von Eltern-Kind-Trennung diese formalen Unterschiede zu artikulieren (Fraley 2018) und die Bindungstheorie erstmalig empirisch zu bestätigen (Legning & Lüpschen 2019). Durch die entwickelte Technik, die *strange situation* genannt wurde und in der 12-Monate alte Kleinkinder von ihren Eltern für kurze Zeit räumlich getrennt und wieder zusammen gebracht wurden, konnten drei Verhaltensmuster auf Seiten der Kleinkinder erkannt werden, die unter „Sichere Bindung“, „Unsicher-ambivalente Bindung“ und „Unsicher-vermeidende Bindung“ kategorisiert wurden (Legning & Lüpschen 2019, 18; Ainsworth et al. 1978). *Sichere* Kleinkinder zeigen Anzeichen von Trauer und Wut, während sie von den Eltern getrennt sind. Bei Wiederzusammenführung aber suchen sie die Eltern aktiv wieder auf und lassen sich von ihnen trösten. *Unsicher-ambivalente* Kinder hingegen zeigen bei der Trennung extreme Verzweiflung und sind bei der

Wiedervereinigung nur schwer zu beruhigen, wobei sie häufig widersprüchliche Verhaltensweisen aufzeigen, die darauf deuten, dass sie Trost suchen, die Eltern für das Verlassen-Werden aber auch bestrafen möchten. *Unsicher-vermeidende* Kinder zeigen bei Trennung nur wenig Betroffenheit, vermeiden bei der Wiedervereinigung aktiv den Kontakt zu ihren Eltern und lenken ihre Aufmerksamkeit auf Spielzeug im Labor¹⁰. Im Durchschnitt liegt die Verteilung bei 60% zu 20% und 20% (Fraley 2018). Damit hat Ainsworth das erste Klassifikationsschema individueller Unterschiede in den Bindungsmustern von Säuglingen geliefert und eine Korrelation zwischen diesen und den Eltern-Kind-Interaktionen im ersten Lebensjahr bewiesen (ebd.; Ainsworth et al. 1978). Der Zusammenhang zwischen frühkindlichen Eltern-Kind-Interaktionen, Bindungsverhalten und Entwicklung der rechten Gehirnhälfte findet in der klinischen Psychologie weiterhin Bestätigung (vgl. Schore 2001; vgl. Schore 2017). Frühkindlich gemachte Trennungserfahrungen werden dahingehend interpretiert, dass Gutes jederzeit verschwinden kann (Bowlby 1959) und sie sich nicht auf ihre Bezugsperson verlassen können (Reed, Tolman & Safyer 2015, 432). Die von Mary Ainsworth identifizierten Verhaltenstypen bzw. -stile wurden von Cindy Hazan & Phil Shaver (1987) in ihren Studien aufgegriffen und auf erwachsene, romantische Beziehungen angewendet. Sie kommen zu der Erkenntnis, dass Menschen mit einer unsicheren Bindung die gemachten Erfahrungen in ihren späteren Beziehungen reproduzieren und dazu neigen, das Verhalten des Partners oder der Partnerin schneller als zurückweisend und feindselig zu interpretieren (Reed et al. 2015). Sie sind stark mit der Angst beschäftigt, von dem oder der Partner_in verlassen zu werden oder, dass diese_r nicht auf ihre emotionalen Bedürfnisse eingehen kann, was zu einer Hyperaktivierung des Bindungssystems (Luo 2014, 147) und zur Ausbildung einer Ausweichstrategie in zweierlei Weise führt, die sich entweder einem *ängstlichen* oder *vermeidenden Bindungsstil* äußert.

Personen, die einen *ängstlichen Bindungsstil* aufweisen, verlieben sich leichter, haben aber Angst, dass ihr_e Partner_in nicht das Gleiche empfindet (Hazan & Shaver 1987). Sie neigen schneller zu Verzweiflung, haben ein starkes Bedürfnis nach Nähe, so wie Intimität, und streben nach einer verlässlichen Beziehung (Mikulincer & Shaver 2003), sind jedoch zeitgleich immerzu um die Verlässlichkeit ihres Gegenübers besorgt. Im Vergleich zu Menschen mit einem sicheren Bindungsstil weisen sie oft weniger Beziehungszufriedenheit auf, haben Probleme, ihr gewünschtes Maß an Intimität zu erfüllen und neigen z.B. mehr zu Konflikten, wahrscheinlich aufgrund ihrer starken, emotionalen Reaktionen und der Abhängigkeit ihres Wohlbefindens von der Beziehung (Morey et al. 2013, 1772). Student_innen mit einem ängstlichen Bindungsstil neigen zu Konflikteskalation, weil sie Beziehungskonflikte als wesentlich schlimmer empfinden, als ihre Partner_innen (Campbell, Simpson, Boldry & Kashy 2005). Das Bedürfnis nach Schutz wird häufig nicht befriedigt, was zu einer chronischen Aktivierung des Bindungssystems führt, wodurch die

¹⁰ Je nach Grad der Trennung zu den Eltern kann es passiert, dass Kinder ein so hohes Maß an Hilflosigkeit erfahren, dass sie sich „abtrennen“ (im Engl. „becoming detached“) und aus Selbstschutz eine eigene Welt entwerfen (Bowlby 1959). Mehr dazu weiter unten, in Bezug zum vermeidenden Bindungsstil.

Verfügbarkeit der Bezugsperson anhaltend geprüft und unklare Situationen an sich als bedrohlich interpretiert werden (Lengning & Lüpsch 2019, 65). Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil haben neigen zu einem negativen Selbstbild und einem positivem Bild von anderen (ebd.).

Je nach Grad der (Ab-)Trennung zu den Eltern, z.B. durch aktive Ablehnung oder Zurückweisung bei der Suche nach Aufmerksamkeit, Zuneigung oder Hilfe im Kindesalter, kann sich ein *vermeidender Bindungsstil* entwickeln. Kinder können dabei ein so hohes Maß an Hilflosigkeit erfahren, dass sie sich „abtrennen“ (im Engl. „becoming detached“) und aus Selbstschutz eine eigene Welt entwerfen (Bowlby 1959). Sie lernen im Zuge dessen, Anzeichen von Kummer oder Leid zu unterdrücken, weil sie gelernt haben, dass ihre Bezugspersonen in Reaktion darauf dazu neigen, ihre Aufmerksamkeit und Zuneigung wieder zu entziehen (Ainsworth et al. 1978). „Sie sehnen sich nach Nähe, können sie aber nicht zulassen, da sie gleichzeitig Angst davor haben. Sie neigen deshalb zu einer Überbetonung ihrer Eigenständigkeit, die jedoch oft mit der Projektion einhergeht, verlassen zu werden. Sie zweifeln oft an der Qualität der Beziehung und neigen zu starker Eifersucht.“ (Burkart 2018, 207). Die eigenen Bindungsbedürfnisse werden in diesem Zusammenhang unterdrückt und auch verleugnet (Lengning & Lüpschen 2019, 54). Sie fühlen sich häufig unwohl durch emotionale Intimität oder bei dem Gedanken, sich auf andere zu verlassen, weil sie gelernt haben, dass das Gegenüber nicht vertrauenswürdig und unterstützend ist. Menschen mit einem vermeidenden Bindungsstil tendieren dazu, Intimität in Beziehungen einzuschränken (Feeney & Noller 1991)¹¹, weisen weniger Zufriedenheit in ihren Beziehungen auf (Stackert & Bursik 2003) und unterstützen ihre Partner_innen weniger (Collins & Feeney, 2000). Durch ihr starkes Bedürfnis nach Unabhängigkeit erscheinen sie häufig kalt und distanziert (Luo 2014, 147). Auch neuere Erhebungen sind zu dem Ergebnis gekommen, dass Student_innen mit einer vermeidenden Bindungsorientierung versuchen, die Angst vor Intimität in Beziehungen zu lindern, indem sie sich auf Verhaltensweisen einlassen, die Distanz schaffen und Nähe vermeiden (Gentzler & Kerns 2004) und bedrohlichen als auch bindungsrelevanten Reizen aus dem Weg gehen (Mikulincer & Shaver 2003). Die vermeidenden Verhaltensweisen repräsentieren aber nicht das innere Befinden der Personen: Fraley und Shaver (1997) stellten in einem Experiment fest, in dem die Teilnehmer_innen angewiesen wurden, über den potentiellen Verlust des Partners bzw. der Partnerin zu sprechen, dass Personen mit einem hohen Grad an Bindungsvermeidung aber einem niedrigen Grad an Bindungsängstlichkeit ebenso physiologisch betrübt sind wie andere Individuen (durch Hautleitfähigkeitsmessungen bewertet). Wenn sie dann angewiesen wurden, ihre Gedanken und Gefühle zu unterdrücken, waren sie dazu tatsächlich in der Lage. Das heißt, sie könnten ihre physiologische Erregung bis zu einem gewissen Grad deaktivieren und die Aufmerksamkeit, die sie den bindungsbezogenen Gedanken widmen, minimieren. Menschen mit

¹¹ O'Sullivan (2000) beschäftigte sich mit „face threats“ und wie diese durch Kommunikationsmodi navigiert werden können. Der Titel der Studie ist besonders interessant in Verbindung zum vermeidenden Bindungsstil, weil er die Unterbindung von Nähe und Kommunikation sehr gut auf den Punkt bringt: „What you don't know won't hurt me.“

einer ängstlichen Bindung sind nicht so erfolgreich darin, ihre Gefühle zu unterdrücken (Fraley 2019). Paare ähneln sich in der Regel in ihren Bindungsstilen, wobei Männer eher zu Vermeidungsverhalten neigen (Scharfe 2017). Auch die Zufriedenheit innerhalb der Beziehung geht mit dem Stil der Bindung einher, da Partner_innen mit einem ähnlichen Bindungsstil zufriedener mit ihrer Beziehung sind, weshalb diese auch wiederum von längerer Dauer sind (Sydow 2012). Willi (1991) hat aber ebenso festgestellt, dass auch Beziehungen stabil sein können, die sich aus Männern mit einem vermeidendem Verhalten und Frauen mit einem ängstlich-ambivalenten Verhalten zusammen setzen.

Die klinische Psychologie geht davon aus, dass emotionales Wohlbefinden seinen Ursprung in sozialen Beziehungen hat (Schore 2017). Die Kommunikation von Bindung findet ursprünglich nicht durch Sprache statt, sondern durch Körpersprache und Ton und verankert sich im impliziten Gedächtnis in der rechten Gehirnhälfte - wodurch sich Strategien der Affekt-Regulierung entwickeln, die im weiteren Lebensverlauf unbewusst ablaufen. Die rechte Gehirnhälfte ist unter anderem für Funktionen zuständig, wie die Kommunikation und Verarbeitung von Gesichtsausdrücken und Gestik, die Regulation von Erregung, der Speicherung impliziter Erinnerung, der Verarbeitung von Neuem, aber auch von Gefahr und unerwarteten Stimuli, die Regulation von Stress und Cortisol-Ausschüttung, der Aufnahme und dem Ausdruck von Kommunikation negativer Affekte, sowie Schmerz und der Kontrolle weiterer vitaler Funktionen, die das Überleben sichern und die aktive, als auch passive Bewältigung von Stress gewährleisten (ebd.). Bei einem Bindungstrauma können die o.g. Funktionen beeinträchtigt werden, was sich auf die Bindungsfähigkeit, als auch Empathiefähigkeit auswirkt. „Attachment trauma imprints a permanent physiological reactivity of the right brain and a susceptibility to later disorders of affect regulation expressed in a deficit in the capacity to cope with the kinds of stress that come from human relations.“ (Schore 2001, 52). Wie auf die eigenen Emotionen reagiert wird, wie diese mit anderen Personen geteilt, wie sie kommuniziert werden und inwieweit sie reguliert werden (können), ist maßgeblich von der erfahrenen Bindungsqualität abhängig (Lengning & Lüpsch 2019, 58). Ob der Bindungsstil das Leben lang stabil bleibt, wird diskutiert (Fraley 2002; Fraley et al. 2011), doch „Bindungsmuster neigen zur Stabilität. Dennoch sind Veränderungen sowohl von einer sicheren zu einer unsicheren Bindung als auch umgekehrt möglich. Diese Änderungen müssen jedoch nicht zwingend stabil sein.“ (Legning & Lüpschen 2019, 32).

Kuster et al. 2015 haben untersucht, inwiefern sich der Bindungsstil auf Kommunikationsverläufe auswirkt. Personen mit einem vermeidenden Bindungsstil bewerten negative soziale Erfahrungen negativer und verfolgen deswegen Verhaltensmuster, um solche Situationen zu vermeiden. Dieses vermeidende Verhalten ist aber nicht konstruktiv und führt eher zu einer Eskalation der sowieso schon negativen Kommunikation innerhalb von Paarbeziehungen (ebd., 263). Um dies zu untersuchen, werteten Kuster et al. fast 30.000 Videosequenzen von 365 heterosexuellen Paaren

aus, die sich in einer Konfliktsituation befanden. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass die Wahrscheinlichkeit von negativer Kommunikation innerhalb der ersten acht Minuten des Konfliktes bei Partner_innen mit einem geringeren Vermeidungsstil abnimmt, während Partner_innen mit einem vermeidenden Bindungsstil negative Kommunikation auf einem hohen Level beibehalten. Die Wahrscheinlichkeit negativer Kommunikation und einer Konflikteskalation stieg umso mehr, wenn ihre Partner_innen auch negatives Kommunikationsverhalten an den Tag legten. Die Vermeidungsorientierung beeinflusst kognitive Prozesse, wie das Gedächtnis oder die Interpretation von mehrdeutigen und affektive Hinweisen, weil der Fokus aufgrund frühkindlicher Erfahrungen bereits auf einen negativen Ausgang geprägt ist, welches wiederum dazu führt, dass Situationen nicht nur als Bedrohung wahrgenommen, aber deswegen auch aufrecht erhalten werden, was dann zu Angst und Selbstschutz-Prozessen führt (Elliot & Sheldon 1998). Es entsteht eine Art Wahrnehmungssensitivität gegenüber negativen Stimuli und erhöht die Aufnahme von negativen Informationen (Derryberry & Reed 1994). Aufgrund der empfundenen Bedrohung können sich Menschen mit einem vermeidenden Bindungsstil nur schwer von aversiven Reizen lösen (Fox, Russo & Dutton 2002). „Avoidance regulation is designed to facilitate surviving rather than thriving.“ (Elliot, Crash & Murayama 2011, 666). Es findet eine Wahrnehmung von Ablehnung statt, die eine kognitiv-affektive Überreaktion auslöst in Form von Schmerz und Wut, was zu einer Überreaktion im (kommunikativen) Verhalten führt: „Thus, opportunities to thrive are missed, and reciprocity mechanisms and concerns regarding rejection lead to negative reactions in order to reduce tension.“ (Kuster et al. 2015, 264). Ängstlich orientierte Personen auf der anderen Seite nutzen soziale Interaktionen eher als Mittel, um Belohnung zu erfahren (ebd., 263). Es konnte kein Zusammenhang zwischen der geschilderten Verhaltensorientierung und Beziehungszufriedenheit festgestellt werden. Allerdings bedingt Beziehungsunzufriedenheit negative Kommunikation im Allgemeinen: „Spouses with high relationship satisfaction started off with a low likelihood of negative communication (6.1%) and reduced negative communication over the 6.5 min of data sampling (3.4%). Spouses with low relationship satisfaction started off with a relatively higher probability of negativity (9.0%) and remained at this high level throughout the conflict interaction task (9.3%).“ (ebd., 269).

Bindungstheorien können dabei helfen, die Unterschiede zwischen Partner_innen bezüglich der Nutzung von Kommunikationstechnologien besser zu verstehen (Morey et al. 2013, 1772). Es gibt heutzutage so viel mehr Möglichkeiten, miteinander in Kontakt zu sein, und dadurch ebenso viel mehr Möglichkeiten, die Beziehung positiv und negativ zu beeinflussen. Auf die neuen Möglichkeiten soll in den folgenden Kapiteln genauer eingegangen werden.

4.2 Kommunikationswandel

„When David Riesman remarked on the American turn from an inner- to an other-directed sense of self by 1950 (Riesman 1950), he could not foresee how technology could raise other-directedness to a new level. It does this by making it possible for each of us to develop new patterns of reliance on others and transference relationships to a suite of devices that makes the others available to us at literally a moments notice.“

-Turkle 2008, 128

Der Transformationsprozess, welcher in diesem Abschnitt geschildert werden soll, ist nicht unbedingt als chronologische Abfolge historischer bzw. technologischer Umwälzungen fassbar, sondern behandelt vielmehr einen gesellschaftlichen und kulturellen Prozess, bei dem verschiedene Phänomene ineinander greifen, parallel nebeneinander verlaufen, sich neu bilden oder Verschwundenes wieder hervortritt. War die Kommunikation über Massenmedien noch vor verhältnismäßig kurzer Zeit von Einseitigkeit gekennzeichnet, die zum größten Teil eine Wechselseitigkeit ausgeschlossen und sich auf Feedbackmöglichkeiten in Form von Leserbriefen und telefonischen Rückkopplungen beschränkt hat, ermöglichte die Verbreitung des Computers, diese starren Muster partizipativ und emanzipatorisch aufzubrechen und die Trennung von Kommunikator_innen und Rezipient_innen aufzulösen (Höflich 2009, 129). In Anlehnung an die Brechtsche Radiotheorie handelt es sich bei dem Computer um einen „Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens“ (Brecht 1975, 129), der, wie auch Enzensberger bereits einforderte, einen emanzipatorischen Mediengebrauch ermöglichte (vgl. Enzensberger 1970). Mit einer Verbindung zum Internet haben sich die „Grenzen gefestigter Medienstrukturen und -formate“ (Höflich 2009, 130) aufgelöst. Computer-vermittelte Kommunikation hat in diesem Sinne (abhängig von den jeweiligen Gebrauchsweisen) sowohl Qualitäten der interpersonalen Kommunikation, als auch der Massenkommunikation. Höflich spricht interessanterweise 1992 in einem seiner Texte von einer Ausbildung eigener elektronisch konstituierter „sozialen Welten“ (ebd., 314), wobei die Rede von einer Digitalisierung der sozialen Praktiken sein sollte. Dieser Prozess wurde weiter voran getrieben durch die Verbreitung mobiler Geräte wie zu erst das Mobiltelefon (1983), im weiteren Verlauf das Blackberry (Gründung 1984) und das Smartphone (Ab 1994 durch BellSouth und IBM „Simon“ und ab 2007 durch Apple „iPhone“; Mobiltelefone mit ähnlichen Funktionen wie ein Computer, u.a. mit einem leistungsfähigen Betriebssystem zur Nutzung von Applikationen sowie des Internets (oxforddictionaries.com 2019). Durch den alltäglichen Gebrauch neuer Kommunikationstechnologien, möglich gemacht durch die Ausbreitung einer neuen technischen Infrastruktur, ergab sich der bislang umfassendste Wandel der mediatisierten, interpersonalen Kommunikation (Höflich 2016, 9). Es wird von einer „Konvergenz der Modi“ gesprochen, die durch das Internet ermöglicht wurde:

„Eine schriftliche oder, wenn man so will, ‚briefliche‘ Kommunikation findet immer neue Wege. Kaum waren die via Mobiltelefon verschickten SMS-Nachrichten der große Hype, so werden

sie schon wieder durch mediale Alternativen ergänzt, wenn nicht sogar ersetzt. (...) Online und Offline sind keine distinkten Bereiche, sie bedingen sich gegenseitig. Das eine kann nicht ohne das andere verstanden werden.“ (ebd.).

Höflich (2016) spricht von neuen Medienrahmen, die miteinander verwoben sind und den Rahmen interpersonaler Kommunikation verlängern. Der wechselhafte Charakter mache eine neue Medienrealität aus, in der Online-Kommunikation zu Face-to-Face-Kommunikation würde und umgekehrt, eine Distinktion verwische zusehends. Sherry Turkle, eine der bekanntesten Stimmen im kritischen Diskurs des Medienwandels, schildert in einem ihrer bekanntesten Texte „Always On/ Always-On-You: The Thethered Self“ (2008), wie scheinbar jede freie kognitive Kapazität für die Erledigung von Aufgaben an den mobilen Kommunikationsgeräten genutzt wird und Nutzer_innen die Fähigkeit verlieren, sich auf einzelne Dinge und Momente einzulassen:

„In all of this, we make our attention the rarest resource, creating increasingly stiff competition for its deployment, but we undervalue it as well. We deny the importance of giving it to one thing and one thing only. Continuous partial attention affects the quality of thought we give to each of our tasks, now done with less mind share. (...) When media does not stand waiting in the background but is always there, waiting to be wanted, the self can lose a sense of conscious choosing to communicate.“ (Turkle 2008, 129).

Sie zeichnet damit eine neue Realität der Mediennutzer_innen ab: „One BlackBerry user says: „I glance at my watch to sense the time; I glance at my BlackBerry to get a sense of my life.“ (Turkle 2008, 129). Dabei spricht sie nicht nur von einer neuen Medienrealität, sondern einem neuen Selbstempfinden: „The term addiction has been used to describe this state, but this way of thinking is limited in its usefulness. More useful is thinking about a new state of self, one that is extended in a communication artifact.“ (ebd., 130). Das Beantworten von E-Mails zu jeder Tageszeit jedoch erhöht Stress und vermindert Zufriedenheit (weiterführend zu „Technostress“: Riedl 2012), wohingegen das Beantworten zu regelmäßigen, festgelegten Zeiten Stress reduziert und Wohlbefinden steigert (Kushlev & Dunn 2015). Die New York Times berichtet 2009 auf der anderen Seite über die wachsende Nutzung von Textnachrichten als Kommunikationsmittel: „Spurred by the unlimited texting plans (...) American teenagers sent and received an average of 2,272 text messages per month in the fourth quarter of 2008, according to the Nielsen Company — almost 80 messages a day, more than double the average of a year earlier.“ (2009). Heute werden pro Tag mehr als 65 Milliarden Nachrichten versendet, allein über WhatsApp¹² (Rioja 2018).

(Mobile) Instant Messenger kommen einen ganz besonderen Stellenwert zu, weil sie erstmalig eine direkte, synchrone Kommunikation ohne Zeichenbeschränkung möglich machen. Seit der

¹² WhatsApp hat über 1,6 Milliarden Nutzer_innen (We Are Social 2019), was eine grobe, durchschnittlichen Anzahl von ca. 44 Textnachrichten pro Tag pro Nutzer_in bedeutet. WhatsApp berichtet im zweiten Quartal 2018 aber von 450 Millionen täglichen Nutzer_innen (99firms.com), was also eine durchschnittliche Nachrichtenanzahl pro Nutzer_in zwischen 44 und 145 Nachrichten am Tag bedeuten würde.

Erfindung von Smartphones und dem mobilen Zugang zum Internet ist diese Form der Kommunikation jeder Zeit und überall möglich, wenn vorerst auch nur als „Desktop-Version“. Im Jahr 2009 wird WhatsApp gegründet, kurze Zeit später 2011 veröffentlichte Facebook den Messenger. Nachrichten können jetzt direkt über die Applikation gesendet werden und erscheinen mittels Push-Nachrichten unmittelbar auf den Smartphone-Bildschirmen der Nutzer_innen. Das Versprechen von ständiger Verbundenheit prägt auch Fachbegriffe: „FOMO - Fear of missing out“ bedeutet die Angst, etwas zu verpassen - ausgelöst durch Informationen über die Aktivitäten der eigenen sozialen Kreise innerhalb Social Media. So steht eine erhöhte Social Media-Nutzung in Zusammenhang mit weniger Zufriedenheit, was die eigenen Bedürfnisse betrifft, schlechter Laune und allgemeiner geringerer Lebenszufriedenheit (Przybylski et al. 2013). In Bezug zur zwischenmenschlichen Kommunikation haben Experimente ergeben, dass die Qualität an Gesprächen und die Verbundenheit, die die teilnehmenden Kommunikationspartner_innen zueinander empfinden, bereits dadurch sinkt, wenn ein stumm-geschaltetes Mobiltelefon am Tisch liegt (Turkle 2015). Die andauernde Nutzung von Smartphones hat noch tiefergehende Auswirkungen auf unsere Soziabilität: „There is in fact a 40 percent decline in all the ways we know how to measure empathy among college students during the past twenty years.“ (Turkle 2015). Den direkten Zusammenhang mit mobiler Kommunikationstechnologie veranschaulicht die Autorin mit einem optimistischen Ausblick: „But we are resilient. In only five days in a sleepaway camp without their phones, empathy levels come back up. How does this happen? The campers talk to each other.“ (ebd.)¹³. Das folgende Kapitel setzt sich genauer mit der Entwicklung mobiler Kommunikation durch das Internet, sowie im weiteren Verlauf mit Begriffen der Mediatisierung und der medialen Domestizierung des Alltags, und in diesem Zusammenhang mit dem aktuellen Forschungsstand, auseinander.

¹³ Mobile Instant Messenger sind aber nicht nur ein Kanal der interpersonellen Kommunikation mit einfachen Chats zwischen zwei oder mehreren Personen. Mit Facebook-Advertising (Facebook 2019) z.B. können Inhalte auch gezielt über den Messenger verbreitet und beworben werden. Messenger Bots personalisieren die kommerzielle Kommunikation weiter. Auch WhatsApp wird als Marketing-Tool genutzt: Für Medien, Sport und Veranstaltungen, sowie Tourismus Gastronomie und Deals und Shopping (atms 2019a & 2019b). Eine weitere Grenzverwischung zwischen Alltag und Werbung bzw. Konsum findet durch „Influencer“ als Markenbotschafter_innen statt. Das sind Privatpersonen, die durch eine relativ hohe Reichweite ihres Social Media-Profil's eine hohe, soziale Relevanz für ein bestimmtes Publikum erzielen und von Marken genutzt werden, um Produkte zu bewerben. Die Grenzen zwischen Privatpersonen und Personen öffentlichen Interesses, sowie Werbeträger_innen - wahrscheinlich bei der Eigen- und Fremdwahrnehmung - lösen sich so zunehmend auf.

5. Internet und mobile Kommunikation

„By 2021, the total number of smartphone users globally will grow to 3.8 billion—just under half (48%) of the global population.“

-Newzoo 2018

Dass die Digitalisierung und die Adaption digitaler Praktiken kein abgeschlossenes Event, sondern ein fortschreitender Prozess ist, spiegelt sich in den jährlichen erhobenen Global Digital Reports wieder (We Are Social, 2019). Das Internet stellt den Grundpfeiler für die aktuellen medialen Entwicklungen dar (Höflich 2016, 115). Weltweit gibt es mittlerweile über vier Milliarden Internetnutzer_innen mit einer Wachstumsrate von 9,1% im Vergleich zum letzten Jahr, wobei fast die Hälfte, 48%, der Online-Zeit auf mobilen Telefonen verbracht wird. Die Wachstumsrate von mobilen Social Media-Nutzer_innen stellt die höchste dar mit 10%. In Deutschland verbringen Nutzer_innen durchschnittlich 4:37 Stunden und in Österreich durchschnittlich 5:01 Stunden im Internet, 1:30 Stunden und 1:48 Stunden davon mobil, liegen damit aber noch unter dem weltweiten Durchschnitt von insgesamt 6:42 und mobilen 3:14 Stunden¹⁴. In Erhebungen werden in der Regel die Zahlen von Social Media- und Mobilien Instant Messenger-Diensten zusammen gelegt. Weltweit liegt die Penetration der +13 Population bei 58%, Deutschland liegt bei 52% und Österreich nur leicht unter dem Durchschnitt bei 57%. Von der mobil verbrachten Online-Zeit allerdings werden 1:04 Stunden (im Vergleich zu 1:30 insgesamt) in Deutschland und 1:12 Stunden (1:48 insgesamt) in Österreich mit Social Media verbracht (We Are Social, 2019). Die meist genutzten Social Media-Plattformen weltweit, auf Desktop als auch mobil, sind Facebook und YouTube, gefolgt von WhatsApp mit 1.5 Milliarden Nutzer_innen und Facebook Messenger mit 1.3 Mrd. Nutzer_innen. Beide Messenger-Applikationen sind weltweit am meisten verbreitet (Statia 2019). Social Media hat eine jährliche Wachstumsrate von 20% in den letzten 12 Monaten, wohingegen die weltweite mobile Social Media Nutzung im Durchschnitt um 30% zwischen 2016 und 2017 gestiegen ist (We Are Social, 2017). Von knapp 3,49 Milliarden aktiven Social Media-Nutzer_innen (45% der Weltbevölkerung), sind 3,26 Milliarden mobile Social Media-Nutzer_innen (42% der Weltbevölkerung). In Österreich zählt WhatsApp zur beliebtesten Smartphone-Applikation, 83% der Jugendlichen zwischen 11 und 17 Jahren nutzen WhatsApp, 98,5% mehrmals pro Woche (Jugend-Internet-Monitor, 2019).

¹⁴ In einer Erhebung zu Messung von digitalem Suchtverhalten (Montag & Walla 2016) lag der Durchschnitt noch bei etwas über 160 Minuten. Die meisten Nutzer_innen verbrachten ihre Zeit mit WhatsApp und Facebook.

5.1 Mediatisierung und mediale Domestizierung der Lebensbereiche

„And as connections to the Internet went mobile, we no longer “logged on” from a desktop, tethered by cables to an object called a “computer.” The network was with us, on us, all the time. So, we could be with each other all the time.“ -Turkle, 2017

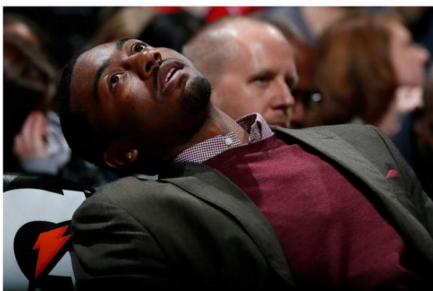
Der Begriff der Mediatisierung beschreibt die Durchdringung sämtlicher Lebensbereiche durch Kommunikationstechnologien und fragt nach dem sozialen und kulturellen Wandel auf Mikro-, Meso- und Makroebene im Kontext des Wandels der Medien und umgekehrt (Krotz, Despotović und Kruse 2014, 8). Aus einer sozialkonstruktivistischen Perspektive befasst sich die Mediatisierungsforschung mit der Frage, wie sich in dem Prozess der Medienaneignung die menschliche Kommunikation und damit Kultur und Gesellschaft wandeln (Hepp & Röser 2014, 167) und wie Individuen neue Strukturen und Routinen in den Alltag integrieren, oder auch warum sie sie nicht integrieren (Ahad & Lim 2014). Dabei gilt es zu verstehen, dass von Beginn der Verbreitung der klassischen Medien wie Fernsehen, Radio, Printmedien und Kino, und im weiteren Verlauf mit den Entwicklungen der Digitalisierung, sich ein umfassendes Netzwerk herausgebildet hat, welches heute wie nie zuvor getrennte Medien miteinander verbindet (Linke 2010, 14). Gleichzeitig erleben Menschen immer häufiger neue Formen interaktiver Kommunikation und sind in ihrer Umgebung von immer mehr Artefakten mit verschiedenen Funktionsweisen umgeben, welches zu einer Ausbildung einer parallelen Realitätsebene innerhalb des umfassenden Netzes führt. In diesem Netz entstehen dann immer mehr Abbilder, die die Welt darstellen und inszenieren (ebd.). Die Folgen des Metaprozesses sind hierbei umfassend, noch nicht überschaubar (Krotz 2007: 11ff.) und als evolutionär zu begreifen (Ahad & Lim 2014, 191). Bereits 2004 behaupten Bargh & McKenna, neben vielen anderen Studien, dass die Bildung und Pflege von zwischenmenschlichen Beziehungen eine der Hauptmotive für die Internetnutzung sind. Höflich schildert, wie interpersonale Kommunikation in einer mediatisierten Welt Veränderungen innerhalb der „Rahmen des kommunikativen Geschehens“ unterworfen ist. So findet zwischenmenschliche Kommunikation in einem Medienrahmen statt, der sich durch eigene (Medien-)Regeln auszeichnet (Höflich 2016, 8). Wie sich die Auflösung alter Medienregeln oder normativer Erwartungen an die Kommunikationspartner problematisch auswirken kann, schildern z.B. Miller-Ott et al. (2012). Ergebnisse von Tiefen-Interviews zeigen, dass die Aushandlung dieser Regeln ein wesentlicher Bestandteil der Beziehungen zwischen jungen Erwachsenen ist (Ngcongo 2016). Welchen Einfluss die Verbreitung des Internets auch auf Paarbeziehungen hat, wird u.a. deutlich bei Erhebungen dazu, wie diese zustande gekommen sind: In den letzten Jahren hat sich die Anzahl der Paare, die sich online kennengelernt haben, in Amerika zum Beispiel verdoppelt (Madden & Lenhart, 2006; Sprecher, 2011). 35% aller amerikanischen Paare, die zwischen 2005

und 2012 geheiratet haben, haben ihre Beziehung online begonnen (Hall 2014). Social Media spielen eine große Rolle in allen Phasen romantischer Beziehungen, von Initiierung über Pflege, Trennung und sogar Überwachung der Ex-Partner_innen nach der Auflösung der Beziehung (Raine, Smith & Duggan 2013). Die komplexen Zusammenhänge zwischen Sozialen Netzwerken, Individuen und Faktoren wie Bindungsstil, Zufriedenheit, Engagement, Überschneidung von Partneridentitäten, Strategien zur Aufrechterhaltung von Beziehungen, sowie Untreue wurden seither genauer untersucht und finden in der Arbeit von Rus & Tiemensma (2017) einen lange überfälligen, systematischen Überblick. Social Media bedeutet Soziale Netzwerke wie auch Mobile Instant Messenger, wobei sich die Handhabung und Funktion Sozialer Netzwerke von anderen mobilen Kommunikationspraktiken unterscheiden können. Aufgrund der Konvergenz von kommunikativen Modi, die erst durch das Smartphone ermöglicht wurden, wird soziales Handeln nachhaltig beeinflusst. Kommunikative Modi in Zusammenhang mit dem Smartphone können sein: klassische Anrufe oder das Versenden von Kurznachrichten, aber auch sämtliche Benachrichtigungen durch Push-Nachrichten - von Sozialen Medien als auch Mobilen Instant Messenger. Wie sich diese neuen Modi auswirken können, wird durch eine weitere Pew-Studie (2015) deutlich, laut der 89% der Befragten ihr Handy während ihrer letzten sozialen Interaktion heraus nahmen und 82% der Befragten behaupteten, dass eine solche Handlung Konversationen negativ beeinflusst hat. Turkle spricht in diesem Zusammenhang von „less mind share“ (2015) und kritisiert die wachsende Unfähigkeit, sich wirklich auf eine Konversation einzulassen. McDaniel & Coyne (2016) sprechen von „technoferece“, wenn sie die Rolle von Technologie bei Konflikten, sinkender Beziehungszufriedenheit, Depression und geringerer Lebenszufriedenheit innerhalb von Familien untersuchen und die alltägliche Unterbrechung zwischenmenschlicher Interaktionen durch eben diese schildern. Montag & Walla (2016) führen den Gedanken in Anschluss an die neusten Zahlen, wie viel Zeit Nutzer_innen am Tag mit WhatsApp verbringen, und in Bezug zur allgemeinen Konzentrationsfähigkeit, fort: „A state of deep concentration characterized by positive emotions accompanying flow (Csikszentmihalyi & LeFevre 1989) cannot be reached when we are constantly getting distracted.“ (ebd., 2). Der wissenschaftliche Diskurs rund um den Wandel der menschlichen Aufmerksamkeitsspanne durch den Medienwandel befasst sich seit längerem bereits mit dem Phänomen der „sozialen Beschleunigung“ (Rosa 2013). Das Team aus Wissenschaftler_innen der Technischen Universität Berlin, des Max-Planck-Instituts für Bildungsforschung (MPIB), der University College Cork und der Technical University of Denmark (DTU) konnten nun erstmalig empirisch eine tatsächliche Verringerung der Aufmerksamkeit aufgrund von Social Media und dem erhöhten Maß an Nachrichten erklären - allerdings sinkt laut der Studie die menschliche Aufmerksamkeitsspanne nicht direkt. Vielmehr werden die kognitiven

Kapazitäten verteilt und schneller ausgeschöpft, weil man sich mit viel mehr konkurrierenden Informationen befassen muss (Lorenz-Spreen et al. 2019)¹⁵.

Eine Umfrage aus dem Jahr 2017 mit über 4000 Teilnehmer_innen zwischen 18 und 34 Jahren aus den USA, dem Vereinigten Königreich, Australien, Deutschland, Frankreich und Japan ergab, dass der Großteil dieser Altersgruppe eher digital kommuniziert als in Person (liveperson.com 2017). So fänden knappe 65% der Konversationen digital statt, wohingegen Deutschland am ehesten ausgeglichen mit knappen 50,1% noch am häufigsten direkt kommuniziert (liveperson.com 2017, 3). Durchschnittlich würden sogar 61,8% (77% UK, 51% Deutschland) eher das Portemonnaie zuhause lassen, als das Mobiltelefon, müssten sie sich für eins von beiden entscheiden (ebd., 1). Das Mobiltelefon ist zu einer Verlängerung des Menschen geworden als „extension of the self“ (Turkle 2005, ebenso bei liveperson.com 2017). Diesbezüglich konnten zwei interessante Zusammenhänge festgestellt werden: Russell J. Belk (1988) war der erste, der „self extension“ mit Besitz in Verbindung gebracht hat. Furby (1978) hat davor heraus gefunden, dass Kontrolle die Hauptcharakteristik von Besitz zu sein scheint. Inwiefern das Mobiltelefon eine Verlängerung des Selbst darstellt, und welche Verbindung zum Bedürfnis nach Kontrolle besteht, kann erahnt werden, wenn 70,1% der Befragten das Telefon innerhalb einer Armlänge im Bett beim Schlafen neben sich liegen haben, 64,5% es mit zur Toilette nehmen und 52,2% der Befragten zum Telefon greifen, wenn sie kurz in der Nacht wach werden (liveperson.com 2017, 5). Müssten sich die Befragten für das Telefonieren oder Verschicken von Nachrichten entscheiden, so würden sich 69,4% für das letztere entschließen (ebd.). Dieser Trend, der durch die Vermeidung von unmittelbarer Kommunikation durch Telefonate geprägt ist, spiegelt sich auch in neueren Erhebungen wieder, in denen Telefonate durch text-basierte, computer-vermittelte Kommunikation abgelöst wird (Chan 2018).

When you just wanna text and the other person decides to call you.



When ur texting with somebody and they decide to call you



Abb. 3: Auswahl an Memes, Bild-Ergebnisse nach Google-Suchanfrage „call text meme“

¹⁵ Die Studie untersucht hauptsächlich massenmediale Phänomene bzw. Informationsverarbeitung, durch z.B. die Dauer von Hashtags auf Twitter.

Die komplexen Auswirkungen auf das Selbstverständnis, sowie das Verständnis von Kommunikation, zeichnet Turkle (2008, 128) mit dem Begriff „other-directedness“ nach innen und außen ab: „At the moment of having a thought or feeling, one can have it validated. Or one may *need* to have it validated. And further down the continuum of dependency, as a thought or feeling is being formed, it may *need validation to become established*.“. In Bezug zu Illouz (2007a, 2007b, 2018) stellt sich die Frage: Wird das Gefühl oder der Gedanke durch den medialen Validierungsprozess dann nicht auch zu einer Art Ware oder zumindest zu einem Ding, dass man erst in einem medialen Tauschprozess erlangt?

5.2 Uses-and-Gratifications-Approach

Warum Menschen welche Medien wählen und benutzen, wird bereits mit einer längeren Tradition durch den Nutzen- und Belohnungsansatz zu erklären versucht (Blumler & Katz 1974; Rosengren, Wenner & Palmgreen 1985). Demnach erfahren Menschen durch die Nutzung von Medien gewisse Gratifikationen, eine Art Belohnung oder auch Bedürfnisbefriedigung, die sie dann dazu motivieren, bestimmte Medien weiter, und andere Medien weniger oder gar nicht, zu nutzen. Entstanden ist diese *Theorie der selektiven Zuwendung* aus einem gewissen Zweifel an der Allmacht der Medien, in der es nicht darum geht, was die Medien mit den Menschen, sondern die Menschen mit den Medien machen (Höflich 2009, 53). Durch die Mediennutzung werden verschiedene Bedürfnisse befriedigt auf kognitiver (Medien liefern Wissen, Informationen, Ordnung), affektiver (Medien ermöglichen Alltagsflucht, Spannung und Entspannung), sozialer (Medien stimulieren Themen für Gespräche, eröffnen parasoziale Interaktionen¹⁶) und identitätsstiftender Ebene (Medien regen soziale Vergleiche an, unterstreichen Zugehörigkeit oder Abgrenzung) (Höflich 2009, 53f.).

In Bezug zur computer-vermittelten Kommunikation beschreibt Höflich (2009, 133) den Zusammenhang bzw. sogar die Abhängigkeit der gesuchten Gratifikation an ein oder mehrere Gegenüber: „Zu bedenken ist nämlich, daß die Nutzung solcher Medien nur zusammen mit anderen möglich und somit der Erhalt von Gratifikationen nicht individuell losgelöst, sondern abhängig von anderen Nutzern ist.“. Er nennt es die soziale Verankerung der Rezeptions- und Mediensituation, wodurch Mediennutzungen soziale Relevanz haben und zu einer interpersonalen Angelegenheit werden. Im Vergleich zu Massenmedien, wo auf Gratifikationsangebote in den Medien zurückgegriffen, diese aber auch jeder Zeit missachtet und beendet werden können, ist es bei interaktiven Medien anders: „Sie ermöglichen, dass individuelle Gratifikationsvorstellungen eingebracht werden können. Diese müssen allerdings mit anderen abgestimmt respektive verhandelt werden, wobei sich das Ergebnis solcher Abstimmungs- und Aushandlungsprozesse

¹⁶ Parasozialität beschreibt den empfundenen Bezug zu Medienakteur_innen, obwohl diese keine direkten Kommunikationspartner_innen sind (Höflich 2009, 53).

kollektive medienbezogene Gratifikationserwartungen ausformen.“ (Höflich 2009, 138). Im Bezug zu Gratifikationserwartungen wird zwischen gesuchten und erhaltenen Gratifikationen unterschieden (vgl. Höflich 2009, 58). Erhaltene Gratifikationen bestärken die Mediennutzung und fördert eine Art Gewohnheit. „Indem die Mediennutzung erwartbar den Erhalt bestimmter Gratifikationen ermöglicht, erfolgt eine subjektive Kopplung von Gratifikation und Medium.“ (ebd. 138). In weitesten Sinne eine Art Konditionierung. „Der Zwang zur punktuellen Selektion von Inhalten wird aufgehoben durch Bildung von Konsumgewohnheiten in Bezug auf Medien - on the long run.“ (Merten 1984, 68). -Auch in Bezug zu interpersonaler Kommunikation, sogar innerhalb romantischer Beziehungen? Auf diesen Zusammenhang verweist auch das *Erwartungs-/Bewertungsmodell* (Palmgreen 1984). Es ist zu bedenken, dass die erwartete Gratifikation, demnach auch die Medienwahl und der -gebrauch immer von den anderen Kommunikationspartner_innen abhängig ist, die die Art und Weise der Realisierung der Kommunikationsabsicht sozial akzeptieren und/oder erwidern (Höflich 2009, 139). Insofern entwickelt sich das Medienkalkül mit den gemachten, interpersonalen Erfahrungen:

„Bezogen auf das Erwartungs-/Bewertungsmodell bedeutet dies, daß (sic!) sich im Zeitablauf von anderen mitgetragene Nutzungsmuster ausformen und der Akteur (sic!) erfahrungsbedingt davon ausgehen kann, daß (sic!) sich ein Medium zur Realisierung bestimmter Kommunikationsabsichten besser eignet als andere Medien und demzufolge wird er es auch zukünftig ähnlich verwenden.“ (ebd.).

Gratifikationen werden zu einem Produkt aus Erwartungen und Erfahrungen, die das Medium und das Gegenüber zulässt. Höflich spricht in diesem Zusammenhang von einer „Unschärfe“, ob es sich um die Gratifikation des Medieninhalts oder des Mediums selbst handelt: „Werden Medien vorwiegend und erwartbar für gewisse Inhalte verwendet, dann verbinden sich nämlich die Gratifikationen eines Mediums und die medialen Inhalte.“ (Höflich 2009, 54). Das Medienkalkül sei wiederum abhängig vom Kommunikationskalkül und der Abwägung, ob sich mit einem Medium die Kommunikationsziele erreichen lassen (ebd., 55). Er kritisiert, dass der standardisierte Gebrauch und eine unbedachte Nutzung zu einer Habitualisierung und im weiteren zu einer Art „mindlessness“, einer gewissen Gedankenlosigkeit, führen kann, die sich durch einen Verhaltensautomatismus und dem Loslösen der kommunikativen Handlung vom Kontext auszeichnet (Höflich 2009, 57) und bezieht sich dabei auf ein Zitat von Langer (1989: 49): „If we fall into routine rather than make decisions anew each time, we can get mindlessly seduced into activities we wouldn't engage in otherwise“. Auch wenn diese Annahmen über ein Jahrzehnt zurück liegen, sieht man sie ganz besonders im Zusammenhang mit der Nutzung Sozialer Medien, insbesondere mobiler Instant Messenger, bestärkt - wie im folgenden Kapitel noch besser dargestellt wird.

5.3 Computer-vermittelte Kommunikation

Um die Rolle, die Kommunikationstechnologien in Beziehungen einnehmen, besser zu verstehen, und bisherige Erkenntnisse in den momentanen Forschungsstand zu integrieren, soll in diesem Kapitel aktuellere Forschung zur Veranschaulichung heran gezogen werden. Jedes Medium, egal ob Face-to-Face, Telefon, Kurznachrichten, Instant Messages, Soziale Netzwerke, spielt eine besondere Rolle in der Instandhaltung und Pflege von Beziehungen (Hall & Baym 2011, 320; vgl. Goldman-Deane et al. 2015). In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit computer-vermittelter Kommunikation sticht der Bereich der Sozialen Netzwerke aufgrund des öffentlichen Charakters (Ellison 2017) unter einer massenkommunikativen Perspektive, und der Bereich der Kommunikationsmedien und -kanäle unter einer individuellen, interpersonellen Perspektive heraus. Beide weisen diverse Aspekte abhängig von jeweiligen Beziehungstyp der Nutzer_innen zueinander aus. Frauen nutzen z.B. (mobile) Instant Messenger zur Pflege ihrer Beziehungen häufiger als Männer (Ramirez & Broneck 2009; vgl. auch Grellhesl & Punyanunt-Carter 2012). Auch weisen diverse Beziehungstypen verschiedene Kommunikationsmuster auf. Sie unterscheiden sich je nach Bekanntschaft auf persönlicher oder professioneller Ebene, Freundschaften, innerhalb von Familien und zwischen Beziehungspartner_innen, die wiederum abhängig von den genutzten Kanälen wie E-Mail, Telefonie, Kurznachrichten oder eben Sozialen Netzwerken. „Kommunikation ist mehr als nur ein Gespräch zwischen zwei Personen. Es handelt sich um eine dynamische, bedeutungsvolle Angelegenheit, die von der Beziehungsentwicklung und der Art der Beziehungen bestimmt ist.“ (Höflich 2016, 38), sowie von ihren Medien. Besonders hervorzuheben ist dabei das Sammelwerk von Wright (2011), welches sich mit computer-vermittelter, interpersoneller Kommunikation befasst und eines der wenigen, umfassenden Sammelbänder in diesem Bereich bis heute ist. Hierbei ist der Aufbau des Buches erwähnenswert: Die einzelnen Kapitel ergaben sich aus einer detaillierten Inhaltsanalyse der Datenbank des *Communication Institute for Online Scholarship* (CIOS) anhand entsprechender Schlüsselwörter des Forschungsfeldes der computer-vermittelten, interpersonellen Kommunikation. Die Datenbank umfasste über 50.000 Artikel, die in 92 wissenschaftlichen Zeitschriften und jährlichen Publikationen der kommunikationswissenschaftlichen Disziplin veröffentlicht wurden. Anhand der Analyse wurden neun Autor_innen zum Themenbereich der computer-vermittelten Kommunikation identifiziert, die dazu eingeladen wurden, einen Beitrag zum Buch zu verfassen. Das Aufkommen Sozialer Netzwerke wird als eines der bahnbrechendsten Kommunikationstrends der letzten Jahre bezeichnet (Bryant, Marmo & Ramirez 2011, 3) bezeichnet, wobei die genannten Nutzer_innen-Zahlen nur wenige Jahre später von denen der Nutzer_innen-Zahlen von Mobile Instant Messenger-Applikationen um ein Vielfaches¹⁷ abgelöst werden. Die ausgewählten Autor_innen sind bis heute Expert_innen ihrer Disziplin. Social Media wird weiterhin als Dachbegriff für Soziale

¹⁷ „um ein Vielfaches“ im direkten Vergleich der Nutzer_innenzahlen von Sozialen Netzwerken damals und den Nutzer_innenzahlen von Mobile Instant Messenger-Anbietern heute.

Netzwerke als auch Mobile Instant Messenger verwendet und beschreibt Internet-Applikationen, die den Austausch von Inhalten erlauben, die von Nutzer_innen generiert werden (Kaplan & Haenlein 2010). Soziale Netzwerke sind Web-basierte Services, die die Pflege von sozialen Beziehungen innerhalb des eigenen öffentlichen sozialen Netzwerkes erlauben (Ellison 2007), mit Betonung auf ihren öffentlichen Charakter. Aufgrund der weltweiten Verbreitung und Nutzung von Sozialen Netzwerken (damals gab es auch noch MySpace, Schüler- und StudiVZ usw.; Anm.) konzentriert sich die computer-vermittelte Kommunikationsforschung zum großen Teil auf diese. Dabei erwähnt der Gründer von WhatsApp in einem Interview¹⁸, wie der Blick nach Europa und die Beliebtheit von Instant Messenger die Entwicklung von WhatsApp in Amerika motivierte. Entsprechend der hohen Nutzer_innen-Zahlen hat sich der Großteil der Forschung auf die Plattform *Facebook* konzentriert, und es hat mehr als ein Jahrzehnt gebraucht, um einen systematischen Überblick zu Studien zu generieren, welche die Zusammenhänge zwischen Sozialen Netzwerken und Beziehungen erläutert (Rus & Tiemensma 2017, 686). Das erste Kapitel von Wright (2011) also befasst sich mit der Untersuchung der Plattformen *Facebook*, *Twitter* und *MySpace* aus einer funktionalen Perspektive. Die Autoren fokussieren sich auf die zentralen Funktionen von Sozialen Netzwerken, wobei sie bereits zu Beginn bemerken: „(...) although the growing body of literature investigating SNSs (Social Networking Sites; Anm.) is still in its infancy, most suggest one of their central functions is the maintenance of existing off-line relationships.“ (Bryant, Marmo & Ramirez 2011, 4). Darüber hinaus werden Soziale Netzwerke aber nicht nur genutzt, um bestehende Beziehungen zu pflegen, sondern auch um sie zu initiieren, soziale Informationen über die potentiellen Partner_innen zu finden, individuelle oder multiple Persönlichkeiten zu konstruieren, zwischenmenschliche Eindrücke und Beziehungen zu managen und Metakommunikation zu betreiben (ebd.). Ballard-Reisch et al. (2011) setzen sich im vierten Kapitel genauer mit dem Einfluss von computer-vermittelter Kommunikation in Mikrokanälen auf allgemeine Beziehungsentwicklung, -pflege und -auflösung auseinander. Drei Formen der Kommunikation in Mikrokanälen werden aufgeführt: Instant Messaging, Short Message Service (SMS) und als neustes, Microblogging (z.B. Twitter; Anm.). Instant Messaging war zu der Zeit Desktop-gebunden und verteilte sich auf drei bis vier Anbieter: AOL's AIM, Microsoft's Windows Live Messenger, Yahoo Messenger¹⁹ mit 53 Millionen Nutzer_innen in Amerika, was 42% der Internet-Nutzer_innen zur damaligen Zeit entsprach (Pew 2004). 17% aller Erwachsenen in Amerika haben 2008 - also ein Jahr vor der Veröffentlichung von WhatsApp als erste Mobile Instant Messenger-Applikation - Instant Messages auf ihren mobilen Geräten empfangen (Pew 2008). Die mobile Ausbreitung dieser Kommunikationstechnologie wurde lediglich durch die

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=y97zjIG8uBo> (15.07.2019)

¹⁹ In Europa war der Instant Messenger ICQ weiter verbreitet. Er wurde 1996 gegründet, 1998 an AOL verkauft und war im Jahr 2000 mit über 100 Millionen Nutzer_innen Marktführer im Bereich Instant Messenger (<http://www.projecter.de/blog/social-media/was-wurde-eigentlich-aus-icq.html>) [15.07.2019]

mangelnde Kompatibilität mit den unterschiedlichen Geräten unterbunden (Ballard-Reisch et al. 2011, 57). SMS, bzw. „Short Message Service“ waren bereits weltweit verbreitet und beliebt, da das versenden von Textnachrichten häufig günstiger war, als Telefongespräche zu führen. Bis 2012 nahm die Anzahl versendeter Kurznachrichten in Deutschland rapide zu, bis sie auf das Jahr 2013 um fast ein Drittel abfiel und bis heute stetig sinkt (2012: 59,8 Mrd., 2018: 8,9 Mrd. versendete SMS, [RTR.at](https://www.rtr.at) 2017). Dieser Abwärtstrend war auch in Österreich zu verzeichnen, während das Datenvolumen kontinuierlich anstieg. Die Medienkonvergenz von Instant Messenger und Kurznachrichtenservices wird unausweichlich und veräußert sich in der Entwicklung und Markteinführung von Mobilien Instant Messenger-Applikationen wie WhatsApp im Jahr 2009.

