



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Are you phubbing me? –

Die Auswirkungen von Smartphone-Nutzung auf soziale Interaktionen
und welche Rolle das Gesprächsthema dabei spielt“

verfasst von / submitted by

Hanna Liftingner, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2022 / Vienna 2022

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

UA 066 841

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

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	1
2	DAS ZEITALTER DER SMARTPHONES	5
2.1	Abgrenzung der Begriffe Smartphone, Mobiltelefon und Handy	5
2.2	Smartphone-Verbreitung und -Nutzung	6
2.3	Einfluss von Smartphones auf die Gesellschaft	7
3	PHUBBING	10
3.1	Der Begriff Phubbing	10
3.2	Phubbing als Forschungsfeld	11
3.3	Phubber und Phubee	12
3.4	Verbreitung von Phubbing	12
3.5	Warum Phubbing negative Auswirkungen haben kann	13
3.6	Phubbing als soziale Norm?	14
4	MODELLE UND THEORIEN ZUR WAHRNEHMUNG UND WIRKUNG VON PHUBBING	18
4.1	Expectancy Violations Theory	19
4.1.1	Phubbing aus dem Blickwinkel der Expectancy Violations Theory	20
4.2	Politeness Theory	22
4.2.1	Phubbing aus dem Blickwinkel der Politeness Theory	23
4.3	Temporal Need-Threat Model of Ostracism	24
4.3.1	Phubbing aus dem Blickwinkel des Ostracism Models	25
4.4	Attentional Conflict	26
4.4.1	Phubbing aus dem Blickwinkel des Attentional Conflicts	27
4.5	Verknüpfung der Ansätze	28
5	STUDIEN ZU PHUBBING	30
5.1	Ursachen und Hintergründe von Phubbing	30
5.1.1	Fear of Missing Out (FOMO)	30
5.1.2	Permanently online, permanently connected (POPC)	31
5.1.3	Smartphone-, Internet- und Social Media-Sucht	31
5.1.4	Reduktion von Ängsten und negativen Gefühlen	32
5.1.5	Persönlichkeitsmerkmale von Phubbern	32
5.1.6	Reziprozität	33
5.2	Auswirkungen von Phubbing	34
5.2.1	Gesprächsqualität	35
5.2.2	Eindruck des/der Gesprächspartner*in	36
5.2.3	Beziehung der Gesprächspartner*innen	37
6	DIE ROLLE DES GESPRÄCHSTHEMAS BEIM PHUBBING	40
6.1	Oberflächliche und tiefgründige Gesprächsthemen	40
6.2	Studien zur Rolle des Gesprächsthemas beim Phubbing	41
7	EMPIRISCHE AUSGANGSLAGE	46
7.1	Forschungslücken	46
7.2	Forschungsfragen und Hypothesen	48

8	UNTERSUCHUNGSANLAGE UND METHODE	52
8.1	Forschungsdesign	52
8.1.1	Begründung der Methodenwahl	54
8.1.2	Ethische Überprüfung des Experiments	55
8.2	Operationalisierung und Messung	55
8.2.1	Manipulation der unabhängigen Variablen	55
8.2.2	Messung der abhängigen Variablen.....	56
8.2.3	Untersuchungsrelevante Kovariaten	61
8.3	Stimulusmaterial.....	62
8.3.1	Auswahl der Gesprächsthemen	62
8.3.2	Videodreh	63
8.3.3	Videoschnitt	64
8.3.4	Darstellung des Phubbings	66
8.4	Fragebogen.....	67
8.4.1	Begründung der Wahl des Erhebungsinstruments	67
8.4.2	Erstellung und Aufbau des Fragebogens	68
8.5	Pretest.....	72
8.6	Versuchspersonen.....	74
8.7	Auswertungsverfahren.....	75
9	ERGEBNISSE.....	76
9.1	Beschreibung der Stichprobe	76
9.2	Manipulationscheck.....	78
9.3	Hypothesenprüfung H1a-H1d – Einfluss von Phubbing	79
9.3.1	Wahrnehmung der Gesprächsqualität.....	79
9.3.2	Wahrnehmung des Eindrucks der Gesprächspartnerin	80
9.3.3	Wahrnehmung der Beziehung der Gesprächspartnerinnen.....	82
9.3.4	Angemessenheit des Verhaltens – injunktive Normen	82
9.4	Hypothesenprüfung H2a-H2d – Einfluss des Gesprächsthemas.....	84
9.4.1	Wahrnehmung der Gesprächsqualität.....	84
9.4.2	Wahrnehmung des Eindrucks der Gesprächspartnerin	86
9.4.3	Wahrnehmung der Beziehung der Gesprächspartnerinnen.....	89
9.4.4	Angemessenheit des Verhaltens – injunktive Normen	90
9.5	Regressionsanalyse	92
10	DISKUSSION UND FAZIT	95
10.1	Ergebniszusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen	95
10.2	Methodenkritik und Ausblick auf zukünftige Forschung	101
10.3	Implikationen für die Forschung.....	106
10.4	Implikationen für die Praxis und Resümee.....	107
	LITERATURVERZEICHNIS.....	111
	ANHANG.....	125