Social Information Processing Theory

Eine der frühesten Theorien, die sich der Erklärung computer-vermittelter Kommunikation annimmt, ist die *Social Information Processing Theory* nach Joseph B. Walther (1992). Sie befasst sich damit, wie Kommunikationsteilnehmer_innen durch text-basierter Kommunikation zwischenmenschliche Eindrücke vermitteln und Beziehungen entwickeln. Vor der Entwicklung dieser Theorie war die hauptsächliche Sicht auf computer-vermittelte Kommunikation, dass diese an einem Mangel an Hinweisen (Engl.: „cues“) scheitern müsse oder zumindest ineffizient sei, weil sie eben text-basiert ist. Das angebliche Defizit an non-verbalen Hinweisen, die bis dahin als notwendig angesehen wurden, um positive Eindrücke zu hinterlassen und Beziehungen online knüpfen zu können, hat zu diversen theoretischen Positionen geführt, die eine deterministische Haltung gegenüber computer-vermittelter Kommunikation im Vergleich zu Face-to-Face-Kommunikation eingenommen haben, welche im Allgemein unter dem Begriff „cues-filtered-out“ Perspektiven zusammen gefasst werden können: „Fewer cues equaled less affiliative and warm communication.“ (Foss 2009, 897). Die Social Information Processing Theory behauptet nicht, dass die Möglichkeiten zur Übertragung non-verbaler Hinweise nicht begrenzt sind, sondern dass diese Hinweise nicht unbedingt visuell oder auditiv übertragen werden müssen, sondern auch ein text-basiertes Format annehmen und dadurch ein ähnlich effizientes Potential wie bei Face-to-Face-Kommunikation entwickeln können, in Abhängigkeit von gewissen Faktoren versteht sich (vgl. Ruppel & Burke 2014). Kommunikator_innen würden sich vielmehr an die Grenzen des Mediums anpassen und die sozialen Informationen assoziativ in Text übersetzen. „The type of language used, nature of emoticons employed, presence-absence of typographic errors, and even the username of the sender, for example, may influence the nature of impression formed.“ (Foss 2009, 896). Unter der Annahme, dass ein Mangel an non-verbaler Hinweise zu einem größeren Grad zu Mehrdeutigkeit führen, und somit ein schnelleres eskalieren von Problem-zentrierter Kommunikation bedeuten kann, haben Rodrigues, Lopes, Prada, Thompson und Garrido (2017) in ihrer Studie (N=451) zum Beispiel die Rolle von Emojis bei text-basierter, computer-vermittelter Kommunikation innerhalb romantischer Beziehungen untersucht. Emojis sind bildliche Hinweise,

die Emotionen wieder spiegeln - wobei zwischen Emoticons als „symbols created using punctuation, numbers, or letters“ und emoji, that is, graphic representations that often include facial cues (e.g., 🤔) unterschieden wird (ebd., 1533). Sie sind zu dem Ergebnis gekommen, dass bei positiven Nachrichten mit emotionalem Text die Verwendung von Emojis die Interpretation durch die Teilnehmer_innen nicht bedeutend begünstigt, die Verwendung von Emojis bei negativer Kommunikation in weniger ernsthaften Angelegenheiten mit emotionalem Text hingegen die empfundene Positivität der Nachricht erhöht, sowie das empfundene Interesse an der Beziehung. Bei ernsteren Angelegenheiten hingegen war zwar die Inklusion von emotionalem Text vorteilhaft, die Benutzung von Emojis hingegen wurde negativer bewertet und hat die Wahrnehmung des Interesses an der Beziehung verringert. Die erfolgreiche Übertragung von sozialen Informationen ist darüber hinaus auch abhängig von zeitlichen Hinweisen (vgl. Foss 2009, 898f.). Dieser Faktor richtet sich an die temporalen Limitationen, z.B. wieviel Zeit die Kommunikator_innen zum Nachrichtenaustausch haben. Dieser Faktor sei zentral für die Art und Weise, wie sich die Beziehung entwickelt. Eine begrenzte Zeit führe zu unpersönlicher Kommunikation, weil das Schreiben von Nachrichten länger dauert als das Sprechen, weshalb frühe Studien, die ihre Erhebungen mit Zeitbegrenzungen durch geführt haben, zu dem Schluss gekommen sind, dass sich computer-vermittelte Kommunikation eher für die Aufgaben-orientierte Arbeit eignen würde. „When communicators are allowed to exchange messages without any temporal constraints, the theory predicts interpersonal relationships—or those that show a level of development comparable to one developed by FtF (Face-to-Face, Anm.)—will result.“ (Foss 2009, 898). Die Konzentration auf die wichtigsten Informationen zur Aufgabenerledigung bei Zeitknappheit ist eine logische Konsequenz. In Anlehnung an die Social Information Processing Theory (Walther 1992) führen vier Prozesse zu einer Beziehung, die Walther (1996; vgl. Walther 2015) als „hyperpersonal“ bezeichnet: Um einen positiven Eindruck zu hinterlassen, 1) wählt die sendende Person die Informationen gezielt aus. 2) Die empfangene Person interpretiert die Nachrichten verzerrt, wobei i.d.R. positive Eigenschaften des Gegenübers hervorgehoben werden. 3) Die gewählten Kanäle erlauben, dass Nachrichten kontrolliert erstellt werden können. 4) Das resultierende Feedback aus dem fein geschmiedeten Kommunikationsablauf verstärkt die positive Wahrnehmung noch einmal und wird als ähnlich erfolgreich, in manchen Fällen sogar erfolgreicher (Walther 1997) wie In-Person-Kommunikation interpretiert²⁰. Der Ausblick auf die Fortführung einer im Internet gegründeten, freundschaftlichen Beziehung verstärkt darüber hinaus die Motivation, in die Kommunikation weiter zu investieren. Kommunikator_innen, die zukünftige Interaktionen antizipieren, tauschen mehr Nachrichten aus und entwickeln daraus eine Beziehung. Je nach Grad der Skepsis der Nutzer_innen gegenüber computer-vermittelter Kommunikation, gründen

²⁰ Eine neuere Studie von Lundy und Drouin (2016) konnte diesen Effekt nicht bestätigen und kam zu dem Ergebnis, dass Face-to-Face- bzw. Sprachgestützte Kommunikation mehr Verbundenheit produziert, als text-basierte, computervermittelte (siehe Seite 275).

Nutzer_innen unterschiedlich wahrscheinlich Beziehungen online, skeptische Nutzer_innen weniger (Walther 1996).

Social Presence Theory

Aus dem Prozess der gezielten Nachrichtenkonstruktion und der interpretativen Aufnahme durch die Empfänger_innen wendet Walther (1996) die *Social Presence Theory* (Short, Williams & Christie 1976) an. Die eigentliche und eigentlich richtige Annahme ist: Je weniger soziale Hinweise die Grenzen überwinden, die textliche Kommunikation vorgibt, desto schlechter die Kommunikationseffizienz. Laut Walther sind Nutzer_innen aber völlig fähig, die Differenzen zwischen computer-vermittelter Kommunikation und Face-to-Face-Kommunikation zu überwinden. Demnach bieten textbasierte Nachrichten mehr Kontrollmöglichkeiten was ihre Gestaltung angeht, nicht zuletzt durch Betonung (z.B. „Duuu“ oder der Gebrauch vieler Rufzeichen „!!!“) oder Emoticons/Emojis (vgl. Sampietro 2016; vgl. Rodrigues et al. 2017). Dadurch können die kommunizierenden Personen die Inhalte der Nachrichten gestalten und sich auch mittels selektiver Informationspreisgabe selbst darstellen: „selective self-presentation, partner idealization, editing and attention advantages, and mutually enhancing reciprocal feedback are parallel processes that improve relational communication in CMC“ (Tom Tong & Walther 2011, 101). Dies führt im Umkehrschluss aber auch zum Ausfiltern von negativen Informationen, die den Empfänger oder die Empfängerin dazu bewegen, sich den oder die Sender_in mit einer positiver gefärbten Präsenz vorzustellen. „The more editing that individuals put into their asynchronous electronic messages, the more affection and immediacy such messages reflect“ (ebd., 102). Durch die technologischen Möglichkeiten zur Gestaltung von Nachrichten entsteht bei den Empfänger_innen eine Vorstellung von der Person, mit der kommuniziert wird: „Communication technologies allow relational partners to maintain a sense of presence with one another even when they are physically separated.“ (Tom Tong & Walther 2011, 112). Unter diesen Umständen sei es wesentlich leichter, Beziehungen zu pflegen, als durch tatsächliche Treffen oder Telefonate die mehr Zeit und Anstrengung bedeuten. Es handelt sich dabei im Grunde um eine Kosten-Nutzen-Rechnung, welche zu einer Art kommunikativen Drehmoment führt: „The reduction of costs implies that the scarcity of communicative opportunities is reduced, and more frequent relational maintenance communication should be expected when technology is available among relational partners.“ (ebd., 111). Durch das hohe Maß an Möglichkeiten kann die Freiwilligkeit von Kommunikation aber auch eingeschränkt werden: „The short, targeted practice of constant communication between friends can become a ‘ritual [which] is institutionalized and the call itself becomes an obligation’ (Hall & Baym 2011, 320; Licoppe 2004, 143)²¹. Medien sind immer auch ein System von Zwängen, die sich durch ihre unterschiedlichen Eigenschaften bedingen: Höflich (2009) führt zur Darstellung

²¹ An dieser Stelle ein Beispiel aus einer aktuelleren Studie, wie sich Erwartungen und daraus implizite Verpflichtungen zur Kommunikation ausformen: Laut Lenhart et al. (2015) erwarten sich Jugendliche heutzutage tägliche Kommunikation mit ihren Partner_innen und 35% von ihnen alle paar Stunden.

dieser Zwänge die vier Dimensionen nach Short et al. (1976) an, entlang derer sich diese äußern und die Kommunikationssituation mit beeinflussen (ungesellig-gesellig, unsensibel-sensibel, kalt-warm, unpersönlich-persönlich). Die soziale Präsenz ist demnach nicht nur eine Eigenschaft des Mediums, sondern hängt auch von der Einstellung der Nutzer_innen zum Medium ab. Das führt dazu, dass verschiedene Kommunikationszwecke unterschiedliche Kommunikationsstrategien verlangen und damit auch eine unterschiedliche Nähe, was problematisch sein kann: „Wenn jeder seine eigene Sicht der Dinge hat, ist nämlich alles andere als ausgemacht, dass die beiden notwendigerweise zu einer gleichen Wahrnehmung sowohl der Qualität des Mediums wie auch der Erfordernisse der Kommunikationssituation kommen müssen.“ (Höflich 2009, 50). Die Medienkompetenz in Bezug zur technischen Beherrschung oder die situative Verfügbarkeit, die Reziprozitätserwartungen und die Dringlichkeit sind von Belang und beeinflussen die Rückantwortzeit, die mehr oder weniger sozial konsentiert ist (ebd., 51; vgl. auch Hall & Baym 2011, sowie Tom Tong & Walther 2015). In der Konsequenz bedeutet das besonders für Paare, dass das Verständnis wie mit dem Medium umgegangen wird oder werden soll, einem Aushandlungsprozess unterliegt (vgl. Ngcongco 2016). Die alltägliche Pflege von Beziehungen durch verschiedene Medien nennen Tom Tong & Walther „*mundane maintenance*“ (2011) und beschreiben die Funktion des Mobiltelefons in diesem Zusammenhang:

„When partners communicate using mobile phones, it serves as a form of relational maintenance by reminding partners of their connectedness through mundane exchange (...). Mundane maintenance includes reports of everyday behavior (e.g., What are you doing?) shared between relational partners (...). Mobile maintenance expectations are expectations of relational maintenance made possible by mobile phone technology, including communication through text messages and voice calls.“ (Tom Tong & Walther 2011, 320).

Die Konsequenzen können auf widersprüchliche Weise erfahren werden, denn während der alltägliche Austausch Nähe und Inklusion fördert, kann er ebenso das Gefühl von Privatsphäre und Freiheit beschränken. Ein Beispiel für diesen Zusammenhang wäre, dass der Austausch von Textnachrichten Beziehungszufriedenheit zwar positiv beeinflusst (Ahad & Lim 2014), während ein erhöhtes Maß an Zeit, die zum Verfassen von Textnachrichten benötigt wird, negativ mit dieser einhergeht (Ruppel 2015). Der erhöhte Grad an Mehrdeutigkeit, der durch die neuen Kanäle möglich ist und konträr zur Klarheit bei der Face-to-Face-Kommunikation steht, kann darüber hinaus instrumentalisiert werden, um Gesicht bzw. den positiven Eindruck zu wahren, zum Beispiel durch die Bevorzugung vermittelnder Kanäle, wenn eine Kommunikationssituation negativ antizipiert wird, im Unterschied dazu, wenn die Situation positiv bewertet wird (O’Sullivan 2000). An dieser Stelle soll noch mal auf den Faktor Kontrolle (s.o.) hingewiesen werden. Auch Turkle (2012)

verweist auf eine Tendenz hin zu einer geringeren Verbindlichkeit von Kommunikation und der Vermeidung von Präsenz:

„Am Bildschirm hat man die Möglichkeit, sich selbst so darzustellen, wie man gern sein möchte, und sich andere so vorzustellen, wie man sie gerne hätte, sie sich auf die eigenen Bedürfnisse zuzuschneiden. Das ist eine verführerische, aber gefährliche Gewohnheit. Wenn man dieses Gefühl kultiviert, kann einem ein Telefongespräch Angst machen, weil es zu viel verrät.“ (Turkle 2012, 320).

Höflich (2016) verknüpft in diesem Sinne die Kommunikationspraxis mit dem Ausdruck von Macht und merkt an: „Wer Macht hat, der bestimmt das Medium, ob es einem anderen passt oder nicht.“ (Höflich 2016, 51). Die Medienwahl und die Medienpraxis haben demnach eine eigene Bedeutung, die in Abhängigkeit zu der Beziehung des Kommunikators bzw. der Kommunikatorin zu den Empfänger_innen steht. Im nächsten Kapitel wird sich genauer mit den Forschungserkenntnissen der letzten Jahre in Bezug zu Mobile Instant Messenger und, exemplarisch, WhatsApp auseinander gesetzt.

5.4 Mobile Instant Messenger mit Fokus auf WhatsApp

Das Telefon war lange das direkteste und reichhaltigste Medium in Bezug zu non-verbalen und kontextuellen Hinweisen in der zwischenmenschlichen Kommunikation (vgl. Ruppel & Burke 2014). Es ist in der Lage, soziale Informationen erfolgreich mittels Tonfall und Lautstärke zu übermitteln und hat sich gegenüber text-basierter Kommunikation lange durchgesetzt. Aber noch bevor das Internet E-Mails ermöglichte, haben Stafford & Reske (1990) einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit, in denen sich Paare Briefe schreiben, und ihren Bewertungen der Liebe und ehelichen Zufriedenheit, im Vergleich zu Telefongesprächen und Face-to-Face-Interaktionen, entdeckt: Es wird angenommen, dass geschriebene Kommunikation zu einer höheren Idealisierung des Partners bzw. der Partnerin führt: „(...) they forget the difficult aspects of FtF (Face-to-Face, Anm.) conversation and cohabitation when they use relatively restricted media to maintain their relationship at a distance. (...) Out of sight may be out of mind, and what remains in sight are crafted, edited messages.“ (Tom Tong & Walther 2011, 102). E-Mails waren das erste Internettool, das in der Lage gewesen ist, Individuen über das Internet miteinander zu verbinden und eine zeitversetzte, schriftliche Kommunikation zu ermöglichen. Während Telefonate zum Wachstum in Beziehungen beitragen, bieten E-mails zwar eine günstigere Alternative zu ihnen, funktionieren aber fast ausschließlich zur Instandhaltung bestehender Beziehungen (Tom Tong & Walther 2011, 102ff). Die Entwicklung von Instant Messenger hat erstmals eine unmittelbare, schriftliche

Kommunikation über das Internet und somit einen neuen Weg ermöglicht, um u.a. durch Mediennutzung soziale Ziele zu verfolgen (Ramirez & Burgoon 2004), soziale Unterstützung zu erfahren (Walther & Ramirez 2009), und Informationssuche zu betreiben (Ramirez & Broneck 2009). Auch Pettigrew (2009) stellte in einer früheren Studie (unabhängig von SMS oder Instant Messenger-Diensten) fest, dass das Versenden von Textnachrichten Jugendlichen dabei hilft, eine Nähegefühl zwischen sich und ihren sozialen Netzwerken, sowie ihren Partner_innen herzustellen. Als sich Instant Messenger verbreiteten, ging die Nutzung des Telefons²² zurück. E-Mails gingen zurück, als sich Instant Messenger verbreiteten (Ramirez et al. 2008, 530). Ein Rückgang der Telefonie wurde auch bereits früher von Bargh & McKenna (2004) diskutiert, wo Studienteilnehmer_innen Telefonate durch E-Mails ersetzen oder ergänzten.

Ramirez & Broneck (2009) sind mit die ersten, die die Rolle von Instant Messenger-Diensten in der Beziehungspflege untersuchen (n=402), besonders im Vergleich und als Ergänzung zu traditionelleren Formen der Kommunikation. Die Interaktionen mit Freund_innen, Verwandten und besten Freund_innen wurden in ihrer Qualität besser gewertet als mit Partner_innen, allerdings wird der Kommunikation mit Partner_innen der größte Einfluss zugesprochen und auch als am wertvollsten bewertet (ebd., 307f). Strategien der Beziehungspflege waren so aufgeteilt, dass Rat, Konflikt-Management und Arbeitsteilung am meisten während Interaktionen mit der Familie geschehen, Vergewisserung und Positivität mit Partner_innen, Netzwerkpflege und Offenheit am meisten während Interaktionen mit Freund_innen²³. Es wurden darüber hinaus bedeutende Unterschiede in der Instant Messenger-Nutzung zwischen Männern und Frauen festgestellt (ebd.). 2009 wurde dann WhatsApp als erste mobile Kurznachrichten-Applikation entwickelt und veränderte die Art und Weise, in Beziehungen zu kommunizieren, nachhaltig.

WhatsApp ist eine Mobile Instant Messenger-Applikation, welche 2009 auf den Markt kam und ihre Nutzer_innenzahl seit 2014 verdreifacht hat auf über 1,6 Milliarden (We Are Social 2019). Sie ist die meist genutzte Nachricht-Applikation der Welt und das dritt-größte Soziale Medium, gleich nach Facebook und YouTube (ebd.). Um die Applikation nutzen zu können, mussten Android-Nutzer_innen jährlich 89 Cent, iPhone-Besitzer_innen einmalig 89 Cent beim Download bezahlen. Die Datenübertragung verläuft über das Internet, wodurch keine weiteren Kosten für sämtliche Funktionen anfallen. 2014 wurde die App von Facebook aufgekauft. Seit 2016 ist die Nutzung komplett kostenlos. Auf das Geschäftsmodell soll an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden, da es u.a. auch nicht ganz eindeutig ist, wie WhatsApp wirtschaftlich operiert und inwiefern dies z.B. durch Auslesung der Daten geschieht (Rioja 2018). WhatsApp befähigt seine Nutzer_innen nicht nur zur Übermittlung von Textnachrichten, die mittlerweile Emojis, Sticker und

²² Gemeint ist hiermit das befestigte Telefon, engl. „landline“

²³ Wobei es einen negativen Zusammenhang zwischen Offenheit und Beziehungszufriedenheit gibt (Brody & Peña 2015)

GIF's inkludieren, sondern auch zur Übermittlung von Bild- und Sprachnachrichten, sowie (Video-)Telefonaten. Täglich werden über 65 Milliarden Nachrichten auf WhatsApp verschickt und über zwei Milliarden Telefonate geführt (Al-Heeti 2018). Die Nutzer_innen erhalten Informationen darüber, ob ihre Nachricht versendet wurde (in Form von einem grauen Häkchen-Symbol), ob ihre Nachricht übermittelt, also bei dem empfangenden Gerät angekommen ist (doppeltes, graues Häkchen-Symbol), ob die Nachricht gelesen wurde (doppeltes Häkchen-Symbol erscheint blau; Funktion ist aber manuell ausschaltbar), wann der Empfänger oder die Empfängerin das letzte Mal online war (Funktion ist ebenfalls manuell ausschaltbar), ob er oder sie gerade online ist oder gerade schreibt (nicht manuell ausschaltbar).

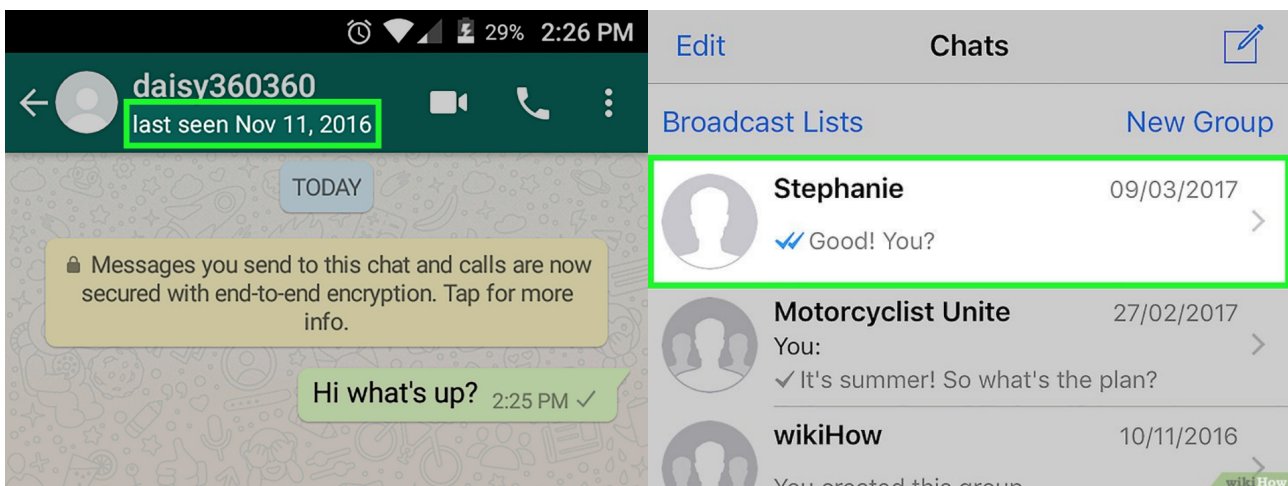


Abb. 4: WhatsApp-Screenshots zur Darstellung der Kontroll-Funktionen „zuletzt gesehen“, „Nachricht versendet“ und „Nachricht gelesen“

WhatsApp stellt für seine Nutzer_innen eine praktische Kommunikationslösung mit Kostenvorteil dar, die sich relativ natürlich und aufgrund ihrer Unmittelbarkeit wie ein Gespräch anfühlen kann (Church & Oliveira 2013, 354). „WhatsApp, like SMS, is used for chatting, quick catch-ups, coordination and planning as well as sharing personal news and life events.“ (ebd., 355). Ahad & Lim (2014) fanden in ihrer Erhebung (n=158) heraus, dass WhatsApp wegen der Einfachheit der Handhabung und Kommunikation sowie zum Informationstransfer z.B. in Belangen zum Studium genutzt wird, sowie um mit Familie und Freund_innen in Kontakt zu bleiben und die Bindung zu ihnen zu stäken (ebd. 192). Indem WhatsApp eine intime und private Kommunikation ermöglicht, erfüllt es fundamentale Beziehungsbedürfnisse (Karapanos et al. 2016, 888f). Church & Oliveira (2013, 355) haben ähnliches festgestellt: „Participants also expressed feelings of increased sense of community and connection on WhatsApp.“ und beschrieben außerdem ein differenziertes Empfinden der Nutzer_innen zu WhatsApp im Vergleich zu SMS: „(...) respondents reported using WhatsApp significantly more often than SMS with each of the following communities: partner/

spouse, family members, close friends, friends, work colleagues, and clients.“ (ebd., 358) und „The general feeling among participants across both studies is that WhatsApp is more immediate compared to SMS.“ (ebd., 360). Während die Nutzung von (Mobil-)Telefonie, E-Mail und Facebook relativ gleich verteilt über alle Alterskohorten ist und kaum einen Generationsunterschied aufweist, variiert das Ausmaß der Nutzung von Textnachrichten ganz besonders in Bezug zu WhatsApp sehr stark. Luo (2014) untersuchte die Medienanteile an der Gesamtkommunikation bei Paaren und fand heraus, dass sich manche über 500 Nachrichten am Tag zuschickten und der Anteil der Gesamtkommunikation zu 90% durch computer-vermittelte, text-basierte Kommunikation statt findet (Luo 2014, 148). Chan (2018) hat dezidiert die Kommunikation über WhatsApp untersucht und kam zu dem Schluss, dass es sich bei den Kohorten 18-34 und 35-54 Jahren um die meist genutzte Form der Kommunikation handelt. Nur die Kohorte 55-70+ Jahre nutzt direkte Kommunikation in Form von Face-to-Face noch öfter. Alle Teilnehmer_innen verbinden mit WhatsApp soziale Unterstützung, 18-34jährige sowie 55-70+jährige darüber hinaus einen höheren Grad an Freundschaftszufriedenheit.

Ahad & Lim (2014) stoßen auf zwei Herausforderungen, die sich in ihrer Erhebung besonders abgezeichnet haben und mit der Nutzung von WhatsApp einher gehen: 42,58% gaben an, einen erhöhten sozialen Druck zu verspüren, möglichst unmittelbar auf Nachrichten zu antworten. Auch Church & Oliveira (2013) schildern einen Zusammenhang, der sich als zweiseitiges Schwert bezeichnen lassen könnte: Während die Nutzer_innen in den Interviews schildern, dass eine positive Eigenschaft von WhatsApp sei, dass man sich normalerweise auf eine Rückmeldung verlassen könne, scheint sich durch WhatsApp aber auch vermehrt einer erhöhte Erwartungshaltung nach unmittelbarer Kommunikation, ähnlich wie in einem Gespräch, einzustellen und damit auch ein erhöhter Druck zeitnah zu antworten (ebd.). „While the general perception of WhatsApp was a very positive one, we also identified three problems with WhatsApp, namely: privacy, delivery and expectations.“, wobei die Anzeige, wann jemand zuletzt online war, als größtes Datenschutzbedenken identifiziert wurde und mit dem geschilderten Problem von Erwartungshaltung verbunden ist (Church & Oliveira 2013, 359). In ihrer Arbeit wird nicht genau darauf eingegangen, ob das an der im Falle einer Nicht-Antwort fehlenden „plausible deniability“ liegt (Lederer, Hong, Dey & Landay, 2004) und eine Entschuldigung, man habe die Nachricht nicht gesehen, somit hinfällig würde. Auch Hall & Baym (2011) haben geschildert, wie eine erhöhte Nutzung des Mobiltelefons zur Kommunikation zwar zu einer Erhöhung von Beziehungszufriedenheit führen kann, im weiteren aber ebenso Beziehungszufriedenheit verringern kann: „Increased mobile maintenance expectations positively predicted dependence, which increased satisfaction, and positively predicted overdependence, which decreased satisfaction. Additionally, entrapment, the guilt and pressure to respond to mobile phone contact, uniquely predicted dissatisfaction.“ (ebd., 316). Des Weiteren haben Interview-Teilnehmer_innen beschrieben, dass sie sich von zu vielen Benachrichtigungen durch mobile Nachrichten-Applikationen genervt fühlen

und deswegen das Gerät häufig auf leise stellen (Church & Oliveira 2013, 360). In der Studie von Ahad & Lim (2014) gaben 31,61% der Teilnehmer_innen an, dass sie WhatsApp als störend im Bezug zu ihrem Studium empfinden. Die Mehrheit allerdings gab ebenso an, dass WhatsApp in Bezug zu ihren sozialen und physischen Aktivitäten nicht störend sei (2014, 192). In der Erhebung von Chang (2018) verbinden die 18-34jährigen E-Mail und die Anzahl an WhatsApp-Gruppen mit einem Gefühl von Gefangensein und Telefonate sowie die Nutzung von Facebook mit negativen Emotionen. Für die 35-54jährigen waren E-Mails ebenfalls mit dem Gefühl von Gefangensein, und Telefonate mit negativen Emotionen verbunden.

Karapanos et al. (2016) haben Nutzer_innen von Facebook und WhatsApp²⁴ (n=494) zu ihrer letzten, bemerkenswerten Erfahrung (entweder positiv oder negativ) in Bezug zu den beiden Plattformen befragt und sich dabei methodisch an sechs von zehn universellen menschlichen Bedürfnissen nach Sheldon, Elliot, Kim & Kasser (2001) orientiert. Die Ergebnisse führten zu vier Kategorien für positive, sowie vier für negative Erlebnisse in Bezug zur WhatsApp-Nutzung. Der größte, und signifikante, Faktor für die Nutzungsintensität von WhatsApp war das Beziehungsbedürfnis (engl. „relatedness“), für Facebook war es Selbstachtung (engl. „self-esteem“), was Aufschluss darüber gibt, warum und für welche fundamentalen Bedürfnisse diese Kanäle genutzt werden (Karapanos et al. 2016, 891). Die Erhebung setzt sich nicht dezidiert mit der Nutzung und den positiven sowie negativen Erfahrungen innerhalb romantischer Beziehungen auseinander, verschafft aber trotzdem einen wichtigen Einblick in die Nutzungsmotivation und dieses Kommunikationsmittels und den Herausforderungen, die sich dadurch ergeben. Die vier Kategorien positiver Erfahrungen in Bezug zu WhatsApp waren (Karapanos et al. 2016, 892):

1. *Ermöglichung von intimer, synchroner Kommunikation* > WhatsApp eignet sich besser zur intimen Kommunikation als Facebook, da Facebook eher Multitasking zu lässt (vgl. Quan-Haase & Young 2010), während WhatsApp aufgrund seiner Funktionen seinen Nutzer_innen eine erhöhte Präsenz abverlangt aber auch Emotionen durch Emoticons, Bilder und Sprachnachrichten besseren Ausdruck verleiht.
2. *Herstellung/Gestaltung von Kommunikationserlebnissen* > Aufgrund dessen, dass WhatsApp verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten den Inhalt und des Timings betreffend zulässt, wie z.B. die Wiederholte Aufnahme einer Sprachnachricht oder das Aufzeichnen eines Videos, welche dann zu einem bestimmten Zeitpunkt versendet werden können (z.B. an Geburtstagen).
3. *Präsenz kreieren* > Durch das Teilen von Fotos, Videos und Sprachnachrichten können Kommunikationspartner_innen an Ereignissen teilhaben, auch wenn sie nicht vor Ort sind
4. *Lifeloggung* > Teilen von wichtigen Lebensereignissen mit Partner_innen, in Freundesgruppen oder mit der Familie

²⁴ Die Autoren haben sich für diese beiden Social Media-Kanäle entschieden, weil in vorherigen Studien ähnliche Gratifikationen festgestellt wurden und beide zu den meist genutzten Social Media der Welt gehören.

Die Verwendung der Applikation und die damit verbundenen sozialen Praktiken führen ebenso zu negativen Erfahrungen und entsprechend zu vier Kategorien (Karapanos et al. 2016, 893f):

1. *Veränderte Normen der Echtzeit-Kommunikation* > Wie in Bezug zu Church & Oliveira (2013) und Ahad & Lim (2014) bereits erwähnt, wägt die neue Norm der ständigen Erreichbarkeit ihre Herausforderungen und kann aufgrund der Anzeige-Funktionen von WhatsApp zu Konflikten führen.
2. *Persönliche Inhalte an die falsche Person versenden* > Hierzu gehört das Teilen von persönlichen Fotos an die falsche Person, das Auswählen des falschen Videos oder die Verwechslung des Chat-Fensters und somit dem Senden von Nachrichten an die eine, anstatt der anderen Person.
3. *Unerwünschte Teilnahme an Gruppenchats* > Während Unterstützung durch Gruppenchats zu den benannten Vorteilen Von WhatsApp zählt, so wird das unerwünschte Hinzufügen zu Gruppen als negativ bewertet. Das Hinzufügen von Gruppen geschieht automatisch und kann nicht abgelehnt werden. Verlässt man hingegen den Gruppenchat, erhalten alle Teilnehmer_innen eine Benachrichtigung darüber, was ebenfalls als negativ gewertet wurde.
4. *Bewachung anderer* > Funktionen von WhatsApp, wie z.B. die Online-Anzeige, können zur Kontrolle und Überwachung der Kommunikationsteilnehmer_innen instrumentalisiert werden, was zu Konflikten führen kann (vgl. Church & Oliveira 2013).

5.5 Mediatisierte Beziehungspflege

Duck (1988) definiert Beziehungspflege erstmalig als Bewahrung der Existenz der Beziehung, zu der es Kommunikation in beziehungsabhängigen, konzeptuellen und kulturellen Variationen bedarf. Unter Beziehungspflege können Handlungen verstanden werden, die der Stabilität der Beziehung zuträglich sind und ein notwendiges Level an Intimität fördern (Dindia & Canary 1993; vgl. Fox et al. 2014). Neben Beständigkeit ist die Entwicklung hin zu einem gemeinsamen Ziel ebenso wichtig (Tom Tong & Walther 2011, 99). Ein bedeutender Teil der kommunikationswissenschaftlichen Forschung konzentrierte sich in diesem Bereich bereits früh auf Fernbeziehungen (Stafford 2005), mit dem Ergebnis, dass die Distanz durch vermehrte textbasierte Kommunikation und Telefongespräche kompensiert wird (Morey et al., 2013). Beziehungspflege bzw. die Instandhaltung einer Beziehung ist immer auch gekoppelt an Beziehungszufriedenheit. Stafford und Canary haben dazu die ersten Untersuchungen durchgeführt und die *Relational Maintenance Theory* begründet (1991). Demnach gibt es gibt Verhaltensdimensionen von Beziehungspflege, die wie folgt aussehen:

1. Positivität (heiter sein)
2. Offenheit (durch Selbstoffenbarung und Diskussionen direkt sein)

3. Vergewisserung (Treue und Liebe demonstrieren)
4. Arbeitsteilung (sich gleichermaßen helfen bei der Aufgabenbewältigung)
5. Netzwerke (Zeit mit gemeinsamen Freund_innen verbringen)

Erste Übertragungen zwischen Online- und Offline-Bereich werden untersucht und ein Faktor ausschlaggebend für das Pflegeverhalten in Beziehungen und entsprechendes ausführen der genannten Strategien identifiziert: „(...) the key finding involves the role of commitment as a paramount factor in relationship behaviors, trumping the influence of group on relational-maintenance behaviors. (...) The strength of the relationship can transcend the medium.“ (Rabby 2007, 331f), unabhängig davon, ob die Beziehung on- oder offline gegründet wurde. O'Hara et al. (2014) haben die WhatsApp-Nutzung von 20 Menschen zwischen 17 und 49 Jahren in Großbritannien untersucht und heraus gefunden, dass WhatsApp hauptsächlich dazu genutzt wird, mit dem Partner bzw. der Partnerin in Kontakt zu bleiben, um ein Gefühl des Zusammenseins aufrecht zu halten (vgl. Social Presence Theory, Kapitel 5.3). Andere Studien kommen aber zu ähnlichen Ergebnissen (vgl. Juhasz & Bradford 2016; vgl. Grellheisl & Punyanunt-Carter 2012; vgl. Jin und Park 2010). Intimität wird als Gefühl der Nähe und Verbundenheit definiert, das aus persönlichen Offenbarungen und Interaktionen resultiert (Perlman & Fehr 1987). Der vorher genannte Faktor Offenheit, der durch Selbstoffenbarung ausgeführt wird, findet seinen theoretischen Niederschlag bereits bei Altman & Taylor (1973) in der *Social Penetration Theory*. Es wird angenommen, dass ein erhöhtes Maß an Selbstoffenbarung zu mehr Intimität führt und dadurch zur Beziehungszufriedenheit. Wie der Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Beziehungszufriedenheit allerdings genau aussieht, wurde wissenschaftlich kaum untersucht und hat sogar eher zu widersprüchlichen Ergebnissen geführt (Park et al. 2016, 713). Ruppel (2015) weist in seiner Untersuchung zur Nutzung von Kommunikationstechnologien in Paarbeziehungen zum Beispiel auf die besondere Rolle der Selbstoffenbarung als Faktor für die Beziehungspflege hin. Ursprünglich begünstigt Face-to-Face-Kommunikation und Selbstoffenbarung die Zufriedenheit in Beziehungen, vor allem in Bezug zur empfundenen Nähe, der Beziehungsqualität und Gewissheit (Ruppel 2015, 668). Bei seiner Analyse unterteilt er Selbstoffenbarung in zwei Dimensionen, Tiefe (in Form von Ausführlichkeit) und Breite (in Form von Themenvielfalt), und kommt zu dem Schluss, dass die Nutzung von Kommunikationstechnologien in Beziehungen je nach Beziehungslänge zu einer Abnahme von Selbstoffenbarung in ihrer Breite als auch Tiefe führt. Je länger die Beziehung, desto weniger würde bei computer-vermittelter Kommunikation auf Themen in ihrer Tiefe eingegangen, ganz besonders bei sprachgestützter Kommunikationstechnologie wie dem Telefon. Er stellt außerdem fest, dass mit der Länge der Beziehung auch der Gebrauch von textbasierter Kommunikation abnimmt. Beide Dimensionen sind bei computer-vermittelter Kommunikation geringer als bei Face-to-Face-Kommunikation. Themenbreite ist ebenfalls negativ assoziiert mit der Länge der Beziehung. Bei weniger langen Beziehungen ist dieser Zusammenhang allerdings weniger stark (ebd., 675ff). In der viertägigen Studie, deren

Daten mittels eines Kommunikationstagebuches erhoben wurden (n=64), kam man zwar zu dem Ergebnis, dass Face-to-Face-Kommunikation nach wie vor bevorzugt wird, aber durchschnittlich die Hälfte der Konversationen technologisch-vermittelt stattgefunden hat. Auch Boyle und O'Sullivan (2016) konzentrieren sich in ihrer Erhebung auf Selbstoffenbarung als Prädiktor für Intimität und Kommunikationsqualität bei jungen Menschen zwischen 18 und 24 Jahren (n=359), unabhängig von Face-to-Face-Kommunikation. Die Themenbreite, und nicht die Tiefe, der thematischen Auseinandersetzung, wurde als positiver Faktor identifiziert. Luo & Toney (2014) fanden in einer experimentellen Studie (N=176) heraus, dass das Initiieren positiver Textnachrichten die Beziehungszufriedenheit auf der Seite des Senders bzw. der Senderin steigert, nicht aber auf der Seite des bzw. der Empfänger_in. Nach Brody & Peña (2015) tragen ebenfalls regelmäßiges Schreiben und zeitnahes Antworten zur erfolgreichen Beziehungspflege in romantischen Beziehungen bei. „For romantic partners, communicating in a positive, reassuring manner (positivity), communicating an appreciation for the relationship (assurances), and discussing shared responsibilities (tasks) each positively predicted relational satisfaction.“ (ebd., 504). Ohadi, Brown, Trub und Rosenthal (2018) untersuchen den Zusammenhang zwischen Beziehungszufriedenheit und empfundener Ähnlichkeit im Kommunikationsstil, bezüglich der Häufigkeit der Initiierung der Textnachrichten, dem Zeigen von Zuneigung, der Thematisierung eines Problems, Hallo-Sagen und dem Ausdrücken von Wut. Je ähnlicher die Partner_innen sich in den genannten Faktoren empfinden (ob sie es sind, kann in dieser Studie nicht festgestellt werden und wird zur weiteren Forschung empfohlen), desto zufriedener sind diese in der Beziehung. Der wichtigste Faktor bezüglich der Beziehungszufriedenheit war die empfundene Ähnlichkeit in der Häufigkeit der Initiierung von Textnachrichten. Das ist insofern besonders interessant, da vergangene Erhebungen zu den Faktoren, die Beziehungszufriedenheit positiv beeinflussen, das Zeigen von Zuneigung den wichtigsten Faktor Face-to-Face (Floyd et al. 2005) als auch bei textbasierter, computer-vermittelter Kommunikation (Schade et al. 2013) darstellte. Die Ergebnisse von Ohadi et al. (2018) weisen nun aber darauf hin, dass entweder die empfundene Ähnlichkeit in der Häufigkeit der Kontaktaufnahme wichtiger ist, als das Zeigen von Zuneigung, oder aber die Häufigkeiten der Kontaktaufnahme als Zeichen von Zuneigung gewertet wird.

Wie fein der Grad zwischen Beziehungszufriedenheit und dem (übermässigen) Austausch von Textnachrichten ist, wird in der Studie von Park et al. (2016) ersichtlich: In ihrer Erhebung in durch einen Online-Fragebogen (n=335) korreliert die Anzahl gesendeter und empfangener Textnachrichten positiv mit der empfundenen Beziehungszufriedenheit und Intimität, wohingegen die Zeit, die die Teilnehmer_innen mit dem Schreiben von Textnachrichten verbringen, im negativen Zusammenhang mit der Zufriedenheit in der Beziehung steht. Bei Brody & Peña (2015) wurde eine negative Korrelation zwischen Beziehungszufriedenheit und dem Faktor Offenheit (in Bezug zur Meta-Kommunikation, also Kommunikation über die Beziehung) festgestellt.

Der Austausch von Nachrichten kann sich negativ auf die Beziehung auswirken, wenn der oder die Partner_in während der zweisamen Zeit Nachrichten schreibt und somit die Aufmerksamkeit für den oder die Partner_in unterbricht. So haben Halpern & Katz (2017) festgestellt, dass ein solches Verhalten zu weniger Intimität und mehr Streit führen kann. Mit den neuen Kommunikationsmodi und einhergehenden Herausforderungen haben sich ebenfalls neue Bewältigungsmechanismen in Form von gemeinschaftlich vereinbarten Regeln herausgebildet. Ngcongco (2016) findet durch Tiefeninterviews sogar heraus, dass die Verhandlung dieser eine bedeutende Rolle in jungen Beziehungen spielt. Duran, Kelly & Rotaru (2011) haben nach solchen Regeln gefragt (n=73) und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass wenn es welche gab, sie die Planung und Ausführung von Telefonaten betreffen („Scheduling“, „Call Before You Go To Sleep“, „If Phone In On, Answer It“ sowie „Limit Calls=Texts While With Partner“). Ein Jahr später haben Miller-Ott et al. (2012) die Studie wiederholt, um den Zusammenhang zwischen Beziehungszufriedenheit und Nutzung von Mobiltelefonen weiter zu beleuchten. Das Mobiltelefon ist nicht nur für die Teilnehmer_innen in Bezug zu ihren Beziehungen sehr wichtig: Die Zufriedenheit mit der Mobiltelefonnutzung korreliert signifikant mit der Beziehungszufriedenheit (ebd., 27). Es waren auch solche zufriedener, die keine Restriktionen dahin gehend hatten, wie sie mit dem Mobiltelefon handhaben während der Zeit mit ihren Partner_innen. Das stimmt mit den Ergebnissen von Duran et al. (2011) im Bezug zur Kategorie „Kontakt mit anderen“ überein, da weniger Restriktionen durch den oder die Partner_in mehr Freiheit bedeutet, was zu mehr Autonomie und insofern mehr Beziehungszufriedenheit führt. Die Teilnehmer_innen, die auch keine Regeln bzgl. „Wiederholtes Anrufen“ oder „Überwachung des/der Partner_in“ haben, sind im allgemeinen zufriedener in ihren Beziehungen (Miller-Ott et al. 2012). Hierbei kann die Abwesenheit von Regeln bedeuten, dass es aufgrund des zufrieden stellenden Status Quo keiner Regeln bedarf. Gleiches gilt es für Regeln bezüglich der Erlaubnis, das Telefon des oder der anderen zu durchsuchen (ebd., 30). Es gab nur eine Regel, die positiv mit Beziehungs- und Mobiltelefonzufriedenheit korreliert hat und das war die, keinen Streit über das Medium Mobiltelefon auszutragen (ebd., 32; Duran et al. 2011).

Missverständnisse sind ein fester Bestandteil jeder Kommunikation, unabhängig von ihren Kanälen: „language use and communication are in fact pervasively and even intrinsically flawed, partial and problematic. To this extend, communication is itself miscommunicative.“ (Coupland Wiemann, & Giles 1991, 3). Interessanterweise weist die Bewertung von Konflikten und Missverständnissen eine Abhängigkeit von den medialen Kanälen, in denen sie stattfinden, auf: „Results showed that face-to-face misunderstandings are more serious than those that occur in computer-mediated communication.“ (Edwards et al. 2017, 188).

Welche Faktoren liegen aber den Erwartungen bezüglich der (mediatisierten) Beziehungspflege, der Ausführung und Verhandlung zugrunde? Welche Faktoren bedingen die oben genannten Einflüsse und bestimmen das Maß an Kommunikation in einer Beziehung und ihren Verlauf mit?

Ohadi et al. (2018) haben in ihrer Erhebung auch den Bindungsstil der Teilnehmer_innen berücksichtigt. Während sich ein negativer Zusammenhang zwischen Beziehungszufriedenheit und ängstlichen, sowie vermeidenden Bindungsstil feststellen ließ, war auch hier die empfundene Ähnlichkeit im Kommunikationsstil, mit bedeutender Wichtigkeit allerdings die Ähnlichkeit in der Häufigkeit der Initiierung von Textnachrichten, ein bedeutender Prädiktor für Beziehungszufriedenheit. Im folgenden Kapitel soll die Bedeutung des Bindungsstils für die computer-vermittelte Kommunikation innerhalb von Beziehungen genauer erläutert werden.

5.5.1 Bindungsstile und digitale Kommunikation

Ein wichtiger Faktor bezüglich der Beziehungszufriedenheit ist der Kommunikationsstil, der wiederum abhängig vom Bindungsstil ist. Eine Studie von Kingsbury und Caplan (2016) hat den Zusammenhang zwischen sozialer Angst und der Interpretation von Textnachrichten untersucht. Teilnehmer_innen mit einer erhöhten sozialen Angst haben eine größere Tendenz Kommunikation negativer zu interpretieren, Frauen stärker als Männer, wohingegen Männer mit sozialer Angst Textnachrichten von Frauen negativer bewerten (Frauen weisen keinen Zusammenhang zwischen Bewertung und Sender_in-Geschlecht auf). Diese Studie ist die erste ihrer Art, die eine Interpretationsneigung in computer-vermittelter Kommunikation nachweist (ebd., 376) und empfiehlt unter anderem eine genauere Untersuchungen von Zusammenhängen zwischen psychologischen Dispositionen und der Interpretation von text-basierter, computer-vermittelter Kommunikation in romantischen Beziehungen. Verschiedene Bindungsstile, wie in Kapitel 3 beschrieben, werden in Verbindung mit unterschiedlichen Kommunikationsstrategien und Nutzung von Kommunikationstechnologien gebracht. Je nach Bindungscharakteristik haben Menschen ein anderes Nähe, Intimitäts- bzw. Bindungsbedürfnis und sind entsprechend unterschiedlich für ihre Partner_innen verfügbar (Luo 2014). Diese Bedürfnisgrade können durch die Nutzung von Kommunikationsmedien besser verhandelt bzw. gesteuert werden, trotzdem haben sich nur wenige Studien mit der Mediennutzung in diesem Zusammenhang auseinander gesetzt (Morey et al. 2013). In Bezug zu Social Media mit Fokus auf Facebook-Nutzung haben Emery et al. (2014) einen Zusammenhang zwischen ängstlicher Bindung und dem Wunsch nach einer erhöhten Beziehungssichtbarkeit (z.B. durch Profilbilder oder Beziehungsstatus) und den gleichen, aber negativen Zusammenhang für Teilnehmer_innen mit vermeidenden Bindungsstil, festgestellt. Fox

et al. (2014) haben einen Zusammenhang zwischen ängstlichem Bindungsstil und erhöhter Beziehungs-Unsicherheit als auch Partnerüberwachung festgestellt. Untersuchungen von Papp et al. (2012) in Bezug zu Sozialen Netzwerken führten zu dem Ergebnis, dass die Offenlegung des Partnerstatus beim männlichen Partner in Verbindung mit einem gemeinsamen Profilbild im Profil der weiblichen Partnerin mit höherer Zufriedenheit in der Beziehung in Zusammenhang stehen. Auch Saslow et al. (2013) stellt fest, dass die Darstellung der Beziehung durch ein gemeinsames Profilbild ein Indikator für Beziehungszufriedenheit sein kann.

In der Medienreichhaltigkeitstheorie (Daft & Lengel 1986) werden Technologien ein unterschiedliches Maß an Unmittelbarkeit und Intimität zugeschrieben. Manche Kanäle übermitteln mehr Hinweise als andere und bringen der teilnehmenden Person mehr Informationen. Computer-vermittelte Kommunikation, ganz besonders text-basierte, wird als mehrdeutiger, weniger persönlich, sozial und wirksam eingestuft (Rodrigues et al. 2017, 1533; vgl. Walther et al. 2011). Laut Morey et al. (2013) würden Menschen mit einem vermeidenden Bindungsstil demnach Medien bevorzugen, die Intimität eingrenzen oder wegen ihres öffentlichen Charakter ein geringeres Maß an erwarteter Intimität aufweisen (z.B. E-Mail oder Soziale Netzwerke). Personen mit einer ängstlichen Bindung, die sich um die Verfügbarkeit und Treue ihrer Partner_innen sorgen, bevorzugen reichhaltigere Kommunikationskanäle, die eine sofortige Rückmeldung oder ein direktes Gespräch ermöglichen, wie computer-vermittelte, text-basierte Kommunikation z.B. über Mobile Instant Messenger oder das Telefonat. Das Antworten auf eine Textnachricht oder das Beantworten eines Anrufes kann von größerer Wichtigkeit für das Wohlergehen einer Person mit einem erhöhten, ängstlichen Bindungsstil sein (ebd.). Bereits Jin und Peña (2010) sind zu dem Schluss gekommen, nicht nur, dass das Mobiltelefon in Paarbeziehungen häufiger genutzt wird als bei Singles, sondern auch, dass Telefonate Unsicherheit in Beziehungen reduzieren und Liebe und Bindung bzw. Verpflichtung („commitment“) fördern können. Demnach können gewisse Kanäle je nach Abhängigkeit zum Bindungsstil wichtiger für die einen als die anderen sein. Partner_innen können mittels Kurznachrichten ein gewisses Maß an Nähe herstellen und gleichzeitig ihre Autonomie wahren (Hall & Baym, 2011). Morey, et al. (2013) kamen in ihren Untersuchungen (n=280, zwei Kohorten im Abstand von zwei Jahren) zu dem Ergebnis, dass Bindungsvermeidung („attachment avoidance“) mit weniger Telefonaten und Kurznachrichten, dafür mit vermehrter Nutzung von E-Mails zusammen hängt. Für Individuen mit einem hohen Vermeidungsgrad („highly avoidant participants“) konnte ein Zusammenhang zwischen dem Versenden von Kurznachrichten und mehr Beziehungszufriedenheit festgestellt werden (Morey et al. 2013, 1775), was die Ergebnisse von Hall & Baym (2011) noch mal bestätigt. Darüber hinaus wurde ein Zusammenhang zwischen Sozialen Netzwerken und Intimität, sowie Unterstützung, für Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil festgestellt (Morey et al. 2013). Im Vergleich mit den Ergebnissen von Rus & Tiemensma (2017) kann darauf geschlossen werden, dass bei Sozialen Netzwerken die Sichtbarkeit der Beziehung nach außen eine besondere Rolle im Sicherheitsbedürfnis von

Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil spielt (vgl. Luo 2014, 146). Es wurde darüber hinaus auch einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Anteil von Nachrichten an der Gesamtkommunikation mit dem Beziehungsstatus, der Beziehungslänge, sowie dem vermeidenden und ängstlichen Bindungsstil insofern, dass sich der Anteil verringert, je fester („committed“) und länger die Beziehung war. Menschen mit einem vermeidenden und ängstlichen Bindungsstil verbringen außerdem mehr Zeit damit, Nachrichten an ihre Partner_innen zu senden, als Menschen mit einem sicheren Bindungsstil: „More avoidant and anxious individuals clearly relied more on texting in their communications with their partner, (...)“ (Luo 2014, 149). Entsprechend bisheriger Erhebungen besteht auch weiterhin ein starker, negativer Zusammenhang zwischen ängstlichem und vermeidenden Bindungsstil und Beziehungszufriedenheit (Luo 2014). Morey et al. (2013) konnten zudem einen positiven Zusammenhang zwischen dem Alter mit vermeidenden Bindungsverhalten festgestellt (Morey 2013, 1774). Luo (2014, 151) weist in diesem Zusammenhang ausdrücklich darauf hin, dass Bindungsstile einen sehr starken Eigenfaktor besitzen und für bis zu 37% der Varianz in Verbindung zur Beziehungszufriedenheit verantwortlich sind. So wurde ein vermeidender Bindungsstil zum Beispiel bereits mit verringerter Beziehungszufriedenheit, einem gesteigerten Gefühl von Einsamkeit und einer höheren Beziehungsunsicherheit in Verbindung gebracht (Gable 2006; Gable & Berkman 2008), während sie gleichzeitig eine höhere Wahrscheinlichkeit zur Trennung aufweisen (Impett, Peplau & Gable 2005).

5.5.2 Unsicherheit und Informationssuche

Die „Informationssuche“ wird bereits durch Bryant, Marmo & Ramirez (2011, 11) als eine der wichtigsten Funktionen von Sozialen Netzwerken geschildert. Während die meist vertretene Annahme bis in die 90er-Jahre war, dass computer-vermittelte Kommunikation aufgrund eines Mangels an (non-verbalen) Hinweisen interpersonale Kommunikation eher hindern würde, so behaupten theoretische Ansätze im Rahmen der „Social Processing Theory“ (Walther 1994, 1996), dass Kommunikations-teilnehmer_innen die benötigten Hinweise aus dem Kontext der online Interaktion erlangen und die gleichen Strategien zur Informationssuche implementieren würden wie offline. Laut der „Uncertainty-Reduction Theory“ nach Berger und Calabrese 1975 suchen Menschen, wenn sie ein Unsicherheitsgefühl erleben, nach Informationen die es ihnen ermöglichen, ihrem Gegenüber vorhersehbare Eigenschaften zuzuschreiben. Menschen eignen sich gewisse Taktiken an, die unter aktiv, passiv, interaktiv und extraktive Strategien gefasst werden (Ramirez et al. 2002). Mittels aktiven Strategien findet die Informationssuche durch die Einbindung einer dritten Person statt, die nach Informationen zur Person des Interesses gefragt

wird. Schlussfolgerungen aus dem beobachteten Verhalten zu ziehen, wird als passive Strategie verstanden. Interaktive Strategien bedeuten die direkte Interaktion mit der Person des Interesses und der wechselseitigen Eröffnung von Informationen. Extraktive Strategien können online durch Informationssuche mittels Suchmaschinen stattfinden und unterscheiden sich von passiven Strategien insofern, dass die Person des Interesses keine Kontrolle über die Informationen hat, die im Internet verbreitet sind. Die verschiedenen Möglichkeiten zur Suche von konzeptuellen Hinweisen durch Soziale Netzwerke ermöglicht alle angeführten Strategien der Informationsbeschaffung (Bryant et al. 2011, 11f). Facebook-Nutzer_innen zum Beispiel sehen das Soziale Netzwerk als wertvolle Quelle sozialer Informationen, wenn auch interaktive Strategien am erfolgreichsten zur Reduktion von Unsicherheit beitragen (ebd., 12). Die Etablierung neuer Kommunikationstechnologien hat zur Ausformung neuer Informationsbeschaffungsmaßnahmen geführt, die sich u.a. als „Electronic Intrusion“ bezeichnen lassen (Reed, Tolman & Safyer 2015). Reed et al. (2015) haben sich mit dem Phänomen von Electronic Intrusion und dem Zusammenhang zum Bindungsstil befasst (n=307). Electronic Intrusion ist der Zugriff auf die privaten, elektronischen Informationen (dem Computer oder das Mobiltelefon) oder die Beschaffung von Informationen über den Aufenthalt des oder der Partner_in durch Social Media, mit dem Ziel der Überwachung der Kontakte des Partners oder der Partnerin (ebd., 431). Laut Bennett, Guran, Ramos & Margolin (2011) haben bereits 73,5% der befragten Student_innen „electronic intrusiveness“ innerhalb des vergangenen Jahres durch den Partner bzw. die Partnerin erlebt, darunter mehr Männer durch ihre Partnerin als umgekehrt. Frauen weisen darüber hinaus eine höhere Anfälligkeit für Eifersucht ausgelöst durch Social Media auf (Muscanell, Guadagno, Rice & Murphy 2013; vgl. Rus & Tiemensma 2017). In Tiefeninterviews stellt Ngcongco (2016) fest, dass die Motivation hinter Electronic Intrusion, oder „acute mobile surveillance“ ausgelöst wird durch den Verdacht auf die eventuelle Untreue des Partners bzw. der Partnerin:

„The participants were asked whether they monitored their partner’s call logs and text messages. A majority of the interviewees confirmed that they do engage in this behaviour. When asked why they engage in monitoring their partner’s mobile phone usage, a few mentioned that it was out of curiosity. When asked what they meant by this, and when probed further about their behaviour, it became apparent that it was linked to suspicion about the partner’s potential infidelity.“ (Ngcongco 2016, 64).

Utz und Beugeboom (2011) konnten einen Zusammenhang zwischen gewissen psychologischen Dispositionen (wie zum Beispiel ein niedriges Selbstbewusstsein) und einer erhöhten Eifersucht und in diesem Zusammenhang ein erhöhtes Überwachungsverhalten feststellen. Darüber hinaus steht ein ängstlicher Bindungsstil im Zusammenhang mit einem erhöhtem Wunsch nach Sichtbarkeit der Beziehung online (Emery et al. 2014, Marshall et al. 2013). Oldmeadow, Quinn und Kowert (2013) (n=617) haben den Zusammenhang zwischen Facebook-Nutzung und Bindungsstil untersucht und heraus gefunden, dass ein ängstlicher Bindungsstil und negative

Emotionen einhergehen mit einer erhöhten Nutzung von Facebook, Eifersucht und Überwachung des Partner_in-Profiles. Personen mit einem vermeidenden Bindungsstil nutzen Facebook weniger und bewerten das Soziale Netzwerk auch negativer (Oldmeadow et al. 2013). O'Hara et al. (2014) sind zu der Erkenntnis gekommen, dass Nutzer_innen Strategien anwenden, um sich Kontrollpraktiken durch anderen zu entziehen. So schilderten die Interview-Teilnehmer_innen, dass sie WhatsApp-Funktionen ausgeschaltet haben, die Preview-Einstellungen nutzten, um den Inhalt der Nachricht zwar zu sehen, aber nicht die Anzeige auszulösen, dass die Nachricht gelesen wurde oder gar die Kommunikation über WhatsApp mit dem Partner bzw. der Partnerin ganz unterbinden. Interview-Teilnehmer_innen berichteten außerdem darüber, wie die „schreibt...“-Funktion Sorge auslösen kann, wenn die Dauer der in Anspruch genommenen Zeit für das Verfassen der Textnachricht nicht im Verhältnis zur Länge der tatsächlich versendeten Nachricht steht. Reed et al. (2015) haben die Annahme vertreten, dass Personen mit einem ängstlichen Bindungsstil eher auf Electronic Intrusion zurück greifen würden, Personen mit einem vermeidenden Bindungsstil würden einen negativen Zusammenhang aufweisen. Ihre Hypothesen wurden unabhängig vom Geschlecht bestätigt: „Results suggest that attachment style influences intrusive electronic dating behaviors, and social media may increase risk for anxiously attached college students to engage in EI [Electronic Intrusion, Anm.] for anxiety relief.“ (ebd., 431). Ein Jahr später haben Reed, Tolman & Ward (2016) herausgefunden, dass Electronic Intrusion allgemein verbreitet ist. 37,2% der Teilnehmenden gaben an, den Aufenthalt und die Aktivitäten ihres Partners/ihrer Partnerin mit Hilfe der Sozialen Medien zu überwachen, 36,7% überwachen, mit wem der Partner/die Partnerin in Sozialen Netzwerken redet und befreundet ist und 42,8% nutzen Soziale Medien, um die privaten, digitalen Informationen einzusehen. Sie merken dabei an, dass Social Media unter Umständen Unsicherheitsempfindungen auslöst, wie bereits durch Fox et al. 2014 angedeutet:

„Due to relational schemas associated with attachment anxiety, this new knowledge gained through monitoring and looking at private information is more likely to be interpreted in a way that perpetuates more relationship anxiety instead of providing relief or soothing the individual. Therefore, this new information is instead another social media trigger that perpetuates the cycle.“ (Reed et al. 2015, 437, vgl. auch Fox et al. 2014).

Pannrucker (2016) untersucht ebenfalls, wie sich Kontrolle und Überwachung durch WhatsApp in romanischen Beziehungen, sowie Familienmitgliedern und Freund_innen vollzieht. Sie schildert, wie das gegenseitige Überwachen durch die Sichtbarkeit-Funktionen von WhatsApp stattfindet (z.B. Online-Funktion und „Schreibt...“-Funktion). Die eigene Neugierde zu stillen stellt dabei den einzigen positiven Punkt dar und wird ansonsten mit negativen Aspekten in Verbindung gebracht (ebd., 77ff). Ihre Teilnehmer_innen schildern, dass das Erscheinen blauer Häkchen bei einem Ausbleiben der Antwort zu einem verstärkten Sorgegefühl und Enttäuschung führt. Durch die

Online-Funktion wird die Erwartungshaltung für eine Antwort gesteigert und die Teilnehmer_innen schließen darauf, von ihrem Gegenüber nicht ernst genommen zu werden. Nimmt die Kommunikationspartner_in eine lange Zeit in Anspruch, um die Nachricht zu verfassen, und wird im Anschluss dann nur eine kurze Nachricht übermittelt, löst das ebenfalls Sorgen bei den Teilnehmer_innen aus. Hier zeigt sich bei Frauen eine leichte Tendenz, sich eher Sorgen zu machen, als Männer, wenn das Gegenüber nicht erwartungsgemäß antwortet. So sprechen manche Teilnehmerinnen sogar davon, dass die Sichtbarkeits-Funktion einen „Kontrollwahn“ auslösen kann (ebd., 72). Die Erreichbarkeit des Gegenübers wird als wichtiger bemessen als die eigene Erreichbarkeit (ebd., 69). Bei der Erläuterung beruft sich die Autorin auf Lange (1991) und das sogenannte „Erreichbarkeitsdilemma“, wonach Nutzer_innen eine ständige Erreichbarkeit erwarten, dieses hohe Maß an Erreichbarkeit aber nicht auf sich selbst beziehen. Die Teilnehmer_innen äußern den Wunsch an ihre Kommunikationspartner_innen nach mehr Akzeptanz, die Kommunikationsbedürfnisse unmittelbar zu stillen, in dessen Zuge sie technische Geräte als ungeduldig bezeichnet und auf eine Verringerung der Zeitspanne zwischen Nachfrage und Lieferung hinweist (Pannrucker 2016). Die Autorin schildert, wie ihre Teilnehmer_innen auf andere Kommunikationskanäle zurück greifen, wenn die Person nicht in dem erwarteten Zeitrahmen erreichbar ist (2016, 70). Sie beschreibt das bewusste Anwenden von Strategien, um das Gegenüber im Glauben zu lassen, dass die Nachricht noch nicht gesehen wurde (wie zu einem früheren Zeitpunkt bereits unter dem Begriff „plausible deniability“ angemerkt; Anm.). Kontrollpraktiken in Beziehungen sind nicht neu: „Partners who are involved in romantic relationships have traditionally exercised surveillance as a relational maintenance strategy, in response to threats of extradyadic rivals.“ (Ngcongong 2016, 66). Der Autor verweist in diesem Zusammenhang auf die Kontroll- bzw. Überwachungspraktiken als eine Art „Zeichen der Zeit“, die durch erhöhtes Konkurrenzempfinden am Beziehungsmarkt, vermindertes Vertrauen durch Wegbrechen von vormals etablierten Beziehungsinstitutionen und den Rückwurf des Individuums auf sich selbst in Bezug zum Erfolg in der Liebe bzw. in Beziehungen (vgl. auch Illouz 2011) begünstigt werden und das Individuum sein Schicksal in die eigenen Hände nimmt (Ngcongong 2016).

6. Methode

Bei der empirischen Erhebung zur Beantwortung der Forschungsfragen werden die vorher diskutierten, internationale Erkenntnisse soweit möglich auf den deutschsprachigen Raum angewendet, sowie Forschungsempfehlungen aus den behandelten Studien aufgegriffen und mittels eines Online-Fragebogens quantitativ überprüft. Dabei soll festgestellt werden, ob sich gewisse Zusammenhänge auch für den deutschsprachigen (Kultur-)Raum bewahrheiten und darüber hinaus aber auch neue Zusammenhänge aufgedeckt werden. Deswegen handelt es sich genau genommen um einen Mixed-Methods-Ansatz (vgl. Kuckartz 2014): Die Ergebnisse vorheriger Forschungen, die qualitativ und quantitativ erhoben wurden, werden in das Forschungsdesign übersetzt und überprüft. Es werden aber auch aus der Literatur neu inspirierte Annahmen getestet und Daten zur Mediennutzung erhoben, um gegebenenfalls neue Zusammenhänge aufzudecken, was diese Studie nicht nur zu einer hypothesentestenden, sondern auch zu einer explorativen, sowie deskriptiven Studie macht. Da positive und negative Einflüsse von Mediennutzung auf die Beziehung getestet werden, kann es sich z.T. auch um eine Evaluationsstudie handeln (ebd., 61).

6.1 Forschungsfragen und Hypothesen

In dieser Arbeit soll die Nutzung von Mobile Instant Messenger in Paarbeziehungen genauer beleuchtet und festgestellt werden, inwiefern sich die Nutzung dieser positiv und negativ auf die empfundene Beziehungs- und Kommunikationszufriedenheit, in Bezug zu Mobile Instant Messenger aber auch allgemein, auswirkt. Sie soll dabei helfen, abzuzeichnen, wie Paar-Kommunikation in einer mediatisierten Welt mittels Mobile Instant Messenger im Verhältnis zu anderen Kommunikationsformen aussieht, wie sie sich diese (z.B. Telefonieren, Face-to-Face) auswirkt und in welchem Zusammenhang der Bindungsstil der einzelnen Personen in Bezug zur Mediennutzung und Beziehungs- als auch Kommunikationsbewertung steht.

Daraus haben sich folgende Forschungsfragen ergeben:

FF1: Wie kommunizieren Paare heute und welche Rolle spielen Mobile Instant Messenger in der alltäglichen Kommunikation?

- FF2: Inwiefern gibt es einen Zusammenhang zwischen der Kommunikation mittels Mobile Instant Messenger und der Beziehungszufriedenheit, sowie der Zufriedenheit mit der Kommunikation innerhalb der Beziehung im Allgemeinen?**
- FF3: Wie äußert sich Kontroll- und Überwachungsverhalten in Bezug zum Partner bzw. zur Partnerin durch Kommunikationsmedien, im speziellen durch Mobile Instant Messenger?**
- FF4: Welche Rolle kommt dem Bindungsstil bei Kommunikationspraktiken innerhalb der Beziehung zu, insbesondere im Bezug zur Nutzung von Mobile Instant Messenger, sowie von Kontroll- und Überwachungspraktiken, dem Sicherheitsempfinden und der Bewertung von Kommunikations- und Beziehungszufriedenheit?**

In Anlehnung an die bearbeitete Literatur und der darin enthaltenen Erkenntnissen, sowie Forschungsempfehlungen, in Abhängigkeit zur Durchführbarkeit in dem Rahmen dieser Arbeit, haben sich folgende Hypothesen ergeben:

- H1: Je älter die Nutzer_innen, desto weniger werden Mobile Instant Messenger genutzt und als wichtig empfunden.**

Es wurde bisher eine negative Korrelation zwischen Alter und computer-vermittelter, text-basierter Kommunikation festgestellt (Luo 2014). Je jünger die Teilnehmer_innen waren, desto mehr Textnachrichten wurden durchschnittlich am Tag verschickt. Auch Chan (2018) hat festgestellt, dass die Kohorten 18-34 und 35-54 Jahre WhatsApp häufiger nutzen und nur die Kohorte 55-70+ direkte Kommunikation in Form von Face-to-Face-Kommunikation häufiger nutzt.

- H2: Je länger die Beziehung, desto geringer die Nutzung von Mobile Instant Messenger im Vergleich zum Anteil an der Gesamtkommunikation.**

Neben den Ergebnissen von Luo (2014) fanden auch Ruppel (2015) und Boyle et al. (2016) einen negativen Zusammenhang zwischen der Länge der Beziehung und dem Ausmaß an computer-vermittelter, text-basierter Kommunikation.

- H3: Je größer der Anteil an Mobile Instant Messenger-Kommunikation im Verhältnis zu anderen Kommunikationsarten, desto geringer die Beziehungszufriedenheit.**

Luo (2014) haben in ihrer Erhebung festgestellt, dass bis zu 21,51% der Gesamtkommunikation text-basiert ist. Je höher der Anteil an computer-vermittelter, text-basierter Kommunikation im Vergleich zu Face-to-Face, Telefon, E-Mail, Webchat und anderen, desto geringer war die Beziehungszufriedenheit. Park et al. (2016) haben in ihrer Erhebung heraus gefunden, dass Anzahl gesendeter und empfangener Textnachrichten positiv mit der empfundenen Beziehungszufriedenheit und Intimität zusammen hängt, wohingegen die Zeit, die die Teilnehmer_innen mit dem Schreiben von Textnachrichten verbringen, im negativen Zusammenhang mit der Zufriedenheit in der Beziehung steht. Auf der anderen Seite waren Paare, die mehr Zeit Face-to-Face verbringen, zufriedener (Boyle et al. 2016).

H4: Je höher die empfundenen Erwartungen bezüglich der Beziehungspflege durch mobile Kommunikation durch den Partner/die Partnerin, desto höher das Gefühl des Gefangenseins und desto geringer die Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Nutzung, als auch Beziehungszufriedenheit.

Church & Oliveira (2013) und Ahad & Lim (2014) haben einen erhöhten sozialen Druck bezüglich der Unmittelbarkeit der Kommunikation (erreichbar zu sein und schnell zu antworten) bei der Nutzung von WhatsApp festgestellt. Hall & Baum (2011) bringen diesen erhöhten Erwartungsdruck mit verringerter Zufriedenheit in Verbindung, der sich in ein Gefühl des Gefangenseins bzw. der Bedrängnis („Entrapment“) äußern kann.

H5: Wenn die Initiierung von Textnachrichten ausgeglichen ist, dann ist die Beziehungszufriedenheit größer.

Ohadi et al. (2018) haben herausgefunden, dass der wichtigste Faktor bezüglich der Beziehungszufriedenheit nicht die Darstellung von Zuneigung, aber die empfundene Ähnlichkeit im Kommunikationsstil bezüglich der Häufigkeit in der Initiierung von Textnachrichten, war.

H6a: Wenn ein ängstlicher Bindungsstil vorherrscht, dann findet kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion häufiger statt.

H6b: Wenn ein vermeidender Bindungsstil vorherrscht, so ist der Zusammenhang umgekehrt, kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion finden seltener statt.

Fox et al. (2014) haben einen Zusammenhag zwischen ängstlichem Bindungsstil und erhöhter Partner_in_Überwachung festgestellt. Aufgrund vorheriger Studien haben Reed et al. (2015) ebenfalls die Annahme aufgestellt, dass Personen mit einem ängstlichen Bindungsstil eher auf

„Electronic Intrusion“ zurück greifen würden, Personen mit einem vermeidenden Bindungsstil würden einen negativen Zusammenhang aufweisen. Ihre Hypothesen wurden unabhängig vom Geschlecht bestätigt.

H7: Wenn kontrollierendes Verhalten/Electronic Intrusion von einem Partner ausgeübt wird, wirkt sich das positiv auf das Sicherheitsempfinden in der Beziehung aus.

Reed et al. (2015) haben ihre Hypothese, dass Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil eher auf kontrollierendes Verhalten bzw. Electronic Intrusion zurück greifen, bestätigt. Sie argumentierten weiter, dass Soziale Medien das Risiko für ängstlich gebundene Nutzer_innen (in ihrem Fall College-Student_innen) erhöhen, weil sie als „trigger“ fungieren und Electronic Intrusion zur Linderung von Unsicherheitsgefühlen auslösen und im weiteren Verlauf einen Überwachungs-Zyklus ergeben, da das Überwachen und Betrachten privater Informationen die Beziehungsangst aufrecht hält, anstatt dass es der einzelnen Person Sicherheit gibt, und der Zyklus weiter fortgesetzt wird. Soziale Medien wurden bereits bei Fox et al. (2014) als Auslöser für Beziehungskonflikte diskutiert.

H8: Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil nutzen Mobile Instant Messenger und das Telefon häufiger und bewerten diese, als auch Telefonieren, als wichtiger.

Personen mit einer ängstlichen Bindung, die sich um die Verfügbarkeit und Treue ihrer Partner_innen sorgen, bevorzugen reichhaltigere Kommunikationskanäle, die eine sofortige Rückmeldung oder ein direktes Gespräch ermöglichen, wie computer-vermittelte, text-basierte Kommunikation z.B. über Mobile Instant Messenger oder das Telefonat (Morey et al. 2013). Laut Jin & Peña (2010) reduzieren Telefonate Unsicherheit und fördern Bindung.

6.2 Operationalisierung und Aufbau des Fragebogens

Der erste Teil der Online-Umfrage besteht in der Erhebung der Kontrollvariablen, die sich aus folgenden Daten zusammen setzen:

- **Alter**
- **Geschlecht** (männlich, weiblich, divers)
- **Sexuelle Orientierung** (heterosexuell, homosexuell, bisexuell, divers)
- **Grad der Exklusivität** (monogam, offene Beziehung/polyamourös, nicht in einer Beziehung)

- **Dauer der Beziehung** (falls nicht in einer Beziehung, Dauer der letzten Beziehung)
- **Entfernung der Partner_innen zueinander** („Proximität“: Im selben Haushalt lebend, LAT = Living apart together (Burkart 2018) als in der gleichen Stadt bzw. Gegend lebend, Fernbeziehung; falls nicht in einer Beziehung, Bezug zur letzten Beziehung). Dieser Faktor wird einbezogen, da nach Luo (2014, 146) die meisten Studien, die Mediennutzung in Beziehungen behandelt haben, die Entfernung der Partner_innen nicht einbeziehen.
- **Initialisierung** (Wurde die (letzte) Beziehung on- oder offline begonnen)

Der Vollständigkeit halber wird weiter erhoben, ob die Teilnehmer_innen **Kinder** haben, welcher Grad der **Schuldbildung** erreicht wurde und da sich die Arbeit auf den deutschsprachigen Raum bezieht, wird auch die **Nationalität** abgefragt.

Im Anschluss werden die Daten zur Medien- und im speziellen der Mobile Instant Messenger-Nutzung in der Beziehung erhoben.

- **Erhebungen zur Mediennutzung**

Es folgen Fragen dazu, welche Kommunikationsmedien in der Beziehung genutzt werden. Um die Wichtigkeit, die die Teilnehmer_innen den jeweiligen Kommunikationsformen beimessen zu erheben, werden diese gebeten, anhand einer fünf Punkte Likert-Skala jede Kommunikationsform nach empfundener Wichtigkeit für die Beziehung zu bewerten. Zur Auswahl stehen: In Person/ Face-To-Face, Telefonie, SMS, Mobile Instant Messenger, Videotelefonie, Andere (E-Mail, Briefe, Postkarten). Im Anschluss werden die Teilnehmer_innen in Anlehnung an Luo (2014) gebeten, die Anteile der jeweiligen Kommunikationsmedien an der alltäglichen Gesamtkommunikation in Prozent (%) einzuschätzen.

- **Erhebung der Beziehungszufriedenheit**

Es wird ein Bias befürchtet, wenn die Zufriedenheit der Mediennutzung vor der Beziehungszufriedenheit erhoben wird. Deswegen wird an dieser Stelle mittels der 7-teiligen, international vergleichbaren Relationship Assessment Scale (RAS) nach Hendrick (1988) die Beziehungszufriedenheit zuerst erhoben. Es wird mit einer fünf Punkte Likert-Skala gemessen.

- **Erhebung der Zufriedenheit der Medien- und Mobile Instant Messenger-Nutzung in der Beziehung**

Die Cell Phone Satisfaction Scale (CPSS) nach Miller-Ott (2012) erhebt die Zufriedenheit der Nutzung des Mobiltelefons anhand von 7 Fragen. Auch hier wird mit einer fünf Punkte Likert-Skala gemessen. Die Erhebung zur Zufriedenheit der Mobiltelefonnutzung wird auf die Mobile Instant

Messenger-Nutzung angepasst, somit wird nicht nach der Zufriedenheit mit der Mobiltelefonnutzung in der Beziehung gefragt, sondern nach der Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Nutzung.

In Anlehnung an Ohadi et al. (2018) werden mittels zwei weiterer Items nach der Initiierung von Textnachrichten über Mobile Instant Messenger gefragt, sowie danach, wer in der Beziehung am meisten schreibt. Die Bezeichnung „am meisten“ wurde bewusst etwas locker gewählt, da es um ein subjektives Empfinden geht und nicht um eine faktisch korrekte Anzahl an Nachrichten. In Anlehnung an die Social Information Processing Theory (Walther 1992) wird weiter danach gefragt, ob die Teilnehmer_innen das Gefühl haben, sich gut über Mobile Instant Messenger auszudrücken und die Textnachrichten ihres Partners bzw. ihrer Partnerin richtig zu interpretieren. Es wird weiter danach gefragt, ob die Teilnehmer_innen gewisse Kommunikationsformen gerne häufiger nutzen oder reduzieren würden und welche das wären.

Da in Bezug zu Kommunikationserwartungen und Zwängen der zeitliche Faktoren (Church & Oliveira 2013, Ahad & Lim 2014) und Reziprozitätserwartungen (Höflich 2009) ausschlaggebend gegenüber der Kommunikationszufriedenheit sind, wird danach gefragt, ab welchem Zeitrahmen eine späte Antwort als problematisch erachtet wird. Dabei wird auch die Möglichkeit zur Angabe gegeben, dass kein Zeitrahmen problematisch ist. Um in diesem Zusammenhang eine Abgrenzung zur Alltagskommunikation mit Freund_innen, Bekannten und Familie zu versuchen, fragt ein weiteres Item danach, ob die Teilnehmer_innen von ihren Partner_innen eine schnellere Rückmeldung erwarten. In Anlehnung an Duran et. al. (2011), Miller-Ott et al. (2012) und Ngcongco (2016) wird nach dem Bestehen von Regeln in Bezug zur Mobile instant Messenger-Kommunikation gefragt, ganz besonders in Bezug zur Streitausübung. Der Bereich zur Erhebung der Mediennutzung schließt mit der Frage nach dem eigenen Ermessen ab, inwiefern die Mobile Instant Messenger-Kommunikation die eigene Beziehung positiv oder negativ beeinflusst hat.

- **Erhebung der Erwartungen zur Beziehungspflege durch mobile Kommunikation**

Hall & Baym (2011) haben einen Fragebogen zur Messung von Erwartungshaltungen durch Kommunikationspartner_innen und daraus resultierendem Stressempfinden entworfen. Der Fragebogen war ursprünglich auf freundschaftliche Kommunikation ausgelegt und wird in dieser Arbeit auf Paarkommunikation angepasst. Der ursprüngliche Fragebogen hat nach Telefon und Textnachrichten gefragt und war in seinem Umfang entsprechend aufwändig. Um ihn besser an den Rahmen der Arbeit anzupassen, wurde nur nach Textnachrichten gefragt. In Anlehnung an das Erreichbarkeitsdilemma, was bei Pannrucker (2016) Erwähnung gefunden hat, wird danach gefragt, die eigene und die Erreichbarkeit des Partners bzw. der Partnerin als besonders wichtig erachtet wird.

- **Entrapment = Gefühl des Gefangenseins oder der Bedrängung durch mobile Kommunikation**

Hall und Baym (2011) schildern nicht nur eine erhöhte Erwartungshaltung bezüglich der Beziehungspflege durch mobile Kommunikation, sondern auch den Zusammenhang dieser mit „Entrapment“, ein Gefühl des Gefangenseins oder der Bedrängnis, welches sich einem Empfinden von Schuldigkeit und Druck auf mobile Kommunikation zu antworten, ergibt (ebd., 316). Church & Oliveira (2013) schildern ebenfalls einen durch die Teilnehmer_innen geäußerten erhöhten Druck zeitnah zu antworten (ebd. 359). Auch bei Ahad & Lim (2014) geben 42,58% an, einen erhöhten sozialen Druck zu verspüren, möglichst unmittelbar auf Nachrichten zu antworten. Chang (2018) beschreibt ebenso einen Zusammenhang von Mobile Instant Messenger-Kommunikation und dem Gefühl des Gefangenseins. Aufgrund dessen wird ebenfalls wieder der zweite Teil des Fragebogens zur Messung von „Entrapment“ nach Hall und Baym (2011) herangezogen. Dieser beinhaltet Fragen wie „Ich fühle mich unter Druck gesetzt, dass ich immer erreichbar sein muss für meinen Partner/meine Partnerin.“ oder „Ich fühle mich gedrängt anzurufen oder zu schreiben, um meinen Partner/meine Partnerin zu sagen was ich mache.“ (ebd., Anhang).

- **Erhebung des Kontrollverhaltens**

Karapanos et al. (2016, 893f) haben positive und negative Erfahrungen zur Nutzung von WhatsApp erhoben. Einer der vier ausschlaggebenden, negativen Erfahrungen war die geschilderte Instrumentalisierung der Funktionen der Applikation, wie z.B. die Online-Anzeige, zur Kontrolle und Überwachung der Kommunikationsteilnehmer_innen, sowie daraus resultierende Konflikte. Auch Pannrucker (2016) geht vertiefend auf die Instrumentalisierung der WhatsApp-Funktionen zur Überwachung des Gegenübers ein. Die Überwachungsformen, die geschildert wurden, sind in der Ausformulierung der Items eingeflossen. Daraus ergeben sich Fragen zu Kontrollverhalten, wie z.B. „Wenn mein Partner/meine Partnerin nicht schnell genug antwortet, dann rufe ich an.“ oder „Wenn mein Partner/meine Partnerin nicht schnell genug antwortet, dann schaue ich, ob mein Partner/meine Partnerin online ist/zwischendurch online kommt (bei WhatsApp z.B. durch die „online“-Anzeige)“.

- **Erhebung Electronic Intrusion**

„Electronic Intrusion“ ist, wenn sich eine Person Zugriff auf die private, elektronische Informationen z.B. über das Mobiltelefon, oder sich über Social Media z.B. Informationen über den Aufenthalt des oder der Partner_in beschafft und überwacht, mit wem der oder die Partner_in über Social Media in Kontakt steht (Reed et al. 2015, 431). Bereits 73,5% der befragten Student_innen haben nach Bennett et al. (2011) „electronic intrusiveness“ innerhalb des vergangenen Jahres durch den Partner bzw. die Partnerin erlebt. Ngcongco (2016, 64) beschreibt das Überwachen der Anrufe und Textnachrichten des Partners bzw. der Partnerin als „acute mobile surveillance“ und gibt an, dass

ein Großteil der Interview-Teilnehmer_innen dieses Verhalten aufgrund des Verdachts auf die Untreue des Partners bzw. der Partnerin ausüben. Electronic Intrusion wurde anhand von vier Items mit einer 5-Likert-Skala gemessen („nie“ bis „sehr häufig“) entlang ihrer Intensität gemessen, beginnend mit der Aussage „Ich frage meinen Partner/meine Partnerin, mit wem er/sie außer mir Kontakt hat/schreibt.“ (nach Ramirez et al. (2002) interaktive Informationssuche) bis zu „Ich durchsuche sein/ihr Handy, wenn er/sie nicht im Raum ist und schaue nach, mit wem er/sie noch Kontakt hat/schreibt.“ (übersteigt extraktive Informationssuche nach Ramirez et al. (2002)).

- **Erhebung des Bindungsstils**

Diverse Studien haben einen Zusammenhang zwischen dem Bindungsstil und dem Verhalten in Bezug zur mobilen Kommunikation festgestellt (Kapitel 5.5.1), zum Beispiel Fox et al. (2014) oder Reed et al. (2015, 2016) in Bezug zu Electronic Intrusion. Um den Bindungsstil zu messen, gibt es zwei geläufige Selbstbeurteilungsfragebögen. Der Attachment Style Prototype (ASP) nach Hazan und Shaver (1987) und das Experience In Close Relationships (ECR)-Modell nach Brennan und Horowitz (1998). Beide gehen auf die bindungstheoretischen Arbeiten von Bowlby (1973) und Ainsworth (1982) zurück. Der ASP misst Bindungsstile in drei Dimensionen: „Avoidant“, „Anxious-ambivalent“ und „Secure“. Levy und Davis (1988) befragten Studienteilnehmer_innen, wie gut der ASP ihren Bindungsstil beschreibt und kamen zu dem Schluss, dass sich die Stile in zwei Dimensionen besser zusammenfassen und messen ließen: „(...) when the various authors' own subscales (totaling 60 in all) were factor analyzed, the Anxiety and Avoidance factors emerged clearly.“ (Fraley 2010). Dies führte zu dem auf 36 Items reduzierten ECR-Fragebogen nach Brennan et al. (1998), der weiter von Fraley, Waller und Brennan (2000) überarbeitet wurde und heute als ECR-Revised zur international vergleichbaren Erfassung von partnerschaftsbezogener Bindung genutzt wird. Er fasst die zwei grundlegende Dimensionen ängstlicher Bindung zusammen, die jeweils durch 18 Items und deren Mittelwerte berechnet werden. Die Teilnehmer_innen werden beim Ausfüllen darauf hingewiesen, dass sich ihre Aussagen nicht auf die aktuelle Beziehung beziehen sollen, sondern auf ihre allgemeinen Erfahrungen innerhalb erlebter Partnerschaften. Bartholmew & Horowitz (1991) haben auf der Basis des Zwei-Dimensionen-Modells ein Vier-Kategorien-Modell entwickelt, dass die Ausprägungen der Bindungsstile besser beschreiben soll (Secure, Preoccupied, Fearful-Avoidant, Dismissing-Avoidant). Diese Kategorien sind aber für wissenschaftliche Erhebungen nicht verlässlich, da es noch keinen richtigen Beweis für die Zuverlässigkeit der Typologien gibt (Shaver & Fraley 2019). Zur Veranschaulichung der Avoidance/Vermeidungs- und Anxiety/Ängstlichkeits-Dimensionen, als auch der Verrottung der Typologien von Bartholmew & Horowitz (1991), siehe Abb. 5.

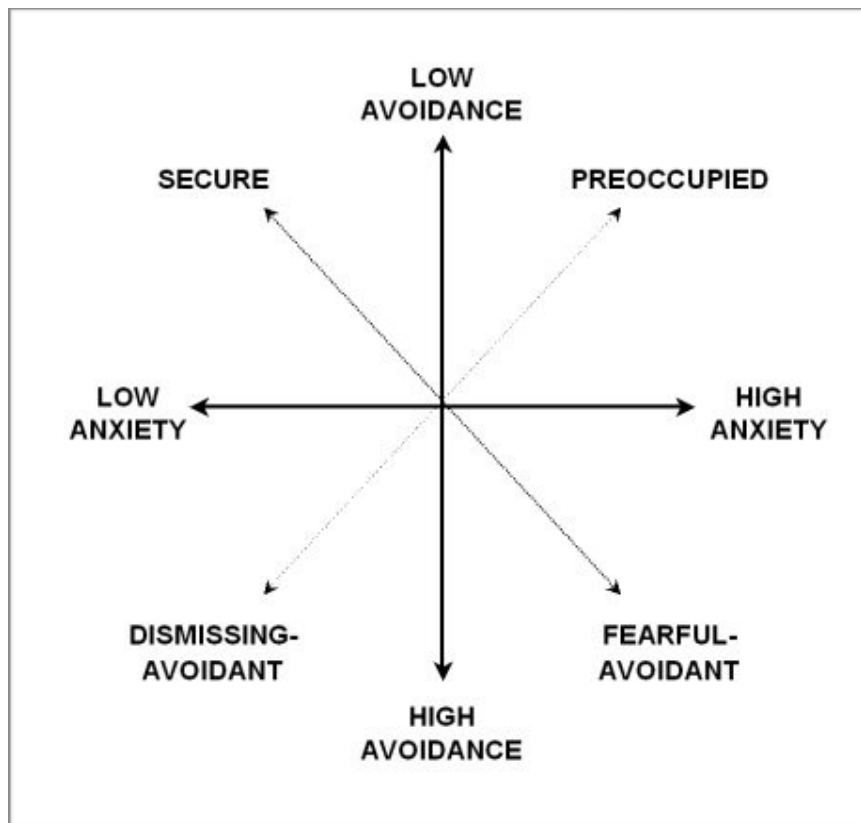


Abb. 5: Bindungs-Dimensionen nach Brennan et al. (1998) und Bindungstypologien nach Bartholomew & Horowitz (1991).

6.2.1 Pre-Test

Der Pre-Test wurde an eine Auswahl von Bekannten mit unterschiedlichem Bildungsgrad und aus unterschiedlichen, akademischen Disziplinen versendet. Ein Feedback hat beanstandet, dass wenn sich die Erhebung um Beziehungen dreht, Singles nicht Teil der Erhebung sein sollten. Singles können aber ebenso wichtige Erkenntnisse aufgrund der vorherigen Erfahrungen in ihren Beziehungen liefern. Der Fragebogen wurde deswegen verbessert was die Berücksichtigung und Differenzierung von Teilnehmer_innen in einer Beziehung und Singles angeht. Frage MN03 wurde von einer Rangordnung auf eine Skala umgestellt mit den Parametern von „gar nicht wichtig“ bis „am wichtigsten“. Die Relationship Assessment Scale nach Hendrick (1988) wird bei der Angabe, momentan nicht in einer festen Beziehung zu sein, übersprungen.

Die Cell Phone Satisfaction Scale nach Miller-Ott (2012) wurde zwar auf Mobile Instant Messenger-Nutzung angepasst, allerdings während des Pre-Test als repetitiv und unnötig lang empfunden [Fragebogen: MZ01], weswegen die Items mit einer ähnlichen Aussage in anderer

Formulierung gestrichen wurden. Somit wird die Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation nur mehr mit vier ursprünglichen Items ermessens.

Bezüglich der Erwartungshaltung der Partner_innen wurde geäußert, dass die Teilnehmer_innen auf der einen Seite nicht genau wüssten, was sich die Partner_innen erwarten und auf der anderen Seite die angeführten Dinge einfach so machten, weshalb internalisierte Erwartungen angenommen werden können. Um diesen Bias zu umgehen, werden die Fragen umformuliert, beispielsweise von „Mein Partner/meine Partnerin erwartet, dass ich mich nach seinem/ihrem Befinden mit einer Nachricht erkundige“ hin zu „Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich mich nicht regelmäßig nach seinem/ihrem Befinden mit einer Nachricht erkundige“. Die Items „... ich anrufe/schreibe und sage, was ich als nächstes mache“ und „... ich anrufe/schreibe und sage, wenn ich wo hin gehe“ werden entfernt, weil sie anderen Items in ihrer Aussage sehr ähneln und dadurch der beanstandete größere Umfang dieser Fragekategorie verringert wird.

Bei Fragekategorien ME01 und ME02 wird nicht mehr zwischen Anruf und Nachricht unterschieden, um den Umfang zu verringern. Die Präferenz von Telefonat im Vergleich zur Textnachricht wird aus den Fragen MN03, MN09 und MN10 abgeleitet.

6.2.2 Vor- und Nachteile der Untersuchungsmethode

Bei Online-Fragebogen ist es immer schwer zu gewährleisten, dass die Stichprobe auch repräsentativ wird. Zum Beispiel kann eine ausreichende Teilnahme von männlichen Teilnehmer_innen nicht gewährleistet werden. Bei der Erhebung zum Anteil diverser Kommunikationsformen in % an der alltäglichen Kommunikation konnte rein technisch nicht eingestellt werden, dass die Teilnehmer_innen auf genau 100% insgesamt kommen, was zu einer Verzerrung der Angaben führen kann.

6.2.3 Erhebung

Der Online-Fragebogen wurde auf www.soscisurvey.de erstellt und mittels Link verbreitet. Die Teilnahme am Fragebogen wurde über unterschiedliche Online-Kanäle beworben. Auf der einen Seite wurde der Link zur Umfrage mehrmals im privaten Umfeld per WhatsApp, E-Mail und Facebook, als auch in Studium-bezogenen Facebook-Gruppen geteilt. Der Fragebogen wurde auf

SurveyCircle hochgeladen und in diesem Rahmen auch in entsprechenden Facebook-Gruppen und in einer LinkedIn-Gruppe verbreitet. Über den E-Mailverteiler von Dr. Manfred Bobrowsky wurde der Link zur Umfrage an 4254 Studierende der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Uni Wien versendet. Nach der ersten Erhebungswoche zeichnete sich ein geringer Anteil an Teilnehmern ab, wonach eine Facebook-Werbung geschaltet wurde, die sich ausschließlich an Männer aus Deutschland, Österreich und die Schweiz richtete. Insgesamt wurden 1152 Aufrufe (Klicks) für diesen Fragebogen aufgezeichnet und 679 Datensätze abgeschlossen. Diverse Fälle konnten aufgrund von Unvollständigkeit beim Ausfüllen oder Abbruch des Fragebogens nicht in der Auswertung berücksichtigt werden. Diejenigen, die keine Mobile Instant Messenger nutzten, wurden ebenfalls manuell entfernt. 33 Teilnehmer_innen kamen weder aus Deutschland, Österreich oder der Schweiz. Da sich diese Untersuchung aber auf Nutzer_innen aus deutschsprachigen Ländern bezieht, werden die anderen Teilnehmer_innen ausgespart und zu einem späteren Zeitpunkt zum Vergleich herangezogen, was zu einer Erhebungsgesamtheit von N=419 führt. Die Erhebung fand vom 03.08.2019 bis zum 21.08.2019 statt.

7. Auswertung

Die Stichprobe besteht aus 314 Teilnehmerinnen, 102 Teilnehmern und drei Teilnehmer_innen (Abb. 6). Der Großteil von ihnen ist heterosexuell (Abb. 7) und lebt in einer monogamen Beziehung (Abb. 8). 82 der Teilnehmer_innen waren zum Zeitpunkt der Befragung Single, nutzten aber in ihrer letzten Beziehung Mobile Instant Messenger.

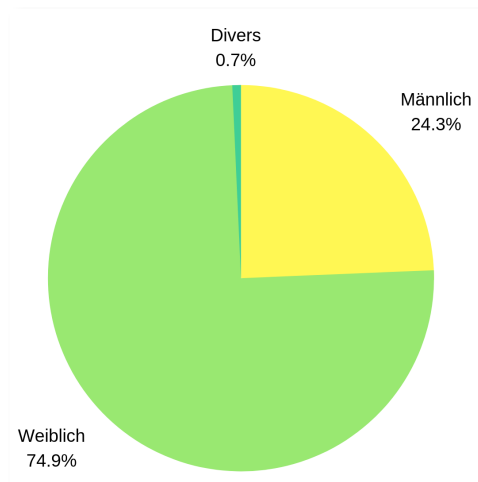


Abb. 6: Aufteilung der Stichprobe nach Geschlechteridentität

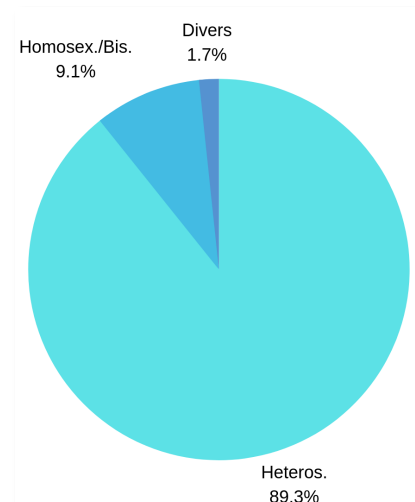


Abb. 7: Aufteilung der Stichprobe nach Sexualität

Der Großteil der Beziehungen dauert 1-2 Jahre und länger (Abb. 9) und wurde hauptsächlich offline begründet (Abb. 9). 43,4% der Teilnehmer_innen leben mit ihrem bzw. ihrer Partner_in zusammen, 48% in der selben Stadt bzw. Gegend (LAT = Living apart together (Burkart 2018, 102) und 10,3% führen eine Fernbeziehung.

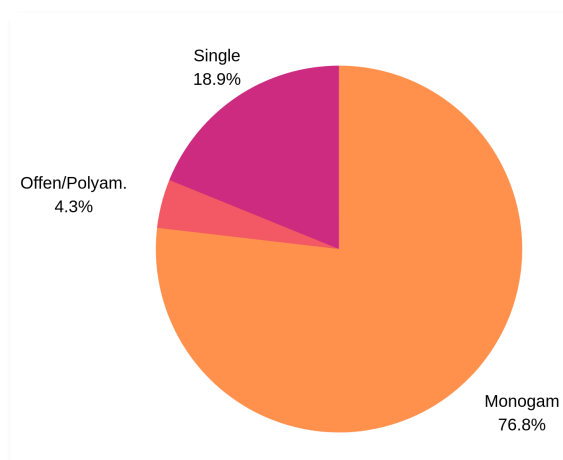


Abb. 8: Aufteilung der Stichprobe nach Exklusivität

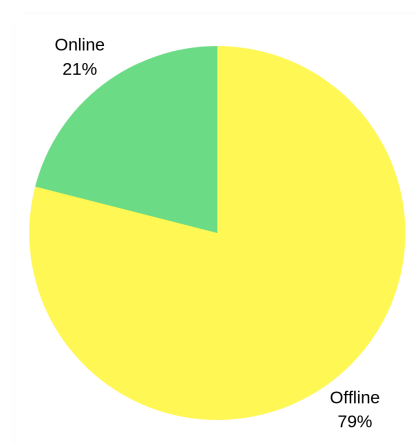


Abb. 9: Aufteilung der Stichprobe nach Initialisierung der Beziehung

95,9% genossen eine hohe Schulbildung (Matura/Abitur und höher). 75,9% der Teilnehmer_innen kommen aus Österreich, 23,2% aus Deutschland und vier Teilnehmer_innen aus der Schweiz. 8,4% der Befragten hatten Kinder.

7.1 Mediennutzung

Die Teilnehmer_innen wurden darum gebeten, ihre Mediennutzung bezüglich der empfundenen Wichtigkeit in ihrer Beziehung zu bewerten [Fragebogen: MN03]. Während der Face-to-Face-Kommunikation die höchste Wichtigkeit zugeschrieben wird (*MW: 4,93/5; Std.-Abw. 0,302* | 93,3% bewerteten diese Art der Kommunikation als „sehr wichtig“), wurden Mobile Instant Messenger als zweitwichtigstes Kommunikationsmedium bewertet (*MW: 4,17/5; Std.-Abw. 0,908* | 78,8% bewerteten diese Medien als „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“). Telefonieren hat, wie bereits bei Chan (2018) thematisiert, an Wichtigkeit verloren und wird von Mobile Instant Messenger abgelöst (*MW: 3,27/5; Std.-Abw. 1,146* | 16,2% bewerteten dieses Medium als „sehr wichtig“, 26% als „wichtig“).

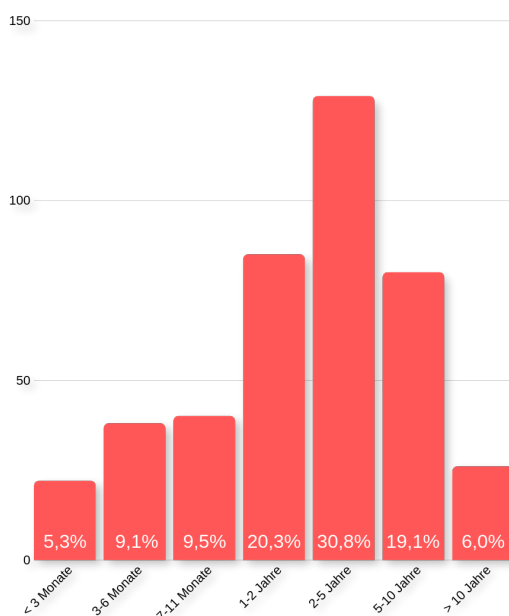


Abb. 10: Verteilung innerhalb der Stichprobe nach Dauer der Beziehung

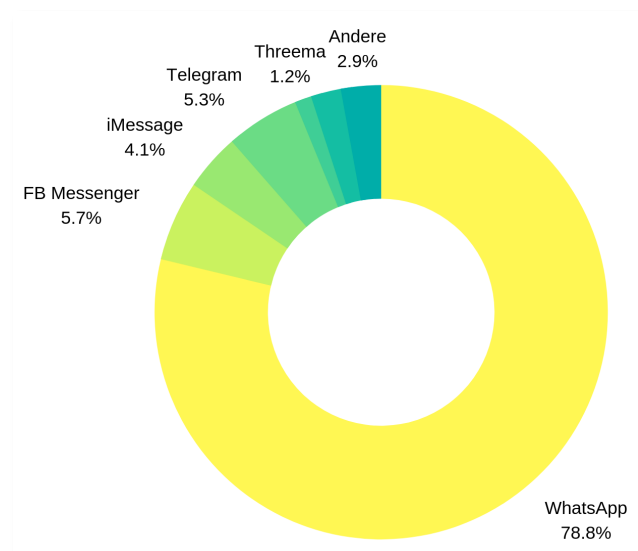


Abb. 11: Nutzung Mobile Instant Messenger-Applikation innerhalb der Stichprobe

Videotelefonie wird vom Großteil als wenig wichtig erachtet und von einem Drittel der Befragten nicht genutzt (*MW: 2,27/5; Std.-Abw. 1,334* | 25,5% bewerteten dieses Medium als „gar nicht wichtig“). SMS (*MW: 2,00/5; Std.-Abw. 1,144* | 31,3% bewerteten dieses Medium als „gar nicht

wichtig“) und E-Mails/Briefe/Postkarten gelten als am wenigsten wichtig und werden von einem Drittel der Befragten nicht genutzt (MW: 1,86/5; Std.-Abw. 0,956 | 30,4% bewerteten diese Medien als „gar nicht wichtig“, weitere 23,4% als „wenig wichtig“). Auch wenn der Facebook Messenger weltweit mit 1,3 Mrd. Nutzer_innen nur knapp hinter WhatsApp mit 1,5 Mrd. Nutzer_innen liegt (Statista 2019a), nutzen mehr als ein drei Viertel der Teilnehmer_innen in dieser Stichprobe in ihren Beziehungen am meisten WhatsApp (Abb. 10) [Fragebogen: MN11].

Der Fragebogen hat nicht nur die Wichtigkeit der jeweiligen Themen erfasst, sondern die Teilnehmer_innen auch gebeten, den Anteil einer jeden Form der Kommunikation im Alltag in % zu ermessen [Fragebogen: MN09]. Es war bei der Erhebungsgestaltung innerhalb eines Online-Fragebogens nicht möglich einzustellen, dass die Angaben der Teilnehmer_innen zwingend 100% ergeben mussten und gleichzeitig angeben konnten, diverse Medien nicht zu nutzen. Das hat dazu geführt, dass die Teilnehmer_innen sich nicht an die Instruktionen gehalten und häufig insgesamt mehr als 100% angegeben haben. Teilnehmerinnen gaben i.d.R. einen höheren %-Wert bei der alltäglichen Nutzung von Medien an, dieser Zusammenhang weist aber keine Signifikanz in Bezug zum Geschlecht auf. Berechnet man die angegebenen Anteile in Prozent wieder anteilig an der Gesamtzahl der Angaben zu den jeweils angeführten Medien, so entsteht ein ungefährer Einblick, wie sich die Kommunikation im Alltag gestaltet (Abb. 11).