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 und 2: Satirische Grafiken auf der Website stopphubbing.com.....	10
Abbildung 3: Perspektive 1 – Gesprächspartnerin B	65
Abbildung 4: Perspektive 2 – Gesprächspartnerin A in Kontrollbedingung	65
Abbildung 5: Perspektive 2 – Gesprächspartnerin A in Experimentalbedingung	66
Abbildung 6: Diagramm – Dauer der Smartphone-Nutzung	77
Abbildung 7: Diagramm – Phubbing-Verhalten	77
Abbildung 8: Mittelwertsunterschiede der Gruppen mit und ohne Phubbing.....	96
Abbildung 9: Mittelwertsunterschiede der Gruppen mit oberflächlichem und tiefgründigem Gesprächsthema bzw. mit und ohne Phubbing.....	100

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Einteilung der Gruppen (eigene Darstellung).....	53
Tabelle 2: Übersicht Videos (eigene Darstellung)	63
Tabelle 3: Ergebnisse Manipulationscheck – Pretest (eigene Darstellung)	74
Tabelle 4: Ergebnisse Manipulationscheck (eigene Darstellung)	78
Tabelle 5: T-Test – Gesprächsqualität (eigene Darstellung).....	80
Tabelle 6: T-Test – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung).....	81
Tabelle 7: T-Test – Höflichkeit (eigene Darstellung).....	81
Tabelle 8: T-Test – Sympathie (eigene Darstellung)	82
Tabelle 9: T-Test – Verbundenheit (eigene Darstellung)	82
Tabelle 10: T-Test – injunktive Normen (eigene Darstellung).....	83
Tabelle 11: Deskriptive Statistik – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)	85
Tabelle 12: Varianzanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung).....	85
Tabelle 13: Deskriptive Statistik – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)	86
Tabelle 14: Varianzanalyse – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung).....	87
Tabelle 15: Deskriptive Statistik – Höflichkeit (eigene Darstellung)	87
Tabelle 16: Varianzanalyse – Höflichkeit (eigene Darstellung).....	88
Tabelle 17: Deskriptive Statistik – Sympathie (eigene Darstellung).....	88
Tabelle 18: Varianzanalyse – Sympathie (eigene Darstellung)	89
Tabelle 19: Deskriptive Statistik – Verbundenheit (eigene Darstellung)	90
Tabelle 20: Varianzanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung)	90
Tabelle 21: Deskriptive Statistik – injunktive Normen (eigene Darstellung)	91
Tabelle 22: Varianzanalyse – injunktive Normen (eigene Darstellung).....	91
Tabelle 23: Regressionsanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung).....	93
Tabelle 24: Regressionsanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung)	94

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

App	Applikation
AV	Abhängige Variable
df	Freiheitsgrad
EVT	Expectancy Violations Theory
FF	Forschungsfrage
FOMO	Fear of Missing Out
H	Hypothese
HTML	Hypertext Markup Language
IRB	Institutional Review Board
KMO-Kriterium	Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium
Korr. R^2	Korrigiertes R-Quadrat
PC	Personal Computer
POPC	Permanently online, permanently connected
R^2	R-Quadrat – Erklärte Varianz
SE B	Standardfehler
Sig. F	Signifikanz der Änderung in F
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
UV	Unabhängige Variable

1 EINLEITUNG

Stellen Sie sich folgende Situation vor: Sie treffen sich mit einer Freundin oder einem Freund zum Abendessen in einem Restaurant. Sie setzen sich gemeinsam an einen Tisch, bestellen etwas und beginnen, sich zu unterhalten. Während des Gesprächs greift Ihre Begleitung plötzlich zum Smartphone und hört Ihnen nur mehr mit halbem Ohr zu. Kommt Ihnen diese Situation bekannt vor? Dann sind Sie damit nicht allein. Ignoriert zu werden, weil das Gegenüber zum Smartphone greift, hat vermutlich fast jede/r schon einmal erlebt. Und auch umgekehrt haben wahrscheinlich viele von uns, bewusst oder unbewusst, schon gelegentlich während eines Gesprächs ihr Smartphone gecheckt.

Smartphones sind aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. In Österreich besitzen mittlerweile 87 Prozent der Bevölkerung ab 15 Jahren ein Smartphone (Statista, 2022a). Im Leben vieler Menschen nimmt es einen wichtigen Platz ein, ja manche können sich ihren Alltag ohne Smartphone gar nicht mehr vorstellen (Statista, 2022d). Wir haben das Gefühl, jederzeit und überall erreichbar sein zu müssen (Vorderer, 2015), und haben Angst, etwas zu verpassen, wenn wir nicht regelmäßig auf den Bildschirm schauen (Franchina, Vanden Abeele, van Rooij, Lo Coco & De Marez, 2018). Im Durchschnitt checken wir deshalb mehr als 80 Mal am Tag unser Smartphone (Hartner-Tiefenthaler & Feuchtl, 2018). Das führt dazu, dass auch in inadäquaten Situationen, wie etwa in persönlichen Gesprächen, zum Smartphone gegriffen wird.

In der wissenschaftlichen Literatur gibt für dieses Verhalten bereits einen Namen, nämlich „Phubbing“ (McCann, 2013). Das Wort „Phubbing“ setzt sich aus den beiden englischen Begriffen „phone“ (= Telefon) und „snubbing“ (= jmd. brüskieren, beleidigen, abweisen) zusammen (PONS Langenscheidt GmbH, o. D.). Gemeint ist damit die Angewohnheit, sich in Anwesenheit anderer mit dem Smartphone zu beschäftigen und diese dadurch zu ignorieren (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Phubbing scheint in unserer Gesellschaft allgegenwärtig – und das ist auch bereits durch wissenschaftliche Daten belegt. So ergab beispielsweise eine Studie, in der das Phubbing-Verhalten von Studierenden in einem Restaurant beobachtet wurde, dass in mehr als 60 Prozent der Gespräche gephubbt wurde (Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann & Ling, 2019). Auch mehrere Befragungsstudien bestätigen, dass Phubbing inzwischen eine weit verbreitete Praxis ist (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019; Kruger et al., 2017; Roberts & David, 2016). Umso wichtiger ist es, die Hintergründe dieses Phänomens und seine Auswirkungen auf die Gesellschaft und unser soziales Miteinander zu verstehen.

In den letzten Jahren wird zunehmend zum Thema geforscht und es gibt immer mehr wissenschaftliche Belege dafür, dass sich Phubbing negativ auf uns auswirkt. Viele Menschen empfinden es als unhöflich und störend, wenn andere Personen in ihrer Gegenwart ihr Smartphone verwenden (Kadylak et al., 2018; Rainie & Zickuhr, 2015; Vanden Abeele, Antheunis & Schouten, 2016) und fühlen sich dadurch ausgegrenzt (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Zudem kann Phubbing Stimmung und Wohlbefinden negativ beeinflussen (Gonzales & Wu, 2016; Knausenberger, Giesen-Leuchter & Echterhoff, 2022) und die Qualität sozialer Interaktionen und Beziehungen vermindern (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Dwyer, Kushlev & Dunn, 2018; Vanden Abeele, et al., 2019; Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018).