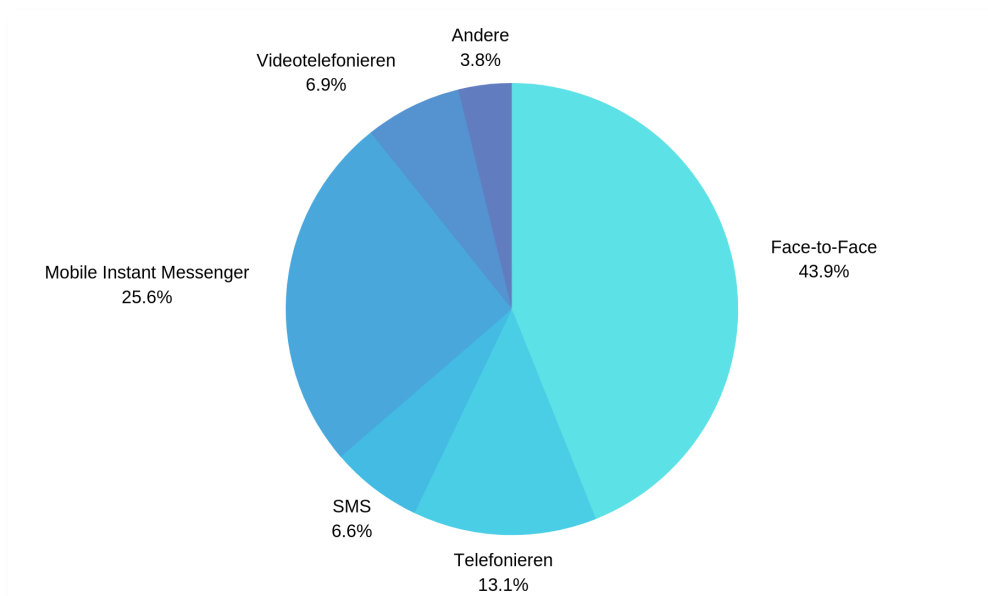


Abb. 12: Anteile der Kommunikationsformen in % an alltäglicher Gesamtkommunikation in der Beziehung

Die Teilnehmer_innen sind zufrieden mit der Nutzung von Mobile Instant Messenger in ihrer Beziehung (MW/Frauen: 4,14/5; Std.-Abw. 0,66 | MW/Männer: 3,8/5; Std.-Abw. 0,81) [Fragebogen:

MZ01]. Frauen sind signifikant zufriedener mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation als Männer (T-Test: $p < 0.01$). Gleiches gilt für die Zufriedenheit mit der Kommunikation im Allgemeinen in der Beziehung: Auch hier sind die Teilnehmer_innen zufrieden, Frauen signifikant mehr als Männer (MW/Frauen: 4,2/5; Std.-Abw. 0,91 | MW/Männer: 3,88/5; Std.-Abw. 1,15) (T-Test: $p < 0.01$) [Fragebogen: MZ01_04]. Bezüglich der Angaben zur Fähigkeit, sich über Mobile Instant Messenger auszudrücken, gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen Männern und Frauen, wobei es Frauen etwas leichter fällt (T-Test: $p < 0.01$) [Fragebogen: MZ01_05]. In Bezug zur Textinterpretation konnte kein Zusammenhang zum Geschlecht festgestellt werden, wobei der Mittelwert hier bei beiden Gruppen im Allgemeinen geringer ausfällt, als bei der Frage zur Ausdrucksfähigkeit (MW/Frauen: 3,77/5; Std.-Abw. 0,96 | MW/Männer: 3,89/5; Std.-Abw. 0,93) [Fragebogen: MZ01_06]. Die empfundene Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation fällt positiver aus, je länger die Beziehungsdauer ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,197$), sowie bei zusammen-lebenden Paaren ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,277$). Paare, die nicht im selben Haushalt leben, weisen einen geringen negativen Zusammenhang mit der empfundenen Zufriedenheit in Bezug zur Mobile Instant Messenger-Kommunikation auf ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,244$) auf. Darüber hinaus besteht ein Zusammenhang zwischen erhöhter Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation und der Abwesenheit von Regeln bezüglich dieser ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,173$); [Fragebogen: MZ07].

Über 90% der Teilnehmer_innen gaben an, keine Regeln bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation vereinbart zu haben [Fragebogen: MZ07]. 3,3% geben an, dass sie die Regel haben, nicht über Mobile Instant Messenger zu streiten und 5,5% geben an, andere Regeln bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation zu haben.

Die durch die Relationship Assessment Scale (RAS) nach Hendrik (1988) erfasste Beziehungszufriedenheit fällt hauptsächlich positiv aus (MW/Frauen: 4,33; Std.-Abw. 0,64 | MW/Männer: 4,24; Std.-Abw. 0,59) und weist keinen Geschlechter-spezifischen, statistischen Unterschied auf. Paare, die im selben Haushalt leben, geben ebenso eine etwas höhere Beziehungszufriedenheit an ($p < 0.05$, Pearson's $r = ,26$). Teilnehmer_innen in Fernbeziehungen sind weniger zufrieden in ihrer Beziehung ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,152$). Monogame Teilnehmer_innen sind darüber hinaus zufriedener in ihren Beziehungen als Teilnehmer_innen, die in offenen oder polyamourösen Beziehungen leben (T-Test: $p < 0.01$, MW/Monogam: 4,36 - MW/Polya./Offen: 3,36), allerdings ist die Stichprobe mit den Teilnehmer_innen in offenen bzw. polyamourösen Beziehungen gering ($N=18$) und an dieser Stelle muss darüber hinaus angemerkt werden, dass es sich um zwei unterschiedliche Beziehungsformen handelt, die einer genaueren Differenzierung bedürfen.

Bei den Fragen danach, welche Kommunikationsformen die Teilnehmer_innen in ihren Beziehungen gerne häufiger nutzen möchten, haben ein Drittel der Befragten Face-to-Face-Kommunikation gewählt und 13,3% Telefonieren (Abb. 12); [Fragebogen: MZ02 und MZ03].

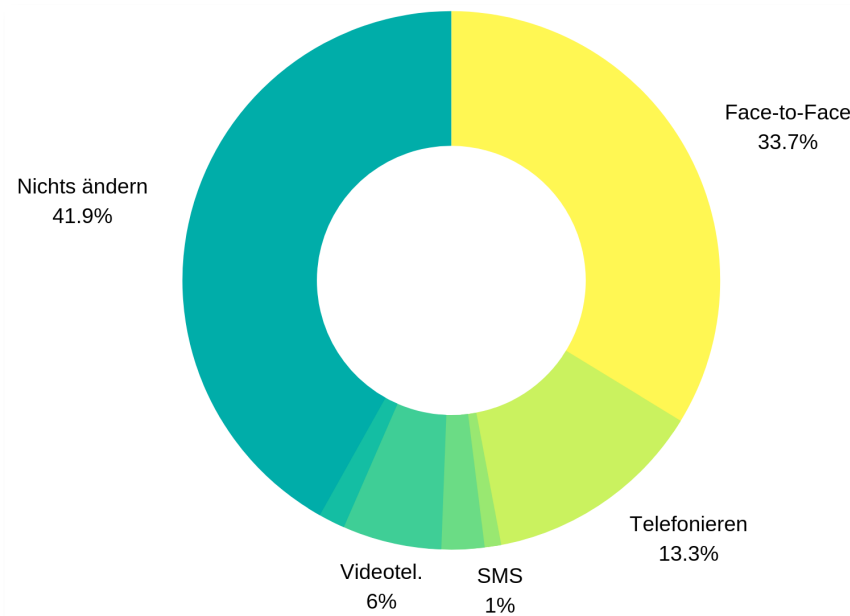


Abb. 13: Angaben, welche Kommunikationsformen sich häufiger in der Beziehung gewünscht werden

Die Angaben wurden dann noch mal auf die Proximität der Beziehung geprüft: Bezüglich welche Kommunikationsformen sich häufiger gewünscht werden, geben Teilnehmer_innen, die mit ihren Partner_innen zusammen leben, häufiger an, nichts an den Kommunikationsformen ändern zu wollen und zufrieden zu sein ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,234$). Sie wählen seltener Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,175$), Telefonieren ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,133$) und Mobile Instant Messenger ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,187$). LAT-Teilnehmer_innen wählten häufiger „Andere“ aus ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,145$), allerdings wird in der Erhebung nicht erfasst, was das ist. Teilnehmer_innen in Fernbeziehungen wählen seltener „Ich möchte nichts ändern und bin zufrieden“ an ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,262$), und wünschen sich neben Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,281$) häufiger Videotelefonieren ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,272$).

Bei der Frage nach dem Wunsch zur Reduktion einer der Kommunikationsformen geben fast zwei Drittel der Teilnehmer_innen an, nichts ändern zu wollen und zufrieden zu sein. 22,7% der Teilnehmer_innen geben an, die Nutzung von Mobile Instant Messenger reduzieren zu wollen.

Geprüft anhand der Proximität der Teilnehmer_innen zu ihren Partner_innen kann festgestellt werden, dass Teilnehmer_innen, die mit ihren Partner_innen zusammen leben, seltener Mobile Instant Messenger wählen ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,183$), sowie Telefonieren ($p < 0.05$, Pearson's $r = -,114$), sonst aber zufrieden sind und nichts reduzieren möchten ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,201$). LAT-Teilnehmer_innen wählen, dass sie die Mobile Instant Messenger-Kommunikation in ihrer Beziehung reduzieren würden ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,145$) und wählen seltener, nichts ändern zu wollen ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,157$). Fernbeziehungen korrelieren damit, dass sie seltener angeben, nichts ändern zu wollen ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,102$) - weisen sonst aber keinen signifikanten Zusammenhang mit dem Wunsch zur Reduktion einer Kommunikationsform auf.

Der Wunsch nach vermehrter Face-to-Face-Kommunikation korreliert signifikant mit der Exklusivität der Beziehung ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,183$), sowie negativ mit Beziehungszufriedenheit ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,286$) und Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,266$).

Umgekehrt korreliert der Wunsch nach weniger Face-to-Face-Kommunikation signifikant mit dem Alter ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,291$) und dem Geschlecht ($p < 0.05$, Pearson's $r = ,116$).

Teilnehmer_innen wünschen sich häufiger Mobile Instant Messenger-Kommunikation in Zusammenhang mit der Dauer der Beziehung ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,149$). Der Wunsch nach Reduktion von Mobile Instant Messenger-Kommunikation äußert sich in Verbindung zu dem Grad der Exklusivität ($p < 0.05$, Pearson's $r = ,192$), negativ mit Geschlecht ($p < 0.05$, Pearson's $r = -,112$) und Dauer der Beziehung ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,149$).

Der Wunsch nach mehr Face-to-Face-Kommunikation korreliert mit dem Wunsch nach weniger Mobile Instant Messenger-Kommunikation ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,313$) und umgekehrt ($p < 0.01$, Pearson's $r = ,187$).

Zwei Fragen befassten sich mit der Verteilung der Initiierung von Gesprächen und Umfang von Textnachrichten zwischen den Partner_innen [Fragebogen: MZ06]. Während die Initiierung ausgeglichen verteilt ist, kann bei dem Umfang eine leichte Tendenz zum Subjekt festgestellt werden. Es wird mit dem T-Test geprüft, ob die Tendenz mit dem Geschlecht zusammen hängt, wobei ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Angabe, am meisten in der Beziehung zu schreiben und Teilnehmerinnen festgestellt werden kann ($p < 0.01$). Frauen geben im Vergleich zum Partner eher an, mehr bzw. am meisten zu schreiben. Dieser Faktor hat aber in Bezug zur Beziehungszufriedenheit, sowie der Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation, keinen Effekt (s.o.).

Zum besseren Verständnis der Zeitfaktoren bei Erwartungshaltungen bezüglich der Nutzung von Mobile Instant Messenger wurde auch nach dem Zeitrahmen gefragt, innerhalb dessen eine Antwort erwartet werden würde bzw. ab wann eine Rückmeldung als zu lang und problematisch eingestuft werden würde [Fragebogen: MZ05]. Ein Viertel der Befragten empfinden eine Antwort nach ein bis zwei Stunden als problematisch. 19,1% empfinden eine Antwort nach zwei bis drei Stunden als problematisch, weitere 24,8% ab vier bis fünf Stunden. Das bedeutet, dass Antworten, die später als vier bis fünf Stunden nach dem Senden einer Nachricht eintreffen, von 50,3% der Befragten als problematisch betrachtet werden. 42,8% empfinden es problematisch, wenn die Antwort länger als sechs Stunden bzw. bis zum nächsten Tag auf sich warten ließe. 23,6% hingegen geben aber auch an, dass es kein Zeitfenster gäbe, alles okay sei und der oder die Partner_in schon Gründe habe, sich erst später zu melden. Die Angabe, dass eine Rückantwortzeit nach einer Stunde bereits als Problematisch erachtet wird, korreliert negativ mit der Zufriedenheit in Bezug zur Mobile-Instant-Messenger-Kommunikation ($p < 0.01$, Pearson's $r = -.150$).

Bezüglich der Mobile Maintenance Expectations [Fragebogen: ME01] nehmen 42% der Befragten an, dass ihr Partner bzw. ihre Partnerin enttäuscht wäre, wenn er/sie sich nicht regelmäßig nach seinem/ihrer Befinden mit einer Nachricht erkundigen würden. 39,1% geben an, dass sie glauben, ihr Partner/ihre Partnerin wäre enttäuscht, würden sie nicht regelmäßig mit einer Textnachricht auf dem neusten Stand gehalten. 44,5% nehmen von ihren Partner_innen an, dass sie sich ab und zu ein „Hallo“ erwarten. 23,1% glauben, dass ihre Partner_innen sich eine Textnachricht über ihren Aufenthaltsort erwarten. 18,9% denken, dass sich der bzw. die Partner_in Textnachrichten dazu erwarten, was sie gerade so tun. Mittels T-Test kann ermittelt werden, dass Männer eher angeben, dass ihre Partnerin enttäuscht wäre, wenn sie sich nicht regelmäßig nach ihrem Befinden mit einer Nachricht erkundigen ($p < 0.01$; MW/Männer: 3,52; Std.-Abw. 1,272 | MW/Frauen: 2,90; Std.-Abw. 1,372), sowie dass ihre Partnerin enttäuscht wäre, wenn sie sie nicht regelmäßig mit einer Textnachricht updaten ($p < 0.05$; MW/Männer: 3,32; Std.-Abw. 1,329 | MW/Frauen: 2,82; Std.-Abw. 1,307).

41,3% der Teilnehmer_innen geben an, dass es ihnen wichtig bis sehr wichtig ist, immer erreichbar zu sein und 42% geben an, dass es ihnen wichtig bis sehr wichtig ist, dass der bzw. die Partner_in immer erreichbar ist. Frauen geben eher an, dass ihnen die ständige Erreichbarkeit des Partners wichtig ist ($p < 0,05$; MW/Männer: 2,79; Std.-Abw. 1,238 | MW/Frauen: 3,23; Std.-Abw. 1,216). Angaben über die Wichtigkeit der eigenen Erreichbarkeit korrelieren stark mit den Angaben zu den Erwartungen an den Partner bzw. die Partnerin bzgl. der Erreichbarkeit ($p < 0,01$; Pearson's $r = .675$). Darüber hinaus gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Anteil von Mobile Instant Messenger-Kommunikation im Alltag in % und der Angabe dazu, dass es dem oder der

Teilnehmer_in wichtig sei, selbst immer erreichbar zu sein ($p < 0,05$; Pearson's $r = ,115$) und dem Telefonie-Anteil im Alltag in % und der Angabe dazu, dass es der Person wichtig sei, dass der Partner bzw. die Partnerin immer erreichbar ist ($p < 0,05$; Pearson's $r = ,104$).

„Entrapment“ beschreibt das Gefühl der Bedrängnis oder des Gefangen-Seins, das durch ein erhöhtes Maß an Mobilkommunikation entsteht (Hall & Baym 2011); [Fragebogen: ME02]. Etwas mehr als 40% der Teilnehmer_innen geben mit unterschiedlicher Gewichtung an, sich durch Mobilkommunikation bedrängt bzw. gestresst zu fühlen. So äußern z.B. 54,7%, dass sie manchmal nicht von dem Partner bzw. der Partnerin kontaktiert werden möchten, 17,5% davon oft bis sehr oft. Entrapment korreliert negativ mit dem Anteil an Face-to-Face-Kommunikation im Alltag ($p < 0,01$; Pearson's $r = -,139$) und positiv mit dem Anteil an Telefonieren ($p < 0,05$; Pearson's $r = ,125$) und SMS ($p < 0,01$; Pearson's $r = ,148$), sowie dem Wunsch, alle Kommunikationsformenn zu reduzieren, bis auf Face-to-Face-Kommunikation: Telefonieren ($p < 0,01$; Pearson's $r = ,149$), SMS ($p < 0,01$; Pearson's $r = ,183$) und am stärksten mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation ($p < 0,01$; Pearson's $r = ,335$).

Kontrollverhalten [Fragebogen: KV02], gemessen durch Angaben dazu, Mobile Instant Messenger-Funktionen zur Kontrolle des Nachrichtenstatus, der Aktivitäten des Partners bzw. der Partnerin zu nutzen oder z.B. bei Ausbleiben einer Rückmeldung anzurufen, äußert sich bei den Teilnehmer_innen wie folgt: Durchschnittlich 22,9% geben an, kein Kontrollverhalten nach dem Versenden von Textnachrichten auszuüben. Der Rest der Teilnehmer_innen gibt kontrollierendes Verhalten an, entweder um zu überprüfen, ob die Textnachricht angekommen ist, gelesen oder gesehen wurde (z.B. mittels der Häkchen- und Online-Anzeige-Funktionen bei WhatsApp) oder versuchen, durch das Versenden einer weiteren Textnachricht bzw. durch einen Anruf eine Rückmeldung zu erlangen. Ca. ein Viertel der Teilnehmer_innen geben an, die Gelesen-, bzw. im Falle von WhatsApp die „Blaue Häkchen“-Funktion ausgeschaltet zu haben. Über 35% geben an, dass die Funktion der Anzeige von „Zuletzt Online“ ausgeschaltet sei oder es sie nicht gibt. Da fast 80% WhatsApp-Nutzer_innen sind, man auch bei Facebook-Messenger diese Funktion gewissermaßen ausschalten kann, es sie bei iMessage nicht gibt, man sie bei Telegram nicht ausschalten kann und die anderen Mobile Instant Messenger-Dienste insgesamt nur etwas über 5% ausmachen, kann darauf geschlossen werden, dass ein Viertel bis zu einem Drittel von Mobile Instant Messenger-Nutzer_innen aktiv Vorkehrungen zum Schutz ihrer Privatsphäre treffen.

„Electronic Intrusion“ (EI) wird das Überschreiten der Grenzen der Privatsphäre mithilfe von oder durch elektronische Medien bezeichnet, z.B. das Durchsuchen des Mobiltelefon's oder des Computers der Partnerin bzw. des Partners, meistens mit dem Ziel, Informationen über die Kontakte des Partners oder der Partnerin zu erlangen und ggf. Unsicherheitsgefühle aufgrund von

Eifersucht zu verringern. Der Online-Fragebogen richtete sich an verschiedene Formen von EI [Fragebogen: KV03]. Während 63,5% der Teilnehmer_innen ihre_n Partner_in schon mal gefragt haben, mit wem er oder sie noch Kontakt hat, geben 83,3% der Teilnehmer_innen an, sich noch nie Zugang zum Handy ihres bzw. ihrer Partner_in verschafft zu haben. 23,8% schauen unterschiedlich häufig auf Facebook, um dort an Informationen über den Partner bzw. die Partnerin zu gelangen, 11,9% bitten ihre_n Partner_in am Mobiltelefon zu zeigen, mit dem sie noch Kontakt haben und 16,8% durchsuchen das Mobiltelefon direkt.

Electronic Intrusion korreliert mit Kontrollverhalten ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,358$), sowie mit dem Gefühl, sich gefangen zu fühlen ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,184$). Electronic Intrusion korreliert leicht negativ mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikations-Zufriedenheit ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,182$), als auch der Beziehungszufriedenheit allgemein ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,151$). Teilnehmerinnen neigen etwas vermehrt zu Electronic Intrusion (T-Test: $p < 0,05$).

57,3% der Befragten geben an, sich besser zu fühlen, wenn sie wissen, mit wem der oder die Partner_in noch Kontakt hat [Fragebogen: KV04]. Sich besser zu fühlen, wenn man weiß, mit wem der oder die Partner_in schreibt oder telefoniert, korreliert signifikant mit Kontrollverhalten ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,435$) und Electronic Intrusion ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,513$). Berechnet man das Sicherheitsempfinden, das vermeintlich durch Kontrolle entsteht, also den Wert durch die Angaben zu den Fragen „Es geht mir besser, wenn ich weiß, mit wem mein Partner/meine Partnerin schreibt.“, „Ich vertraue meinem Partner/meiner Partnerin, aber Kontrolle ist (manchmal) besser.“, „Ich muss nicht wissen, mit wem mein Partner/meine Partnerin noch schreibt.“ (umgepolt) und „Wenn mein Partner/meine Partnerin nichts zu verbergen hat, kann er/sie mir auch zeigen, mit wem er/sie noch schreibt.“, neu (zu „SicherhKontrJa“), so korreliert dieser noch stärker mit den oben angeführten Werten bezüglich Kontrollverhalten ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,454$) und Electronic Intrusion ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,616$).

Die Werte für „Es geht mir besser, wenn ich weiß, mit wem mein Partner/meine Partnerin schreibt.“, „Ich vertraue meinem Partner/meiner Partnerin, aber Kontrolle ist (manchmal) besser.“ und „Wenn mein Partner/meine Partnerin nichts zu verbergen hat, kann er/sie mir auch zeigen, mit wem er/sie noch schreibt.“ wurden via SPSS automatisch umgepolt und zusammen mit den Werten zu „Ich muss nicht wissen, mit wem mein Partner/meine Partnerin noch schreibt.“ und „Ich wäre sehr enttäuscht von meinem Partner/meiner Partnerin, wenn er/sie meine Privatsphäre nicht respektieren würde.“ zu einer neuen Variable berechnet („SicherhKontrNein“). Diese wurde dann mit den Werten zu Kontrollverhalten und Electronic Intrusion auf Korrelationen überprüft. Es wurden mittlere signifikante negative Zusammenhänge zwischen Kontrollverhalten ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,324$) und Electronic Intrusion ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,303$). Teilnehmer haben

gegenüber Teilnehmer_innen einen signifikanten, höheren Mittelwert (MW/Weibl.: 2,96/5, MR/Männl.: 3,10/5; T-Test: $p < 0.05$). Unter Einbezug der Variablen in der Regressionsanalyse verliert sich der Effekt und es kann kein Zusammenhang festgestellt werden.

Mit dem ECR-R nach Fraley, Waller und Brennan (2000) wurde der Bindungsstil für die Dimensionen des ängstlichen und vermeidenden Bindungsstil gemessen, aus dem sich zwei Werte ergeben: „AngstB“ und „VermeidungsB“ [Fragebogen: BS02]. Ein höherer Wert jeweils ergibt eine Neigung im Verhalten in die entsprechende Richtung. Ein niedriger Wert bedeutet einen sicheren Bindungsstil, der auch ein positives Selbst- und Fremdbild bedeutet.

Ängstlicher Bindungsstil

Es können signifikante Korrelationen zwischen *ängstlichem Bindungsstil* und der Bewertung der Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,119$), den Anteilen in % im Verhältnis zur Gesamtkommunikation bei Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,123$), SMS ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,144$) und Mobile Instant Messenger-Kommunikation ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,121$), der Beziehungszufriedenheit ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,471$), der Zufriedenheit bezüglich Mobile Instant Messenger-Kommunikation in der Beziehung ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,444$), Kontrollverhalten ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,331$), Electronic Intrusion ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,338$), Entrapment ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,298$) und „SicherheitKontrJa“ ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,336$) festgestellt werden.

Im Bezug zum Wunsch, gewisse Kommunikationsformen häufiger in der Beziehung zu nutzen, korreliert der Wert in Bezug zum ängstlichen Bindungsstil mit Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,278$), Telefonieren ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,265$), Mobile Instant Messenger ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,105$) und Videotelefonie ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,126$). Der Wunsch, gewisse Kommunikationsformen in der Beziehung zu reduzieren, korreliert bei Personen mit einem erhöhten Wert bezüglich des ängstlichen Bindungsstils mit SMS ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,145$), Mobile Instant Messenger ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,222$) und „Andere“ ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,136$). Ängstlicher gebundene Teilnehmer_innen geben häufiger an, dass ein Zeitfenster ab einer Stunde bereits problematisch sei ($p < 0.01$). Bei der Frage nach der Initiierung von Textnachrichten korreliert ein erhöhter Wert bei einem ängstlichen Bindungsstil damit, selbst die Kommunikation zu initiieren ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,105$), sowie am meisten zu schreiben ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,120$). Die Angaben dafür, dass Mobile Instant Messenger-Kommunikation die Beziehung eher negativ beeinflusst hat, korreliert mit einem höheren Wert bezüglich ängstlicher Bindung ($p < 0.01$, Pearson's $r = -,168$). Die Angaben dazu, aus welchen Gründen sich der oder die Partner_in nicht melden könnte, korreliert bei ängstlich Gebundenen signifikant mit der Annahme, es habe was mit ihnen persönlich zu tun ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,599$). Die Werte zu der Annahme, es habe was

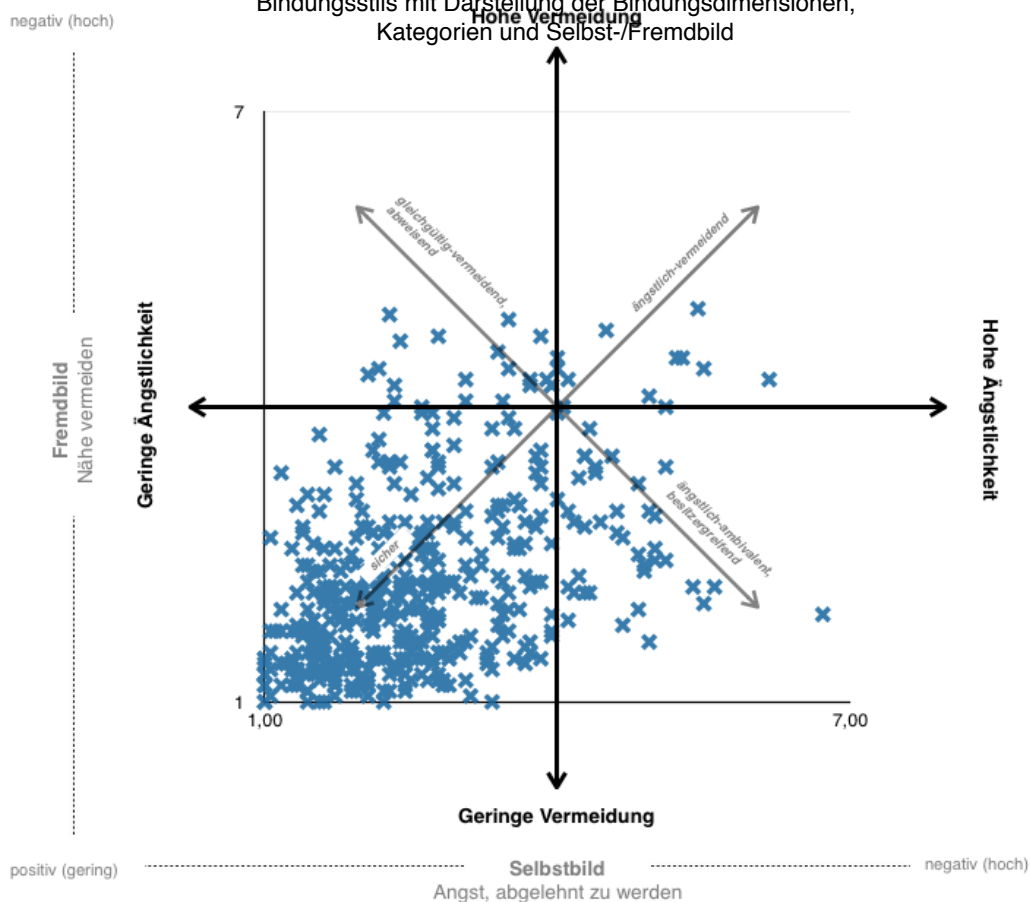
mit ihnen persönlich zu tun, wenn sich Partner_innen nicht schnell genug zurück melden, korreliert ebenfalls mit einem erhöhten Wert bei Teilnehmer_innen mit ängstlicher Bindung ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,433$).

Vermeidender Bindungsstil

Bei Teilnehmer_innen mit einem höheren Wert bezüglich des vermeidenden Bindungsstils gibt es signifikante Korrelationen zwischen der Bewertung von Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,243$) und Telefonieren ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,141$) und den Anteilen in % im Verhältnis zur Gesamtkommunikation in Bezug zu Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,181$), Beziehungszufriedenheit ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,611$, $R^2 = ,373$), der Zufriedenheit bezüglich Mobile Instant Messenger-Kommunikation in der Beziehung ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,340$) und Entrapment ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,503$) festgestellt werden. Im Bezug zum Wunsch, gewisse Kommunikationsformen häufiger in der Beziehung zu nutzen, korreliert der Wert in Bezug zum vermeidenden Bindungsstil mit Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,150$), Telefonieren ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,154$), sowie Mobile Instant Messenger ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,102$). Teilnehmer_innen mit einem vermeidenden Bindungsstil geben Werte an, die mit dem Wunsch zur Reduktion von Telefonieren ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,140$), SMS schreiben ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,205$), Mobile Instant Messenger ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,174$) und Videotelefonieren ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,162$) signifikant korrelieren. Teilnehmer_innen mit einem vermeidenden Bindungsstil geben häufiger an, dass es für sie kein Zeitfenster und es logische Gründe für eine späte Rückmeldung geben würde ($p < 0,05$). Vermeidend gebundene Teilnehmer_innen geben häufiger an, dass der oder die Partner_in die Textnachrichten initiiert ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,150$), als auch am meisten schreibt ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,115$). Die Angaben dafür, dass Mobile Instant Messenger-Kommunikation die Beziehung eher negativ beeinflusst hat, korreliert mit einem höheren Wert bezüglich vermeidender Bindung signifikant ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,175$). Die Erreichbarkeit des Partners bzw. der Partnerin korreliert signifikant mit den Werten zu vermeidender Bindung ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,204$), gleiches gilt für die eigene Erreichbarkeit ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,113$). Die Angaben dazu, wenn sich Partner_innen nicht melden, anzunehmen, es habe was mit dem oder der Teilnehmer_in persönlich zu tun, korreliert signifikant mit einem erhöhten Wert in Bezug zu vermeidender Bindung ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,246$). Ebenfalls trifft dies auch für die Frage danach zu, was der Grund dafür sein könnte, dass sich Partner_innen nicht schnell genug zurück melden ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,267$).

Die Ergebnisse werden nun anhand einer Regressionsanalyse auf ihre Kausalität überprüft, wodurch festgestellt werden kann, wie der Bindungsstil in Kombination mit anderen Faktoren in

Abb. 15: Verteilung der Stichprobe anhand des Bindungsstils mit Darstellung der Bindungsdimensionen, Kategorien und Selbst-/Fremdbild



Zusammenhang steht mit Beziehungszufriedenheit, der Zufriedenheit mit der Instant Messenger-Kommunikation, Kontrollverhalten, Electronic Intension und dem Empfinden von Sicherheit durch Kontrolle.

	Ängstliche Dimension	Vermeidende Dimension	Andere Einflussfaktoren in der Regressionsanalyse	Varianz
RAS = Beziehungszufriedenheit	$p < 0.01$, $r = -,244$	$p < 0.01$, $r = -,498$	Electronic Intrusion $p < 0,05$, $r = -,169$	$R^2 = ,628$
ZufriedenheitMIM = Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger Kommunikation	$p < 0.01$, $r = -,313$	$p < 0.05$, $r = ,197$	Geschlecht $p < 0.05$, $r = ,166$, Häufiger: Telefonieren $p < 0,05$, $r = -,164$, Positive Beeinflussung der Bez. durch MIM $p < 0.05$, $r = ,173$, Entrapment $p < 0.05$, $r = -,209$	$R^2 = ,469$
Kontrollverhalten	$p < 0.01$, $r = ,293$	$p < 0.01$, $r = -,126$	Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger-K. $p < 0,01$, $r = ,227$, SicherheitKontrNein $p < 0,05$, $r = -,226$	$R^2 = ,414$
Electronic Intrusion	kein Zusammenhang	kein Zusammenhang	Dauer der Beziehung $p < 0,05$, $r = ,124$, Häufiger: FtF-K. $p < 0,05$, $r = -,124$, Reduzieren: Telefon $p < 0,01$, $r = ,195$, SicherheitKontrJa $p < 0,01$, $r = ,678$, RAS $p < 0,05$, $r = -,169$	$R^2 = ,628$

	Ängstliche Dimension	Vermeidende Dimension	Andere Einflussfaktoren in der Regressionsanalyse	Varianz
SicherheitKontrJa	$p < 0,01$, $r = ,205$	kein Zusammenhang	Reduzieren: Telefon $p < 0,05$, $r = -,115$, SicherheitKontrNein $p < 0,01$, $r = -,407$, EI $p < 0,01$, $r = ,503$	$R^2 = ,724$

Tab. 1: Ergebnisse Regressionanalyse in Verbindung zum Bindungsstil

p = Signifikanz

r = Korrelationskoeffizient (Pearson's r)

R^2 = Varianz laut Regressionsanalyse

7.3 Hypothesenprüfung

Die vor der Erhebung durch die Literatur gestützten Hypothesen werden im Folgenden durch die Erhebungsergebnisse geprüft.

H1: Je älter die Nutzer_innen, desto weniger werden Mobile Instant Messenger genutzt und als wichtig empfunden.

Diese Hypothese kann zum Teil durch die Erhebung bestätigt werden. Das Alter der Teilnehmer_innen korreliert signifikant mit der Nutzung von Mobile Instant Messenger im Anteil in % zur Gesamtkommunikation ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,119$). Darüber hinaus mit der Wichtigkeit von SMS ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,216$) sowie andere Medien wie E-Mail, Briefe und Postkarten ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,140$).

Entsprechend der Regressionsanalyse spielt das Alter keine signifikante Rolle in Anbetracht der anderen Faktoren, auch nicht in der Bewertung der Wichtigkeit von Mobile Instant Messenger-Kommunikation.

H2: Je länger die Beziehung, desto geringer die Nutzung von Mobile Instant Messenger im Vergleich zum Anteil an der Gesamtkommunikation.

Die Dauer der Beziehung korreliert negativ signifikant mit der Nutzung von Mobile Instant Messenger ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,276$), positiv mit Face-to-Face-Kommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,178$) und negativ mit Videotelefonieren ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,157$). Auch die Bewertung von Mobile Instant Messenger-Kommunikation bezüglich ihrer Wichtigkeit korreliert mit der Dauer der Beziehung signifikant ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,134$), sowie Videotelefonie ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,164$). Entsprechend der Regressionsanalyse gibt es keinen Effekt in Abhängigkeit zu den anderen Faktoren in Bezug zur Dauer der Beziehung.

H3: Je größer der Anteil an Mobile Instant Messenger-Kommunikation im Verhältnis zu anderen Kommunikationsarten, desto geringer die Beziehungszufriedenheit.

Diese Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Es besteht allerdings ein leichter Zusammenhang zwischen der Beziehungszufriedenheit und dem Anteil in % von Face-to-Face-Kommunikation an der Gesamtkommunikation ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,146$) und der Bewertung der Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation in der Beziehung ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,226$), als auch Interkorrelationen zwischen der Bewertung der Wichtigkeit, sowie dem Anteil in % an der Gesamtkommunikation in der Beziehung von Face-to-Face-Kommunikation für die Beziehung, als auch dem Anteil der Mobile Instant Messenger-Kommunikation in % an der Gesamtkommunikation in der Beziehung und der Bewertung der Wichtigkeit von Mobile Instant Messenger-Kommunikation für Beziehung besteht und sich bedingen.

H4: Je höher die empfundenen Erwartungen durch den Partner/die Partnerin, desto höher das Gefühl des Gefangenseins und desto geringer die Zufriedenheit mit der Mobile Instant Messenger-Nutzung, als auch Beziehungszufriedenheit.

Während die Angaben für die angenommenen Erwartungshaltung bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation der Partner_innen der Teilnehmer_innen, als auch die Angaben zum Gefühl des Gefangenseins/Entrapment eher niedrig ausfallen (MaintExp-MW: 2,73, Std-Abw.: 1,06; Entrap-MW: 1,8 Std-Abw.: 0,84), besteht dennoch ein signifikanter Zusammenhang zwischen den empfundenen Erwartungen seitens des Partners bzw. der Partnerin (MaintExp) und dem Gefühl seitens der Teilnehmer_innen, sich gefangen zu fühlen ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,312$). Insofern kann die Hypothese bestätigt werden. Sich gefangen zu fühlen korreliert wiederum signifikant negativ mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikations-Zufriedenheit ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,375$).

Männer empfinden darüber hinaus einen höheren Erwartungsdruck durch ihre Partner_innen ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,169$) und fühlen sich eher gefangen, als Frauen ($p < 0,01$, Pearson's $r = -,154$).

H5: Wenn die Initiierung von Textnachrichten ausgeglichen ist, dann ist die Beziehungszufriedenheit größer.

Die Hypothese konnte nicht bestätigt werden, es liegt kein statistischer Zusammenhang zwischen der Initiierung von Textnachrichten und der Beziehungszufriedenheit vor, ebenso wenig gibt es einen Zusammenhang zwischen dem empfundenen Umfang („Wer von euch schreibt am meisten?“) und der Beziehungszufriedenheit. Allerdings korrelieren die Werte zu Initiierung von Textnachrichten und dem empfundenen Umfang stark ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,500$).

H6a: Wenn ein ängstlicher Bindungsstil vorherrscht, dann findet kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion häufiger statt.

H6b: Wenn ein vermeidender Bindungsstil vorherrscht, so ist der Zusammenhang umgekehrt, kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion finden seltener statt.

Kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion korrelieren mit einem ängstlichen Bindungsstil (Kontr: $p < 0,01$, Pearson's $r = ,331$; ElektrIntru: $p < 0,01$, Pearson's $r = ,338$).

Es besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen vermeidender Bindung und Kontrollverhalten, jedoch ein gering positiver mit Electronic Intrusion ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,116$). Entsprechend der Regressionsanalyse in Zusammenhang mit anderen Faktoren korreliert ein erhöhter Wert in der ängstlichen Bindungsdimension mit Electronic Intrusion ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,186$), nicht aber im Zusammenhang zum Wert des vermeidenden Bindungsstil.

H7: Wenn kontrollierendes Verhalten/Electronic Intrusion von einem Teilnehmer bzw. einer Teilnehmerin ausgeübt wird, wirkt sich das positiv auf das Sicherheitsempfinden in der Beziehung aus.

Kontrollierendes Verhalten und Electronic Intrusion korrelieren stark mit dem Wert, der Sicherheit durch Kontrolle misst und sich aus den Fragen zu KV04 ergibt („SicherhKontrJa“): $p < 0,01$, Pearson's $r = ,454$ für Kontrollverhalten und $p < 0,01$, Pearson's $r = ,616$ für Electronic Intrusion. Insofern kann die Hypothese verifiziert werden. Auch die Regressionsanalyse bestätigt diesen Zusammenhang für Electronic Intrusion ($p < 0,01$, Pearson's $r = ,698$), nicht aber für Kontrollverhalten.

H8: Menschen mit einem ängstlichen Bindungsstil nutzen Mobile Instant Messenger häufiger und bewerten diese, als auch das Telefon, als wichtiger.

Die Werte für einen ängstlichen Bindungsstil korrelieren mit dem Anteil von Mobile Instant Messenger in % an der alltäglichen Kommunikation in der Beziehung ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,121$). Für die Bewertung der Wichtigkeit für die Beziehung kann in Bezug zu Mobile Instant Messenger-Kommunikation kein statistischer Zusammenhang festgestellt werden. Darüber hinaus liegt der einzige Zusammenhang bei der Bemessung von Wichtigkeit in Bezug zu den Kommunikationsformen bei der von Face-to-Face-Kommunikation, allerdings im negativen Ausmaß ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,119$). Ein negativer Zusammenhang konnte ebenso für Face-to-Face-Kommunikation anteilig in % an der Gesamtkommunikation festgestellt werden ($p < 0,05$, Pearson's $r = -,123$). Ängstlich gebundene Teilnehmer_innen hatten höhere Werte für SMS ($p < 0,05$, Pearson's $r = ,144$). Die Hypothese kann also nur teilweise und im geringen Ausmaß bestätigt werden.

8. Fazit und Ausblick

Die Befragung setzt sich aus 419 Individuen zusammen, von denen sich entlang der Geschlechtsidentitäten drei als „divers“ bezeichnen. Ein Viertel der Teilnehmer_innen identifiziert sich als männlich, drei Viertel als weiblich und fast 90% sind heterosexuell. Die Stichprobe repräsentiert also ein binäres, heteronormatives Verständnis von Mediennutzung innerhalb von Beziehungen.

Verdrängung anderer, interpersonaler Kommunikationsmedien

Während der Großteil der Kommunikation in den Beziehungen Face-to-Face stattfindet, finde die restliche Kommunikation zum Großteil über Mobile Instant Messenger statt, gefolgt, jedoch mit gewissem Abstand, vom Telefonieren. Im Verhältnis zu Mobile Instant Messenger wird weniger telefoniert und dies auch als weniger wichtig erachtet. Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Nutzung von Mobile Instant Messenger und SMS, um statistisch nachweisen zu können, dass SMS durch Mobile Instant Messenger verdrängt wurden, allerdings gibt es letztere nun auch bereits 10 Jahre und es kann sein, dass die Verdrängung einfach nicht mehr messbar, weil sie quasi vollzogen, ist. Besonders interessant ist der Zusammenhang zwischen dem Anteil an der Gesamtkommunikation von Mobile Instant Messenger-Kommunikation und Face-to-Face-Kommunikation, der eine relativ starke, negative Korrelation aufweist und ein Indiz dafür ist, dass die Zeit, die auf die eine oder andere Art kommuniziert wird, negativ zusammenhängt mit der anderen - Man könnte also daraus schließen, dass Paare, die mehr Zeit miteinander verbringen, weniger Mobile Instant Messenger-Kommunikation betreiben und Paare, die sich viel mittels Mobile Instant Messenger schreiben, sich weniger sehen. Auf der anderen Seite muss noch mal betont werden, dass die Zahlen bezüglich der Anteile in % mit Vorsicht zu genießen sind aufgrund der Unzulänglichkeit des Erhebungsinstruments, auch wenn die Ausprägung in die richtige Richtung geht.

Ein genauerer Blick auf die Gratifikationen, die zu diesen Nutzungsmustern beitragen, ganz besonders in Abhängigkeit zu Kontrollmöglichkeiten in zweierlei Hinsicht: Einerseits die Kontrolle des technischen Nachrichtenverlaufs, sowie des interpersonellen Austauschs, wäre zu empfehlen, um die Medienverteilung besser zu verstehen. Sind Mobile Instant Messenger nicht nur so beliebt, weil sie eine günstige Alternative zu SMS darstellen, sondern weil ihre Nutzer_innen sehen können, ob eine Nachricht übermittelt und gelesen wurde und steigern diese Möglichkeiten das Kontrollempfinden, oder das Empfinden von Sicherheit (vgl. Uncertainty Reduction Theory, Berger & Calabrese 1975) und Gewissheit, im Bezug zu den Kommunikationspartner_innen? Die Ergebnisse zum Kontrollverhalten, wonach über drei Viertel der Teilnehmer_innen die Funktionen von WhatsApp nutzen, um den Nachrichtenstatus zu verfolgen, sowie der Zusammenhang zwischen der Bewertung der Wichtigkeit von Mobile Instant Messenger und erhöhtem Kontrollverhalten lassen darauf schließen. Und darüber hinaus stellt sich die Frage nach dem

Zusammenhang von Kontrolle als Gratifikation in Bezug zu den „online“ und „schreibt...“-Anzeigen. Auf der anderen Seite wäre es interessant mehr dazu zu erfahren, warum 35% der Teilnehmer_innen angeben, z.B. die „zuletzt online“-Anzeige und ein Viertel die Gelesen-Bestätigungsfunktion mittels blauer Häkchen ausgeschaltet zu haben und ob dieser Entscheidung Konflikte deswegen vorausgegangen sind. Über den direkten Zusammenhang zwischen technologiegetriebenen Bedürfnissen und Gratifikationen durch die Befriedigung dieser ist noch wenig bekannt (Ishii et al. 2017), Befriedigung durch Kontrolle spielt aber eine eindeutige Rolle (Feaster 2013), die es näher zu beleuchten gilt.

Kontrolle als Gratifikation auf Kosten reichhaltiger Medien?

In Bezug zum Telefonieren stellt sich die Frage, ob das Telefon eine Verdrängung erfährt, weil, wie Turkle (2012, 320) anmerkt, Nutzer_innen die Verbindlichkeit von Kommunikation scheuen und mehr Kontrolle über ihre Kommunikation bevorzugen, weil sie empfinden, dass Telefonieren zu „intensiv“ ist oder, wie die Autorin sagt, „zu viel verrät“? Oder wird Mobile Instant Messenger-Nutzung bevorzugt, weil man sie nebenbei nutzen kann? Und zu letzt, wie wirkt sich fragmentarische Kommunikation auf die Kommunikations- und Beziehungszufriedenheit aus, im Vergleich zu Paaren, die z.B. keine Mobile Instant Messenger nutzen?

WhatsApp als bevorzugte Mobile Instant Messenger-Applikation in romantischen Beziehungen

Die Teilnehmer_innen der Studie nutzen zum größten Teil WhatsApp als bevorzugte Mobile Instant Messenger-Applikation für Beziehungskommunikation. Es ist naheliegend, dass dieser Umstand damit zu tun hat, dass WhatsApp generell der am weitesten verbreitete Kurznachrichtendienst ist und viele weitere Kontakte ihn ebenso nutzen. Auf der anderen Seite ist Facebook ähnlich stark verbreitet, was wieder die Frage aufwirft, warum z.B. die Nutzung von WhatsApp gegenüber Facebook-Messenger, eben besonders in Zusammenhang zur Paarkommunikation, bevorzugt wird und inwiefern sich die dadurch erlangten Gratifikationen auszeichnen, auch in Bezug zum oben erwähnten Kontrollzusammenhang.

Geschlechterunterschiede: Frauen bewerten positiver und kommunizieren mehr

Frauen bewerten nicht nur die Mobile Instant Messenger-Kommunikation signifikant positiver als Männer, sondern auch die Beziehungszufriedenheit. Darüber hinaus fällt es ihnen leichter, sich über Mobile Instant Messenger auszudrücken. Es wäre äußerst interessant zu untersuchen, inwiefern sozialisierte Geschlechterunterschiede darin eine Rolle spielen, besonders in Bezug zu Kommunikationskompetenzen und Aktualisierung bestehender Forschung in diese Richtung (vgl. Burleson et al. 1996, vgl. Dunaetz et al. 2015), ganz besonders mit einer Perspektive auf die negativen Aspekte, wenn sozialisierte Kommunikationserwartungen nicht erfüllt werden und inwiefern durch Kommunikationsgefälle Abhängigkeiten entstehen (vgl. Hooker et al. 2018). Auf

der anderen Seite könnte eine gewisse Erklärung durch die Frage zur Verteilung der Mobile Instant Messenger-Kommunikation gegeben sein, denn Frauen geben tendenziell häufiger an, im Vergleich zum Partner am meisten zu schreiben. In Zusammenhang mit den Ergebnissen von Luo & Tuney (2014), die darauf hindeuten, dass positive Kommunikation lediglich einen positiven Effekt beim Sender bzw. bei der Senderin hat, jedoch nicht bei den Empfänger_innen, liegt vielleicht die positivere Beurteilung von Mobile Instant Messenger-Kommunikation bei Frauen begründet. Es müsste also weiter untersucht werden, inwiefern diese Mitteilungsbedürfnisse in Abhängigkeit zum Geschlecht bestehen und in Partnerschaften ausgelebt oder sogar unterdrückt werden werden.

Unsicherheit bei Nachrichteninterpretation?

Eine weitere Forschungsempfehlung soll in Richtung Textinterpretation bei Mobile Instant Messenger-Kommunikation ausgesprochen werden: Die Mittelwerte der Teilnehmer_innen vielen auffällig niedriger aus bei der Selbsteinschätzung zur korrekten Interpretation der Textnachrichten des Partners bzw. der Partnerinnen. Es wäre interessant zu wissen, in welchen Bereichen (ob z.B. alltäglicher Small Talk oder eben in Konflikten) eine Interpretations-Unsicherheit besteht.

Zusammenlebende Paare sind zufriedener

Teilnehmer_innen, die nicht mit ihren Partner_innen zusammen leben, weisen eine geringere Mobile Instant Messenger-Kommunikations-Zufriedenheit auf. Teilnehmer_innen auf der anderen Seite, die mit den Partner_innen zusammen leben, weisen eine höhere Zufriedenheit bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation, als auch der allgemeinen Kommunikation, auf. Der auffälligste Unterschied bei diesen zwei Gruppen ist, dass der Anteil an Face-to-Face-Zeit bzw. Kommunikation bei zusammenlebenden Paaren höher ist und dieser zeigt sich auch statisch insofern, dass Teilnehmer_innen, die im selben Haushalt wie ihrer Partner_innen leben, einen signifikant größeren Anteil an Face-to-Face-Kommunikation angeben. LAT-Teilnehmer_innen korrelieren leicht mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation. Darüber hinaus weisen die Teilnehmer_innen, die mit ihren Partner_innen zusammen leben, einen leichten, positiven Zusammenhang mit der Beziehungszufriedenheit auf. Das macht den Anteil der Face-to-Face-Kommunikation an der Gesamtkommunikation zu einem bedeutenden Faktor für die Kommunikations-Zufriedenheit bei Paaren, und im weiteren Verlauf, aber natürlich nicht ausschließlich, für die allgemeine Beziehungszufriedenheit ist. Paare, die zusammen leben, müssen weniger Kommunikationsanstrengungen für „mundane maintenance“ (Tom Tong & Walther 2011) betreiben - was nicht heißt, dass sie zwangsläufig z.B. weniger über Mobile Instant Messenger kommunizieren - aber es kann angenommen werden, dass der Druck geringer ist, weil man sich spätestens nach der Arbeit sowieso zuhause sieht, was nicht nur mehr Sicherheit mit sich bringt, aber auch eine gewisse zusätzliche Möglichkeit, Missverständnisse und Unklarheiten zwanglos zu klären. Vielleicht sind das auch Faktoren, die die höhere Zufriedenheit bezüglich der

Mobile Instant Messenger-Kommunikation bei Teilnehmer_innen, die mit ihren Partner_innen zusammen leben und die geringere bei Teilnehmer_innen in einer LAT-Beziehung erklären. Bei den Fragen zur gewünschten häufigeren bzw. geringeren Nutzung von Kommunikationsformen waren es auch die, die mit ihren Partner_innen zusammen leben, die signifikant häufiger angaben, keine Änderungswünsche zu haben. In Abhängigkeit zum Bindungsstil allerdings, als auch in Bezug zur Beziehungszufriedenheit, spielen Proximität sowie Anteile der Kommunikationsformen keine Rolle mehr, wie die Regressionanalyse zeigt.

Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation

In diesem Zusammenhang lässt sich die Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation anhand der Frage dazu, was sich die Teilnehmer_innen häufiger wünschen, ableiten. Ein Drittel der Teilnehmer_innen geben an, dass sie sich mehr Face-to-Face-Kommunikation mit ihren Partner_innen wünschen und am zweithäufigsten wurde Telefonieren gewählt. Bei der Frage zur Reduktion von Kommunikationsformen geben zwar die meisten an, nichts ändern zu wollen (knapp zwei Drittel), gefolgt allerdings von Mobile Instant Messenger-Kommunikation (über 22%, wiederum gefolgt „erst“ von SMS mit 4,2% - die Relationen sind also eindeutig). Es stellt sich also die Frage, was die Faktoren sind, die davon abhalten, die entsprechenden Kommunikationswünsche zu erfüllen und ob es an strukturellen Hindernissen (wie z.B. zu wenig Zeit durch Arbeit) liegt, oder an einer mangelnden Kommunikationskompetenz - und hier auch wieder in Verbindung zu Turkle's (2012, 320) Anmerkung: Würden sie gerne, trauen sich aber nicht? Während Jin & Peña (2010) herausgefunden haben, dass Telefonate Sicherheit, Liebe und Bindung fördern, Chan (2018) aber ebenso einen Zusammenhang zwischen Telefonaten und negativen Gefühlen feststellt, bietet es sich an, genauer zu beleuchten, was diese negativen Gefühle sind und warum sie ausgelöst werden - Und wenn Mobile Instant Messenger die Paarkommunikation positiv beeinflusst hat, wie die Mehrheit der Teilnehmer_innen angeben, stellt sich hier wiederum die Frage, in welchen Belangen.

Wie wirken sich Mobile Maintenance Expectations wirklich aus?

Antworten, die länger als vier bis fünf Stunden auf sich warten lassen, werden von 50,3% der Befragten als problematisch betrachtet. Hier stellt sich natürlich die Frage danach, was die Teilnehmer_innen genau als „problematisch“ erachten - bedeutet es einfach ein negatives Gefühl oder zieht es Konsequenzen wie z.B. eine Diskussion nach sich? Findet Kontrollverhalten in dem Zeitraum statt (wie im Fragebogen beschrieben) und wenn ja, in welchem Ausmaß? Das sind Feinheiten, die wahrscheinlich besser mit einer qualitativen Untersuchung beleuchtet werden können. Gleiches gilt für die genauen Hintergründe, wie sich antizipierte Erwartungshaltungen, wie sie durch die Mobile Maintenance Expectations erhoben wurden, auf die Kommunikationshandlungen auswirken und wie bewusst, oder unbewusst, sich dieser Umstand auf die

Kommunikation im allgemeinen, als auch die Beziehungszufriedenheit auswirkt. Mobile Maintenance Expectations können dann umschlagen in ein Gefühl der Bedrängnis/Entrapment durch die intensive mobile Kommunikation, ganz besonders im Zusammenhang zur Mobile Instant Messenger-Kommunikation, welche sich dann auch negativ auf die Beziehungszufriedenheit auswirkt.

Wie wichtig Erreichbarkeit ist

Es ist interessant, dass Teilnehmer_innen, die mehr telefonieren, die Erreichbarkeit des Partners bzw. der Partnerin als wichtiger bewerten, während den Personen, die vermehrt Mobile Instant Messenger in ihrer Beziehung nutzen, die eigene Erreichbarkeit wichtiger ist. Es besteht aber ein starker Zusammenhang zwischen den Angaben zur Wichtigkeit der eigenen und Partner_innen-Ereichbarkeit, was in Bezug zum von Pannrucker (2016) erwähnten „Erreichbarkeitsdilemma“ bedeutet, dass den Teilnehmer_innen, denen die Erreichbarkeit des Partners bzw. der Partnerin wichtig ist, zum großen Teil auch die eigene Erreichbarkeit ebenso wichtig ist.

Unsicherheitsgefühle stillen durch Electronic Intrusion - zu welchem Preis?

An dieser Stelle möchte ich noch einmal auf das Kontrollverhalten durch die neuen Medien und dem Phänomen von Electronic Intrusion eingehen. Kontrollverhalten korreliert in dieser Erhebung mit Electronic Intrusion. Teilnehmer_innen, die die Partner_inkommunikation mit den Funktionen von Mobile Instant Messenger kontrollieren, üben auch ein erhöhtes Maß an Kontrollverhalten bzw. Electronic Intrusion aus, um den Partner bzw. die Partnerin in Bezug zu anderen Kontakten zu überwachen, was sich bis hin zum Verletzen der Privatsphäre durch unerlaubten Zugriff auf das Mobiltelefon des Partners bzw. der Partnerin steigern kann. Auch andere Social Media-Kanäle wie z.B. Facebook werden dazu genutzt, um an Informationen über den Kontakt des Partners bzw. der Partnerin mit anderen zu gelangen. Dabei neigen Frauen eher zu Electronic Intrusion, allerdings nur mit geringer Ausprägung. Während in dieser Erhebung nur ein geringer Teil der Befragten angibt, sich mit unterschiedlicher Häufigkeit z.B. Zugang zum Mobiltelefon des Partners bzw. der Partnerin verschafft zu haben, um zu überprüfen, mit wem diese_r noch Kontakt hat, findet Ngcongo (2016), dass ein Großteil seiner Tiefeninterview-Teilnehmer_innen dieses Bewachungs-Verhalten an den Tag legt (in der Studie wird es „acute mobile surveillance“ genannt und als Überwachung der Telefonanrufe und Textnachrichten der Partner_innen definiert). In der Studie wird explizit nach der Motivation hinter dem Verhalten gefragt, wobei in erster Instanz „Neugierde“ angegeben wird, bei genauerem Nachfragen aber zum Vorschein kommt, dass der Verdacht auf die potenzielle Untreue des Partners bzw. die Partnerin ausschlaggebend ist. Wie auch in der Hypothese angegeben, wurde ein Zusammenhang mit dem ängstlichen Bindungsstil angenommen, der aber nicht nachgewiesen werden konnte. Stattdessen war der ausschlaggebende Faktor für Electronic Intrusion, dass sich Teilnehmer_innen durch Kontrolle

sicherer fühlen, ganz nach dem Volksmund: „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.“. In diesem Zusammenhang möchte ich noch mal auf eine Aussage von Turkle (2008) eingehen, wenn sie die Problematik diskutiert, dass innere Bestätigung immer mehr in Abhängigkeit zu jemand anderem zu geschehen droht und komme im selben Gedankenzug auch zu einer Anmerkung in Kapitel 3.2.1 in Bezug zu Konsumakten zu sprechen. Wenn Turkle (2008, 128) schreibt: „At the moment of having a thought or feeling, one can have it validated. Or one may *need* to have it validated. And further down the continuum of dependency, as a thought or feeling is being formed, it may *need validation to become established*.“, spricht sie vom Potential der immer möglichen Bestätigung, ähnlich wie wenn vom Zwang durch die implizierte Möglichkeit zur ständigen Kommunikation gesprochen wird. Hat man eine positive Erfahrung, erfährt diese noch mal Bestärkung durch die Mitteilung an andere (im sozialen Kreis z.B. über Social Media, in einer Beziehung z.B. durch eine Textnachricht über Mobile Instant Messenger), vielleicht bis zu dem Ausmaß, dass positive Erfahrungen keinen Wert mehr an sich haben, wenn man nicht in der Lage ist, sie mit jemanden zu teilen („(...) as a thought or feeling is being formed, it may need validation to become established.“ Turkle 2008, 128). Umgekehrt besteht die Möglichkeit aber ebenso, dass, angenommen es wird ein Gefühl der Unsicherheit empfunden, automatisch - wie bei dem Phänomen „Instant Gratification“ (Goldsborough 2016) - erwartet wird, wenn man sich nicht sogar dazu berechtigt fühlt, dass dem negativen Gefühl Abhilfe geleistet werden muss und da, in Zusammenhang zu Electronic Intrusion, die Möglichkeit zur Informationsbeschaffung vorhanden und abrufbar ist, quasi konsumierbar - und hier komme ich auf die Gedanken zum Konsumakt zu sprechen - manifestiert sich der Mangel an Sicherheit in einer Aufzeichnung von Kommunikationsverläufen einer anderen Person (die aber von der betroffenen Person, also dem oder der Partner_in, in dem Moment in gewisser Weise losgelöst ist). Vielleicht korreliert deshalb Electronic Intrusion mit dem Gefühl, sich gefangen zu fühlen („Entrapment“), weil Mobile Instant Messaging allein schon impliziert, dass es diese Aufzeichnungen gibt, und somit nicht nur die Möglichkeit, sich ständig auszutauschen und zu schreiben, sondern auch alles zu wissen - oder eben nicht zu wissen. Beim Ausführen von Electronic Intrusion gilt es aber dann nur mehr, oder hauptsächlich, das Unsicherheitsgefühl zu eliminieren und lenkt davon ab, was mit sich selbst und dem oder der Partner_in bzw. der Beziehung passiert. Deswegen würde ich auch unterscheiden zwischen der gemeinsamen Thematisierung des Unsicherheitsgefühls, dass zur Folge hat, dass man den oder die Partner_in fragt, ob er oder sie noch Kontakt zu anderen, potentiellen Konkurrent_innen hat (vgl. Burkart 2018) - was eine konstruktive und Problem-orientierte Kommunikation bedeuten würde - und dem Akt des Quasi-Einbruchs in die Privatsphäre und des Vertrauensbruchs, der zwar Abhilfe und vermeintliche Sicherheit leistet, wie die Erhebung zeigt, aber wahrscheinlich nicht für lange. Natürlich gibt es diverse andere Faktoren, die im Bezug zum Sicherheitsbefinden in Beziehungen eine Rolle spielen und Verdachtsmomente auslösen, die sich im weiteren Verlauf in der Überwachung des Partners oder der Partnerin äußern, die einer genaueren Untersuchung

bedürfen. Ebenso wäre es interessant zu wissen, wie die anderen Teilnehmer_innen mit Unsicherheitsgefühlen in Bezug zu dem Umstand umgehen, dass theoretisch die Antwort auf ihre Fragen in einem Gerät zugänglich wären.

Bindungsverhalten, Mediennutzung und Zufriedenheit in Abhängigkeit vom Bindungsstil

Einer der Faktoren, der das Sicherheitsempfinden in Beziehungen beeinflusst, in dieser Arbeit erläutert und in die Erhebung mit ein geflossen ist, ist der Bindungsstil. Dabei wurde in zwei Dimensionen unterschieden, die jeweils mit 18 Fragen die Werte im Bezug zu einem ängstlichen oder vermeidenden Bindungsstil messen. In dieser Arbeit wird nicht auf besonders auf die Mittelwerte der zwei Dimensionen eingegangen, denn in Anlehnung an Srivastava (2012) soll hier vermieden werden, Normen dafür, welcher Wert als „ängstlich“ und welcher Wert als „vermeidend“ im Bezug zum Bindungsstil gilt, zu etablieren - die Ausprägungen lassen sich viel besser durch Zusammenhänge erklären, wie in dieser Arbeit Zusammenhänge in Bezug zur Mediennutzung.

Es bestehen zu Zusammenhänge zwischen den Teilnehmer_innen mit einem höheren Wert bezüglich des vermeidenden Bindungsstils und denen, die in einer offenen oder polyamourösen Beziehung sind, kürzere Beziehungen führen und seltener zusammen bzw. häufiger getrennt von ihren Partner_innen leben. Sie empfinden entgegen dem Durchschnitt Face-to-Face-Kommunikation und Telefonieren weniger wichtig und geben auch geringere Werte für den Anteil an Face-to-Face-Kommunikation im Alltag an. Teilnehmer_innen, die einen höheren Wert für die ängstliche Bindungsdimension haben, empfinden Face-to-Face-Kommunikation ebenso weniger wichtig und geben geringere Werte für den Anteil an Face-to-Face-Kommunikation im Alltag an, nutzen aber mehr SMS und Mobile Instant Messenger in ihrer Beziehung. Vermeidend als auch ängstlich Gebundene weisen eine wesentlich geringere Beziehungszufriedenheit auf²⁵, allerdings ist die Korrelation nur bei vermeidend Gebundenen mit starker Ausprägung. Ängstlich Gebundene zeigen ähnliche Werte in Bezug zur Mobile Instant Messenger-Zufriedenheit. Vermeidend Gebundene fühlen sich bedeutend schneller gefangen durch ein hohes Maß an (Mobile Instant Messenger-)Kommunikation mit starker Ausprägung. Sie sind darüber hinaus auch weniger zufrieden mit der Mobile Instant Messenger-Kommunikation im allgemeinen. Ängstlich Gebundene weisen ebenso einen höheren Wert für „Entrapment“ auf, aber auf mittlerem Niveau, sowie für Electronic Intrusion, Kontrollverhalten und Sicherheit durch eben diese, wohingegen bei vermeidend Gebundenen ein geringer Zusammenhang zu Electronic Intrusion besteht. Wenn man diese Zahlen genauer betrachtet, auch in der Reihung der Stärke ihrer Ausprägungen, lässt sich eine Tendenz nach außen bei den ängstlich Gebundenen und eine Tendenz nach innen bei den vermeidend Gebundenen erkennen: Ängstlich Gebundene weisen weniger Zufriedenheit bzgl. Mobil Instant Messenger-Kommunikation auf, aber ebenso einen relativ hohen Wert für Electronic Intrusion, sowie Kontrollverhalten und Sicherheitsempfinden durch diese. Ängstlich Gebundene

²⁵ Durch Studien bereits unterstützt (vgl. Stackert & Bursik 2003).

haben ein negativeres Selbstbild und ihr Befinden im allgemeinen ist teilweise stark abhängig von der Bestätigung durch den oder die Partner_in (Morey et al. 2013) - weshalb sie dazu geneigt sein können, die Kommunikationskanäle ihren Bedürfnissen entsprechend zu instrumentalisieren.

Dass dieser Umstand auch als anstrengend empfunden werden kann, könnte die Erklärung für die Korrelation mit „Entrapment“ sein. Auf der anderen Seite weisen vermeidend Gebundene eine noch höhere Korrelation in Bezug zu „Entrapment“ auf, als für die negative bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikationszufriedenheit, woraus geschlossen werden kann, auch gestützt durch die Regressionsanalyse, dass die geringe Zufriedenheit bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation auf ein Empfinden von Bedrängnis durch ein erhöhtes Maß dieser in der Beziehung zurückzuführen ist. Da Menschen mit einem vermeidenden Bindungsstil dazu neigen, Intimität einzuschränken (Feeney & Noller 1991) und ein starkes Bedürfnis nach Unabhängigkeit haben (Luo 2014), macht es Sinn, dass der Wert für „Entrapment“ bei ihnen hoch ausfällt. Die geringe Korrelation in Bezug zu Electronic Intrusion lässt sich vielleicht dadurch erklären, dass die eigenen Bindungsbedürfnisse unterdrückt und auch verleugnet werden (Lengning & Lüpschen 2019), währenddessen eine latente Neigung zu starker Eifersucht besteht (Burkart 2018), die sich in bestimmten Fällen dann in Electronic Intrusion äußern kann.

Bezüglich den Wünschen zur häufigeren bzw. geringeren Nutzung von Kommunikationskanälen finden sich leicht widersprüchliche Ergebnisse, die die oben genannten Annahmen aber auch bestärken: Beide Gruppen wünschen sich mehr Face-to-Face-Kommunikation, Telefonieren und Mobile Instant Messenger-Kommunikation, ängstlich Gebundene wünschen sich aber dennoch weniger Mobile Instant Messenger-Kommunikation, SMS und „Andere“ bei der Frage nach Reduktion, und vermeidend Gebundene wünschen sich ebenso weniger Mobile Instant Messenger-Kommunikation, sowie weniger Telefonieren, SMS und Videotelefonie. In diesem Zusammenhang meine ich eine Tendenz bezüglich dem Wunsch nach reichhaltigeren Medien seitens der ängstlich Gebundenen, und eine Tendenz in Richtung weniger verbindlichen Medien seitens vermeidend Gebundener, zu erkennen. Diese Annahme wird noch mal bestärkt dadurch, dass Teilnehmer_innen mit einem höheren Wert bezüglich ängstlicher Bindung häufiger angeben, dass eine Rückmeldung, die länger als eine Stunde dauert, bereist als problematisch erachtet wird und Teilnehmer_innen mit einem höheren Wert bezüglich vermeidender Bindung häufiger angeben, dass es für sie kein Zeitfenster gäbe - unter dem Aspekt, dass es einen starken Zusammenhang zwischen der Verbindlichkeit der eigenen Erreichbarkeit und der des oder der Partner_in gibt, und Teilnehmer_innen mit einem erhöhten Vermeidungswert angeben, dass die eigene Erreichbarkeit als auch die des oder der Partner_in weniger wichtig ist, ist es naheliegend, dass diese „quid pro quo“-Einstellung sich auch auf diesen Bereich überträgt. Ängstlich Gebundene geben darüber hinaus vermehrt an, selbst Instant-Messenger-Kommunikation zu initiieren, als auch mehr Textnachrichten im Bezug zum Umfang zu schreiben und vermeidend

Gebundene geben umgekehrt an, dass der oder die Partner_in häufiger Gespräche über Mobile Instant Messenger initiiert als auch mehr schreibt, als sie selbst. Auf der anderen Seite können die widersprüchlichen Angaben bezüglich Mobile Instant Messenger seitens ängstlich Gebundener und bezüglich Mobile Instant Messenger und Telefonieren seitens vermeidend Gebundener darauf zurück zu führen sein, dass beide Dimensionen ein starkes Bedürfnis nach Nähe haben, es aber an der zufrieden stellenden Umsetzung scheitert - bei ängstlich Gebundenen in der Etablierung von Sicherheit (in Abhängigkeit zu den Ergebnissen bezüglich Kontroll- und Überwachungsverhalten) und bei vermeidend Gebundenen in der Etablierung oder Aufrechterhaltung von Unabhängigkeit bzw. Autonomie im Verhältnis zum Zulassen von Nähe. Der höchste Korrelationswert der gesamten Erhebung in Bezug zum ängstlichen Bindungsstil wurde gefunden, als die Teilnehmer_innen danach gefragt wurden, was für Gründe es gäbe, dass sich der oder die Partnerin nicht bei ihnen meldet, also kein Gespräch via Mobile Instant Messenger initiiert. Ängstlich Gebundene nehmen mit einer starken Korrelation eher an, dass dies etwas mit ihnen persönlich zu tun haben muss. Mit mittlerer Ausprägung begründen sie sich ebenfalls ein Ausbleiben bzw. eine Verzögerung von Antworten auf Textnachrichten. Dieser Zusammenhang ist ein bedeutendes Indiz für das negative Selbstbild von Menschen mit ängstlicher Bindungsneigung. Der gleiche Zusammenhang besteht auch für Teilnehmer_innen mit einem höheren Wert bezüglich vermeidendem Bindungsstil, allerdings mit mittlerer Ausprägung. Dass beide Dimensionen eine negative Haltung bezüglich der Beeinflussung der Beziehung durch Mobile Instant Messenger äußern, bestärkt die Annahme, dass bei ängstlich Gebundenen die Mobile Instant Messenger-Nutzung auf der einen Seite ein hohes Potential an Unsicherheit birgt oder aber triggert, sowie das gewünschte Näheverhältnis nicht erfüllt (wobei hier auch die Frage besteht, inwiefern es überhaupt erfüllt werden kann), sowie bei vermeidend Gebundenen angenommen werden kann, dass, wie oben bereits erwähnt, das Bedürfnis nach Unabhängigkeit durch die „Natur“ von Mobile Instant Messenger unterbunden wird.

Um noch mal zusammen zu fassen und ein paar Kausalitäten besser abzuzeichnen, die durch die Regressionsanalyse in Verbindung mit anderen Faktoren gemessen wurden, sind Teilnehmer_innen mit einer stärkeren Ausprägung bei ängstlicher und vermeidender Bindung weniger zufrieden in ihren Beziehungen, ängstlich Gebundene sind weniger zufrieden mit der Nutzung von Mobile Instant Messenger in ihren Beziehungen, vermeidend gebundene Teilnehmer_innen hingegen zufriedener, in Verbindung mit den anderen Faktoren in dieser Erhebung spielt der Bindungsstil ebenso eine Rolle in Bezug zur Nutzung von Mobile Instant Messenger-Funktionen zur Kontrolle der Partner_inkommunikation. Electronic Intrusion korreliert zwar nicht mit dem Bindungsstil, ängstlich Gebundene empfinden aber signifikant häufiger Sicherheit durch Kontrollpraktiken.

Es bleiben ein paar Unklarheiten offen, aber auch viele interessante Tendenzen im Bezug zur Mediennutzung in Abhängigkeit zum Bindungsstil, die weiter zu beleuchten mit Sicherheit vielversprechend wäre.

Bezüglich der Hypothesen ist interessant zu bemerken, dass die Mobile Instant Messenger-Kommunikation keinen signifikanten Einfluss auf die Beziehungszufriedenheit hat, die Face-to-Face-Kommunikation allerdings schon - und der Anteil dieser steht wiederum im starken Zusammenhang mit dem Anteil der Mobile Instant Messenger-Kommunikation in der Beziehung. Im Zuge der Social Penetration Theory in Kapitel 2.1.4 wurde auch die Arbeit von Knapp (1985) bezüglich der Beziehungsphasen erwähnt, die sich durch entsprechende Kommunikationsmuster auszeichnen und auch Gottman (1994) behauptet, dass sich Beziehungszufriedenheit über Kommunikationsmuster äußert. Es wäre interessant zu erfahren, inwiefern dies heute der Fall ist und ob es diesbezüglich eine Abhängigkeit zur Nutzung verschiedener Kanäle gibt.

Die Wichtigkeit von Face-to-Face-Kommunikation für die Beziehungszufriedenheit ist offensichtlich, korreliert die Bewertung dieser als auch der Anteil dieser an der Gesamtkommunikation mit Beziehungszufriedenheit. Ein bewusster Umgang mit Kommunikationskanälen und ihren Limitationen, ganz besonders in einer sehr schnelllebigen Medienwelt, in der unsere Aufmerksamkeit vielfach geteilt, die Erwartungen aber hoch sind, ist äußerst wichtig.

Diese Arbeit hat besonders die Mobile Instant Messenger-Kommunikation in Paarbeziehungen in Abhängigkeit zu diversen Faktoren untersucht und ist zu interessanten Ergebnissen gekommen. Die wertvollste Erkenntnis meiner Ansicht nach ist der beträchtliche Einfluss des Bindungsstil auf Kommunikationspräferenzen, Kommunikationszufriedenheit, Nähe- und Sicherheitsbedürfnisse, sowie Beziehungszufriedenheit allgemein.

Mit dem Wissen, dass nur etwa die Hälfte aller Kinder die positiven Bindungserfahrungen macht, die zu einem sicheren Bindungsstil führen (vgl. Sydow 2012; vgl. Berger 2014), und ein unsicherer Bindungsstil sich auf so viele Ebenen negativ auf das kommunikative Empfinden und Handeln auswirkt, hoffe ich sehr, dass dieser Faktor in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung, als auch im allgemeinen Geschehen, mehr Beachtung erfährt. Das alleinige Wissen um den eigenen Bindungsstil²⁶ und die Umstände, die diesen bedingen, können Individuen nicht nur dabei helfen, sich selbst besser zu verstehen, sondern auch ihre Bedürfnisse besser zu kommunizieren und zu verhandeln, sowie negative Kommunikation, die aufgrund eines unsicheren Bindungsstils ausgelöst wird, zu erkennen und zu navigieren. Die Stichprobe weist nur eine geringe Anzahl an Teilnehmer_innen auf, die eine stärkere Ausprägung bezüglich der Bindungs-Dimensionen

²⁶ Selbsttest: www.

angeben (siehe Abb. 14), weshalb eine Erhebung mit einer größeren Anzahl ängstlich oder vermeidend gebundener Teilnehmer_innen ratsam wäre.

Quellenverzeichnis

Ahad, A. D. & Lim, S. (2014): Convenience or Nuisance?: The 'WhatsApp' Dilemma. In: The International Conference on Communication and Media 2014. In: Procedia - Social and Behavioral Sciences 155 (2014) 189 – 196.

Aharony, N. (2015). Why do students use What's App? – an exploratory study. In: Aslib Journal of
Ahn, J., & Yoonhyuk, J. (2014). The common sense of dependence on smartphone: A comparison between Digital Natives and Digital Immigrants. New Media & Society.

Ainsworth, M. D. S. (1982). Attachment: Retrospect and prospect. In: C. M. Parkes & J. Stevenson-Hinde (Hrsg.). The place of Attachment in Human Behavior. New York: Basic Books, 1982.

Ainsworth, M., Blehar, M., Waters, E., Wall, S. (1978). Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation. Oxford, England: Lawrence Erlbaum.

Altman, I., & Taylor, D. (1973). Social penetration: The development of interpersonal relationships. New York, NY: Holt.

Amelang, Manfred (1995). Attraktion und Liebe: Formen und Grundlagen partnerschaftlicher Beziehungen. 2. Aufl. Göttingen: Verl. für Psychologie, Hogrefe.

Arránz Becker, O., Rüssmann, K., Hill, P. B. (2005). Wahrnehmung und Bewältigung von Konflikten und die Stabilität von Partnerschaften. Zeitschrift für Familienforschung, 17: 251–278.

Austin, J. L. (1962). How to do things with words. Oxford. Deutsche Bearbeitung von E. v. Savigny: Zur Theorie der Sprechakte. Stuttgart 1979.

Ballard-Reisch, D., Rozzell, B., Heldmann, L., Kameron, D. (2011). Microchannels and CMC: Short Paths to Developing, Maintaining, and Dissolving Relationships. In: Wright, Kevin B. Computer-mediated Communication in Personal Relationships. New York, NY Vienna [u.a.]: Lang.

Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. A. (2004). The Internet and social life. In: Annual Review of Psychology, 55, 573–590.

Bartholomew, K. (1990). Avoidance of intimacy: An attachment perspective. Journal of Social and Personal Relationships, Vol.7, 147-178.

Bauer, A. A., Loy, L. S., Masur, P. K., Schneider, F. M. (2017). Mindful Instant Messaging. Mindfulness and Autonomous Motivation as Predictors of Well-Being in Smartphone Communication. In: Journal of Media Psychology (2017), 29(3), 159–165. DOI: 10.1027/1864-1105/a000225.

Bauer, T. A. (2014). Kommunikation Wissenschaftlich Denken: Perspektiven Einer Kontextuellen Theorie Gesellschaftlicher Verständigung. Wien [u.a.]: Böhlau.

- Bausinger, H. (1983). Alltag, Technik, Medien. In: Pross, H., Rath, C. [Hrsg.]. *Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag*. Berlin: Verlag Guttandin & Hoppe, 24-36.
- Baxter, L. A. & Montgomery, B. M. (1996). *Relating: Dialogues and dialectics*. New York: Guilford.
- Beauvoir, S. ([1949] 1992). *Das andere Geschlecht*. Reinbek: Rowohlt.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Bennett, D. C., Guran, E. L., Ramos, M. C., & Margolin, G. (2011). College students' electronic victimization in friendships and dating relationships: Anticipated distress and associations with risky behaviors. *Violence and Victims*, 26, 410–429.
- Berger, C. R. & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1970). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt/Main: S. Fischer Verlag. Beziehung. Konstanz: Universitätsverlag.
- Blaschke, E. (2019). *Tinder - Sehnsuchtsort, Spiel Oder Suche Nach Der Liebe? Zwischen Identitätsarbeit Und Selbstdarstellungskult: Eine Gegenüberstellung Von Theoretischem Wissen Und Subjektivem Empfinden*. Wien, 2019.
- Bowlby, J. (1959). Separation anxiety. *International Journal of Psycho-Analyts*, XLI.1-25. In: Bretherton, I. (1992). *The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth*. *Developmental Psychology*, 28, 759-775.
- Bowlby, J. & World Health Organization (1952). *Maternal care and mental health: a report prepared on behalf of the World Health Organization as a contribution to the United Nations programme for the welfare of homeless children / John Bowlby*, 2nd ed. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/40724>.
- Bowlby, J. (1973). *Attachment and loss: Separation: Anxiety and anger (Vol.2)*. New York: Basic books.
- Bowlby, L. (1973). *Attachment and Loss: Vol. 2. Separation, Anxiety, and Anger*. New York: Basic Books.
- Boyle, A. M. & O'Sullivan, L. F. (2016). Staying Connected: Computer-Mediated and Face-to-Face Communication in College Students' Dating Relationships. In: *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 19.5. 299-307.
- Brecht, B. (1975). *Radiotheorie*. In: *Gesammelte Werke, Band 18 (Schriften zur Literatur und Kunst 1)*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Brennan, K. A., Clark, C. L., Shaver, P. R. (1998). Self-Report Measurement of Adult Attachment. An Integrative Overview. In: J. A. Simpson & W. S. Rholes (Hrsg.), *Attachment theory and closerelationships* (pp. 46-76). New York: Guilford Press.

Brody, N., & Peña, J. (2015). Equity, relational maintenance, and linguistic features of text messaging. *Computers in Human Behavior*, 49, 499-506. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.037>.

Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brown, P. & Levinson, S. C. (2007). *Gesichtsbedrohende Akte*. In: *Verletzende Worte*, ed. Herrmann, Steffen; Krämer, Sybille; Kuch, Hannes. 2007. 59-88. Bielefeld: Transcript Verlag

Bryant, E. M., Marmo, J. & Ramirez, A. (2011). A Functional Approach to Social Networking Sites. In: Wright, K. B. [Hrsg.] (2011). *Computer-mediated Communication in Personal Relationships*. New York, NY Vienna [u.a.]: Lang.

Burgoon, J. K., & Jones, S. B. (1976/Reprint 1980). Toward a theory of personal space expectations and their violations. *Human Communication Research*, 2, 131-146. doi: 10.1111/j.1468-2958.1976.tb00706.x

Burkart, G. (2018). *Soziologie der Paarbeziehung. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer SV.

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft*. 4. Auflage. Wien: Böhlau UTB.

Burleson, B. R., Kunkel, A. W., Samter, W., & Working, K. J. (1996). Men's and women's evaluations of communication skills in personal relationships: When sex differences make a difference and when they don't. *Journal of Social and Personal Relationships*, 13(2), 201e224. <https://doi.org/10.1177/0265407596132003>.

Chan, M. (2018). Mobile-mediated multimodal communications, relationship quality and subjective well-being: An analysis of smartphone use from a life course perspective. In: *Computers in Human Behavior* 87 (2018) 254–262.

Church K., & De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing Mobile Instant Messaging Behaviors with Traditional Sms. Konferenzbericht. Vortrag zur „International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services 2013“, München, Deutschland.

Church, K., & Oliveira, R. d. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. *MOBILE HCI - Collaboration and Communication*, (pp. 352-361). Munich, Germany.

- Collins, N. & Feeney, B. (2000). A safe haven: An attachment theory perspective on support seeking and caregiving in intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(6), 1053–1073.
- Coupland, N., Wiemann, J. M., & Giles, H. (1991). Talk as “problem” and communication as “miscommunication”: An integrative analysis. In N. Coupland, H. Giles & J. M. Wiemann (Hrsg.), “Miscommunication” and problematic talk (pp. 1-17). Newbury Park, CA: Sage.
- Cronin, A. M. (2018). *Public Relations Capitalism: Promotional Culture, Publics and Commercial Democracy*. Springer/Palgrave Macmillan: Heidelberg.
- Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822.
- Dindia, K., Canary, D. J. (1993). Definitions and Theoretical Perspectives on Maintaining Relationships. In: *Journal of Social and Personal Relationships*, 10(2). 163-173.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 191–233). Greenwich, CT: JAI Press.
- Duck, S. W., Rutt, D. J., Hurst, M. H., & Strejc, H. (1991). Some evident truth about conversations in everyday relationships: All communications are not created equal. *Human Communication Research*, 18, 228–267.
- Dulles, F. R. (1965). *A History Of American Recreation: America Learns To Play*. 2. Aufl.. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Dunaetz, D. R., Lisk, T. C., & Shin, M. M. (2015). Personality, gender, and age as predictors of media richness preference. *Advances in Multimedia*. 7. <https://doi.org/10.1155/2015/243980>, 7-7:7.
- Duran, R. L., Kelly, L., & Rotaru, T. (2011). Mobile phones in romantic relationships and the dialectic of autonomy versus connection. *Communication Quarterly*, 59, 19–36. <http://dx.doi.org/10.1080/01463373.2011.541336>.
- Edwards, R., Bybee, B. T., Frost, J. K., Harvey, A. J., Navarro, M. (2017). That’s Not What I Meant: How Misunderstanding Is Related to Channel and Perspective-Taking. In: *Journal of Language and Social Psychology*. Vol. 36(2) 188– 210.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210e230. <http://dx.doi.org/10.1111/j1083-6101.2007.00393.x>.
- Enzensberger, Hans M. (1970). Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: *Kursbuch 20*, S. 159-186.

- Feeney, J. A. & Noller, P. (1991). Attachment style and verbal descriptions of romantic partners. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8(2), 187–215.
- Fisher, E. A. & Sharp, S. W. (2004). *The Art of Managing Everyday Conflict: Understanding Emotions and Power Struggles*. Westport, CT: Praeger Publishers 60.
- Foss, K. A., & Littlejohn, S. W. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, Inc. APA (American Psychological Assoc.).
- Fox, J., Osborn, J. L., Warber, K. M. (2014). Relational dialectics and social networking sites: The role of Facebook in romantic relationship escalation, maintenance, conflict, and dissolution. In: *Computers in Human Behavior* 35 (2014) 527–534. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.031>.
- Fraley, R. C., Waller, N. G., & Brennan, K. A. (2000). An item-response theory analysis of self-report measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 350-365. Frankfurt/M.
- Fraley, R. C. (2002). Attachment stability from infancy to adulthood: Meta-analysis and dynamic modeling of developmental mechanisms. *Personality and Social Psychology Review*, 6, 123-151.
- Fraley, R. C., Vicary, A. M., Brumbaugh, C. C., & Roisman, G. I. (2011). Patterns of stability in adult attachment: An empirical test of two models of continuity and change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(5), 974-992. <http://dx.doi.org/10.1037/a0024150>.
- Fricker, J., & Moore, S. (2002). Relationship satisfaction: the role of love styles and attachment styles. *Current Research in Social Psychology*, 7, 182–204. Furby, L. (1978). Possession in humans: an exploratory study of its meaning and motivation. *Social Behavior and Personality*, 6(1), 49-65.
- Gentzler, A. L., & Kerns, K. A. (2004). Associations between insecure attachment and sexual experiences. *Personal Relationships*, 11, 249–265.
- Giles, H. [Hrsg.] (1984). The dynamics of speech accommodation. *International Journal of the Sociology of Language*, 46.
- Goffman, E. (1967). On Face-Work. An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. In: Ders.: *Interaction Ritual*. New York: Doubleday, S. 5-45.
- Goodman-Deane, J., Mieczakowski, A., Johnson, D., Goldhaber, T., Clarkson, P. J. (2016). The impact of communication technologies on life and relationship satisfaction. *Computers in Human Behavior* 57. 219-229. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.053>.
- Gottman, J. M. (1994). *What predicts divorce: The relationships between marital processes and marital outcomes*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

- Greene, J. O. (1984). A cognitive approach to human communication: An action assembly theory. *Communication Monographs*, 289-306.
- Grellhesl, M., & Punyanunt-Carter, N. M. (2012). Using the uses and gratifications theory to understand gratifications sought through text messaging practices of male and female undergraduate students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2175-2181.
- Gustavson, K., Røysamb, E., Borren, I., Ask Torvik, F., Karevold, E. (2016). Life Satisfaction in Close Relationships: Findings from a Longitudinal Study. In: *Journal of Happiness Studies* 17.3: 1293-311.
- Hall, J. A. (2014). First comes social networking, then comes marriage? Characteristics of Americans married 2005-2012 who met through social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17, 322-326. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2013.0408>.
- Hall, J. A., & Baym, N. K. (2011). Calling and texting (too much)- Mobile maintenance expectations, (over)dependence, entrapment, and friendship satisfaction. *New Media & Society*, 14, 316–331.
- Halpern, D., Katz, J. E. (2017). Texting's consequences for romantic relationships: A cross-lagged analysis highlights its risks. In: *Computers in Human Behavior* 71 (2017) 386-394. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.051>.
- Hazan, C. & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.52, 511-524.
- Heider, F. (1977). *Psychologie der interpersonellen Beziehungen*. Stuttgart: Klett.
- Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and Family*, 50, 93-98.
- Hepp, A. & Röser, J. (2014). Beharrung in Mediatisierungsprozessen: Das mediatisierte Zuhause und die mediatisierte Vergemeinschaftung. In: Krotz, F., Despotović, C., Kruse, Merle-Marie (Hrsg.): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Springer Fachmedien. Wiesbaden.
- Höflich, J. R. (1992). Kommunikationstechnologien, Kommunikationsnetze Und Die Diffusion Von Bedeutung. In: *Communications* 17.3: 311-30.
- Höflich, J. R. (2009): Der Computer als „interaktives Medium“. Zum Beitrag des Uses and Gratification Approach bei der Untersuchung computer-vermittelter Kommunikation. In: Haas, H. & Jarren, O. [Hrsg.]. *Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion des Massenmedien*. 3. Auflage. Wien: Braunmüller.
- Höflich, J. R. (2016). *Der Mensch Und Seine Medien: Mediatisierte Interpersonale Kommunikation. Eine Einführung*. 1. Aufl. 2016 ed. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Hohenester, B. (2000). *Dyadische Einheit. Zur sozialen Konstitution der ehelichen Beziehung*. Konstanz: Universitätsverlag.
- Holtzman, S., DeClerck, D., Turcotte, K., Lisi, D., Woodworth, M. (2017). Emotional support during times of stress: Can text messaging compete with in-person interactions? In: *Computers in Human Behavior*. Volume 71, Pages 130-139.
- Honneth, Axel (1992). *Kampf um Anerkennung. Zur Grammatik sozialer Konflikte*. 1. Aufl.. ed. Frankfurt Am Main: Suhrkamp.
- Hooker, E. D., Campos, B., Pressman, S. D. (2018). It just takes a text: Partner text messages can reduce cardiovascular responses to stress in females. In: *Computers in Human Behavior* 84 (2018) 485-492. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.033>.
- Horkheimer, M., Adorno, T. W. (2011). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. 20. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.
- Hwang, Yoosun (2011). Is communication competence still good for interpersonal media? In: *Mobile phone and instant messenger. Computers in Human Behavior* 27 (2011) 924–934.
- Illouz, E. (2011). *Warum Liebe Weh Tut: Eine Soziologische Erklärung*. 1. Aufl. ed. Berlin: Suhrkamp.
- Illouz, Eva (2007a). *Der Konsum der Romantik: Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; 1. Aufl.
- Illouz, Eva (2007b): *Tyrannie der Wahl. Die Fragmentierung der romantischen Liebe in der postmodernen Konsumkultur & Ausverkauf der Liebe*. In: Gardner, B. G., Guhrs, M., Luckow, D., Matt, G. [Hrsg.]: *True Romance. Allegorien der Liebe von der Renaissance bis heute*. Ausstellungskatalog Kunsthalle Wien 5. Oktober 2007 bis 3. Februar 2008. Dumont Verlag. 178-204.
- Illouz, Eva (2011). Warum Liebe weh tut. Eine soziologische Erklärung. *Frankfurt/M.: Suhrkamp. Information Management*, Vol. 67 Issue: 2 (2015) 136-158. <https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2014-0148>.
- Ishii, K. Rife, T. S., Kagawa, N. (2017). Technology-driven gratifications sought through text-messaging among college students in the U.S. and Japan. In: *Computers in Human Behavior* 69 (2017) 396-404. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.022>.
- Jin, B., & Peña, J. (2010). Mobile communication in romantic relationships: Mobile phone use, relational uncertainty, love, commitment, and attachment styles. *Communication Reports*, 23, 39–51.
- Juhasz, A. & Bradford, K. (2016). Mobile Phone Use in Romantic Relationships. *Marriage & Family Review* 52.8: 707-721.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59e68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Karapanos, E., Teixeira, P., Gouveia, R., (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. In: *Computers in Human Behavior* 55 (2016) 888–897.
- Kato, Y. & Kato, S. (2015): Reply speed to mobile text messages among Japanese college students: When a quick reply is preferred and a late reply is acceptable. In: *Computers in Human Behavior* 44 (2015) 209–219. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.047>.
- Knapp, M. L. (1985). *Handbook of Interpersonal Communication*. 1. Print.. ed. Beverly Hills, Calif. [u.a.]: Sage Publ.
- Knobloch, L.K. & Solomon, D.H. (2002). Information seeking beyond initial interaction. *Hum. Commun. Res.* 28, 243–257. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00806.x>.
- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, F., Despotović, C., Kruse, M., [Hrsg.] (2017). *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: Springer VS.
- Krotz, F., Despotović, C., Kruse, M. [Hrsg.] (2014): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kuckartz, Udo (2014). *Mixed Methods: Methodologie, Forschungsdesigns Und Analyseverfahren*. 1st Ed. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Kushlev, K. & Dunn, E. W. (2015). Checking email less frequently reduces stress. *Computers in Human Behavior*, 43, 220–228. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.005>.
- Kuster, M., Bernecker, K., Backes, S., Brandstätter, V., Fridtjof W., Bradbury, T. N., Martin, M., Sutter-Stickel, D., Bodenmann, G. (2015). Avoidance Orientation and the Escalation of Negative Communication in Intimate Relationships. In: *Journal of Personality and Social Psychology American Psychological Association* (2015) Vol. 109, No. 2, 262–275. <http://dx.doi.org/10.1037/pspi0000025>.
- Lederer, S., Hong, J.I., Dey, A. K., & Landay, J.A. (2004). Personal privacy through understanding and action: five pitfalls for designers. *Personal and Ubiquitous Computing*, 8, 440–454.
- Lee, J. A. (1973). *Colours of love: An exploration of the ways of loving*. Toronto: New Press.

- Lengning, A., Lüpschen, N. (2019). Bindung. 2., überarbeitete Auflage. ed. München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Lenz, K., Nestmann, F. [Hrsg.] (2009). Handbuch persönliche Beziehungen. Weinheim: Juventa.
- Licoppe, C. (2004). Connected presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. In: *Society and Space* 22(1): 135–156.
- Linke, C. (2010). Medien im Alltag von Paaren. Eine Studie zur Mediatisierung der Kommunikation in Paarbeziehungen. Wiesbaden: Springer VS.
- Lorenz-Spreen, P., Mørch Mønsted, B., Hövel, P., Lehmann, S. (2019). Accelerating dynamics of collective attention. *Nature Communications* volume 10, Article number: 1759 (2019).
- Luhmann, N. (1982). Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität. Frankfurt/M.: Suhrkamp
- Luhmann, N. (2000). Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Lundy, B. L. & Drouin, M. (2016). From social anxiety to interpersonal connectedness: Relationship building within face-to-face, phone and instant messaging mediums. In: *Computers in Human Behavior* 54 (2016) 271-277.
- Luo, S. (2014). Effects of texting on satisfaction in romantic relationships: The role of attachment. In: *Computers in Human Behavior* 33 (2014) 145–152. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.014>.
- Luo, S. & Tune, S. (2014). Can texting be used to improve romantic relationships? The effects of sending positive text messages on relationship satisfaction. In: *Computers in Human Behavior* 49 (2015) 670–678. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.035>.
- Maletzke, G. (1963). Psychologie der Massenkommunikation. Verlag Hans-Bredow-Institut, Hamburg.
- Marshall, T. C., Bejanyan, K., Di Castro, G., & Lee, R. A. (2013). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal Relationships*, 20, 1–22.
- Marzec, M., Łukasik, A. (2017). Love Styles in the Context of Life History Theory. *Polish Psychological Bulletin*. 2017, vol. 48(2) 237–249. Doi 10.1515/ppb-2017-0027.
- Matthiesen, S. (2007). Wandel von Liebesbeziehungen und Sexualität: Empirische und theoretische Analysen. Gießen: Psychosozial-Verl.
- McDaniel, B. T., & Coyne, S. M. (2016). “Technoference”: The interference of technology in couple relationships and implications for women’s personal and relational well-being. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(1), 85-98. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000065>.

- McKinney, B. C., Kelly, L. & Duran, R. L. (1997). The relationship between conflict message styles and dimensions of communication competence. In: *Communication Reports* 10:2. 185-196. doi: 10.1080/08934219709367674.
- Mead, G. H. (1969). *Philosophie Der Sozialität: Aufsätze Zur Erkenntnisanthropologie*. 1. - 4. Tsd.. ed. Frankfurt Am Main: Suhrkamp.
- Merten, K. (1984). Vom Nutzen des "Uses and Gratifications Approach". Anmerkungen zu Palmgreen. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32. Jg., S.66-72.
- Mikulincer, M., Shaver, P. R. (2003). The attachment behavioural system in adulthood: Activation, psychodynamics, and interpersonal processes. *Advances in Experimental Social Psychology* 35:53-152.
- Miller-Ott, A. E., Kelly L. & Duran, R. L. (2012). The Effects of Cell Phone Usage Rules on Satisfaction in Romantic Relationships. *Communication Quarterly*, 60:1. 17-34. doi: 10.1080/01463373.2012.642263.
- Montag, C., & Walla, P. (2016). Carpe diem instead of losing your social mind: Beyond digital addiction and why we all suffer from digital overuse. In: *Cogent Psychology*, 3(1), 1157281. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1157281>.
- Morey, J. N., Gentzler, A. L., Creasy, B., Oberhauser, A. M., Westermann, D. (2013). Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. In: *Computers in Human Behavior* 29 (2013) 1771–1778. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.019>.
- Mouakket, S. (2019): The influence of intrinsic and extrinsic gratifications on continuance motivation of mobile instant messaging: The United Arab Emirates context. In: *Journal of High Technology Management Research*. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2019.01.002>.
- Muscanell, N. L., Guadagno, R. E., Rice, L., & Murphy, S. (2013). Don't it make your eyes green? An analysis of Facebook use and romantic jealousy. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 1–6.
- Ngcongo, M. (2016). Mobile communication privacy management in romantic relationships: a dialectical approach. In: *Communicatio* 42:1. 56-74. doi: 10.1080/02500167.2016.1140666.
- Norton, A. M., Baptist, J., Hogan, B. (2018). Computer-Mediated Communication in Intimate Relationships: Associations of Boundary Crossing, Intrusion, Relationship Satisfaction, and Partner Responsiveness. In: *Journal of Marital and Family Therapy* 44.1 (2018) 165-82.
- O'Sullivan, P. B. (2000). What you don't know won't hurt me: Impression management functions of communication channels in relationships. *Human Communication Research*, 26, 403–431.

- O'Hara, K., Massimi, M., Harper, R., Rubens, S., & Morris, J. (2014). Everyday dwelling with WhatsApp. Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing (pp. 1131-1142). ACM, Baltimore, MD, USA. of Product Promotion on YouTube. Social Media + Society July-September (2018) 1–20.
- Ohadi, J., Brown, B., Trub, L., Rosenthal, L., (2018). I just text to say I love you: Partner similarity in texting and relationship satisfaction. In: Computers in Human Behavior 78 (2018) 126-132.
- Oldmeadow, J. A., Quinn, S., & Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. Computers in Human Behavior, 29, 1142–1149.
- Pannrucker, Anne (2016). Das Smartphone als digitaler Wächter – Überwachung unter den Voraussetzungen der Nutzung der mobilen Instant Messenger App WhatsApp. Wien.
- Park, N., Lee, S., Chung, J. E. (2016). Uses of cellphone texting: An integration of motivations, usage patterns, and psychological outcomes. In: Computers in Human Behavior. Volume 62, (2016) 712-719.
- Peiss, K. (1986). Cheap Amusements: Working Women and Leisure in Turn-of-the-Century New York. Philadelphia: Temple University Press.
- Pettigrew, J. (2009). Text messaging and connectedness within close interpersonal relationships. Marriage & Family Review, 45, 697–716. doi: 10.1080=01494920903224269.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., De Haan, C. R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior. Volume 29, Issue 4 (2013) 1841-1848.
- Rabby, M. K. (2007). Relational Maintenance and the Influence of Commitment in Online and Offline Relationships, Communication Studies, 58:3, 315-337, DOI 10.1080/10510970701518405.
- Ramirez Jr., A., Dimmick, J., Feaster, J. & Lin, S.-F. (2008). Revisiting Interpersonal Media Competition. The Gratification Niches of Instant Messaging, E-Mail, and the Telephone. In: Communication Research. Volume: 35 issue: 4, page(s): 529-547.
- Ramirez, A., Walther, J. B., Burgoon, J. K., Sunnafrank, M. (2002). Information-Seeking Strategies, Uncertainty, and Computer-Mediated Communication: Toward a Conceptual Model. In: Human Communication Research. Volume 28, 2.
- Ramirez, Jr., A. & Broneck, K. (2009). 'IM me': Instant messaging as relational maintenance and everyday communication. In: Journal of Social and Personal Relationships. Volume: 26 issue: 2-3, page(s): 291-314.
- Ramirez, Jr., A., & Burgoon, J. K. (2004). The effect of interactivity on initial interactions: The influence of information valence and modality and information richness on computermediated interaction. Communication Monographs, 71, 422–447.

Reed, L. A., Tolman, R. M., Ward, & L. M. (2016). Snooping and Sexting: Digital media as a context for dating aggression and abuse among college students. In: *Violence Against Women*. 22.13 (2016): 1556-576.

Reed, L. A. Tolman, R. M., Safyer, P. (2015). Too close for comfort: Attachment insecurity and electronic intrusion in college students' dating relationships. In: *Computers in Human Behavior* 50 (2015) 431–438. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.050>.

Riedl, R. (2012). On the biology of technostress. *ACM SIGMIS. Database*, 44, 18–55. <http://dx.doi.org/10.1145/2436239>.

Rodrigues, D., Lopes, D., Prada, M., Thompson, D., V. Garrido, M., (2017). A frown emoji can be worth a thousand words: Perceptions of emoji use in text messages exchanged between romantic partners. In: *Telematics and Informatics* 34 (2017) 1532–1543. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.001>.

Rosa, H. (2013). *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York: Columbia University Press.

Ruppel, E. K. (2015). Use of communication technologies in romantic relationships: Self-disclosure and the role of relationship development. In: *Journal of Social and Personal Relationships* (2015) Vol. 32(5) 667–686.

Ruppel, E. K. & Burke T. J. (2015). Complementary Channel Use and the Role of Social Competence." *Journal of Computer-Mediated Communication* 20.1: 37-51.

Rus, H. M. & Tiemensma, J. (2017). "It's complicated." A systematic review of associations between social network site use and romantic relationships. In: *Computers in Human Behavior* 75 (2017) 684-703.

Sampietro, A. (2016): Exploring the punctuating effect of Emoji in Spanish WhatsApp Chats. In: *Lenguas Modernas* 47 (2016), 91-113.

Schade, L., Cluff, J., Sandberg, R. B., Busby, D., Coyne, S. (2013). Using Technology to Connect in Romantic Relationships: Effects on Attachment, Relationship Satisfaction, and Stability in Emerging Adults. *Journal of Couple & Relationship Therapy* 12.4: 314-38.

Scharfe, E. (2017). Sex Differences in Attachment. 10.1007/978-3-319-16999-6_3592-1. Schmitz, A. (2008). Die Romantik – die Epoche der Sehnsucht. In: http://www.planet-wissen.de/kultur_medien/literatur/literatur_der_romantik/index.jsp (21.08.2019).

Schore, A. N. (2001). Effects of a secure attachment relationship on right brain development, affect regulation, and infant mental health. In: *Infant Mental Health Journal*, 2001, 22, 7-66.

Schore, A. N. (2017). Modern Attachment Theory. In: Gold, S. N. [Hrsg.]. APA Handbook of Trauma Psychology: Foundations in knowledge, Vol. 1 Washington, DC, US: American Psychological Association. xxii 624 pp., <http://dx.doi.org/10.1037/0000019-000> 389-406.

Schutz, W. C. (1958). FIRO: A three-dimensional theory of interpersonal behavior. Oxford, England: Rinehart.

Schwarzl, L. (2014). Die Suche Nach Der Liebe in Online-Singlebörsen. Print.

Schwemmer, C. & Ziewiecki, S. (2018). Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube." Social Media Society 4.3 (2018): Social Media Society, August 2018, Vol. 4(3).

Searle, J. R. (1969). Speech acts. An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press.

Searle, J. R. (1971). Sprechakte: Ein Sprachphilosophischer Essay. 1. Aufl.. ed. Frankfurt Am Main: Suhrkamp.

Shapiro, D. L. (2002). Negotiating Emotions. In: Conflict Resolution Quarterly, 20:1, 68.

Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y., Kasser, T. (2001). What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs. Journal of Personality and Social Psychology, 80 (2), 325.

Snyder, M. (1987). Public appearances/private realities: The psychology of self-monitoring. New York: Freeman and Company.

Sprecher, S. (2011). The influence of social networks on romantic relationships: Through the lens of the social network. Personal Relationships, 18, 630-644.

Stackert, R. A. & Bursik, K. (2003). Why am I unsatisfied? Adult attachment style, gendered irrational relationship beliefs, and young adult romantic relationship satisfaction. Personality and Individual Differences, 34(8), 1419–1429.

Stafford, L. S. & Canary, D. J. (1991). Maintenance strategies and romantic relationship type, gender, and relational characteristics. In: Journal of Social and Personal Relationships, 8, 217–242.

Stafford, L., & Reske, J. R. (1990). Idealization and communication in long-distance pre-martial relationships. Family Relations, 39, 274-279.

Stark, L. (2018). Algorithmic psychometrics and the scalable subject. Social Studies of Science. Vol. 48(2) 204–231.

Stoldt, R., Wellman, M., Ekdale, B., Tully, M. (2019). Professionalizing and Profiting: The Rise of Intermediaries in the Social Media Influencer Industry. *Social Media + Society* January-March 2019: 1–11.

Stone, L. (1977). *The Family, Sex and Marriage in England, 1500-1800*. New York: Harper Sultan,

Sutcliffe, A. G., Binder, J. F., Dunbar, R. I.M. (2018). Activity in social media and intimacy in social relationships. In: *Computers in Human Behavior* 85 (2018) 227-235. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.050>.

Sydow, K. v. (2012). Bindung und Partnerschaft: Forschungsergebnisse und Implikationen für die Paar- und die Einzeltherapie. In: Karl Heinz Brisch (Hrsg.): *Bindungen – Paare, Sexualität und Kinder*. Stuttgart: Klett-Cotta, 61–79.

Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. New York, NY: Wiley.

Tom Tong, S. & Walther, J. B. (2015). The Confirmation and Disconfirmation of Expectancies in Computer-Mediated Communication. In: *Communication Research* (2015) Vol. 42(2) 186–212.

Tom Tong, S., Walther, J. B. (2011). Relational Maintenance in CMC. In: Wright, Kevin B. *Computer-mediated Communication in Personal Relationships*. New York, NY Vienna [u.a.]: Lang.

Tsai, H. S., Hsu, P., Chang, C., Huang, C., Ho, H., LaRose, R. (2019). High tension lines: Negative social exchange and psychological well-being in the context of instant messaging. In: *Computers in Human Behavior* 93 (2019) 326–332. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.034>.

Turkle, S. (2008). Always-on/Always-on-you: The Tethered Self. In: *Handbook of Mobile Communication Studies*. 121-137. James E. Katz [Hrsg]. Cambridge, MA: MIT Press.

Van Deursen, A. J. A. M., Bolle, C. L., Hegner, S. M., & Kommers, P. A. M. (2015). Modeling habitual and addictive smartphone behavior: The role of smartphone usage types, emotional intelligence, social stress, self-regulation, age, and gender. *Computers in Human Behavior*, 45, 411-420. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.039>.

Walther, J. B. (1996): Computer Mediated Communication. Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. In: *Communication Research*, Vol. 23 No. 1. 3-43. Thousand Oaks: Sage Publications.

Walther, J. B., Van Der Heide, B., Ramirez Jr., A., Burgoon, J. K., Peña, J. (2015). Interpersonal and Hyperpersonal Dimensions of Computer-Mediated Communication. In: Shyam Sundar, S. [Hrsg.]. *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*. John Wiley & Sons.

Walther, J.B., & Ramirez, Jr.,A. (2009). New technologies and new direction in online relating. In S. Smith, & S.Wilson (Eds.), *New directions in interpersonal communication* (pp. 264–284). Thousand Oaks, CA: Sage.

Watzlawick, P., Bavelas, J., Beavin Bavelas, J., Jackson, D. D. (2011). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York [u.a.]: W.W. Norton.

Weber, S. (2010). Theorien Der Medien: Von Der Kulturkritik Bis Zum Konstruktivismus. 2., überarb. Aufl.. ed. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.

Willi, J. (1991). Was hält Paare zusammen? Der Prozeß des Zusammenlebens in psychoökologischer Sicht. Reinbek: Rowohlt.

Withalm, G. (2010). Zeichentheorien der Medien. In: Weber, S. (2010). Theorien Der Medien: Von Der Kulturkritik Bis Zum Konstruktivismus. 2., überarb. Aufl.. ed. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.

Wright, K. B. [Hrsg] (2011). Computer-mediated Communication in Personal Relationships. New York, NY Vienna [u.a.]: Lang.

Internetquellen

Al-Heeti, Abrar (2018). WhatsApp: 65B messages sent each day, and more than 2B minutes of calls. <https://www.cnet.com/news/whatsapp-65-billion-messages-sent-each-day-and-more-than-2-billion-minutes-of-calls/> (10.09.2019).

Alimeter (2012). The Rise of Digital Influence. <https://www.slideshare.net/Alimeter/the-rise-of-digital-influence> (10.06.2019)

atms (2019a). Worauf warten? So starten Sie Ihr WhatsApp-Marketing! (<https://blog.atms.at/whatsapp-marketing-starten>) 29.05.2019

atms (2019b). WhatsApp für Unternehmen: Die besten Beispiele aus 9 Branchen (<https://blog.atms.at/beispiele-fuer-erfolgreiche-whatsapp-services>) 29.05.2019

Bitkom Research (2018). 9 von 10 Internetnutzern verwenden Messenger. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Neun-von-zehn-Internetnutzern-verwenden-Messenger.html> (25.05.2019)

Bundesverband Digitale Wirtschaft (2019). Digital Trends. Umfrage zum Umgang mit Influencern. https://www.bvdw.org/fileadmin/user_upload/190404_IM_Studie_BVDW_2019.pdf (10.06.2019)

Digital Society Index (2019). Human Needs In A Digital World. (<https://assets-eu-01.kc-usercontent.com/7bf8ef96-9447-0161-1923-3ac6929eb20f/e1ab293b-1a50-4ef2-81ae-94de8ec9e856/Digital%20Society%20Index%202019.pdf>) 30.05.2019

- Fraley, R. C. (2012). Information on the Experiences in Close Relationships-Revised (ECR-R) Adult Attachment Questionnaire. <http://labs.psychology.illinois.edu/~rcfraley/measures/ecrr.htm> (29.07.2019).
- Fraley, R. C. (2019). Adult Attachment Theory and Research. A brief overview. <http://labs.psychology.illinois.edu/~rcfraley/attachment.htm>. (29.07.2019) Jugend-Internet-Monitor (2019). <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> (25.05.2019).
- Lenhart, A., Anderson, M., & Smith, A. (2015). Teens, technology and romantic relationships. <https://www.pewinternet.org/2015/10/01/teens-technology-and-romantic-relationships/> (31.08.2019).
- Liveperson (2017). Digital Lives of Millennials. <https://www.liveperson.com/resources/reports/digital-lives-of-millennials-genz/> (22.06.2019).
- Madden, M., & Lenhart, A. (2006). Online dating. Pew Internet & American life project. <https://www.pewinternet.org/2006/03/05/online-dating/> (21.08.2019).
- Maiese, M. (2005). Emotions. <http://www.beyondintractability.org/essay/emotion> (21.08.2019).
- Mobile Communication Report (2018). https://docs.wixstatic.com/ugd/b6ad24_aff44858971146ca98841258da543205.pdf (25.05.2019).
- Neozoo (2018). Global Mobile Market Report. https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_2018_Global_Mobile_Market_Report_Free.pdf (25.05.2019).
- New York Times (2009). Texting May Be Taking a Toll. https://www.nytimes.com/2009/05/26/health/26teen.html?_r=2&8dpc (10.06.2019).
- Pew (2015). Phone Use in Social Gathering. <https://www.pewinternet.org/2015/08/26/chapter-4-phone-use-in-social-gatherings/> (22.06.2019)
- Pew-Studie (2004). How Americans use Instant Messaging. <https://www.pewinternet.org/2004/09/01/how-americans-use-instant-messaging/> (15.07.2019)
- Pew-Studie (2008). Personal Networks and Communities. <https://www.pewinternet.org/dataset/august-2008-personal-networks-and-communities/> (15.07.2019)
- Raine, L., Smith, A., Duggan, M. (2013). Coming and going on Facebook. Pew Research Center's Internet and American Life Project. <https://www.pewinternet.org/2013/02/05/coming-and-going-on-facebook/> (21.08.2019).
- Rioja, Alejandro (2019). How Does Whatsapp Make Money?. <https://alejandrorioja.com/blog/how-does-whatsapp-make-money/> (12.09.2019).
- RTR.at (2017). Telefon Monitor. https://www.rtr.at/de/inf/TK_Monitor_Q3_2017/RTR_Telekom_Monitor_Q3_2017.pdf (01.06.2019).

Shaver, P. R. & Fraley, R. C. (2019). Self-Report Measures of Adult Attachment. <http://labs.psychology.illinois.edu/~rcfraley/measures/measures.html> (29.07.2019).

Smith, A., & Duggan, M. (2013). Online dating & relationships. Pew Internet & American Life Project. <http://pewinternet.org/Reports/2013/Online-Dating.aspx>. (25.05.2019)

Srivastava, S. (2012). Norms for the Big Five inventory and other personality measures. <https://thehardestscience.com/2012/10/17/norms-for-the-big-five-inventory-and-other-personality-measures/> (12.09.2019).

Statcounter (2019). Desktop vs Mobile Market Share Austria. <http://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile/austria/#monthly-201804-201904> (25.05.2019)

Statista (2019a). Statistiken zu Instant Messaging. <https://de.statista.com/themen/1973/instant-messenger/>. (06.09.2019).

Statista (2019b). Prognose zur Anzahl der Smartphone-Nutzer weltweit von 2012 bis 2021. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/309656/umfrage/prognose-zur-anzahl-der-smartphone-nutzer-weltweit/>. (10.09.2019).

Thurm, F. (2012). Literatur der Romantik (1798 – 1835). <http://blog.zeit.de/schueler/2012/02/16/thema-literatur-der-romantik-1798-1835/> (21.08.2019).

TeenVogue 2019. Florence Given Is the Artist Making the Slogan “Dump Him” Fashionable. <https://www.teenvogue.com/story/dump-him-fashion-trend>. (06.09.2019).

Turkle, S. (2015). 3 Questions: Sherry Turkle on “Reclaiming Conversation”. MIT professor talks about our need for face-to-face dialogue, in families, classrooms, and workplaces. <http://news.mit.edu/2015/3-questions-sherry-turkle-reclaiming-conversation-1117> (02.06.2019)

Turkle, Sherry (2015). Reclaiming Conversation. <http://news.mit.edu/2015/3-questions-sherry-turkle-reclaiming-conversation-1117>, 14.07.2019

We Are Social (2017). Digital in 2017. Global Overview. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview?ref=http://wearesocial.com/uk/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview> (25.05.2019).

We Are Social (2019). Global Digital Report 2019. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (25.05.2019).

Anhang I - Fragebogen

„Fragebogen zur Nutzung von mobilen Instant Messengern in romantischen Beziehungen“

Intro:

Danke, dass du an meiner Umfrage teilnimmst.

Damit trägst du maßgeblich zu dem Erfolg meiner Arbeit bei!

Der Fragebogen wird dir Fragen zu deiner Person, Mediennutzung und Beziehung stellen. Wenn du gerade nicht in einer Beziehung bist, dann beziehen sich die Fragen auf deine letzte Beziehung. Wenn du keine Fragen zu deiner letzten Beziehung beantworten möchtest, dann ist das natürlich auch vollkommen ok! Als Wiedergutmachung kannst du den Link einfach an alle deine Freunde weiterleiten ;-)

Die Befragung wird ca. 15 Minuten dauern.

Alle Angaben sind anonym, werden vertraulich behandelt und dienen nur zur Erkenntnisgewinnung bezüglich der Forschung.

Rubrik KR: Kontrollvariablen

[KR01] !Texteingabe offen

Alter

"Wie alt bist du?"

KR01_01 ... Jahre

Offene Texteingabe

[KR02] !Auswahl

Geschlecht

"Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?"

KR02 Geschlecht

1 = Männlich

2 = Weiblich

3 = Divers

-9 = nicht beantwortet

[KR03] !Auswahl

Sexuelle Orientierung

"Was ist deine sexuelle Orientierung?"

KR03 Sexuelle Orientierung

1 = Heterosexuell

2 = Homosexuell

3 = Bisexuell

4 = Divers/Anderes

-9 = nicht beantwortet

[KR04] !Auswahl
Grad der Exklusivität

"Bist du gerade in einer Beziehung und wenn ja, wie exklusiv ist sie?"

KR04 Grad der Exklusivität

- 1 = Monogam
- 2 = Offene Beziehung/Polyamourös
- 3 = Ich bin gerade nicht in einer festen Beziehung
- 9 = nicht beantwortet

[KR05] !Auswahl
Dauer der Beziehung

"Wie lange bist du schon mit deinem Partner oder deiner Partnerin zusammen?"

KR05 Dauer der Beziehung

- 1 = Weniger als drei Monate
- 2 = Drei bis sechs Monate
- 3 = Sieben bis 11 Monate
- 4 = Ein bis zwei Jahre
- 5 = Zwei bis fünf Jahre
- 6 = Fünf bis 10 Jahre
- 7 = Über 10 Jahre
- 9 = nicht beantwortet

[KR06] !Mehrfachauswahl
Proximität

"Lebt ihr zusammen, wohnt ihr in der selben Stadt bzw. der selben Gegend oder führt ihr eine Fernbeziehung?"

KR06 Proximität: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen
Ganze Zahl

KR06_01 Wir leben im selben Haushalt

KR06_02 Wir wohnen in der selben Stadt/Gegend

KR06_03 Wir führen eine Fernbeziehung

KR06_04 Ein bedeutender Teil der Beziehung war mal eine Fernbeziehung

1 = nicht gewählt

2 = ausgewählt

[KR07] !Auswahl
Initialisierung

"Wie habt ihr euch kennen gelernt?"

KR07 Initialisierung

1 = Online (z.B. auf einer Dating-Plattform im Internet oder Tinder)

2 = Offline (z.B. über gemeinsame Freunde, beim Fortgehen, etc.)

-9 = nicht beantwortet

[KR08] Auswahl

Kinder

"Hast du Kinder?"

KR08 Kinder

1 = Ja

2 = Nein

-9 = nicht beantwortet

[KR09] Auswahl

Schulbildung

"Was ist dein Bildungsgrad?"

KR09 Schulbildung

1 = Kein Schulabschluss/noch in Schulbildung

2 = Hauptschule und mittlere Reife

3 = (Fach-)Matura/Abitur

4 = Hochschule

-9 = nicht beantwortet

[KR10] Auswahl

Land

"Nationalität"

KR10 Land

1 = Deutschland

2 = Österreich

3 = Schweiz

4 = Andere

-9 = nicht beantwortet

Rubrik MN: Mediennutzung

[MN03] !Skala (Extrema beschriftet)

Welche Medien/Wichtigkeit

*"Ich möchte mehr darüber wissen, wie ihr in eurer Beziehung interagiert und kommuniziert.
Bewerte bitte die a..."*

MN03_01 In Person/Face-to-Face

MN03_02 Telefonieren

MN03_03 SMS

MN03_04 Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)

MN03_05 Videotelefonie (dazu zählt auch Skype)

MN03_06 Andere (E-Mail, Briefe, Postkarten...)

1 = gar nicht wichtig

5 = sehr wichtig

-1 = Nutzen wir nicht

-9 = nicht beantwortet

[MN09] Schieberegler
Anteile %

"Wenn du dir eure gesamte, alltägliche Kommunikation vorstellst, wieviel Prozent % kommt jeder Art anteilig zu?"

MN09_01 In Person/Face-to-Face

MN09_02 Telefonieren

MN09_03 SMS

MN09_04 Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)

MN09_05 Videotelefonieren (dazu zählt auch Skype)

MN09_06 Andere (E-Mail, Briefe, Postkarten...)

1 = 0%

21 = 100%

-9 = nicht beantwortet

[MN11] !Auswahl
MIM-App

"Welchen Mobile Instant Messenger nutzt ihr hauptsächlich?"

MN11 MIM-App

1 = WhatsApp

2 = Facebook Messenger

3 = iMessage

4 = Telegram

5 = Threema

6 = Signal

7 = Andere

8 = Keinen

-9 = nicht beantwortet

Rubrik BZ: Beziehungszufriedenheit

[BZ01] !Skala (Extrema beschriftet)

Relationship Assessment Scale (RAS)

"Für meine Forschung ist es wichtig zu wissen, wie zufrieden du in deiner Beziehung bist. Bitte beantworte di..."

BZ01_01 Mein Partner/Meine Partnerin erfüllt meine Bedürfnisse vollkommen.

BZ01_02 Ich bin sehr zufrieden in meiner Beziehung.

BZ01_03 Im Vergleich zu anderen ist unsere Beziehung besser.

BZ01_05 Meine Beziehung hat meine ursprünglichen Erwartungen vollkommen getroffen.

BZ01_06 Ich liebe meinen Partner/meine Partnerin sehr.

1 = stimme nicht zu

5 = stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

BZ01_04 Ich wünsche mir oft, nicht in dieser Beziehung zu sein. (umgepolt)

BZ01_07 Es gibt sehr viele Probleme in unserer Beziehung. (umgepolt)

1 = stimme voll zu

5 = stimme nicht zu

-9 = nicht beantwortet

Rubrik MZ: Medienzufriedenheit

[MZ01] !Skala (Extrema beschriftet)

Zufriedenheit MIM und K

"Ich möchte gerne wissen, wie zufrieden du mit der Nutzung von Mobile Instant Messenger (Abk. MIM; z.B. Whats..."

MZ01_01 Ich bin mit der Nutzung von MIM in unserer Beziehung zufrieden.

MZ01_04 Ich bin generell zufrieden mit der Kommunikation in meiner Beziehung.

MZ01_06 Ich interpretiere die Textnachrichten meines Partners/meiner Partnerin richtig.

1 = stimme nicht zu

5 = stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

MZ01_02 Die MIM-Nutzung ist eine Konfliktquelle in unserer Beziehung. (umgepolt)

MZ01_03 Ich möchte einige Dinge in Bezug auf unsere MIM-Nutzung ändern. (umgepolt)

MZ01_05 Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken. (umgepolt)

1 = stimme voll zu

5 = stimme nicht zu

-9 = nicht beantwortet

[MZ02] !Mehrfachauswahl

Häufiger

"Gibt es eine Kommunikationsart, die du dir häufiger wünschen würdest in deiner Beziehung?"

MZ02 Häufiger: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen

Ganze Zahl

MZ02_01 In Person/Face-to-Face

MZ02_02 Telefonieren

MZ02_03 SMS

MZ02_04 Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)

MZ02_05 Videotelefonieren (dazu zählt auch Skype)

MZ02_06 Andere

MZ02_07 Ich möchte nichts ändern und bin zufrieden.

1 = nicht gewählt

2 = ausgewählt

[MZ03] !Mehrfachauswahl

Reduzieren

"Gibt es eine Kommunikationsart, die du gerne weniger häufig nutzen oder reduzieren würdest in deiner Beziehung?"

MZ03 Reduzieren: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen
Ganze Zahl

MZ03_01 In Person

MZ03_02 Telefonieren

MZ03_03 SMS

MZ03_04 Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)

MZ03_05 Videotelefonieren (dazu zählt auch Skype)

MZ03_06 Andere

MZ03_07 Ich möchte nichts ändern und bin zufrieden.

1 = nicht gewählt

2 = ausgewählt

[MZ05] Mehrfachauswahl

Zeitfenster negativ

"Und angenommen du müsstest ein Zeitfenster festlegen, ab wann das Warten auf eine Rückmeldung von deinem Par..."

MZ05 Zeitfenster negativ: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen
Ganze Zahl

MZ05_01 ab 30 Min.

MZ05_02 ab einer Stunde

MZ05_03 ab zwei bis drei Stunden

MZ05_04 ab vier bis fünf Stunden

MZ05_05 ab sechs Stunden

MZ05_06 Wenn er/sie erst am nächsten Tag zurück schreibt

MZ05_07 Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger dauert

MZ05_08 Von meinem Partner/meiner Partnerin erwarte ich mir eine schnellere Rückmeldung, als von meinen Freunden und Freundinnen

1 = nicht gewählt

2 = ausgewählt

[MZ06] !Skala (Zwischenwerte beschriftet)

Initiierung Text

"Beantworte mir bitte noch die folgenden Fragen."

MZ06_01 Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?

MZ06_02 Wer von euch schreibt am meisten?

1 = Ich

2 =

3 = Ausgeglichen

4 =

5 = Er/Sie

-9 = nicht beantwortet

[MZ07] !Auswahl

Regeln

"Habt ihr Regeln bezüglich der Mobile Instant Messenger-Nutzung in eurer Beziehung?"

MZ07 Regeln

1 = Nein, wir haben keine Regeln vereinbart

2 = Ja, dass wir nicht über Messenger streiten.

3 = Ja, wir haben Regeln vereinbart, aber andere (nicht, dass wir nicht über Messenger streiten).

-9 = nicht beantwortet

[MZ08] !Polaritätenprofil

Positive Beeinflussung Bez

"Würdest du sagen, Mobile Instant Messenger haben sich eher rückblickend positiv oder eher negativ auf deine ..."

MZ08_01 Negativ/Positiv

1 = Negativ

5 = Positiv

-9 = nicht beantwortet

Rubrik ME: M Maint Expect & Entrapm

[ME01] !Skala (Extrema beschriftet)

Mobile Maintenance Expectations

"Bitte gib an, inwiefern du den Aussagen zustimmst."

ME01_10 Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich mich nicht regelmäßig nach seinem/ihrem Befinden mit einer Nachricht erkundige.

ME01_11 Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich ihn/sie nicht regelmäßig mit einer Textnachricht update.

ME01_12 Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht ab und zu schreibe, um "Hallo" zu sagen.

ME01_13 Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schreibe, wo ich gerade bin.

ME01_14 Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schreibe, was ich gerade so mache.

ME01_16 Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.

ME01_17 Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/meine Partnerin immer erreichbar ist.

1 = stimme nicht zu

5 = stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

[ME02] !Skala (Extrema beschriftet)

Entrapment

"Bitte gib an, inwiefern du den unten genannten Aussagen zustimmst."

ME02_01 Manchmal möchte ich nicht, dass mein Partner/meine Partnerin mich kontaktiert.

ME02_02 Ich fühle mich unter Druck gesetzt, dass ich immer erreichbar sein muss für meinen Partner/meine Partnerin.

ME02_03 Ich fühle mich gestresst durch den intensiven Kontakt mit meinem Partner/meiner Partnerin über MIM.

ME02_04 Ich fühle mich gestresst durch den generellen intensiven Kontakt über MIM.

ME02_06 Ich fühle mich unter Druck gesetzt, alle Anrufe und Nachrichten von meinem Partner/ Partnerin schnell zu beantworten.

ME02_08 Wenn ich nicht schnell auf die Anrufe und Nachrichten meines Partners/meiner Partnerin antworte, ärgert er/sie sich über mich.

ME02_10 r

ME02_11 Ich fühle mich gedrängt anzurufen oder zu schreiben, um in Kontakt mit meinem Partner/ meiner Partnerin zu bleiben.

1 = Nie/ Stimme nicht zu

5 = Sehr oft/ Stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

Rubrik KV: Kontrollverhalten

[KV02] !Skala (Extrema beschriftet)

Kontrolle

"Angenommen, dein Partner/deine Partnerin antwortet nicht schnell genug auf deine Messenger-Nachricht. Wie verhältst du dich?"

KV02_01 Dann schreibe ich noch eine Nachricht über MIM.

KV02_02 Dann schreibe ich eine SMS.

KV02_03 Dann rufe ich an.

KV02_04 Dann schaue ich, ob die Nachricht empfangen wurde (bei WhatsApp z.B. zwei graue Häkchen anstatt eines)

KV02_05 Dann schaue ich, ob die Nachricht gelesen wurde (bei WhatsApp z.B. zwei blaue Häkchen)

KV02_06 Dann schaue ich, wann mein Partner/meine Partnerin das letzte mal online war (bei WhatsApp z.B. durch die "zul. online"-Anzeige)

KV02_07 s

1 = nie

5 = sehr häufig

-1 = Funktion ausgeschaltet/ gibt es nicht

-9 = nicht beantwortet

KV02_08 Ich bleibe gelassen und tue nichts. Er/Sie wird sich schon noch zurück melden. (umgepolt)

1 = sehr häufig

5 = nie

-1 = Funktion ausgeschaltet/ gibt es nicht

-9 = nicht beantwortet

[KV03] !Skala (Extrema beschriftet)

EI (=Electronic Intrusion)

"Manchmal fühlen wir uns unsicher oder sind eifersüchtig. Wie verhältst du dich, wenn du dich so fühlst?"

KV03_01 Ich frage meinen Partner/meine Partnerin, mit wem er/sie außer mir Kontakt hat/schreibt.

KV03_02 Ich schaue auf Facebook, ob ich dort Informationen finden kann (z.B. neue Verlinkung auf Fotos, neue Freundschaften)

KV03_03 Ich bitte meinen Partner/meine Partnerin, mir am Handy zu zeigen, mit wem er/sie außer mir Kontakt hat.

KV03_04 Ich durchsuche sein/ihr Handy, wenn er/sie nicht im Raum ist und schaue nach, mit wem er/sie noch Kontakt hat/schreibt.

1 = nie

5 = sehr häufig

-9 = nicht beantwortet

[KV04] !Skala (Extrema beschriftet)

Sicherheit durch Kontrolle

"Stimmst du den folgenden Aussagen zu?"

KV04_01 Wenn ich weiß, mit wem mein Partner/Partnerin schreibt, geht es mir besser.

KV04_02 Ich vertraue meinem Partner/meiner Partnerin, aber Kontrolle ist (manchmal) besser.

KV04_04 Wenn mein Partner/meine Partnerin nichts zu verbergen hat, dann kann er/sie mir auch zeigen, mit wem er/sie noch schreibt.

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

KV04_03 Ich muss nicht wissen, mit wem mein Partner/meine Partnerin noch schreibt. (umgepolt)

KV04_05 Ich vertraue meinem Partner/meiner Partnerin, weshalb ich ihre/seine Privatsphäre schätze. (umgepolt)

KV04_06 Ich wäre sehr enttäuscht von meinem Partner/meiner Partnerin, wenn er/sie meine Privatsphäre nicht respektieren würde. (umgepolt)

1 = stimme voll zu

5 = stimme gar nicht zu

-9 = nicht beantwortet

[KV05] !Skala (Extrema beschriftet)

Selbstbild Kontrolle

"Bitte gib an, inwiefern du den Angaben zustimmst oder nicht."

KV05_01 Wenn mein Partner/meine Partnerin sich nicht meldet, dann denke ich, dass das was mit mir zu tun hat (Ich z.B. nicht wichtig genug bin). (umgepolt)

1 = stimme voll zu

5 = stimme gar nicht zu

-9 = nicht beantwortet

KV05_02 ,

1 = stimme gar nicht zu

5 = stimme voll zu

-9 = nicht beantwortet

Rubrik BS: Bindungsstil

[BS02] !Skala (Extrema beschriftet)

Bindung

"Die folgenden Aussagen beziehen sich darauf, wie du dich in emotional intimen Beziehungen fühlst."

BS02_01 Ich habe Angst, dass ich die Liebe meines Partners/meiner Partnerin verliere.
 BS02_02 Ich mache mir oft Sorgen, dass mein Partner/meine Partnerin nicht bei mir bleiben möchte.
 BS02_03 Ich mache mir oft Sorgen, dass mein Partner/meine Partnerin mich nicht wirklich liebt.
 BS02_04 Ich mache mir Sorgen, dass ich romantischen Partnern/Partnerinnen weniger wichtig bin, als sie mir.
 BS02_05 Ich wünsche mir oft, dass die Gefühle meines Partners/meiner Partnerin so stark sind für mich, wie meine Gefühle für ihn/sie.
 BS02_06 Ich mache mir große Sorgen um meine Beziehungen.
 BS02_07 Wenn mein Partner/meine Partnerin nicht bei mir ist, mache ich mir Sorgen, dass er oder sie sich für jemand anderen interessiert.
 BS02_08 Wenn ich Partnern/Partnerinnen Gefühle zeige, fürchte ich, dass sie nicht dasselbe für mich empfinden werden.
 BS02_10 Mein Partner/meine Partnerin lässt mich an mir zweifeln.
 BS02_12 Ich habe festgestellt, dass meine Partner/meiner Partnerinnen mir nicht so nahe sein möchten, wie ich es gerne hätte.
 BS02_13 Manchmal ändern romantische Partner/Partnerinnen ihre Gefühle für mich ohne ersichtlichen Grund.
 BS02_14 Mein Wunsch nach Nähe schreckt Leute manchmal ab.
 BS02_15 Ich fürchte, wenn ein Partner/eine Partnerin mich einmal kennenlernt, wird er oder sie nicht mehr mögen, wer ich wirklich bin.
 BS02_16 Es ärgert mich, dass ich nicht die Zuneigung und Unterstützung bekomme, die ich von meinem Partner/meiner Partnerin benötige.
 BS02_17 Ich mache mir Sorgen, dass ich mich nicht mit anderen messen kann.
 BS02_18 Mein Partner/Meine Partnerin scheint mich nur zu bemerken, wenn ich verärgert bin.
 BS02_19 Ich ziehe es vor, einem Partner/einer Partnerin nicht zu zeigen, wie ich mich tief in mir fühle.
 BS02_21 Es fällt mir generell schwer, mich von Partnern/Partnerinnen abhängig zu machen.
 BS02_23 Ich fühle mich nicht wohl, wenn ich mich gegenüber Partnern/Partnerinnen öffne.
 BS02_24 Ich bevorzuge es, nicht zu viel Nähe bei Partnern/Partnerinnen zu zulassen.
 BS02_25 Es ist mir unangenehm, wenn ein Partner/eine Partnerin sehr viel Nähe möchte.
 BS02_32 Ich bin nervös, wenn mir Partner/Partnerinnen zu nahe kommen.

1 = stimme gar nicht zu [1]

2 = [2]

3 = [3]

4 = [4]

5 = [5]

6 = [6]

7 = stimme voll zu [7]

-9 = nicht beantwortet

BS02_09 Ich mache mir selten Sorgen, dass mein Partner/meine Partnerin mich verlässt.
 (umgepolt)

BS02_11 Ich mache mir nicht oft Sorgen, verlassen zu werden. (umgepolt)

BS02_20 Ich fühle mich wohl, wenn ich meine privaten Gedanken und Gefühle mit meinem Partner/meiner Partnerin teile. (umgepolt)

BS02_22 Ich fühle mich sehr wohl in der Nähe von meinen Partnern/Partnerinnen. (umgepolt)

BS02_26 Es fällt mir relativ leicht, meinem Partner/meiner Partnerin nahe zu kommen. (umgepolt)

BS02_27 Es fällt mir nicht schwer, meinem Partner/meiner Partnerin nahe zu sein. (umgepolt)

BS02_28 Normalerweise bespreche ich meine Probleme und Sorgen mit meinem Partner/meiner Partnerin. (umgepolt)

BS02_29 Es hilft, sich in schweren Zeiten an meinen Partner/meine Partnerin zu wenden.
 (umgepolt)

BS02_30 Ich erzähle meinem Partner/meiner Partnerin so ziemlich alles. (umgepolt)

BS02_31 Ich bespreche Dinge mit meinem Partner/meiner Partnerin. (umgepolt)

BS02_33 Ich fühle mich dabei wohl, mich auf meine Partner/Partnerinnen zu verlassen. (umgepolt)

BS02_34 Ich finde es leicht, mich auf meine Partner/Partnerinnen zu verlassen. (umgepolt)

BS02_35 Es fällt mir leicht, meinem Partner/meiner Partnerin gegenüber liebevoll zu sein.
(umgepolt)

BS02_36 Mein Partner/Meine Partnerin versteht mich und meine Bedürfnisse wirklich. (umgepolt)

1 = stimme voll zu [7]

2 = [6]

3 = [5]

4 = [4]

5 = [3]

6 = [2]

7 = stimme gar nicht zu [1]

-9 = nicht beantwortet

Die Teilnehmer_innen hatten zum Schluss die Möglichkeit, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen, sofern sie an den Ergebnissen der Erhebung und der Magisterarbeit interessiert sind.

Anhang II - Auswertung

Tabellen übertragen aus IBM SPSS

Tabelle 1: Häufigkeitstabelle Geschlecht

Geschlecht				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Männlich	102	24,3	24,3	24,3
Weiblich	314	74,9	74,9	99,3
Divers	3	0,7	0,7	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 2: Häufigkeitstabelle Sexuelle Orientierung

Sexuelle Orientierung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Heterosexuell	374	89,3	89,3	89,3
Homosexuell	10	2,4	2,4	91,6
Bisexuell	28	6,7	6,7	98,3
Divers/Anderes	7	1,7	1,7	100,0

Tabelle 3: Häufigkeitstabelle Grad der Exklusivität

Grad der Exklusivität				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Monogam	322	76,8	76,8	76,8
Offene Beziehung/ Polyamourös	18	4,3	4,3	81,1
Ich bin gerade nicht in einer festen Beziehung	79	18,9	18,9	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 4: Häufigkeitstabelle Dauer der Beziehung

Dauer der Beziehung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Weniger als drei Monate	22	5,3	5,3	5,3
Drei bis sechs Monate	38	9,1	9,1	14,3
Sieben bis 11 Monate	40	9,5	9,5	23,9
Ein bis zwei Jahre	85	20,3	20,3	44,2
Zwei bis fünf Jahre	129	30,8	30,8	74,9
Fünf bis 10 Jahre	80	19,1	19,1	94,0
Über 10 Jahre	25	6,0	6,0	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 5: Häufigkeitstabelle Initialisierung

Initialisierung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Online (z.B. auf einer Dating-Plattform im Internet oder Tinder)	88	21,0	21,0	21,0
Offline (z.B. über gemeinsame Freunde, beim Fortgehen, etc.)	331	79,0	79,0	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 6: Häufigkeitstabelle Eigene Kinder

Eigene Kinder				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja	35	8,4	8,4	8,4
Nein	384	91,6	91,6	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 7: Häufigkeitstabelle Proximität der Beziehung

Proximität: Wir leben im selben Haushalt				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
nicht gewählt	237	56,6	56,6	56,6
ausgewählt	182	43,4	43,4	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	
Proximität: Wir wohnen in der selben Stadt/Gegend				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
nicht gewählt	218	52,0	52,0	52,0
ausgewählt	201	48,0	48,0	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	
Proximität: Wir führen eine Fernbeziehung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
nicht gewählt	376	89,7	89,7	89,7
ausgewählt	43	10,3	10,3	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	
Proximität: Ein bedeutender Teil der Beziehung war mal eine Fernbeziehung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
nicht gewählt	394	94,0	94,0	94,0
ausgewählt	25	6,0	6,0	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 8: Häufigkeitstabelle Herkunftsland

Land				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Deutschland	97	23,2	23,2	23,2
Österreich	318	75,9	75,9	99,0
Schweiz	4	1,0	1,0	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 9: Häufigkeitstabelle Schulbildung

Schulbildung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Kein Schulabschluss/ noch in Schulbildung	1	0,2	0,2	0,2
Hauptschule und mittlere Reife	16	3,8	3,8	4,1
(Fach-)Matura/Abitur	192	45,8	45,8	49,9
Hochschule	210	50,1	50,1	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 10: Häufigkeitstabelle Mediennutzung + Wichtigkeit, I

Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	0	0	0	0
	2	0	0	0	0
	3	5	1,2	1,2	1,2
	4	20	4,8	4,8	6,0
	sehr wichtig	391	93,3	94,0	100,0
	Gesamt	416	99,3	100,0	
Fehlend	Nutzen wir nicht	3	0,7		
Gesamt		419	100,0		
Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	24	5,7	5,9	5,9
	2	87	20,8	21,3	27,2
	3	120	28,6	29,4	56,6
	4	109	26,0	26,7	83,3
	sehr wichtig	68	16,2	16,7	100,0
	Gesamt	408	97,4	100,0	
Fehlend	Nutzen wir nicht	11	2,6		
Gesamt		419	100,0		
Welche Medien/Wichtigkeit: SMS					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	131	31,3	44,0	44,0
	2	85	20,3	28,5	72,5
	3	45	10,7	15,1	87,6
	4	24	5,7	8,1	95,6
	sehr wichtig	13	3,1	4,4	100,0
	Gesamt	298	71,1	100,0	
Fehlend	Nutzen wir nicht	121	28,9		
Gesamt		419	100,0		

Tabelle 11: Häufigkeitstabelle Mediennutzung + Wichtigkeit, II

Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	2	0,5	0,5	0,5
	2	22	5,3	5,3	5,7
	3	65	15,5	15,5	21,2
	4	144	34,4	34,4	55,6
	sehr wichtig	186	44,4	44,4	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	
Welche Medien/Wichtigkeit: Videotelefonie (dazu zählt auch Skype)					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	107	25,5	38,6	38,6
	2	72	17,2	26,0	64,6
	3	39	9,3	14,1	78,7
	4	33	7,9	11,9	90,6
	sehr wichtig	26	6,2	9,4	100,0
	Gesamt	277	66,1	100,0	
Fehlend	Nutzen wir nicht	142	33,9		
Gesamt		419	100,0		
Welche Medien/Wichtigkeit: Andere (E-Mail, Briefe, Postkarten...)					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	gar nicht wichtig	127	30,3	44,3	44,3
	2	98	23,4	34,1	78,4
	3	41	9,8	14,3	92,7
	4	18	4,3	6,3	99,0
	sehr wichtig	3	0,7	1,0	100,0
	Gesamt	287	68,5	100,0	
Fehlend	Nutzen wir nicht	132	31,5		
Gesamt		419	100,0		

Tabelle 12: Mediennutzung + Wichtigkeit, Deskriptive Statistik

	Deskriptive Statistik				
	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
Face-to-Face	416	3	5	4,93	0,302
Telefonieren	408	1	5	3,27	1,146
SMS	298	1	5	2,00	1,144
Mobile Instant Messenger	419	1	5	4,17	0,908
Videotelefonie	277	1	5	2,27	1,334
Andere	287	1	5	1,86	0,956
Gültige Werte (Listenweise)	201				

Tabelle 13: Nutzung Mobile Instant Messenger-Applikation, Häufigkeitstabelle

MIM-App				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
WhatsApp	330	78,8	78,8	78,8
Facebook Messenger	24	5,7	5,7	84,5
iMessage	17	4,1	4,1	88,5
Telegram	22	5,3	5,3	93,8
Threema	5	1,2	1,2	95,0
Signal	9	2,1	2,1	97,1
Andere	12	2,9	2,9	100,0
Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 14: T-Test: Alltäg. Mediennutzung in % an Gesamtkommunikation, anteilig nach Geschlecht

		Geschlecht	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes				
Face-to-Face		Männlich	102	12,28	4,324	0,428				
		Weiblich	313	12,91	4,218	0,238				
Telefonieren		Männlich	97	3,71	2,716	0,276				
		Weiblich	304	4,06	3,277	0,188				
SMS		Männlich	67	2,58	2,764	0,338				
		Weiblich	236	2,52	3,442	0,224				
Mobile Instant Messenger		Männlich	102	6,99	4,063	0,402				
		Weiblich	314	7,58	4,592	0,259				
Videotelefonieren		Männlich	57	3,40	4,843	0,642				
		Weiblich	192	3,52	4,952	0,357				
Andere		Männlich	48	1,73	1,380	0,199				
		Weiblich	173	2,14	2,913	0,221				
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
									95% Konfidenzintervall der Differenz	
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	Untere	Obere
Face-to-Face	V. s. g.	0,115	0,734	-1,294	413	0,196	-0,626	0,484	-1,577	0,325
	V. s. n. g.			-1,278	168,112	0,203	-0,626	0,490	-1,594	0,341
Telefonieren	V. s. g.	1,608	0,206	-0,947	399	0,344	-0,348	0,367	-1,070	0,374
	V. s. n. g.			-1,043	192,730	0,298	-0,348	0,334	-1,006	0,310
SMS	V. s. g.	1,848	0,175	0,133	301	0,894	0,061	0,458	-0,840	0,961
	V. s. n. g.			0,150	129,847	0,881	0,061	0,405	-0,741	0,863
Mobile Instant Messenger	V. s. g.	1,494	0,222	-1,164	414	0,245	-0,593	0,509	-1,594	0,409
	V. s. n. g.			-1,238	191,585	0,217	-0,593	0,479	-1,536	0,351
Videotelefonieren	V. s. g.	0,045	0,832	-0,151	247	0,880	-0,112	0,743	-1,576	1,352
	V. s. n. g.			-0,153	93,511	0,879	-0,112	0,734	-1,570	1,346
Andere	V. s. g.	1,714	0,192	-0,957	219	0,339	-0,415	0,434	-1,270	0,440
	V. s. n. g.			-1,395	165,819	0,165	-0,415	0,298	-1,003	0,173
	V. s. g. = Varianzen sind gleich									
	V. s. n. g. = Varianzen sind nicht gleich									

Tabelle 15: Alltäg. Mediennutzung in % anteilig an Gesamtkommunikation, Deskriptive Statistik

	Deskriptive Statistik							
	N	Anteil N	Nicht beantwortet	Minimum	Maximum	Mittelwert	Mittelwert /Anteil%	Std.-Abweichung
Face-to-Face	418	99,76 %	1	1	21	12,74	12,7	4,242
Telefonieren	404	96 %	15	1	21	3,99	3,83	3,160
SMS	306	73 %	113	1	21	2,65	1,93	3,510
Mobile Instant Messenger	419	100 %	0	1	21	7,42	7,42	4,460
Videotelefonieren	251	59 %	168	1	21	3,51	2,07	4,924
Andere	223	53 %	196	1	21	2,08	1,1	2,678
Gültige Werte (Listenweise)	164					32,39		

Tabelle 16: T-Test: Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger Nutzung nach Geschlecht

Gruppenstatistiken									
Geschlecht	N		Mittelwert		Std.- Abweichung		Standardfehler des Mittelwertes		
Männlich	102		3,8186		0,81180		0,08038		
Weiblich	314		4,1433		0,66452		0,03750		
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit					
	F	Signifika nz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenz- intervall der Differenz	
								Untere	Obere
V. s. g.	6,563	0,011	-4,051	414	0,000	-0,32468	0,08015	-0,48224	-0,16713
V. s. n. g.			-3,661	147,499	0,000	-0,32468	0,08870	-0,49997	-0,14940
V. s. g. = Varianzen sind gleich									
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwert gleichheit					

Tabelle 17: T-Test: „Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken.“ nach Geschlecht

			Geschlecht	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes		
Zufriedenheit MIM und K: Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken. (umgepolt)			Männlich	102	3,70	1,159	0,115		
			Weiblich	314	4,09	1,134	0,064		
Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit							
F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz		
							Untere	Obere	
Varianzen sind gleich	1,573	0,211	-3,000	414	0,003	-0,390	0,130	-0,645	-0,134
Varianzen sind nicht gleich			-2,968	168,410	0,003	-0,390	0,131	-0,649	-0,131

Tabelle 18: Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation, Deskriptive Statistik

	Deskriptive Statistik				
	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichung
Ich bin mit der Nutzung von MIM in unserer Beziehung zufrieden.	419	1	5	4,11	0,975
Die MIM-Nutzung ist eine Konfliktquelle in unserer Beziehung. (umgepolt)	419	1	5	4,17	1,105
Ich möchte einige Dinge in Bezug auf unsere MIM-Nutzung ändern. (umgepolt)	419	1	5	4,10	1,198
Ich bin generell zufrieden mit der Kommunikation in meiner Beziehung.	419	1	5	4,11	1,000
Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken. (umgepolt)	419	1	5	3,98	1,156
Ich interpretiere die Textnachrichten meines Partners/meiner Partnerin richtig.	419	1	5	3,85	0,947
Gültige Werte (Listenweise)	419				

Tabelle 19: Korrelation zwischen Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger Kommunikation und Dauer der Beziehung; im selben Haushalt lebende Paare; LAT-Paare und Fernbeziehungen

	Zufriedenheit MIM	Dauer der Beziehung	Proximität: Wir leben im selben Haushalt	Proximität: Wir wohnen in der selben Stadt/ Gegend	Proximität: Wir führen eine Fernbezie- hung
Korrelation nach Pearson	1	,197**	,277**	-,244**	-0,019
Signifikanz (2-seitig)		0,000	0,000	0,000	0,701
N	419	419	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.					
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.					

Tabelle 20: Korrelation zwischen Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger Kommunikation und Grad der Exklusivität

		ZufriedenheitMIM	Grad der Exklusivität
Zufriedenheit MIM	Korrelation nach Pearson	1	-,383**
	Signifikanz (2-seitig)		0,000
	N	419	419
	N	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.			
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.			

Tabelle 21: T-Test: Zufriedenheit mit genereller Kommunikation in Beziehung; Fähigkeit, sich über Mobile Instant Messenger auszudrücken; korrekte Interpretation von Textnachrichten, nach Geschlecht, I

				Geschlecht	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes		
Ich bin generell zufrieden mit der Kommunikation in meiner Beziehung.				Männlich	102	3,88	1,154		0,114	
				Weiblich	314	4,20	0,914		0,052	
Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken. (umgepolt)				Männlich	102	3,70	1,159		0,115	
				Weiblich	314	4,09	1,134		0,064	
Ich interpretiere die Textnachrichten meines Partners/meiner Partnerin richtig.				Männlich	102	3,77	0,964		0,095	
				Weiblich	314	3,89	0,933		0,053	
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Ich bin generell zufrieden mit der Kommunikation in meiner Beziehung.	V. s. g.	6,990	0,009	-2,826	414	0,005	-0,315	0,112	-0,534	-0,096
	V. s. n. g.			-2,513	144,441	0,013	-0,315	0,125	-0,563	-0,067
Es fällt mir schwer, mich gut über MIM auszudrücken. (umgepolt)	V. s. g.	1,573	0,211	-3,000	414	0,003	-0,390	0,130	-0,645	-0,134
	V. s. n. g.			-2,968	168,410	0,003	-0,390	0,131	-0,649	-0,131
Ich interpretiere die Textnachrichten meines Partners/meiner Partnerin richtig.	V. s. g.	0,727	0,394	-1,094	414	0,275	-0,117	0,107	-0,328	0,093
	V. s. n. g.			-1,075	166,829	0,284	-0,117	0,109	-0,332	0,098
		V. s. g. = Varianzen sind gleich								
		V. s. n. g. = Varianzen sind nicht gleich								

Tabelle 22: Korrelation zwischen Beziehungszufriedenheit und Geschlecht; Grad der Exklusivität; Dauer der Beziehung; Paare die im selben Haushalt leben; LAT-Paare; Fernbeziehungen

		Korrelationen						
		RAS	Geschlecht	Grad der Exklusivität	Dauer der Beziehung	Selber Haushalt	Selbe Stadt/Gegend	Fernbeziehung
RAS	Korrelation nach Pearson	1	0,031	-,350**	-0,036	,126*	-0,044	-,152**
	Signifikanz (2-seitig)		0,563	0,000	0,513	0,020	0,419	0,005
	N	340	340	340	340	340	340	340
Geschlecht	Korrelation nach Pearson	0,031	1	-,133**	0,039	0,044	-0,027	-,104*
	Signifikanz (2-seitig)	0,563		0,006	0,428	0,373	0,579	0,033
	N	340	419	419	419	419	419	419
	N	340	419	419	419	419	419	419
	** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.							
	* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.							

Tabelle 23: Korrelation zwischen Proximität und Zeitfenster negativ

		Selber Haushalt	Selbe Gegend/Stadt	Fernbeziehung
Wenn er/sie erst am nächsten Tag zurück schreibt	Korrelation nach Pearson	-,216**	,144**	0,048
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,003	0,322
	N	419	419	419
	** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.			
	* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.			

Tabelle 24: T-Test: Beziehungszufriedenheit (RAS: Relationship Assessment Scale) nach Geschlecht

	Geschlecht	N	Mittelwert	Std.- Abweichun g	Standardfehler des Mittelwertes				
RAS	Männlich	73	4,2427	0,59841	0,07004				
	Weiblich	265	4,3396	0,64623	0,03970				
Levene-Test der Varianzgleichheit									
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Obere
Varianzen sind gleich	0,600	0,439	-1,153	336	0,250	-0,09696	0,08411	-0,26240	0,06848
Varianzen sind nicht gleich			-1,204	122,251	0,231	-0,09696	0,08051	-0,25633	0,06241

Tabelle 25: Deskriptive Statistik, Initiierung (1 = Ich, 3 = Ausgeglichen, 5 = Er/Sie)

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.- Abweichun g
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	419	1	5	2,95	1,000
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	419	1	5	2,66	1,024
Gültige Werte (Listenweise)	419				

Tabelle 26: Korrelation zwischen Proximität und Wunsch Kommunikationsform „häufiger“

		Häufiger: Face-to- Face	Häufiger : Telefonie ren	Häufiger : SMS	Häufiger: Mobile Instant Messeng er	Häufiger: Videotelef onieren	Häufiger: Andere	Häufiger: Ich möchte nichts ändern und bin zufrieden.
Selber Haushalt	Korrelation nach Pearson	-,175**	-,133**	-0,052	-,101*	-,187**	-,122*	,234**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,007	0,289	0,038	0,000	0,012	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419
Selbe Gegend/ Stadt	Korrelation nach Pearson	-0,005	0,076	0,026	0,076	0,011	,145**	-0,079
	Signifikanz (2-seitig)	0,913	0,119	0,589	0,120	0,818	0,003	0,108
	N	419	419	419	419	419	419	419
Fernbeziehung	Korrelation nach Pearson	,281**	0,067	0,035	0,076	,272**	-0,047	-,262**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,171	0,472	0,123	0,000	0,335	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 27: Korrelation zwischen Proximität und Wunsch Kommunikationsform „reduzieren“

		Reduzieren : In Person	Reduzieren: Telefonieren	Reduzieren: SMS	Reduzieren: Mobile Instant Messenger	Reduzieren: Videotelefonieren	Reduzieren : Andere	Reduzieren: Ich möchte nichts ändern und bin zufrieden.
Selber Haushalt	Korrelation nach Pearson	0,009	-,114*	-0,075	-,183**	-0,054	-,106*	,201**
	Signifikanz (2-seitig)	0,852	0,019	0,124	0,000	0,274	0,031	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419
Selbe Gegend/ Stadt	Korrelation nach Pearson	0,003	0,079	0,043	,145**	0,022	0,045	-,157**
	Signifikanz (2-seitig)	0,954	0,105	0,377	0,003	0,659	0,357	0,001
	N	419	419	419	419	419	419	419
Fernbeziehung	Korrelation nach Pearson	-0,023	0,083	0,002	0,065	0,092	0,025	-,102*
	Signifikanz (2-seitig)	0,633	0,088	0,969	0,186	0,060	0,604	0,037
	N	419	419	419	419	419	419	419
	** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.							
	* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.							

Tabelle 28: T-Test: Initiierung nach Geschlecht

		Geschlecht	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?		Männlich	102	3,00	0,944	0,093
		Weiblich	314	2,93	1,017	0,057
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?		Männlich	102	3,07	0,978	0,097
		Weiblich	314	2,53	1,005	0,057

	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Oberer
Varianzen sind gleich	1,141	0,286	0,587	414	0,557	0,067	0,114	-0,157	0,291
Varianzen sind nicht gleich			0,610	183,085	0,543	0,067	0,110	-0,150	0,283
Varianzen sind gleich	7,313	0,007	4,745	414	0,000	0,540	0,114	0,316	0,764
Varianzen sind nicht gleich			4,813	175,604	0,000	0,540	0,112	0,319	0,761

Tabelle 29: Korrelation zwischen Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation, Beziehungszufriedenheit, positive Beeinflussung der Beziehung durch Mobile Instant Messenger und Regeln bezüglich Mobile Instant Messenger-Nutzung

		Mittelwert	Std.- Abweichung	N	
ZufriedenheitMIM		4,0521	0,72886	419	
RAS		4,3122	0,64091	340	
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv		3,65	0,952	419	
Regeln		1,14	0,483	419	
		Zufriedenhei tMIM	RAS	Pos. Beeinflussun g	Regeln
ZufriedenheitMIM	*r	1	,316**	,375**	-,173**
	Signifikanz (2-seitig)		0,000	0,000	0,000
	N	419	340	419	419
RAS	*r	,316**	1	,133*	-0,003
	Signifikanz (2-seitig)	0,000		0,014	0,954
	N	340	340	340	340
Pos. Beeinflussung	*r	,375**	,133*	1	-0,017
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,014		0,731
	N	419	340	419	419
Regeln	*r	-,173**	-0,003	-0,017	1
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,954	0,731	
	N	419	340	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.					
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.					
*r = Korrelation nach Pearson					

Tabelle 30: Korrelation Erwartungshaltung seitens der Partner_innen bezüglich der Beziehungspflege durch Mobile Instant Messenger und Gefühl des Gefangenseins

Deskriptive Statistiken				Korrelationen			
	Mittelwert	Std.- Abweichung	N			MaintExp	Entrap
MaintExp	2,7379	1,06090	419	MaintExp	Korrelation nach Pearson	1	,312**
Entrap	1,8034	0,84493	419		Signifikanz (2-seitig)		0,000
					N	419	419
				Entrap	Korrelation nach Pearson	,312**	1
					Signifikanz (2-seitig)	0,000	
					N	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.							

Tabelle 31: T-Test: Erwartungshaltung seitens der Partner_innen bezüglich der Beziehungspflege durch Mobile Instant Messenger anhand Geschlecht

		Geschlecht		N		Mittelwert	Std.- Abweichung		Standardfehler des Mittelwertes		
MaintExp		Männlich		102		3,0412	1,08613		0,10754		
		Weiblich		314		2,6465	1,03609		0,05847		
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit							
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz			
								Untere	Obere		
Varianzen sind gleich	0,493	0,483	3,303	414	0,001	0,39468	0,11950	0,15978	0,62958		
Varianzen sind nicht gleich			3,224	164,887	0,002	0,39468	0,12241	0,15299	0,63637		

Tabelle 32: T-Test: Erwartungshaltung seitens der Partner_innen bezüglich der Beziehungspflege durch Mobile Instant Messenger anhand Geschlecht, I

	Geschlecht	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich mich nicht r...	Männlich	102	3,52	1,272	0,126
	Weiblich	314	2,90	1,327	0,075
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich ihn/sie nicht...	Männlich	102	3,32	1,329	0,132
	Weiblich	314	2,82	1,307	0,074
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht ab und...	Männlich	102	3,25	1,382	0,137
	Weiblich	314	2,94	1,390	0,078
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schrei...	Männlich	102	2,59	1,315	0,130
	Weiblich	314	2,34	1,242	0,070
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schrei...	Männlich	102	2,53	1,224	0,121
	Weiblich	314	2,23	1,233	0,070
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.	Männlich	102	2,89	1,281	0,127
	Weiblich	314	3,11	1,260	0,071
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/meine Partnerin immer erreichbar ist.	Männlich	102	2,79	1,238	0,123
	Weiblich	314	3,23	1,216	0,069

Tabelle 33: T-Test: Erwartungshaltung seitens der Partner_innen bezüglich der Beziehungspflege durch Mobile Instant Messenger anhand Geschlecht, II

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich mich nicht r...	V. s. g.	0,490	0,484	4,108	414	0,000	0,615	0,150	0,321	0,909
	V. s. n. g.			4,198	177,83	0,000	0,615	0,147	0,326	0,904
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich ihn/sie nicht...	V. s. g.	0,083	0,773	3,377	414	0,001	0,505	0,150	0,211	0,799
	V. s. n. g.			3,349	169,07	0,001	0,505	0,151	0,207	0,803
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht ab und...	V. s. g.	0,089	0,765	1,952	414	0,052	0,309	0,158	-0,002	0,620
	V. s. n. g.			1,958	172,29	0,052	0,309	0,158	-0,003	0,620
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schrei...	V. s. g.	0,482	0,488	1,701	414	0,090	0,244	0,144	-0,038	0,527
	V. s. n. g.			1,652	163,56	0,100	0,244	0,148	-0,048	0,536

Tabelle 34: T-Test: Erwartungshaltung seitens der Partner_innen bezüglich der Beziehungspflege durch Mobile Instant Messenger anhand Geschlecht, III

Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schrei...	V. s. g.	0,052	0,820	2,140	414	0,033	0,300	0,140	0,024	0,576
	V. s. n. g.			2,147	172,41	0,033	0,300	0,140	0,024	0,576
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.	V. s. g.	1,298	0,255	-1,521	414	0,129	-0,219	0,144	-0,503	0,064
	V. s. n. g.			-1,508	169,06	0,133	-0,219	0,145	-0,506	0,068
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/meine Partnerin immer erreichbar ist.	V. s. g.	0,258	0,612	-3,103	414	0,002	-0,432	0,139	-0,706	-0,158
	V. s. n. g.			-3,076	168,94	0,002	-0,432	0,140	-0,709	-0,158
	V. s. g. = Varianzen sind gleich									
	V. s. n. g. = Varianzen sind nicht gleich									

Tabelle 35: Deskriptive Statistik, Mobile Maintenance Expectations I

Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich mich nicht regelmäßig nach seinem/ihrer Befinden mit einer Nachricht erkundige.					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	69	16,5	16,5	16,5
	2	88	21,0	21,0	37,5
	3	86	20,5	20,5	58,0
	4	106	25,3	25,3	83,3
	stimme voll zu	70	16,7	16,7	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 36: Deskriptive Statistik, Mobile Maintenance Expectations II

Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/ meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich ihn/sie nicht regelmäßig mit einer Textnachricht update.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	77	18,4	18,4	18,4
	2	93	22,2	22,2	40,6
	3	85	20,3	20,3	60,9
	4	106	25,3	25,3	86,2
	stimme voll zu	58	13,8	13,8	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/ meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht ab und zu schreibe, um "Hallo" zu sagen.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	89	21,2	21,2	21,2
	2	71	16,9	16,9	38,2
	3	73	17,4	17,4	55,6
	4	120	28,6	28,6	84,2
	stimme voll zu	66	15,8	15,8	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	
Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/ meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schreibe, wo ich gerade bin.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	132	31,5	31,5	31,5
	2	112	26,7	26,7	58,2
	3	78	18,6	18,6	76,8
	4	70	16,7	16,7	93,6
	stimme voll zu	27	6,4	6,4	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 37: Deskriptive Statistik, Mobile Maintenance Expectations III

Mobile Maintenance Expectations: Ich glaube, dass mein Partner/ meine Partnerin enttäuscht wäre, wenn ich nicht schreibe, was ich gerade so mache.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	140	33,4	33,4	33,4
	2	122	29,1	29,1	62,5
	3	78	18,6	18,6	81,1
	4	51	12,2	12,2	93,3
	stimme voll zu	28	6,7	6,7	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	64	15,3	15,3	15,3
	2	79	18,9	18,9	34,1
	3	103	24,6	24,6	58,7
	4	118	28,2	28,2	86,9
	stimme voll zu	55	13,1	13,1	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/meine Partnerin immer erreichbar ist.					
		Häufi gkeit	Proz ent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	stimme nicht zu	51	12,2	12,2	12,2
	2	83	19,8	19,8	32,0
	3	109	26,0	26,0	58,0
	4	116	27,7	27,7	85,7
	stimme voll zu	60	14,3	14,3	100,0
	Gesamt	419	100,0	100,0	

Tabelle 38: Korrelationen zwischen Beziehungszufriedenheit und Erreichbarkeit

		RAS	Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.	Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/ meine Partnerin immer erreichbar ist.
RAS	Korrelation nach Pearson	1	0,104	0,098
	Signifikanz (2-seitig)		0,056	0,071
	N	340	340	340
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass ich immer erreichbar bin.	Korrelation nach Pearson	0,104	1	,675**
	Signifikanz (2-seitig)	0,056		0,000
	N	340	419	419
Mobile Maintenance Expectations: Es ist mir sehr wichtig, dass mein Partner/ meine Partnerin immer erreichbar ist.	Korrelation nach Pearson	0,098	,675**	1
	Signifikanz (2-seitig)	0,071	0,000	
	N	340	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.				

Tabelle 38: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Modellzsf.

Modellzusammenfassung				
Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,091a	0,008	-0,019	0,71062
2	,211b	0,044	0,001	0,70349
3	,272c	0,074	0,015	0,69846
4	,480d	0,231	0,152	0,64801
5	,493e	0,243	0,140	0,65261
6	,540f	0,292	0,186	0,63505
7	,616g	0,379	0,258	0,60628
8	,792h	0,628	0,549	0,47254
a Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre				
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face				
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)				
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face				
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?				
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM				
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, Kontr, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa				
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, Kontr, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, VermeidungB, AngstB				

Tabelle 39: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), ANOVAa I

ANOVAa						
Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	0,753	5	0,151	0,298	,913b
	Nicht standardisierte Residuen	90,392	179	0,505		
	Gesamt	91,145	184			
2	Regression	4,044	8	0,505	1,021	,422c
	Nicht standardisierte Residuen	87,101	176	0,495		
	Gesamt	91,145	184			
3	Regression	6,747	11	0,613	1,257	,253d
	Nicht standardisierte Residuen	84,398	173	0,488		
	Gesamt	91,145	184			
4	Regression	21,018	17	1,236	2,944	,000e
	Nicht standardisierte Residuen	70,127	167	0,420		
	Gesamt	91,145	184			
5	Regression	22,150	22	1,007	2,364	,001f
	Nicht standardisierte Residuen	68,995	162	0,426		
	Gesamt	91,145	184			
6	Regression	26,619	24	1,109	2,750	,000g
	Nicht standardisierte Residuen	64,525	160	0,403		
	Gesamt	91,145	184			
7	Regression	34,537	30	1,151	3,132	,000h
	Nicht standardisierte Residuen	56,607	154	0,368		
	Gesamt	91,145	184			
8	Regression	57,204	32	1,788	8,006	,000i
	Nicht standardisierte Residuen	33,941	152	0,223		
	Gesamt	91,145	184			

Tabelle 40: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), ANOVAa II

a Abhängige Variable: RAS
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, Kontr, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa
i Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, Kontr, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, VermeidungB, AngstB

Tabelle 41: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten I

Koeffizienten						
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	4,592	0,455		10,099	0,000
	Alter: ... Jahre	-0,007	0,007	-0,083	-1,033	0,303
	Geschlecht	-0,015	0,122	-0,009	-0,121	0,904
	Sexuelle Orientierung	0,017	0,095	0,014	0,179	0,858
	Dauer der Beziehung	0,002	0,040	0,005	0,059	0,953
	Schulbildung	-0,033	0,091	-0,028	-0,362	0,718
2	(Konstante)	2,364	1,034		2,287	0,023
	Alter: ... Jahre	-0,006	0,007	-0,067	-0,824	0,411
	Geschlecht	0,024	0,122	0,015	0,201	0,841
	Sexuelle Orientierung	0,019	0,095	0,015	0,196	0,845
	Dauer der Beziehung	0,004	0,040	0,008	0,097	0,923
	Schulbildung	-0,045	0,094	-0,039	-0,482	0,630
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,364	0,184	0,154	1,983	0,049
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,039	0,046	0,063	0,831	0,407
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,054	0,059	0,069	0,911	0,364

Tabelle 42: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten II

3	(Konstante)	2,518	1,048		2,402	0,017
	Alter: ... Jahre	-0,002	0,007	-0,022	-0,261	0,794
	Geschlecht	0,016	0,121	0,010	0,130	0,896
	Sexuelle Orientierung	0,021	0,095	0,017	0,220	0,826
	Dauer der Beziehung	-0,001	0,040	-0,001	-0,014	0,989
	Schulbildung	-0,075	0,094	-0,064	-0,791	0,430
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	0,267	0,188	0,113	1,421	0,157
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,081	0,051	0,133	1,591	0,114
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,044	0,065	0,057	0,687	0,493
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,023	0,016	0,126	1,487	0,139
	Anteile %: Telefonieren	-0,040	0,022	-0,184	-1,829	0,069
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,014	0,018	0,080	0,740	0,460
4	(Konstante)	4,198	1,263		3,323	0,001
	Alter: ... Jahre	-0,007	0,007	-0,074	-0,905	0,367
	Geschlecht	0,027	0,119	0,017	0,224	0,823
	Sexuelle Orientierung	0,034	0,089	0,027	0,380	0,705
	Dauer der Beziehung	0,005	0,039	0,009	0,122	0,903
	Schulbildung	-0,063	0,089	-0,054	-0,713	0,477
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	0,345	0,185	0,146	1,858	0,065
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,066	0,049	0,109	1,351	0,179

Tabelle 43: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten III

	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,005	0,063	-0,006	-0,079	0,937
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,001	0,016	0,005	0,063	0,950
	Anteile %: Telefonieren	-0,036	0,021	-0,170	-1,760	0,080
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,031	0,017	0,185	1,799	0,074
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,409	0,118	-0,279	-3,475	0,001
	Häufiger: Telefonieren	-0,268	0,162	-0,128	-1,652	0,100
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,267	0,262	-0,077	-1,016	0,311
	Reduzieren: In Person	0,371	0,542	0,055	0,685	0,494
	Reduzieren: Telefonieren	-0,459	0,264	-0,125	-1,742	0,083
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,311	0,138	-0,177	-2,264	0,025
5	(Konstante)	4,241	1,374		3,087	0,002
	Alter: ... Jahre	-0,007	0,008	-0,079	-0,923	0,357
	Geschlecht	0,041	0,124	0,026	0,331	0,741
	Sexuelle Orientierung	0,019	0,092	0,016	0,212	0,832
	Dauer der Beziehung	0,003	0,040	0,005	0,066	0,947

Tabelle 44: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten IV

	Schulbildung	-0,058	0,090	-0,050	-0,646	0,519
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	0,363	0,189	0,154	1,919	0,057
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,059	0,050	0,096	1,176	0,241
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,010	0,065	0,012	0,149	0,882
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,003	0,016	0,016	0,185	0,853
	Anteile %: Telefonieren	-0,035	0,021	-0,164	-1,662	0,098
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,031	0,018	0,183	1,750	0,082
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,407	0,119	-0,278	-3,410	0,001
	Häufiger: Telefonieren	-0,271	0,165	-0,130	-1,645	0,102
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,303	0,270	-0,088	-1,121	0,264
	Reduzieren: In Person	0,425	0,552	0,063	0,771	0,442
	Reduzieren: Telefonieren	-0,408	0,274	-0,111	-1,492	0,138
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,321	0,145	-0,183	-2,216	0,028
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,273	0,396	-0,049	-0,690	0,491

Tabelle 45: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten V

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,061	0,129	0,034	0,469	0,639
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,081	0,062	-0,109	-1,309	0,193
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,037	0,057	0,053	0,654	0,514
	Regeln	0,071	0,133	0,040	0,533	0,595
6	(Konstante)	2,078	1,500		1,385	0,168
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,007	-0,095	-1,145	0,254
	Geschlecht	-0,010	0,122	-0,006	-0,082	0,935
	Sexuelle Orientierung	0,049	0,090	0,040	0,549	0,584
	Dauer der Beziehung	-0,005	0,039	-0,010	-0,124	0,902
	Schulbildung	-0,053	0,088	-0,045	-0,604	0,547
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,407	0,184	0,172	2,207	0,029
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,055	0,049	0,090	1,129	0,261
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,007	0,064	0,008	0,103	0,918
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	-4,092E-05	0,016	0,000	-0,003	0,998
	Anteile %: Telefonieren	-0,032	0,021	-0,147	-1,533	0,127
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,029	0,017	0,173	1,687	0,093

Tabelle 46: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten VI

	Häufiger: In Person/Face-to-Face	-0,364	0,117	-0,249	-3,109	0,002
	Häufiger: Telefonieren	-0,139	0,166	-0,067	-0,842	0,401
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,193	0,268	-0,056	-0,720	0,472
	Reduzieren: In Person	0,595	0,539	0,088	1,104	0,271
	Reduzieren: Telefonieren	-0,311	0,268	-0,085	-1,162	0,247
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,216	0,146	-0,123	-1,479	0,141
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,139	0,388	-0,025	-0,358	0,721
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,055	0,127	0,031	0,438	0,662
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,075	0,060	-0,101	-1,247	0,214
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,048	0,056	0,069	0,860	0,391
	Regeln	0,124	0,130	0,071	0,952	0,343
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,028	0,061	-0,035	-0,460	0,646
	ZufriedenheitMI M	0,305	0,092	0,270	3,320	0,001
7	(Konstante)	3,299	1,581		2,087	0,039
	Alter: ... Jahre	-0,011	0,007	-0,130	-1,620	0,107
	Geschlecht	0,027	0,122	0,017	0,220	0,826

Tabelle 47: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten VII

	Sexuelle Orientierung	0,076	0,088	0,061	0,863	0,390
	Dauer der Beziehung	0,027	0,039	0,053	0,693	0,489
	Schulbildung	-0,047	0,087	-0,040	-0,548	0,585
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,356	0,179	0,151	1,991	0,048
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,029	0,047	0,047	0,606	0,546
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,016	0,064	0,020	0,241	0,810
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	-0,001	0,015	-0,006	-0,075	0,940
	Anteile %: Telefonieren	-0,010	0,021	-0,048	-0,494	0,622
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,018	0,017	0,103	1,006	0,316
	Häufiger: In Person/Face-to-Face	-0,359	0,114	-0,245	-3,164	0,002
	Häufiger: Telefonieren	-0,196	0,160	-0,094	-1,222	0,223
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,171	0,260	-0,050	-0,659	0,511
	Reduzieren: In Person	0,626	0,521	0,092	1,202	0,231
	Reduzieren: Telefonieren	-0,154	0,270	-0,042	-0,569	0,570
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,063	0,147	-0,036	-0,432	0,667
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,092	0,374	-0,016	-0,245	0,807

Tabelle 48: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten VIII

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,038	0,128	0,021	0,296	0,768
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,049	0,062	-0,066	-0,794	0,428
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,043	0,054	0,062	0,804	0,423
	Regeln	0,123	0,126	0,070	0,980	0,329
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,078	0,059	-0,097	-1,315	0,190
	ZufriedenheitMI	0,218	0,092	0,193	2,354	0,020
	MaintExp	0,103	0,056	0,158	1,838	0,068
	Entrap	-0,196	0,081	-0,222	-2,431	0,016
	Kontr	0,009	0,066	0,010	0,131	0,896
	ElektIntru	-0,296	0,121	-0,248	-2,452	0,015
	SicherhKontrJa	0,005	0,083	0,007	0,056	0,955
	SicherhKontrNein	-0,177	0,122	-0,129	-1,457	0,147
8	(Konstante)	4,706	1,244		3,782	0,000
	Alter: ... Jahre	-0,002	0,006	-0,026	-0,417	0,677
	Geschlecht	0,019	0,096	0,012	0,201	0,841
	Sexuelle Orientierung	0,065	0,069	0,052	0,944	0,346
	Dauer der Beziehung	-0,011	0,031	-0,021	-0,345	0,731
	Schulbildung	-0,052	0,068	-0,045	-0,775	0,440
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,171	0,141	0,072	1,211	0,228
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,013	0,037	0,022	0,360	0,719

Tabelle 49: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Koeffizienten VIII

Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,035	0,050	-0,045	-0,696	0,487
Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,001	0,012	0,004	0,063	0,950
Anteile %: Telefonieren	-0,027	0,016	-0,126	-1,646	0,102
Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,023	0,014	0,136	1,686	0,094
Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,273	0,091	-0,186	-3,013	0,003
Häufiger: Telefonieren	0,002	0,126	0,001	0,018	0,986
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,198	0,207	0,057	0,953	0,342
Reduzieren: In Person	0,223	0,410	0,033	0,543	0,588
Reduzieren: Telefonieren	0,055	0,214	0,015	0,257	0,797
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,113	0,116	-0,064	-0,974	0,332
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,064	0,292	-0,011	-0,218	0,828
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,070	0,100	0,039	0,697	0,487
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,009	0,050	-0,012	-0,179	0,858

Tabelle 50: Regressionsanalyse, abhängige Variable: RAS (Beziehungszufriedenheit), Variablen

	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,055	0,042	0,079	1,311	0,192
	Regeln	0,057	0,098	0,033	0,579	0,563
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/ Positiv	-0,013	0,047	-0,017	-0,286	0,775
	ZufriedenheitMI M	0,130	0,076	0,116	1,719	0,088
	MaintExp	0,041	0,044	0,063	0,922	0,358
	Entrap	0,009	0,066	0,010	0,140	0,889
	Kontr	-0,005	0,053	-0,006	-0,096	0,924
	ElektIntru	-0,202	0,096	-0,169	-2,113	0,036
	SicherhKontrJa	0,065	0,066	0,092	0,978	0,330
	SicherhKontrNei n	-0,134	0,099	-0,098	-1,349	0,179
	AngstB	-0,178	0,056	-0,244	-3,167	0,002
	VermeidungB	-0,427	0,058	-0,498	-7,382	0,000
a Abhängige Variable: RAS						

Tabelle 51: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Variablen

Aufgenommene/Entfernte Variablen			
Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre	.	Einschluß
2	Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	.	Einschluß
3	Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.) ^b	.	Einschluß
4	Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face	.	Einschluß
5	Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger? ^b	.	Einschluß
6	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM ^b	.	Einschluß
7	SicherhKontrNein, Elektlntru, Kontr, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJab	.	Einschluß
8	VermeidungB, AngstB ^b	.	Einschluß
a Abhängige Variable: RAS			
b Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.			

Tabelle 52: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Modellzusammenfassung

Aufgenommene/Entfernte Variablen			
Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre ^b	.	Einschluß
2	Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face ^b	.	Einschluß
3	Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.) ^b	.	Einschluß
4	Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face ^b	.	Einschluß
5	Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger? ^b	.	Einschluß
6	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv ^b	.	Einschluß
7	SicherhKontrNein, RAS, Kontr, ElektIntru, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJab	.	Einschluß
8	AngstB, VermeidungB ^b	.	Einschluß
a Abhängige Variable: ZufriedenheitMIM			
b Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.			

Tabelle 53: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), ANOVAa I

Modellzusammenfassung				
Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,198a	0,039	0,013	0,61976
2	,210b	0,044	0,000	0,62353
3	,265c	0,070	0,011	0,62018
4	,529d	0,279	0,206	0,55575
5	,549e	0,301	0,206	0,55563
6	,576f	0,332	0,237	0,54488
7	,648g	0,420	0,307	0,51934
8	,685h	0,469	0,357	0,50011
a Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre				
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face				
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)				
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face				
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?				
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv				
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, Elektlntru, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa				
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, Elektlntru, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, AngstB, VermeidungB				

Tabelle 54: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), ANOVAa II

ANOVAa						
Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	2,818	5	0,564	1,467	,203b
	Nicht standardisierte Residuen	68,753	179	0,384		
	Gesamt	71,571	184			
2	Regression	3,143	8	0,393	1,011	,430c
	Nicht standardisierte Residuen	68,428	176	0,389		
	Gesamt	71,571	184			
3	Regression	5,031	11	0,457	1,189	,298d
	Nicht standardisierte Residuen	66,540	173	0,385		
	Gesamt	71,571	184			
4	Regression	19,993	17	1,176	3,808	,000e
	Nicht standardisierte Residuen	51,578	167	0,309		
	Gesamt	71,571	184			
5	Regression	21,558	22	0,980	3,174	,000f
	Nicht standardisierte Residuen	50,013	162	0,309		
	Gesamt	71,571	184			
6	Regression	23,771	23	1,034	3,481	,000g
	Nicht standardisierte Residuen	47,800	161	0,297		
	Gesamt	71,571	184			
7	Regression	30,035	30	1,001	3,712	,000h
	Nicht standardisierte Residuen	41,537	154	0,270		
	Gesamt	71,571	184			
8	Regression	33,555	32	1,049	4,193	,000i
	Nicht standardisierte Residuen	38,016	152	0,250		
	Gesamt	71,571	184			

Tabelle 55: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten I

a Abhängige Variable: ZufriedenheitMIM
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, ElektIntru, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa
i Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, ElektIntru, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, AngstB, VermeidungB

Tabelle 56: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten II

Koeffizientena						
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		RegressionskoeffizientB	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	3,988	0,397		10,055	0,000
	Alter: ... Jahre	0,000	0,006	-0,005	-0,070	0,944
	Geschlecht	0,126	0,106	0,089	1,185	0,238
	Sexuelle Orientierung	-0,132	0,083	-0,120	-1,583	0,115
	Dauer der Beziehung	0,054	0,035	0,123	1,558	0,121
	Schulbildung	-0,039	0,080	-0,038	-0,491	0,624
2	(Konstante)	3,575	0,916		3,902	0,000
	Alter: ... Jahre	0,000	0,006	-0,005	-0,063	0,950
	Geschlecht	0,128	0,108	0,091	1,188	0,236
	Sexuelle Orientierung	-0,131	0,084	-0,119	-1,559	0,121
	Dauer der Beziehung	0,056	0,035	0,126	1,584	0,115
	Schulbildung	-0,030	0,083	-0,029	-0,361	0,719
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,033	0,163	0,016	0,205	0,837
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,008	0,041	0,014	0,189	0,850
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,043	0,053	0,061	0,807	0,421
3	(Konstante)	3,701	0,931		3,975	0,000
	Alter: ... Jahre	0,002	0,007	0,020	0,240	0,811
	Geschlecht	0,121	0,108	0,086	1,122	0,263
	Sexuelle Orientierung	-0,120	0,085	-0,109	-1,421	0,157
	Dauer der Beziehung	0,050	0,035	0,112	1,402	0,163
	Schulbildung	-0,054	0,084	-0,052	-0,645	0,520

Tabelle 57: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten III

	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,052	0,167	-0,025	-0,314	0,754
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,025	0,045	0,045	0,540	0,590
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,061	0,057	0,089	1,073	0,285
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,023	0,014	0,137	1,610	0,109
	Anteile %: Telefonieren	-0,013	0,019	-0,070	-0,696	0,487
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,004	0,016	-0,024	-0,225	0,822
4	(Konstante)	6,703	1,083		6,186	0,000
	Alter: ... Jahre	0,002	0,006	0,029	0,363	0,717
	Geschlecht	0,174	0,102	0,123	1,699	0,091
	Sexuelle Orientierung	-0,106	0,077	-0,096	-1,379	0,170
	Dauer der Beziehung	0,029	0,033	0,066	0,876	0,383
	Schulbildung	-0,036	0,076	-0,035	-0,474	0,636
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,103	0,159	-0,049	-0,645	0,520
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,014	0,042	0,026	0,333	0,739
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,005	0,054	0,007	0,089	0,929
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,010	0,014	0,063	0,758	0,449
	Anteile %: Telefonieren	-0,013	0,018	-0,067	-0,714	0,476

Tabelle 58: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten IV

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,012	0,015	0,079	0,790	0,431
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,108	0,101	-0,083	-1,068	0,287
	Häufiger: Telefonieren	-0,435	0,139	-0,235	-3,127	0,002
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,385	0,225	-0,126	-1,712	0,089
	Reduzieren: In Person	-0,558	0,465	-0,093	-1,200	0,232
	Reduzieren: Telefonieren	-0,363	0,226	-0,111	-1,607	0,110
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,450	0,118	-0,289	-3,815	0,000
5	(Konstante)	7,477	1,170		6,393	0,000
	Alter: ... Jahre	0,004	0,006	0,057	0,700	0,485
	Geschlecht	0,159	0,105	0,113	1,506	0,134
	Sexuelle Orientierung	-0,087	0,078	-0,079	-1,114	0,267
	Dauer der Beziehung	0,023	0,034	0,051	0,655	0,514
	Schulbildung	-0,021	0,077	-0,020	-0,268	0,789
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,139	0,161	-0,066	-0,865	0,389
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,014	0,043	0,026	0,329	0,743
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,025	0,055	0,036	0,446	0,656
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,010	0,014	0,061	0,732	0,465
	Anteile %: Telefonieren	-0,011	0,018	-0,058	-0,611	0,542

Tabelle 59: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten V

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,009	0,015	0,059	0,591	0,556
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,130	0,102	-0,100	-1,279	0,203
	Häufiger: Telefonieren	-0,456	0,140	-0,246	-3,252	0,001
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,426	0,230	-0,139	-1,853	0,066
	Reduzieren: In Person	-0,532	0,470	-0,088	-1,134	0,259
	Reduzieren: Telefonieren	-0,311	0,233	-0,096	-1,337	0,183
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,382	0,123	-0,245	-3,097	0,002
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,437	0,337	-0,089	-1,296	0,197
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,004	0,110	-0,003	-0,036	0,971
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,029	0,052	-0,044	-0,548	0,584
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,029	0,049	-0,046	-0,586	0,559
	Regeln	-0,177	0,113	-0,114	-1,569	0,119
6	(Konstante)	6,896	1,167		5,911	0,000
	Alter: ... Jahre	0,005	0,006	0,063	0,782	0,435
	Geschlecht	0,171	0,104	0,121	1,654	0,100
	Sexuelle Orientierung	-0,105	0,077	-0,095	-1,360	0,176

Tabelle 60: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten VI

	Dauer der Beziehung	0,026	0,034	0,059	0,769	0,443
	Schulbildung	-0,016	0,075	-0,015	-0,207	0,837
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,149	0,158	-0,071	-0,944	0,347
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,012	0,042	0,022	0,283	0,777
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,003	0,055	0,004	0,048	0,962
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,010	0,013	0,060	0,734	0,464
	Anteile %: Telefonieren	-0,012	0,018	-0,063	-0,674	0,501
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,004	0,015	0,025	0,247	0,805
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,146	0,100	-0,113	-1,463	0,145
	Häufiger: Telefonieren	-0,419	0,138	-0,226	-3,033	0,003
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,327	0,228	-0,107	-1,430	0,155
	Reduzieren: In Person	-0,572	0,461	-0,095	-1,241	0,216
	Reduzieren: Telefonieren	-0,321	0,228	-0,098	-1,404	0,162
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,324	0,123	-0,208	-2,641	0,009
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,444	0,331	-0,090	-1,342	0,182

Tabelle 61: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten VII

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,028	0,109	0,018	0,261	0,794
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,012	0,052	-0,018	-0,224	0,823
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,038	0,048	-0,062	-0,799	0,426
	Regeln	-0,173	0,111	-0,112	-1,559	0,121
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	0,139	0,051	0,196	2,730	0,007
7	(Konstante)	6,232	1,278		4,878	0,000
	Alter: ... Jahre	0,006	0,006	0,072	0,920	0,359
	Geschlecht	0,187	0,103	0,133	1,813	0,072
	Sexuelle Orientierung	-0,093	0,075	-0,084	-1,233	0,219
	Dauer der Beziehung	0,033	0,033	0,075	1,007	0,316
	Schulbildung	-0,014	0,074	-0,013	-0,184	0,855
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	-0,233	0,154	-0,112	-1,515	0,132
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,012	0,041	-0,022	-0,299	0,765
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,038	0,055	0,055	0,690	0,491
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	0,012	0,013	0,072	0,901	0,369
	Anteile %: Telefonieren	0,007	0,018	0,038	0,407	0,685

Tabelle 62: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten VIII

Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,011	0,015	-0,070	-0,708	0,480
Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,063	0,100	-0,048	-0,628	0,531
Häufiger: Telefonieren	-0,352	0,135	-0,190	-2,611	0,010
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,205	0,223	-0,067	-0,922	0,358
Reduzieren: In Person	-0,721	0,445	-0,120	-1,622	0,107
Reduzieren: Telefonieren	-0,151	0,232	-0,046	-0,651	0,516
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,164	0,125	-0,106	-1,314	0,191
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,296	0,319	-0,060	-0,928	0,355
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,029	0,110	-0,018	-0,264	0,792
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,024	0,053	0,036	0,446	0,656
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,039	0,046	-0,063	-0,843	0,400
Regeln	-0,188	0,107	-0,122	-1,762	0,080
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/ Positiv	0,112	0,050	0,158	2,228	0,027

Tabelle 63: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten VIII

	Entrap	-0,169	0,069	-0,215	-2,446	0,016
	Kontr	-0,080	0,056	-0,109	-1,426	0,156
	ElektIntru	0,000	0,105	0,000	-0,003	0,997
	SicherhKontrJa	-0,020	0,071	-0,032	-0,284	0,777
	SicherhKontrNei n	0,032	0,105	0,026	0,306	0,760
	RAS	0,160	0,068	0,180	2,354	0,020
	MaintExp	0,036	0,049	0,062	0,741	0,460
8	(Konstante)	6,112	1,285		4,755	0,000
	Alter: ... Jahre	0,004	0,006	0,050	0,660	0,510
	Geschlecht	0,235	0,100	0,166	2,344	0,020
	Sexuelle Orientierung	-0,106	0,073	-0,097	-1,465	0,145
	Dauer der Beziehung	0,008	0,033	0,017	0,230	0,819
	Schulbildung	-0,016	0,072	-0,016	-0,229	0,819
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,238	0,149	-0,114	-1,602	0,111
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,004	0,039	-0,007	-0,099	0,921
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,034	0,053	0,049	0,633	0,528
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,013	0,013	0,077	1,006	0,316
	Anteile %: Telefonieren	0,011	0,017	0,055	0,604	0,547
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,017	0,015	-0,111	-1,149	0,252
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	0,009	0,099	0,007	0,094	0,925
	Häufiger: Telefonieren	-0,303	0,132	-0,164	-2,300	0,023

Tabelle 64: Regressionsanalyse, abhängige Variable: MIMZufriedenheit (Zufriedenheit mit mobile Instant Messenger-Kommunikation), Koeffizienten X

	Reduzieren: In Person	-0,807	0,429	-0,134	-1,880	0,062
	Reduzieren: Telefonieren	-0,259	0,226	-0,079	-1,147	0,253
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,225	0,122	-0,145	-1,851	0,066
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,203	0,309	-0,041	-0,657	0,512
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,052	0,106	-0,033	-0,488	0,626
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,022	0,053	-0,034	-0,420	0,675
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,037	0,045	-0,060	-0,829	0,408
	Regeln	-0,166	0,103	-0,107	-1,613	0,109
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	0,123	0,049	0,173	2,525	0,013
	Entrap	-0,164	0,069	-0,209	-2,385	0,018
	Kontr	-0,019	0,057	-0,025	-0,327	0,744
	ElektIntru	0,052	0,103	0,049	0,504	0,615
	SicherhKontrJa	0,035	0,070	0,056	0,502	0,616
	SicherhKontrNein	0,139	0,105	0,114	1,324	0,188
	RAS	0,146	0,085	0,165	1,719	0,088
	MaintExp	0,024	0,047	0,041	0,500	0,618
	AngstB	-0,203	0,059	-0,313	-3,425	0,001
	VermeidungB	0,149	0,070	0,197	2,127	0,035

a Abhängige Variable: ZufriedenheitMIM

Tabelle 65: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Variablen

Aufgenommene/Entfernte Variablen			
Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre	.	Einschluß
2	Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	.	Einschluß
3	Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.) ^b	.	Einschluß
4	Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face	.	Einschluß
5	Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger? ^b	.	Einschluß
6	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIMb	.	Einschluß
7	SicherhKontrNein, Elektlntru, RAS, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJab	.	Einschluß
8	AngstB, VermeidungBb	.	Einschluß
a Abhängige Variable: Kontr			
b Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.			

Tabelle 66: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Modellzusammenfassung

Modellzusammenfassung				
Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,176a	0,031	0,004	0,84949
2	,294b	0,086	0,045	0,83199
3	,365c	0,133	0,078	0,81719
4	,400d	0,160	0,074	0,81893
5	,446e	0,199	0,090	0,81185
6	,481f	0,232	0,116	0,80014
7	,606g	0,368	0,245	0,73982
8	,644h	0,414	0,291	0,71682
a Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre				
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face				
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)				
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face				
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?				
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM				
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, RAS, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa				
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, RAS, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, AngstB, VermeidungB				

Tabelle 67: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), ANOVAa I

ANOVAa						
Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	4,149	5	0,830	1,150	,336b
	Nicht standardisierte Residuen	129,174	179	0,722		
	Gesamt	133,322	184			
2	Regression	11,493	8	1,437	2,075	,041c
	Nicht standardisierte Residuen	121,829	176	0,692		
	Gesamt	133,322	184			
3	Regression	17,794	11	1,618	2,422	,008d
	Nicht standardisierte Residuen	115,528	173	0,668		
	Gesamt	133,322	184			
4	Regression	21,324	17	1,254	1,870	,024e
	Nicht standardisierte Residuen	111,998	167	0,671		
	Gesamt	133,322	184			
5	Regression	26,547	22	1,207	1,831	,018f
	Nicht standardisierte Residuen	106,775	162	0,659		
	Gesamt	133,322	184			
6	Regression	30,886	24	1,287	2,010	,006g
	Nicht standardisierte Residuen	102,436	160	0,640		
	Gesamt	133,322	184			
7	Regression	49,033	30	1,634	2,986	,000h
	Nicht standardisierte Residuen	84,289	154	0,547		
	Gesamt	133,322	184			
8	Regression	55,221	32	1,726	3,358	,000i
	Nicht standardisierte Residuen	78,101	152	0,514		
	Gesamt	133,322	184			

Tabelle 68: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), ANOVAa II

a Abhängige Variable: Kontr
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, RAS, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa
i Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, RAS, MaintExp, Entrap, SicherhKontrJa, AngstB, VermeidungB

Tabelle 69: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten I

Koeffizientena						
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		RegressionskoeffizientB	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	2,261	0,544		4,160	0,000
	Alter: ... Jahre	-0,009	0,008	-0,084	-1,069	0,286
	Geschlecht	0,281	0,145	0,146	1,931	0,055
	Sexuelle Orientierung	0,027	0,114	0,018	0,236	0,814
	Dauer der Beziehung	-0,007	0,048	-0,011	-0,138	0,890
	Schulbildung	0,108	0,109	0,076	0,991	0,323
2	(Konstante)	1,180	1,223		0,966	0,336
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,008	-0,078	-0,990	0,324
	Geschlecht	0,273	0,144	0,142	1,891	0,060
	Sexuelle Orientierung	0,038	0,112	0,025	0,336	0,737
	Dauer der Beziehung	0,002	0,047	0,003	0,041	0,967
	Schulbildung	0,159	0,111	0,112	1,436	0,153
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,007	0,217	0,002	0,032	0,974
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,037	0,055	-0,050	-0,674	0,501
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,227	0,070	0,240	3,235	0,001
3	(Konstante)	1,143	1,227		0,932	0,353
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,009	-0,079	-0,986	0,326
	Geschlecht	0,258	0,142	0,134	1,816	0,071
	Sexuelle Orientierung	0,054	0,111	0,036	0,489	0,626
	Dauer der Beziehung	-0,007	0,047	-0,011	-0,148	0,883

Tabelle 70: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten II

	Schulbildung	0,140	0,110	0,099	1,271	0,205
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,098	0,220	-0,034	-0,444	0,658
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,060	0,060	-0,081	-0,997	0,320
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,294	0,075	0,311	3,895	0,000
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,039	0,018	0,175	2,129	0,035
	Anteile %: Telefonieren	0,027	0,025	0,103	1,057	0,292
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,023	0,021	-0,114	-1,096	0,275
4	(Konstante)	1,174	1,597		0,735	0,463
	Alter: ... Jahre	-0,006	0,009	-0,052	-0,610	0,543
	Geschlecht	0,304	0,151	0,158	2,018	0,045
	Sexuelle Orientierung	0,043	0,113	0,029	0,383	0,702
	Dauer der Beziehung	0,012	0,049	0,020	0,240	0,811
	Schulbildung	0,164	0,112	0,116	1,460	0,146
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,145	0,234	-0,051	-0,619	0,537
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,053	0,062	-0,072	-0,855	0,394
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,288	0,079	0,304	3,633	0,000
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,033	0,020	0,146	1,635	0,104
	Anteile %: Telefonieren	0,024	0,026	0,093	0,924	0,357

Tabelle 71: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten III

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,020	0,022	-0,096	-0,892	0,373
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,141	0,149	-0,080	-0,947	0,345
	Häufiger: Telefonieren	0,134	0,205	0,053	0,655	0,514
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,236	0,332	0,057	0,713	0,477
	Reduzieren: In Person	-0,836	0,685	-0,102	-1,219	0,225
	Reduzieren: Telefonieren	0,439	0,333	0,099	1,319	0,189
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,114	0,174	0,054	0,655	0,513
5	(Konstante)	2,112	1,709		1,236	0,218
	Alter: ... Jahre	0,000	0,009	-0,002	-0,024	0,981
	Geschlecht	0,319	0,154	0,166	2,072	0,040
	Sexuelle Orientierung	0,054	0,114	0,036	0,476	0,635
	Dauer der Beziehung	-0,010	0,050	-0,016	-0,190	0,849
	Schulbildung	0,162	0,112	0,114	1,448	0,150
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,186	0,235	-0,065	-0,789	0,431
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,052	0,062	-0,070	-0,829	0,408
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,289	0,081	0,306	3,571	0,000
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,029	0,020	0,130	1,459	0,146

Tabelle 72: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten IV

	Anteile %: Telefonieren	0,033	0,026	0,127	1,258	0,210
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,028	0,022	-0,135	-1,253	0,212
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,140	0,149	-0,079	-0,941	0,348
	Häufiger: Telefonieren	0,078	0,205	0,031	0,383	0,702
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,068	0,336	0,016	0,203	0,840
	Reduzieren: In Person	-0,920	0,686	-0,112	-1,341	0,182
	Reduzieren: Telefonieren	0,559	0,340	0,126	1,642	0,103
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,155	0,180	0,073	0,858	0,392
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,277	0,493	0,041	0,562	0,575
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,301	0,161	-0,140	-1,868	0,064
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,083	0,077	-0,092	-1,080	0,282
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,041	0,071	-0,048	-0,573	0,567
	Regeln	-0,169	0,165	-0,080	-1,025	0,307
6	(Konstante)	4,340	1,890		2,297	0,023
	Alter: ... Jahre	0,001	0,009	0,008	0,094	0,925
	Geschlecht	0,359	0,153	0,186	2,343	0,020

Tabelle 73: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten V

	Sexuelle Orientierung	0,036	0,114	0,024	0,314	0,754
	Dauer der Beziehung	-0,004	0,050	-0,007	-0,089	0,929
	Schulbildung	0,155	0,110	0,109	1,403	0,162
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	-0,221	0,232	-0,077	-0,950	0,343
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,047	0,061	-0,064	-0,768	0,444
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,303	0,081	0,320	3,750	0,000
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	0,032	0,020	0,143	1,620	0,107
	Anteile %: Telefonieren	0,030	0,026	0,117	1,169	0,244
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,024	0,022	-0,115	-1,078	0,283
	Häufiger: In Person/Face-to-Face	-0,171	0,148	-0,096	-1,157	0,249
	Häufiger: Telefonieren	-0,058	0,209	-0,023	-0,278	0,782
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,079	0,338	-0,019	-0,234	0,816
	Reduzieren: In Person	-1,054	0,680	-0,128	-1,551	0,123
	Reduzieren: Telefonieren	0,476	0,338	0,107	1,410	0,160
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,032	0,184	0,015	0,176	0,860
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,159	0,489	0,024	0,326	0,745

Tabelle 73: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten VI

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,312	0,160	-0,145	-1,952	0,053
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,096	0,076	-0,107	-1,259	0,210
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,046	0,070	-0,054	-0,649	0,517
	Regeln	-0,219	0,164	-0,104	-1,337	0,183
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,042	0,076	-0,043	-0,546	0,586
	ZufriedenheitMI M	-0,275	0,116	-0,201	-2,374	0,019
7	(Konstante)	4,055	1,928		2,103	0,037
	Alter: ... Jahre	0,001	0,009	0,009	0,113	0,910
	Geschlecht	0,308	0,147	0,160	2,098	0,038
	Sexuelle Orientierung	0,108	0,107	0,072	1,009	0,315
	Dauer der Beziehung	-0,020	0,047	-0,033	-0,421	0,674
	Schulbildung	0,166	0,105	0,117	1,583	0,115
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	-0,161	0,221	-0,056	-0,728	0,468
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,067	0,058	-0,091	-1,164	0,246
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,233	0,076	0,246	3,056	0,003
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	0,024	0,019	0,106	1,276	0,204
	Anteile %: Telefonieren	0,020	0,025	0,077	0,790	0,431

Tabelle 74: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten VII

Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,027	0,021	-0,130	-1,256	0,211
Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,186	0,142	-0,105	-1,306	0,194
Häufiger: Telefonieren	-0,161	0,196	-0,064	-0,821	0,413
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,204	0,318	-0,049	-0,642	0,522
Reduzieren: In Person	-0,888	0,635	-0,108	-1,399	0,164
Reduzieren: Telefonieren	0,417	0,329	0,094	1,270	0,206
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,057	0,179	0,027	0,317	0,752
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,015	0,456	-0,002	-0,034	0,973
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,124	0,156	-0,058	-0,796	0,427
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,149	0,075	-0,166	-1,996	0,048
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,049	0,066	-0,058	-0,743	0,459
Regeln	-0,190	0,153	-0,090	-1,241	0,216
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/ Positiv	-0,035	0,072	-0,036	-0,479	0,633
ZufriedenheitMI M	-0,163	0,114	-0,119	-1,426	0,156

Tabelle 75: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten VIII

	Entrap	0,157	0,099	0,146	1,575	0,117
	ElektIntru	-0,059	0,150	-0,041	-0,395	0,693
	SicherhKontrJa	0,225	0,099	0,263	2,261	0,025
	SicherhKontrNei n	-0,246	0,148	-0,148	-1,660	0,099
	RAS	0,013	0,098	0,011	0,131	0,896
	MaintExp	0,075	0,069	0,095	1,090	0,277
8	(Konstante)	3,377	1,955		1,727	0,086
	Alter: ... Jahre	0,003	0,009	0,026	0,331	0,741
	Geschlecht	0,201	0,145	0,104	1,380	0,170
	Sexuelle Orientierung	0,130	0,104	0,087	1,247	0,214
	Dauer der Beziehung	0,010	0,047	0,017	0,223	0,824
	Schulbildung	0,158	0,102	0,111	1,549	0,123
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,119	0,214	-0,042	-0,556	0,579
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,072	0,056	-0,098	-1,289	0,199
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,215	0,075	0,227	2,878	0,005
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,020	0,018	0,087	1,083	0,280
	Anteile %: Telefonieren	0,012	0,025	0,047	0,488	0,627
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,015	0,021	-0,071	-0,694	0,489
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,264	0,140	-0,149	-1,889	0,061
	Häufiger: Telefonieren	-0,168	0,191	-0,067	-0,880	0,380
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,054	0,315	-0,013	-0,172	0,864

Tabelle 76: Regressionsanalyse, abhängige Variable: Kontr (Kontrollverhalten), Koeffizienten IX

	Reduzieren: In Person	-0,637	0,620	-0,078	-1,026	0,306
	Reduzieren: Telefonieren	0,556	0,322	0,125	1,728	0,086
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,148	0,176	0,070	0,840	0,402
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,106	0,443	-0,016	-0,239	0,811
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,079	0,152	-0,037	-0,518	0,605
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,079	0,075	-0,088	-1,049	0,296
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,042	0,064	-0,049	-0,652	0,515
	Regeln	-0,185	0,148	-0,088	-1,248	0,214
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,057	0,071	-0,059	-0,808	0,420
	ZufriedenheitMI	-0,038	0,116	-0,028	-0,327	0,744
	Entrop	0,165	0,099	0,154	1,659	0,099
	ElektIntru	-0,125	0,147	-0,087	-0,855	0,394
	SicherhKontrJa	0,141	0,100	0,164	1,401	0,163
	SicherhKontrNein	-0,375	0,148	-0,226	-2,529	0,012
	RAS	-0,012	0,123	-0,010	-0,096	0,924
	MaintExp	0,081	0,067	0,103	1,208	0,229
	AngstB	0,259	0,086	0,293	3,026	0,003
	Vermeidung B	-0,224	0,101	-0,216	-2,225	0,028
a Abhängige Variable: Kontr						

Tabelle 77: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Variablen

Aufgenommene/Entfernte Variablen			
Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre ^b	.	Einschluß
2	Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face ^b	.	Einschluß
3	Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.) ^b	.	Einschluß
4	Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face ^b	.	Einschluß
5	Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger? ^b	.	Einschluß
6	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM ^b	.	Einschluß
7	SicherhKontrNein, RAS, Kontr, MaintExp, SicherhKontrJa, Entrap ^b	.	Einschluß
8	VermeidungB, AngstB ^b	.	Einschluß
a Abhängige Variable: ElektIntru			
b Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.			

Tabelle 78: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Modellzusammenfassung

Modellzusammenfassung				
Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,180a	0,032	0,005	0,58700
2	,206b	0,042	-0,001	0,58892
3	,291c	0,085	0,027	0,58065
4	,376d	0,142	0,054	0,57236
5	,412e	0,170	0,057	0,57151
6	,461f	0,212	0,094	0,56016
7	,787g	0,620	0,545	0,39681
8	,792h	0,628	0,549	0,39521
a Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre				
b Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face				
c Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)				
d Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face				
e Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?				
f Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM				
g Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, MaintExp, SicherhKontrJa, Entrap				
h Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, MaintExp, SicherhKontrJa, Entrap, VermeidungB, AngstB				

Tabelle 79: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), ANOVAa I

ANOVAa						
Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	2,059	5	0,412	1,195	,313b
	Nicht standardisierte Residuen	61,677	179	0,345		
	Gesamt	63,736	184			
2	Regression	2,696	8	0,337	0,972	,460c
	Nicht standardisierte Residuen	61,041	176	0,347		
	Gesamt	63,736	184			
3	Regression	5,408	11	0,492	1,458	,151d
	Nicht standardisierte Residuen	58,329	173	0,337		
	Gesamt	63,736	184			
4	Regression	9,027	17	0,531	1,621	,064e
	Nicht standardisierte Residuen	54,709	167	0,328		
	Gesamt	63,736	184			
5	Regression	10,824	22	0,492	1,506	,078f
	Nicht standardisierte Residuen	52,913	162	0,327		
	Gesamt	63,736	184			
6	Regression	13,531	24	0,564	1,797	,018g
	Nicht standardisierte Residuen	50,205	160	0,314		
	Gesamt	63,736	184			
7	Regression	39,487	30	1,316	8,359	,000h
	Nicht standardisierte Residuen	24,249	154	0,157		
	Gesamt	63,736	184			
8	Regression	39,996	32	1,250	8,002	,000i
	Nicht standardisierte Residuen	23,741	152	0,156		
	Gesamt	63,736	184			

Tabelle 80: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), ANOVAa II

a Abhängige Variable: ElektIntru
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, MaintExp, SicherhKontrJa, Entrap
i Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, RAS, Kontr, MaintExp, SicherhKontrJa, Entrap, VermeidungB, AngstB

Tabelle 81: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten I

Koeffizientena						
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		RegressionskoeffizientB	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	1,071	0,376		2,851	0,005
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,006	-0,113	-1,433	0,154
	Geschlecht	0,165	0,101	0,124	1,638	0,103
	Sexuelle Orientierung	0,028	0,079	0,027	0,353	0,725
	Dauer der Beziehung	0,053	0,033	0,128	1,614	0,108
	Schulbildung	0,027	0,075	0,028	0,361	0,718
2	(Konstante)	1,132	0,865		1,308	0,192
	Alter: ... Jahre	-0,009	0,006	-0,126	-1,554	0,122
	Geschlecht	0,156	0,102	0,117	1,523	0,130
	Sexuelle Orientierung	0,027	0,079	0,026	0,345	0,730
	Dauer der Beziehung	0,055	0,033	0,131	1,648	0,101
	Schulbildung	0,052	0,078	0,053	0,668	0,505
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	-0,083	0,154	-0,042	-0,542	0,589
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,022	0,039	0,043	0,563	0,574
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,055	0,050	0,084	1,100	0,273
3	(Konstante)	0,690	0,872		0,791	0,430
	Alter: ... Jahre	-0,011	0,006	-0,146	-1,763	0,080
	Geschlecht	0,144	0,101	0,108	1,426	0,156
	Sexuelle Orientierung	0,007	0,079	0,007	0,092	0,927
	Dauer der Beziehung	0,061	0,033	0,147	1,859	0,065
	Schulbildung	0,077	0,078	0,079	0,987	0,325

Tabelle 82: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten II

	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,060	0,156	-0,030	-0,382	0,703
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,016	0,043	-0,032	-0,383	0,702
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,063	0,054	0,096	1,167	0,245
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,015	0,013	0,097	1,148	0,253
	Anteile %: Telefonieren	0,035	0,018	0,196	1,960	0,052
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,007	0,015	0,046	0,435	0,664
4	(Konstante)	-0,683	1,116		-0,612	0,541
	Alter: ... Jahre	-0,011	0,006	-0,146	-1,678	0,095
	Geschlecht	0,174	0,105	0,131	1,654	0,100
	Sexuelle Orientierung	-0,015	0,079	-0,014	-0,185	0,854
	Dauer der Beziehung	0,075	0,034	0,180	2,187	0,030
	Schulbildung	0,085	0,079	0,087	1,082	0,281
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,027	0,164	-0,014	-0,167	0,867
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,017	0,043	-0,034	-0,395	0,693
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,063	0,055	0,097	1,147	0,253
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,011	0,014	0,070	0,774	0,440
	Anteile %: Telefonieren	0,032	0,018	0,177	1,741	0,083

Tabelle 83: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten III

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,006	0,015	0,041	0,379	0,705
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,066	0,104	-0,054	-0,633	0,528
	Häufiger: Telefonieren	0,121	0,143	0,069	0,842	0,401
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,194	0,232	0,067	0,836	0,405
	Reduzieren: In Person	0,118	0,479	0,021	0,245	0,807
	Reduzieren: Telefonieren	0,603	0,233	0,196	2,589	0,010
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,143	0,122	0,097	1,175	0,242
5	(Konstante)	-0,133	1,203		-0,111	0,912
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,007	-0,110	-1,228	0,221
	Geschlecht	0,167	0,108	0,125	1,539	0,126
	Sexuelle Orientierung	-0,010	0,080	-0,010	-0,126	0,900
	Dauer der Beziehung	0,075	0,035	0,178	2,110	0,036
	Schulbildung	0,079	0,079	0,081	1,005	0,316
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,052	0,165	-0,026	-0,314	0,754
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,014	0,044	-0,028	-0,325	0,746
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,044	0,057	0,068	0,779	0,437
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,009	0,014	0,059	0,647	0,518
	Anteile %: Telefonieren	0,035	0,019	0,193	1,875	0,063

Tabelle 84: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten IV

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,004	0,016	0,028	0,252	0,801
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,065	0,105	-0,053	-0,620	0,536
	Häufiger: Telefonieren	0,102	0,144	0,058	0,707	0,481
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,158	0,237	0,055	0,667	0,505
	Reduzieren: In Person	-0,009	0,483	-0,002	-0,019	0,985
	Reduzieren: Telefonieren	0,585	0,240	0,190	2,443	0,016
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,146	0,127	0,099	1,151	0,252
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,146	0,347	0,032	0,422	0,674
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,241	0,113	-0,163	-2,129	0,035
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,036	0,054	0,057	0,659	0,511
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,031	0,050	-0,053	-0,615	0,539
	Regeln	-0,056	0,116	-0,038	-0,478	0,633
6	(Konstante)	1,410	1,323		1,066	0,288
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,006	-0,104	-1,192	0,235
	Geschlecht	0,182	0,107	0,137	1,700	0,091

Tabelle 85: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten V

	Sexuelle Orientierung	-0,011	0,079	-0,011	-0,140	0,889
	Dauer der Beziehung	0,076	0,035	0,181	2,177	0,031
	Schulbildung	0,073	0,077	0,074	0,940	0,349
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,066	0,163	-0,034	-0,407	0,684
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,011	0,043	-0,021	-0,246	0,806
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,064	0,057	0,097	1,127	0,262
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,011	0,014	0,069	0,777	0,438
	Anteile %: Telefonieren	0,034	0,018	0,187	1,853	0,066
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,009	0,015	0,063	0,581	0,562
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,073	0,103	-0,060	-0,710	0,478
	Häufiger: Telefonieren	0,007	0,146	0,004	0,046	0,963
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,024	0,236	0,008	0,100	0,921
	Reduzieren: In Person	-0,063	0,476	-0,011	-0,131	0,896
	Reduzieren: Telefonieren	0,545	0,236	0,177	2,305	0,022
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,048	0,129	0,032	0,369	0,713
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,085	0,342	0,018	0,247	0,805

Tabelle 86: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten VI

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben,...	-0,265	0,112	-0,179	-2,366	0,019
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,019	0,053	0,031	0,360	0,719
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,028	0,049	-0,048	-0,575	0,566
	Regeln	-0,086	0,115	-0,059	-0,746	0,457
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,097	0,053	-0,145	-1,814	0,072
	ZufriedenheitMI M	-0,152	0,081	-0,161	-1,877	0,062
7	(Konstante)	-0,368	1,049		-0,351	0,726
	Alter: ... Jahre	-0,006	0,005	-0,079	-1,251	0,213
	Geschlecht	0,084	0,079	0,063	1,062	0,290
	Sexuelle Orientierung	0,089	0,057	0,086	1,550	0,123
	Dauer der Beziehung	0,045	0,025	0,108	1,811	0,072
	Schulbildung	0,024	0,057	0,024	0,418	0,677
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	0,137	0,118	0,069	1,160	0,248
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,032	0,031	-0,063	-1,046	0,297
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,005	0,042	-0,007	-0,115	0,908
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	0,003	0,010	0,021	0,321	0,749
	Anteile %: Telefonieren	0,024	0,014	0,131	1,742	0,083

Tabelle 87: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten VII

Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,015	0,011	0,107	1,334	0,184
Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,127	0,076	-0,104	-1,670	0,097
Häufiger: Telefonieren	-0,085	0,105	-0,049	-0,809	0,420
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,110	0,170	-0,038	-0,645	0,520
Reduzieren: In Person	0,092	0,342	0,016	0,270	0,788
Reduzieren: Telefonieren	0,559	0,171	0,182	3,263	0,001
Reduzieren: Mobile Instant Messenger	0,046	0,096	0,031	0,481	0,631
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,085	0,245	-0,018	-0,349	0,727
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,109	0,083	-0,074	-1,308	0,193
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	-0,004	0,041	-0,007	-0,103	0,918
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,002	0,035	0,003	0,044	0,965
Regeln	-0,063	0,082	-0,043	-0,769	0,443
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/ Positiv	-0,052	0,039	-0,078	-1,354	0,178
ZufriedenheitMI M	0,000	0,062	0,000	-0,003	0,997

Tabelle 88: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten VIII

	Entrap	0,076	0,053	0,103	1,429	0,155
	SicherhKontrJa	0,428	0,042	0,723	10,213	0,000
	SicherhKontrNei n	0,114	0,080	0,099	1,431	0,155
	RAS	-0,127	0,052	-0,152	-2,452	0,015
	MaintExp	-0,033	0,037	-0,061	-0,902	0,368
	Kontr	-0,017	0,043	-0,025	-0,395	0,693
8	(Konstante)	-0,400	1,088		-0,367	0,714
	Alter: ... Jahre	-0,005	0,005	-0,068	-1,078	0,283
	Geschlecht	0,058	0,081	0,044	0,725	0,470
	Sexuelle Orientierung	0,096	0,057	0,093	1,678	0,095
	Dauer der Beziehung	0,052	0,026	0,124	2,039	0,043
	Schulbildung	0,024	0,057	0,024	0,419	0,676
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	0,142	0,118	0,072	1,201	0,231
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	-0,035	0,031	-0,068	-1,122	0,264
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,006	0,042	-0,010	-0,148	0,882
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,002	0,010	0,016	0,248	0,804
	Anteile %: Telefonieren	0,021	0,014	0,115	1,510	0,133
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,018	0,012	0,128	1,576	0,117
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,152	0,077	-0,124	-1,978	0,050
	Häufiger: Telefonieren	-0,086	0,106	-0,049	-0,812	0,418

Tabelle 89: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten IX

Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,061	0,174	-0,021	-0,351	0,726
Reduzieren: In Person	0,140	0,343	0,025	0,409	0,683
Reduzieren: Telefonieren	0,600	0,172	0,195	3,480	0,001
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,071	0,097	0,048	0,728	0,468
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	-0,110	0,244	-0,024	-0,452	0,652
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,095	0,083	-0,064	-1,139	0,257
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,014	0,042	0,022	0,326	0,745
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	0,003	0,035	0,006	0,093	0,926
Regeln	-0,065	0,082	-0,044	-0,793	0,429
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,058	0,039	-0,086	-1,483	0,140
ZufriedenheitMI M	0,032	0,064	0,034	0,504	0,615
Entrap	0,084	0,055	0,113	1,525	0,129
SicherhKontrJa	0,401	0,045	0,678	8,860	0,000
SicherhKontrNei n	0,068	0,083	0,060	0,821	0,413
RAS	-0,141	0,067	-0,169	-2,113	0,036
MaintExp	-0,030	0,037	-0,055	-0,810	0,419
Kontr	-0,038	0,045	-0,055	-0,855	0,394

Tabelle 90: Regressionsanalyse, abhängige Variable: ElektIntru (Electronic Intrusion), Koeffizienten X

	AngstB	0,070	0,048	0,115	1,453	0,148
	Vermeidung B	-0,075	0,056	-0,105	-1,347	0,180
a Abhängige Variable: ElektIntru						

Tabelle 91: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Variablen

Aufgenommene/Entfernte Variablen			
Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahreb	.	Einschluß
2	Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Faceb	.	Einschluß
3	Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)b	.	Einschluß
4	Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Faceb	.	Einschluß
5	Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?b	.	Einschluß
6	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIMb	.	Einschluß
7	SicherhKontrNein, ElektIntru, Kontr, RAS, MaintExp, Entrapb	.	Einschluß
8	AngstB, VermeidungBb	.	Einschluß
a Abhängige Variable: SicherhKontrJa			
b Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.			

Tabelle 92: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Modellzusammenfassung

Modellzusammenfassung				
Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,206a	0,042	0,016	0,98756
2	,275b	0,075	0,033	0,97865
3	,285c	0,081	0,023	0,98403
4	,331d	0,109	0,019	0,98605
5	,369e	0,136	0,019	0,98600
6	,402f	0,161	0,036	0,97747
7	,840g	0,706	0,649	0,58981
8	,851h	0,724	0,665	0,57572
a Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre				
b Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face				
c Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)				
d Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face				
e Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?				
f Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM				
g Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, Kontr, RAS, MaintExp, Entrap				
h Einflußvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, Elektlntru, Kontr, RAS, MaintExp, Entrap, AngstB, VermeidungB				

Tabelle 93: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), ANOVAa I

ANOVAa						
Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	7,729	5	1,546	1,585	,167b
	Nicht standardisierte Residuen	174,575	179	0,975		
	Gesamt	182,304	184			
2	Regression	13,738	8	1,717	1,793	,081c
	Nicht standardisierte Residuen	168,566	176	0,958		
	Gesamt	182,304	184			
3	Regression	14,786	11	1,344	1,388	,182d
	Nicht standardisierte Residuen	167,518	173	0,968		
	Gesamt	182,304	184			
4	Regression	19,929	17	1,172	1,206	,265e
	Nicht standardisierte Residuen	162,375	167	0,972		
	Gesamt	182,304	184			
5	Regression	24,810	22	1,128	1,160	,291f
	Nicht standardisierte Residuen	157,494	162	0,972		
	Gesamt	182,304	184			
6	Regression	29,432	24	1,226	1,284	,183g
	Nicht standardisierte Residuen	152,872	160	0,955		
	Gesamt	182,304	184			
7	Regression	128,731	30	4,291	12,335	,000h
	Nicht standardisierte Residuen	53,573	154	0,348		
	Gesamt	182,304	184			
8	Regression	131,923	32	4,123	12,438	,000i
	Nicht standardisierte Residuen	50,381	152	0,331		
	Gesamt	182,304	184			

Tabelle 94: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), ANOVAa II

a Abhängige Variable: SicherhKontrJa
b Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre
c Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face
d Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)
e Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face
f Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?
g Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM
h Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, Kontr, RAS, MaintExp, Entrap
i Einflussvariablen : (Konstante), Schulbildung, Dauer der Beziehung, Geschlecht, Sexuelle Orientierung, Alter: ... Jahre, Welche Medien/Wichtigkeit: Telefonieren, Welche Medien/Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Welche Medien/Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face, Anteile %: In Person/Face-to-Face, Anteile %: Telefonieren, Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Reduzieren: Telefonieren, Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.), Häufiger: Telefonieren, Reduzieren: In Person, Häufiger: In Person/Face-to-Face, Zeitfenster negativ: ab 30 Min., Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?, Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ..., Regeln, Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?, Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv, ZufriedenheitMIM, SicherhKontrNein, ElektIntru, Kontr, RAS, MaintExp, Entrap, AngstB, VermeidungB

Tabelle 95: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten I

Koeffizientena						
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		RegressionskoeffizientB	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	1,802	0,632		2,852	0,005
	Alter: ... Jahre	-0,006	0,010	-0,048	-0,614	0,540
	Geschlecht	0,378	0,169	0,168	2,236	0,027
	Sexuelle Orientierung	-0,241	0,133	-0,137	-1,818	0,071
	Dauer der Beziehung	0,033	0,056	0,047	0,591	0,555
	Schulbildung	0,092	0,127	0,055	0,725	0,470
2	(Konstante)	2,338	1,438		1,626	0,106
	Alter: ... Jahre	-0,010	0,010	-0,078	-0,975	0,331
	Geschlecht	0,347	0,170	0,154	2,041	0,043
	Sexuelle Orientierung	-0,246	0,132	-0,140	-1,868	0,063
	Dauer der Beziehung	0,036	0,055	0,050	0,645	0,519
	Schulbildung	0,171	0,130	0,103	1,312	0,191
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,312	0,256	-0,094	-1,223	0,223
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,091	0,064	0,105	1,409	0,161
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,140	0,083	0,126	1,688	0,093
3	(Konstante)	2,316	1,477		1,568	0,119
	Alter: ... Jahre	-0,008	0,010	-0,061	-0,739	0,461
	Geschlecht	0,337	0,171	0,150	1,970	0,050
	Sexuelle Orientierung	-0,248	0,134	-0,141	-1,848	0,066
	Dauer der Beziehung	0,034	0,056	0,048	0,606	0,545
	Schulbildung	0,158	0,133	0,095	1,190	0,236

Tabelle 96: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten II

	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,375	0,265	-0,112	-1,416	0,159
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,105	0,072	0,122	1,462	0,146
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,141	0,091	0,128	1,553	0,122
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,021	0,022	0,082	0,964	0,336
	Anteile %: Telefonieren	-0,013	0,030	-0,043	-0,424	0,672
	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,008	0,026	0,033	0,311	0,757
4	(Konstante)	0,875	1,922		0,455	0,649
	Alter: ... Jahre	-0,010	0,011	-0,083	-0,936	0,351
	Geschlecht	0,255	0,181	0,113	1,406	0,161
	Sexuelle Orientierung	-0,237	0,136	-0,135	-1,738	0,084
	Dauer der Beziehung	0,067	0,059	0,094	1,128	0,261
	Schulbildung	0,132	0,135	0,079	0,972	0,332
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,279	0,282	-0,083	-0,988	0,325
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,084	0,075	0,097	1,124	0,263
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,191	0,095	0,173	2,007	0,046
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,025	0,024	0,097	1,055	0,293
	Anteile %: Telefonieren	-0,003	0,032	-0,009	-0,091	0,927

Tabelle 97: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten III

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,006	0,027	0,025	0,223	0,824
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,009	0,179	-0,004	-0,049	0,961
	Häufiger: Telefonieren	0,406	0,247	0,137	1,644	0,102
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,538	0,399	0,110	1,347	0,180
	Reduzieren: In Person	-0,029	0,825	-0,003	-0,035	0,972
	Reduzieren: Telefonieren	-0,034	0,401	-0,006	-0,084	0,933
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,042	0,209	-0,017	-0,203	0,839
5	(Konstante)	1,586	2,076		0,764	0,446
	Alter: ... Jahre	-0,007	0,011	-0,052	-0,572	0,568
	Geschlecht	0,247	0,187	0,110	1,321	0,188
	Sexuelle Orientierung	-0,238	0,139	-0,136	-1,720	0,087
	Dauer der Beziehung	0,062	0,061	0,087	1,008	0,315
	Schulbildung	0,116	0,136	0,070	0,852	0,396
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,296	0,285	-0,089	-1,037	0,301
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,086	0,075	0,100	1,144	0,254
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,160	0,098	0,145	1,630	0,105
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,023	0,024	0,087	0,938	0,349
	Anteile %: Telefonieren	0,004	0,032	0,014	0,138	0,891

Tabelle 98: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten IV

	Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,002	0,027	0,009	0,077	0,939
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	0,004	0,181	0,002	0,023	0,982
	Häufiger: Telefonieren	0,364	0,249	0,123	1,464	0,145
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,447	0,408	0,092	1,095	0,275
	Reduzieren: In Person	-0,214	0,833	-0,022	-0,257	0,798
	Reduzieren: Telefonieren	-0,045	0,413	-0,009	-0,109	0,913
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,062	0,219	-0,025	-0,282	0,779
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,424	0,599	0,054	0,709	0,480
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster	-0,393	0,196	-0,157	-2,007	0,046
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,023	0,093	0,022	0,252	0,801
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,060	0,086	-0,061	-0,696	0,488
	Regeln	-0,007	0,201	-0,003	-0,037	0,970
6	(Konstante)	3,784	2,309		1,639	0,103
	Alter: ... Jahre	-0,006	0,011	-0,046	-0,505	0,614
	Geschlecht	0,278	0,187	0,123	1,482	0,140
	Sexuelle Orientierung	-0,248	0,139	-0,141	-1,788	0,076

Tabelle 99: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten V

Dauer der Beziehung	0,065	0,061	0,091	1,067	0,288
Schulbildung	0,108	0,135	0,065	0,797	0,426
Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,323	0,284	-0,097	-1,139	0,257
Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,091	0,075	0,105	1,218	0,225
Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,181	0,099	0,164	1,836	0,068
Anteile %: In Person/Face-to- Face	0,025	0,024	0,096	1,050	0,295
Anteile %: Telefonieren	0,002	0,032	0,008	0,074	0,941
Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,008	0,027	0,032	0,287	0,774
Häufiger: In Person/Face-to- Face	-0,017	0,180	-0,008	-0,093	0,926
Häufiger: Telefonieren	0,229	0,255	0,078	0,899	0,370
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,278	0,412	0,057	0,673	0,502
Reduzieren: In Person	-0,317	0,830	-0,033	-0,381	0,703
Reduzieren: Telefonieren	-0,114	0,412	-0,022	-0,277	0,782
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,192	0,225	-0,078	-0,856	0,394
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,323	0,597	0,041	0,541	0,590

Tabelle 100: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten VI

	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,415	0,195	-0,166	-2,127	0,035
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,005	0,093	0,005	0,055	0,956
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,061	0,086	-0,061	-0,704	0,482
	Regeln	-0,053	0,200	-0,022	-0,267	0,790
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,092	0,093	-0,082	-0,986	0,326
	ZufriedenheitMI M	-0,242	0,141	-0,152	-1,715	0,088
7	(Konstante)	4,547	1,516		3,000	0,003
	Alter: ... Jahre	-0,002	0,007	-0,014	-0,257	0,798
	Geschlecht	-0,077	0,118	-0,034	-0,652	0,515
	Sexuelle Orientierung	-0,194	0,084	-0,111	-2,302	0,023
	Dauer der Beziehung	-0,021	0,038	-0,029	-0,551	0,582
	Schulbildung	0,069	0,084	0,041	0,814	0,417
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to-Face	-0,301	0,175	-0,090	-1,721	0,087
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,068	0,046	0,079	1,479	0,141
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,055	0,062	0,050	0,877	0,382
	Anteile %: In Person/Face-to-Face	-0,008	0,015	-0,029	-0,516	0,607
	Anteile %: Telefonieren	-0,018	0,020	-0,058	-0,873	0,384

Tabelle 101: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten VII

Anteile %: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,015	0,017	-0,061	-0,867	0,387
Häufiger: In Person/Face-to- Face	0,109	0,114	0,052	0,956	0,340
Häufiger: Telefonieren	0,138	0,156	0,047	0,887	0,377
Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,060	0,253	0,012	0,236	0,813
Reduzieren: In Person	0,222	0,509	0,023	0,437	0,663
Reduzieren: Telefonieren	-0,711	0,257	-0,137	-2,765	0,006
Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,110	0,142	-0,044	-0,770	0,443
Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,279	0,363	0,035	0,767	0,444
Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	-0,011	0,125	-0,004	-0,090	0,928
Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,020	0,060	0,019	0,327	0,744
Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,029	0,052	-0,030	-0,560	0,576
Regeln	0,128	0,122	0,052	1,044	0,298
Positive Beeinflussung Bez: Negativ/ Positiv	-0,027	0,058	-0,024	-0,463	0,644
ZufriedenheitMI M	-0,026	0,091	-0,016	-0,284	0,777

Tabelle 102: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten VIII

	Entrap	-0,086	0,080	-0,069	-1,079	0,282
	SicherhKontrNei n	-0,747	0,103	-0,385	-7,274	0,000
	RAS	0,004	0,078	0,003	0,056	0,955
	MaintExp	0,036	0,055	0,039	0,649	0,517
	Kontr	0,143	0,063	0,122	2,261	0,025
	ElektIntru	0,945	0,092	0,558	10,213	0,000
8	(Konstante)	3,305	1,563		2,114	0,036
	Alter: ... Jahre	-0,002	0,007	-0,014	-0,248	0,805
	Geschlecht	-0,127	0,117	-0,056	-1,084	0,280
	Sexuelle Orientierung	-0,169	0,083	-0,096	-2,038	0,043
	Dauer der Beziehung	0,006	0,038	0,008	0,158	0,875
	Schulbildung	0,073	0,082	0,044	0,891	0,374
	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/Face-to- Face	-0,252	0,171	-0,076	-1,474	0,142
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	0,059	0,045	0,068	1,305	0,194
	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger	0,063	0,061	0,057	1,021	0,309
	Anteile %: In Person/Face-to- Face	-0,009	0,015	-0,035	-0,629	0,530
	Anteile %: Telefonieren	-0,015	0,020	-0,050	-0,753	0,453
	Anteile %: Mobile Instant Messenger	-0,011	0,017	-0,045	-0,640	0,523
	Häufiger: In Person/Face-to- Face	0,059	0,114	0,029	0,521	0,603
	Häufiger: Telefonieren	0,086	0,154	0,029	0,559	0,577
	Häufiger: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	0,061	0,253	0,013	0,242	0,809

Tabelle 103: Regressionsanalyse, abhängige Variable: SicherheitKontrJa (Sicherheit durch Kontrolle), Koeffizienten IX

	Reduzieren: In Person	0,368	0,499	0,038	0,738	0,462
	Reduzieren: Telefonieren	-0,601	0,256	-0,115	-2,343	0,020
	Reduzieren: Mobile Instant Messenger (z.B. WhatsApp, FB Messenger, etc.)	-0,022	0,142	-0,009	-0,158	0,874
	Zeitfenster negativ: ab 30 Min.	0,206	0,355	0,026	0,581	0,562
	Zeitfenster negativ: Alles wäre okay, es gibt für mich kein Zeitfenster und wird schon Gründe geben, warum es länger ...	0,000	0,122	0,000	-0,002	0,999
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt in der Regel zuerst bzw. initiiert Gespräche über Messenger?	0,051	0,060	0,048	0,837	0,404
	Initiierung Text: Wer von euch schreibt am meisten?	-0,033	0,051	-0,034	-0,646	0,519
	Regeln	0,119	0,119	0,048	0,996	0,321
	Positive Beeinflussung Bez: Negativ/Positiv	-0,050	0,057	-0,044	-0,878	0,381
	ZufriedenheitMI	0,047	0,093	0,029	0,502	0,616
	Entrop	-0,102	0,080	-0,082	-1,276	0,204
	SicherhKontrNein	-0,788	0,103	-0,407	-7,633	0,000
	RAS	0,096	0,099	0,068	0,978	0,330
	MaintExp	0,047	0,054	0,050	0,861	0,391
	Kontr	0,091	0,065	0,078	1,401	0,163
	ElektIntru	0,850	0,096	0,503	8,860	0,000
	AngstB	0,212	0,069	0,205	3,084	0,002
	Vermeidung B	-0,027	0,082	-0,023	-0,335	0,738
a Abhängige Variable: SicherhKontrJa						

Tabelle 104: T-Test: Grad der Exklusivität vs. Beziehungszufriedenheit

Gruppenstatistiken										
	Grad der Exklusivität	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes					
RAS	Monogam	322	4,3651	0,58373	0,03253					
	Offene Beziehung/ Polyamouros	18	3,3651	0,86858	0,20473					
Test bei unabhängigen Stichproben										
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
RAS	V. s. g.	9,049	0,003	6,867	338	0,000	1,00005	0,14563	0,71359	1,28651
	V. s. n. g.			4,824	17,869	0,000	1,00005	0,20730	0,56431	1,43579
	Varianzen sind gleich									
	Varianzen sind nicht gleich									

Tabelle 105: Korrelationen: Alter, Geschlecht, Dauer der Beziehung, Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation, Beziehungszufriedenheit, Häufiger: FtF, Reduzieren: FtF, Häufiger: MIM, Reduzieren: MIM

Korrelationen									
		Alter: ... Jahre	Geschlecht	Grad der Exklusivität	Dauer der Beziehung	Zufriedenhei tMIM	RAS	Häufiger: In Person/ Face-to- Face	Reduzieren: In Person
Alter: ... Jahre	Korrelation nach Pearson	1	-0,086	-0,089	,341**	,098*	-0,092	-0,033	,291**
	Signifikanz (2- seitig)		0,080	0,068	0,000	0,046	0,092	0,499	0,000
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
Geschlecht	Korrelation nach Pearson	-0,086	1	-,133**	0,039	,141**	0,031	-0,075	,116*
	Signifikanz (2- seitig)	0,080		0,006	0,428	0,004	0,563	0,124	0,018
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
Grad der Exklusivität	Korrelation nach Pearson	-0,089	-,133**	1	-,246**	-,383**	-,350**	,183**	0,007
	Signifikanz (2- seitig)	0,068	0,006		0,000	0,000	0,000	0,000	0,886
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
Dauer der Beziehung	Korrelation nach Pearson	,341**	0,039	-,246**	1	,197**	-0,036	-0,060	0,071
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,428	0,000		0,000	0,513	0,222	0,148
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
Zufriedenhei tMIM	Korrelation nach Pearson	,098*	,141**	-,383**	,197**	1	,316**	-,286**	-0,045
	Signifikanz (2- seitig)	0,046	0,004	0,000	0,000		0,000	0,000	0,363
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
RAS	Korrelation nach Pearson	-0,092	0,031	-,350**	-0,036	,316**	1	-,266**	-0,046
	Signifikanz (2- seitig)	0,092	0,563	0,000	0,513	0,000		0,000	0,397
	N	340	340	340	340	340	340	340	340
Häufiger: Mobile Instant Messenger	Korrelation nach Pearson	0,042	0,065	0,027	-,149**	-0,092	-0,065	-0,008	,187**
	Signifikanz (2- seitig)	0,388	0,187	0,583	0,002	0,061	0,228	0,875	0,000
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
Reduzieren: Mobile Instant Messenger	Korrelation nach Pearson	-0,091	-,112*	,192**	-,124*	-,475**	-,215**	,313**	-0,039
	Signifikanz (2- seitig)	0,063	0,022	0,000	0,011	0,000	0,000	0,000	0,423
	N	419	419	419	419	419	340	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.									
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.									

Tabelle 106: T-Test: Geschlecht vs. „Wer von euch schreibt am meisten?“

Gruppenstatistiken										
	Geschlecht	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes					
Wer von euch schreibt am meisten?	Männlich	102	3,07	0,978	0,097					
	Weiblich	314	2,53	1,005	0,057					
Test bei unabhängigen Stichproben										
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Wer von euch schreibt am meisten?	Varianzen sind gleich	7,313	0,007	4,745	414	0,000	0,540	0,114	0,316	0,764
	Varianzen sind nicht gleich			4,813	175,604	0,000	0,540	0,112	0,319	0,761

Tabelle 107: Korrelationen: Entrapment mit Anteile in %

Korrelationen								
		Entrap	Anteile %: In Person/ Face-to- Face	Anteile %: Telefonieren	Anteile %: SMS	Anteile %: Mobile Instant Messenger	Anteile %: Videotelefon ieren (dazu zählt auch Skype)	Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten.. .)
Entrap	Korrelation nach Pearson	1	-,139**	,125*	,148**	0,090	0,121	-0,009
	Signifikanz (2- seitig)		0,004	0,012	0,009	0,065	0,055	0,899
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: Face-to- Face	Korrelation nach Pearson	-,139**	1	-0,093	-0,030	-,414**	-0,084	0,005
	Signifikanz (2- seitig)	0,004		0,061	0,597	0,000	0,186	0,945
	N	418	418	403	305	418	251	223
Anteile %: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	,125*	-0,093	1	,198**	,375**	,328**	0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,012	0,061		0,001	0,000	0,000	0,450
	N	404	403	404	303	404	247	223
Anteile %: SMS	Korrelation nach Pearson	,148**	-0,030	,198**	1	0,099	,311**	0,055
	Signifikanz (2- seitig)	0,009	0,597	0,001		0,083	0,000	0,449
	N	306	305	303	306	306	211	193
Anteile %: Mobile Instant Messenger	Korrelation nach Pearson	0,090	-,414**	,375**	0,099	1	,272**	-0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,065	0,000	0,000	0,083		0,000	0,449
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: Videotelefon ieren (dazu zählt auch Skype)	Korrelation nach Pearson	0,121	-0,084	,328**	,311**	,272**	1	,207**
	Signifikanz (2- seitig)	0,055	0,186	0,000	0,000	0,000		0,006
	N	251	251	247	211	251	251	177
Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten.. .)	Korrelation nach Pearson	-0,009	0,005	0,051	0,055	-0,051	,207**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,899	0,945	0,450	0,449	0,449	0,006	
	N	223	223	223	193	223	177	223
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 108: Korrelationen: Entrapment mit Wünsche/Reduzieren

Korrelationen									
		Entrap	Reduzieren: In Person	Reduzieren: Telefonieren	Reduzieren: SMS	Reduzieren: Mobile Instant Messenger	Reduzieren: Videotelefon ieren (dazu zählt auch Skype)	Reduzieren: Andere	Reduzieren: Ich möchte nichts...
Entrap	Korrelation nach Pearson	1	0,011	,149**	,183**	,335**	,098*	0,037	-,336**
	Signifikanz (2- seitig)		0,822	0,002	0,000	0,000	0,045	0,450	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: In Person	Korrelation nach Pearson	0,011	1	-0,015	,151**	-0,039	,205**	-0,008	-,105*
	Signifikanz (2- seitig)	0,822		0,765	0,002	0,423	0,000	0,865	0,032
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	,149**	-0,015	1	0,067	0,017	,112*	-0,026	-,321**
	Signifikanz (2- seitig)	0,002	0,765		0,171	0,729	0,021	0,602	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: SMS	Korrelation nach Pearson	,183**	,151**	0,067	1	,224**	,251**	-0,026	-,330**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,002	0,171		0,000	0,000	0,592	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: MIM	Korrelation nach Pearson	,335**	-0,039	0,017	,224**	1	0,046	-0,022	-,824**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,423	0,729	0,000		0,348	0,660	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: Videotelefon ieren	Korrelation nach Pearson	,098*	,205**	,112*	,251**	0,046	1	,106*	-,249**
	Signifikanz (2- seitig)	0,045	0,000	0,021	0,000	0,348		0,030	0,000
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: Andere	Korrelation nach Pearson	0,037	-0,008	-0,026	-0,026	-0,022	,106*	1	-,139**
	Signifikanz (2- seitig)	0,450	0,865	0,602	0,592	0,660	0,030		0,004
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
Reduzieren: Ich möchte nichts...	Korrelation nach Pearson	-,336**	-,105*	-,321**	-,330**	-,824**	-,249**	-,139**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,032	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	
	N	419	419	419	419	419	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.									
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.									

Tabelle 109: Korrelationen: Electronic Intrusion, Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation und Beziehungszufriedenheit

Korrelationen					
		ElektIntru	Kontr	Zufriedenheit MIM	RAS
ElektIntru	Korrelation nach Pearson	1	,358**	-,182**	-,151**
	Signifikanz (2- seitig)		0,000	0,000	0,005
	N	419	246	419	340
Kontr	Korrelation nach Pearson	,358**	1	-0,109	-0,021
	Signifikanz (2- seitig)	0,000		0,087	0,772
	N	246	246	246	196
Zufriedenhei tMIM	Korrelation nach Pearson	-,182**	-0,109	1	,316**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,087		0,000
	N	419	246	419	340
RAS	Korrelation nach Pearson	-,151**	-0,021	,316**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,005	0,772	0,000	
	N	340	196	340	340
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.					

Tabelle 110: Korrelationen: SicherheitKontrJa mit Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation, Beziehungszufriedenheit, Mobile Maintenance Expectations, Entrapment, Kontrollverhalten und Electronic Intrusion

Korrelationen								
		Sicherh KontrJa	Zufriede nheitMI M	RAS	MaintEx p	Entrap	Kontr	ElektIntr u
SicherhKont rJa	Korrelation nach Pearson	1	-,114*	-0,104	,166**	0,092	,454**	,616**
	Signifikanz (2- seitig)		0,019	0,056	0,001	0,059	0,000	0,000
	N	419	419	340	419	419	246	419
Zufriedenhei tMIM	Korrelation nach Pearson	-,114*	1	,316**	-0,075	-,459**	-0,109	-,182**
	Signifikanz (2- seitig)	0,019		0,000	0,125	0,000	0,087	0,000
	N	419	419	340	419	419	246	419
RAS	Korrelation nach Pearson	-0,104	,316**	1	0,009	-,357**	-0,021	-,151**
	Signifikanz (2- seitig)	0,056	0,000		0,868	0,000	0,772	0,005
	N	340	340	340	340	340	196	340
MaintExp	Korrelation nach Pearson	,166**	-0,075	0,009	1	,312**	,155*	,104*
	Signifikanz (2- seitig)	0,001	0,125	0,868		0,000	0,015	0,034
	N	419	419	340	419	419	246	419
Entrap	Korrelati on nach Pearson	0,092	-,459**	-,357**	,312**	1	0,116	,184**
	Signifikanz (2- seitig)	0,059	0,000	0,000	0,000		0,070	0,000
	N	419	419	340	419	419	246	419
Kontr	Korrelation nach Pearson	,454**	-0,109	-0,021	,155*	0,116	1	,358**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,087	0,772	0,015	0,070		0,000
	N	246	246	196	246	246	246	246
ElektIntru	Korrelation nach Pearson	,616**	-,182**	-,151**	,104*	,184**	,358**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,000	0,005	0,034	0,000	0,000	
	N	419	419	340	419	419	246	419
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 111: Korrelationen: SicherheitKontrNein mit Zufriedenheit mit Mobile Instant Messenger-Kommunikation, Beziehungszufriedenheit, Mobile Maintenance Expectations, Entrapment, Kontrollverhalten und Electronic Intrusion

Korrelationen								
		ZufriedenheitMIM	RAS	MaintExp	Entrap	Kontr	ElektIntru	SicherhKont rNein
ZufriedenheitMIM	Korrelation nach Pearson	1	,316**	-0,075	-,459**	-0,109	-,182**	-0,041
	Signifikanz (2-seitig)		0,000	0,125	0,000	0,087	0,000	0,406
	N	419	340	419	419	246	419	419
RAS	Korrelation nach Pearson	,316**	1	0,009	-,357**	-0,021	-,151**	-0,050
	Signifikanz (2-seitig)	0,000		0,868	0,000	0,772	0,005	0,358
	N	340	340	340	340	196	340	340
MaintExp	Korrelation nach Pearson	-0,075	0,009	1	,312**	,155*	,104*	-,121*
	Signifikanz (2-seitig)	0,125	0,868		0,000	0,015	0,034	0,013
	N	419	340	419	419	246	419	419
Entrap	Korrelation nach Pearson	-,459**	-,357**	,312**	1	0,116	,184**	0,006
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,000	0,000		0,070	0,000	0,909
	N	419	340	419	419	246	419	419
Kontr	Korrelation nach Pearson	-0,109	-0,021	,155*	0,116	1	,358**	-,324**
	Signifikanz (2-seitig)	0,087	0,772	0,015	0,070		0,000	0,000
	N	246	196	246	246	246	246	246
ElektIntru	Korrelation nach Pearson	-,182**	-,151**	,104*	,184**	,358**	1	-,303**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,005	0,034	0,000	0,000		0,000
	N	419	340	419	419	246	419	419
SicherhKont rNein	Korrelation nach Pearson	-0,041	-0,050	-,121*	0,006	-,324**	-,303**	1
	Signifikanz (2-seitig)	0,406	0,358	0,013	0,909	0,000	0,000	
	N	419	340	419	419	246	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 111: Korrelationen: Ängstlicher Bindungsstil mit Wichtigkeit Kommunikationsformen

Korrelationen								
		AngstB	Welche Medien/ Wichtigkeit: In Person/ Face-to-Face	Welche Medien/ Wichtigkeit: Telefonieren	Welche Medien/ Wichtigkeit: SMS	Welche Medien/ Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger	Welche Medien/ Wichtigkeit: Videotelefonie	Welche Medien/ Wichtigkeit: Andere (E-Mail, Briefe, Postkarten..)
AngstB	Korrelation nach Pearson	1	-,119*	-0,048	0,028	0,025	-0,015	-0,102
	Signifikanz (2-seitig)		0,015	0,334	0,631	0,610	0,800	0,085
	N	419	416	408	298	419	277	287
Wichtigkeit: In Person/ Face-to-Face	Korrelation nach Pearson	-,119*	1	,119*	0,001	0,017	-0,072	0,054
	Signifikanz (2-seitig)	0,015		0,017	0,991	0,734	0,232	0,360
	N	416	416	406	298	416	274	285
Wichtigkeit: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	-0,048	,119*	1	,215**	,132**	,290**	,220**
	Signifikanz (2-seitig)	0,334	0,017		0,000	0,008	0,000	0,000
	N	408	406	408	297	408	275	283
Wichtigkeit: SMS	Korrelation nach Pearson	0,028	0,001	,215**	1	-0,105	,182**	,146*
	Signifikanz (2-seitig)	0,631	0,991	0,000		0,071	0,006	0,024
	N	298	298	297	298	298	224	237
Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger	Korrelation nach Pearson	0,025	0,017	,132**	-0,105	1	0,115	0,093
	Signifikanz (2-seitig)	0,610	0,734	0,008	0,071		0,056	0,116
	N	419	416	408	298	419	277	287
Wichtigkeit: Videotelefonie	Korrelation nach Pearson	-0,015	-0,072	,290**	,182**	0,115	1	,292**
	Signifikanz (2-seitig)	0,800	0,232	0,000	0,006	0,056		0,000
	N	277	274	275	224	277	277	226
Wichtigkeit: Andere	Korrelation nach Pearson	-0,102	0,054	,220**	,146*	0,093	,292**	1
	Signifikanz (2-seitig)	0,085	0,360	0,000	0,024	0,116	0,000	
	N	287	285	283	237	287	226	287
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 112: Korrelationen: Ängstlicher Bindungsstil mit Anteile in %

Korrelationen								
		AngstB	Anteile %: In Person/ Face-to- Face	Anteile %: Telefonieren	Anteile %: SMS	Anteile %: Mobile Instant Messenger	Anteile %: Videotelefon ieren (dazu zählt auch Skype)	Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten..)
AngstB	Korrelation nach Pearson	1	-,123*	0,078	,144*	,121*	0,067	-0,012
	Signifikanz (2- seitig)		0,012	0,119	0,012	0,013	0,293	0,864
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: In Person/ Face-to- Face	Korrelation nach Pearson	-,123*	1	-0,093	-0,030	-,414**	-0,084	0,005
	Signifikanz (2- seitig)	0,012		0,061	0,597	0,000	0,186	0,945
	N	418	418	403	305	418	251	223
Anteile %: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	0,078	-0,093	1	,198**	,375**	,328**	0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,119	0,061		0,001	0,000	0,000	0,450
	N	404	403	404	303	404	247	223
Anteile %: SMS	Korrelation nach Pearson	,144*	-0,030	,198**	1	0,099	,311**	0,055
	Signifikanz (2- seitig)	0,012	0,597	0,001		0,083	0,000	0,449
	N	306	305	303	306	306	211	193
Anteile %: Mobile Instant Messenger	Korrelati on nach Pearson	,121*	-,414**	,375**	0,099	1	,272**	-0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,013	0,000	0,000	0,083		0,000	0,449
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: Videotelefon ieren (dazu zählt auch Skype)	Korrelation nach Pearson	0,067	-0,084	,328**	,311**	,272**	1	,207**
	Signifikanz (2- seitig)	0,293	0,186	0,000	0,000	0,000		0,006
	N	251	251	247	211	251	251	177
Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten..)	Korrelation nach Pearson	-0,012	0,005	0,051	0,055	-0,051	,207**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,864	0,945	0,450	0,449	0,449	0,006	
	N	223	223	223	193	223	177	223
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 113: Korrelationen: Ängstlicher Bindungsstil mit Beziehungszufriedenheit, Entrapment, Kontrollverhalten, Electronic Intrusion, SicherheitKontrJa, SicherheitKontrNein und Zufriedenheit bezüglich Mobile Instant Messenger-Kommunikation

Korrelationen									
		AngstB	RAS	Entrap	Kontr	ElektIntru	SicherhKontrJa	SicherhKontrNein	ZufriedenheitMIM
AngstB	Korrelation nach Pearson	1	-,471**	,298**	,331**	,338**	,336**	-0,086	-,444**
	Signifikanz (2-seitig)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,079	0,000
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
RAS	Korrelation nach Pearson	-,471**	1	-,357**	-0,021	-,151**	-0,104	-0,050	,316**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000		0,000	0,772	0,005	0,056	0,358	0,000
	N	340	340	340	196	340	340	340	340
Entrap	Korrelation nach Pearson	,298**	-,357**	1	0,116	,184**	0,092	0,006	-,459**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,000		0,070	0,000	0,059	0,909	0,000
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
Kontr	Korrelation nach Pearson	,331**	-0,021	0,116	1	,358**	,454**	-,324**	-0,109
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,772	0,070		0,000	0,000	0,000	0,087
	N	246	196	246	246	246	246	246	246
ElektIntru	Korrelation nach Pearson	,338**	-,151**	,184**	,358**	1	,616**	-,303**	-,182**
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,005	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
SicherhKontrJa	Korrelation nach Pearson	,336**	-0,104	0,092	,454**	,616**	1	-,565**	-,114*
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,056	0,059	0,000	0,000		0,000	0,019
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
SicherhKontrNein	Korrelation nach Pearson	-0,086	-0,050	0,006	-,324**	-,303**	-,565**	1	-0,041
	Signifikanz (2-seitig)	0,079	0,358	0,909	0,000	0,000	0,000		0,406
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
ZufriedenheitMIM	Korrelation nach Pearson	-,444**	,316**	-,459**	-0,109	-,182**	-,114*	-0,041	1
	Signifikanz (2-seitig)	0,000	0,000	0,000	0,087	0,000	0,019	0,406	
	N	419	340	419	246	419	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.									
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.									

Korrelationen								
		Vermeidung B	Wichtigkeit: In Person/ Face-to- Face	Wichtigkeit: Telefonieren	Wichtigkeit: SMS	Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger	Wichtigkei: Videotelefonie	Wichtigkeit: Andere
Vermeidung B	Korrelation nach Pearson	1	-,243**	-,141**	-0,054	-0,018	-0,084	-0,059
	Signifikanz (2- seitig)		0,000	0,004	0,354	0,720	0,161	0,318
	N	419	416	408	298	419	277	287
Wichtigkeit: In Person/ Face-to- Face	Korrelation nach Pearson	-,243**	1	,119*	0,001	0,017	-0,072	0,054
	Signifikanz (2- seitig)	0,000		0,017	0,991	0,734	0,232	0,360
	N	416	416	406	298	416	274	285
Wichtigkeit: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	-,141**	,119*	1	,215**	,132**	,290**	,220**
	Signifikanz (2- seitig)	0,004	0,017		0,000	0,008	0,000	0,000
	N	408	406	408	297	408	275	283
Wichtigkeit: SMS	Korrelation nach Pearson	-0,054	0,001	,215**	1	-0,105	,182**	,146*
	Signifikanz (2- seitig)	0,354	0,991	0,000		0,071	0,006	0,024
	N	298	298	297	298	298	224	237
Wichtigkeit: Mobile Instant Messenger	Korrelati on nach Pearson	-0,018	0,017	,132**	-0,105	1	0,115	0,093
	Signifikanz (2- seitig)	0,720	0,734	0,008	0,071		0,056	0,116
	N	419	416	408	298	419	277	287
Wichtigkeit: Videotelefonie (dazu zählt auch Skype)	Korrelation nach Pearson	-0,084	-0,072	,290**	,182**	0,115	1	,292**
	Signifikanz (2- seitig)	0,161	0,232	0,000	0,006	0,056		0,000
	N	277	274	275	224	277	277	226
Wichtigkeit: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten.. .)	Korrelation nach Pearson	-0,059	0,054	,220**	,146*	0,093	,292**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,318	0,360	0,000	0,024	0,116	0,000	
	N	287	285	283	237	287	226	287
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 114: Korrelationen: Vermeidender Bindungsstil mit Wichtigkeit Kommunikationsformen

Korrelationen								
		Vermeidung B	Anteile %: In Person/ Face-to- Face	Anteile %: Telefonieren	Anteile %: SMS	Anteile %: Mobile Instant Messenger	Anteile %: Videotelefonieren (dazu zählt auch Skype)	Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten...)
VermeidungB	Korrelation nach Pearson	1	-,181**	-0,009	0,074	0,089	0,043	-0,053
	Signifikanz (2- seitig)		0,000	0,855	0,198	0,069	0,493	0,428
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: In Person/Face- to-Face	Korrelation nach Pearson	-,181**	1	-0,093	-0,030	-,414**	-0,084	0,005
	Signifikanz (2- seitig)	0,000		0,061	0,597	0,000	0,186	0,945
	N	418	418	403	305	418	251	223
Anteile %: Telefonieren	Korrelation nach Pearson	-0,009	-0,093	1	,198**	,375**	,328**	0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,855	0,061		0,001	0,000	0,000	0,450
	N	404	403	404	303	404	247	223
Anteile %: SMS	Korrelation nach Pearson	0,074	-0,030	,198**	1	0,099	,311**	0,055
	Signifikanz (2- seitig)	0,198	0,597	0,001		0,083	0,000	0,449
	N	306	305	303	306	306	211	193
Anteile %: Mobile Instant Messenger	Korrelation nach Pearson	0,089	-,414**	,375**	0,099	1	,272**	-0,051
	Signifikanz (2- seitig)	0,069	0,000	0,000	0,083		0,000	0,449
	N	419	418	404	306	419	251	223
Anteile %: Videotelefonieren	Korrelation nach Pearson	0,043	-0,084	,328**	,311**	,272**	1	,207**
	Signifikanz (2- seitig)	0,493	0,186	0,000	0,000	0,000		0,006
	N	251	251	247	211	251	251	177
Anteile %: Andere (E- Mail, Briefe, Postkarten...)	Korrelation nach Pearson	-0,053	0,005	0,051	0,055	-0,051	,207**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,428	0,945	0,450	0,449	0,449	0,006	
	N	223	223	223	193	223	177	223
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 115: Korrelationen: Vermeidender Bindungsstil mit Beziehungszufriedenheit, Entrapment, Kontrollverhalten, Electronic Intrusion, SicherheitKontrJa, SicherheitKontrNein

Korrelationen								
		Vermeidung B	RAS	Entrap	Kontr	ElektIntru	SicherhKontr Ja	SicherhKontr Nein
VermeidungB	Korrelation nach Pearson	1	-,611**	,503**	-0,026	,116*	0,053	0,064
	Signifikanz (2- seitig)		0,000	0,000	0,686	0,018	0,276	0,193
	N	419	340	419	246	419	419	419
RAS	Korrelation nach Pearson	-,611**	1	-,357**	-0,021	-,151**	-0,104	-0,050
	Signifikanz (2- seitig)	0,000		0,000	0,772	0,005	0,056	0,358
	N	340	340	340	196	340	340	340
Entrap	Korrelation nach Pearson	,503**	-,357**	1	0,116	,184**	0,092	0,006
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,000		0,070	0,000	0,059	0,909
	N	419	340	419	246	419	419	419
Kontr	Korrelation nach Pearson	-0,026	-0,021	0,116	1	,358**	,454**	-,324**
	Signifikanz (2- seitig)	0,686	0,772	0,070		0,000	0,000	0,000
	N	246	196	246	246	246	246	246
ElektIntru	Korrelati on nach Pearson	,116*	-,151**	,184**	,358**	1	,616**	-,303**
	Signifikanz (2- seitig)	0,018	0,005	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	419	340	419	246	419	419	419
SicherhKontrJ a	Korrelation nach Pearson	0,053	-0,104	0,092	,454**	,616**	1	-,565**
	Signifikanz (2- seitig)	0,276	0,056	0,059	0,000	0,000		0,000
	N	419	340	419	246	419	419	419
SicherhKontrN ein	Korrelation nach Pearson	0,064	-0,050	0,006	-,324**	-,303**	-,565**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,193	0,358	0,909	0,000	0,000	0,000	
	N	419	340	419	246	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.								
* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.								

Tabelle 116: Korrelationen: Ängstlicher Bindungssti, Vermeidender Bindungsstil, „Wenn mein Partner/meine Partnerin sich nicht meldet, hat das was mit mir zu tun“, „Wenn mein Partner/meine Partnerin nicht schnell zurück schreibt, hat das was mit mir zu tun“

Korrelationen					
		AngstB	VermeidungB	Selbstbild Kontrolle: Wenn mein Partner/ meine Partnerin sich nicht meldet, dann denke ich, dass das was mit mir zu tu...	Selbstbild Kontrolle: Wenn mein Partner/ meine Partnerin nicht schnell zurück schreibt, dann gibt es dafür eine Erklär...
AngstB	Korrelation nach Pearson	1	,452**	-,599**	-,433**
	Signifikanz (2- seitig)		0,000	0,000	0,000
	N	419	419	419	419
VermeidungB	Korrelation nach Pearson	,452**	1	-,246**	-,267**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000		0,000	0,000
	N	419	419	419	419
Selbstbild Kontrolle: Wenn mein Partner/meine Partnerin sich nicht meldet, dann denke ich, dass das was mit mir zu tu...	Korrelation nach Pearson	-,599**	-,246**	1	,509**
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,000		0,000
	N	419	419	419	419
Selbstbild Kontrolle: Wenn mein Partner/meine Partnerin nicht schnell zurück schreibt, dann gibt es dafür eine Erklär...	Korrelation nach Pearson	-,433**	-,267**	,509**	1
	Signifikanz (2- seitig)	0,000	0,000	0,000	
	N	419	419	419	419
** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.					

Abstract

Die Arbeit befasst sich mit der Kommunikation innerhalb von Paarbeziehungen unter dem Aspekt verstärkter Nutzung von Kommunikationstechnologien zur Beziehungspflege. Es wird auf zwischenmenschliche Kommunikation als solche, das Verständnis von Paarbeziehungen und den gesellschaftlichen, sowie medialen Einflüssen auf diese, als auch den technologischen Wandel eingegangen, der die Kommunikation in dieser bedingt. Das Ziel der Arbeit ist es, Zusammenhänge zwischen Kommunikation und Beziehungszufriedenheit aufzuzeigen, sowie die Rolle computervermittelter Kommunikation mit besonderem Augenmerk auf die Nutzung von Mobile Instant Messenger zu erläutern. Dabei werden verschiedene theoretische Modelle zur Erklärung computervermittelter Kommunikation diskutiert, wie z.B. die Social Information Processing Theory und die Social Presence Theory, aber auch der Uses-and-Gratifications-Approach. Neben den unterschiedlichen Mediatisierungs-Einflüssen auf die Paarkommunikation heute, wird auch die Bindungstheorie hinzugezogen, um eventuelle Bedürfnisse bezüglich der Kommunikation innerhalb der Beziehung durch den Bindungsstil besser zu verstehen. Die Erhebung findet mittels Online-Fragebogen statt (N=419) und sammelt Erkenntnisse zu Mediennutzungsgewohnheiten in der Beziehung, Erwartungshaltungen bezüglich mediatisierter Beziehungspflege, impliziertem Druckempfinden aufgrund ständiger Erreichbarkeit, der Instrumentalisierung von Kommunikationstechnologien zur Überwachung des Partners bzw. der Partnerin und beleuchtet die Zusammenhänge zwischen Beziehungszufriedenheit, Zufriedenheit bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation, und dem Bindungsstil der Teilnehmer_innen. Ergebnisse lassen darauf schließen, dass Mobile Instant Messenger nach Face-to-Face-Kommunikation die meist-genutzte und wichtigste Kommunikationsform in Beziehungen darstellt, Nutzer_innen sich aber auch eine Reduzierung dieser wünschen - ganz besonders Paare, die nicht im selben Haushalt leben. Paare, die zusammen leben, sind zufriedener mit der Kommunikation innerhalb der Beziehung, als auch der Beziehung selbst, wohingegen Teilnehmer_innen, die nicht mit ihrem Partner bzw. ihrer Partnerin zusammen leben, eine geringere Zufriedenheit bezüglich der Mobile Instant Messenger-Kommunikation aufweisen. Teilnehmer_innen wünschen sich mehr Face-to-Face-Kommunikation, als auch mehr Telefonieren in ihrer Beziehung. In Fernbeziehungen wird sich häufiger Videotelefonie gewünscht. WhatsApp ist die bevorzugte Mobile Instant Messenger-Applikation für Beziehungskommunikation, Teilnehmer_innen instrumentalisieren die verschiedenen Funktionen dieser aber auch zur Überwachung der Kommunikation mit dem bzw. der Partner_in. Teilnehmer_innen, die zu Kontrollverhalten neigen, neigen auch eher zu Electronic Intrusion - der wichtigste Faktor für das Überwachen der Kontakte des Partners bzw. der Partnerin ist allerdings, dass Teilnehmer_innen ein verstärktes Sicherheitsgefühl durch Kontrolle erfahren. Dieser Faktor ist auch wichtiger, als der Bindungsstil, wobei der Bindungsstil die Kommunikationspräferenzen in der Beziehung bezüglich

Mediennutzung, die Zufriedenheit mit der (Mobile Instant Messenger-)Kommunikation als auch die Beziehungszufriedenheit beeinflusst. Ängstlich gebundene Teilnehmer_innen erfahren eher Sicherheit durch Kontrolle. Auf der einen Seite wird eine weitere Thematisierung des Bindungsstils in Bezug zu Kommunikationspraktiken in Paarbeziehungen empfohlen, auf der anderen Seite eine genauere Auseinandersetzung mit den Bedingungen für ein verstärktes Sicherheitsempfinden durch Kontrolle, und der Rolle von Kommunikationstechnologien im Bezug dazu.

English translation of abstract

The thesis deals with the communication within romantic relationships under the aspect of increased use of communication technologies for relationship maintenance. The focus is on interpersonal communication as such, the understanding of relationships between couples and social as well as media influences on them, as well as the technological change that influences communication in relationships. The aim of the thesis is to show connections between communication and relationship satisfaction, as well as to explain the role of computer-mediated communication in romantic relationships with special attention to the use of Mobile Instant Messenger. Various theoretical models for explaining interpersonal as well as computer-mediated communication are discussed, such as e.g. the Social Information Processing Theory and the Social Presence Theory, but also the Uses and Gratifications Approach. In addition to the different influences on couple communication today, attachment theory is also used to better understand possible needs for communication within the relationship through the attachment styles. The survey is carried out using an online questionnaire (N = 419) and gathers insights into media usage habits in the relationship, expectations regarding mediatised relationship maintenance, implied pressure on the basis of constant availability, the instrumentalisation of communication technologies for monitoring the partner and examines the relationships between relationship satisfaction, satisfaction with Mobile Instant Messenger communication, and the attachment style of the participants. Findings suggest that Mobile Instant Messenger is the most used and most important form of communication in relationships after face-to-face communication, but users also want it to be reduced - especially couples who do not live in the same household. Couples living together are more satisfied with communication within the relationship, as well as with the relationship itself, whereas participants who do not live with their partner have lower satisfaction with Mobile Instant Messenger communication. Participants want more face-to-face communication, as well as more phone calls in their relationship. In long-distance relationships more video calling is desired. WhatsApp is the preferred mobile instant messenger application for relationship communication, participants exploit the various functions of this but also to monitor the

communication with the partner. Participants prone to control behaviors are also more prone to Electronic Intrusion - however, the most important factor in monitoring the partner's or partner's contacts is that participants experience a heightened sense of security through control. This factor is also more important than the attachment style, even though the attachment style influences the communication preferences in the relationship, satisfaction with (Mobile Instant Messenger-) communication, as well as relationship satisfaction. Anxiously attached participants experience more security through control. On the one hand, a further emphasis on the attachment style in relation to communication practices in romantic relationships is recommended, on the other hand, a closer examination of the conditions for a heightened sense of security through control, and the role of communication technologies in relation to it.