Phubbing hat also unterschiedliche negative Effekte auf uns und die gesamte Gesellschaft. Die bisherige Forschung zeigt jedoch auch: Phubbing ist nicht gleich Phubbing. So können unter anderem die Art und der Kontext der Smartphone-Nutzung einen Einfluss darauf haben, wie wir Phubbing-Verhalten wahrnehmen und bewerten. Es macht beispielsweise einen Unterschied, ob aus wichtigen oder trivialen Gründen (McDaniel & Wesselmann, 2021); aktiv oder als Reaktion auf eine Benachrichtigung (Vanden Abeele et al., 2016); während des Erzählens oder Zuhörens (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018) gephubbt wird. Und auch der Kontext, in dem das Phubbing stattfindet, spielt eine Rolle. In mehreren Fokusgruppenstudien gaben Personen an, dass sie die Smartphone-Nutzung insbesondere in Situationen, in denen sie exklusive und ungeteilte Aufmerksamkeit erwarten, als respektlos und unhöflich erleben (Kadylak et al., 2018; Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017). In einer der Studien berichteten Personen davon, dass sie Phubbing vor allem während ernsten bzw. persönlichen Gesprächen negativ empfinden (Miller-Ott & Kelly, 2017).

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass beim Phubbing noch ein weiterer Aspekt eine Rolle spielen könnte, der in der Forschung bislang nur unzureichend berücksichtigt wurde: und zwar das Gesprächsthema. Womöglich macht es einen Unterschied, ob während des Phubbings über tiefgründige oder oberflächliche Themen gesprochen wird. Neben den Ergebnissen der erwähnten Fokusgruppenstudien liefern auch theoretische Ausführungen von Kardas, Kumar und Epley (2022) Anhaltspunkte für diese Annahme: Während wir bei tiefgründigen Gesprächen persönliche Informationen mit unserem Gegenüber teilen und uns dadurch verletzlich zeigen, geben wir bei oberflächlichen Gesprächen wenig über uns preis und bieten dadurch keine „Angriffsfläche“ für die Bewertungen anderer. Es ist deshalb denkbar, dass wir bei tiefgründigen Gesprächen höhere Erwartungen haben, dass uns unsere Gesprächspartner*innen aufmerksam zuhören, als bei oberflächlichen Gesprächen. Dadurch könnte die Verwendung eines

Smartphones und das damit signalisierte Desinteresse am Gespräch bei tiefgründigen Themen noch negativere Effekte auslösen als bei oberflächlichen.

Zudem wurde noch nicht ausreichend untersucht, wie Phubbing von außenstehenden Personen wahrgenommen und bewertet wird. In den bisher durchgeführten Forschungsarbeiten wird zumeist entweder die Perspektive des Phubees (= Person, die gephubbt wird) oder des Phubbers (= Person, die phubbt) eingenommen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). In dieser Arbeit wird hingegen ein Blick von außen auf eine soziale Interaktion zwischen Phubber und Phubee geworfen. Es geht darum, wie das Gespräch und die Beziehung zwischen den beiden wahrgenommen werden, welchen Eindruck die phubbende Person hinterlässt und ob ihr Verhalten während der Interaktion als angemessen und normativ empfunden wird.

Abgeleitet aus diesen beiden Forschungslücken ergeben sich folgende zentrale Forschungsfragen dieser Masterarbeit:

FF1: *Welchen Einfluss hat Phubbing darauf, wie Gespräche, Gesprächspartner*innen und ihre Beziehung von Außenstehenden wahrgenommen werden und inwiefern wird dieses Verhalten als normativ bewertet?*

FF2: *Inwiefern beeinflusst das Gesprächsthema den Einfluss von Phubbing auf die Wahrnehmung von Gesprächen, Gesprächspartner*innen und ihrer Beziehung sowie die Bewertung von Phubbing als normatives Verhalten?*

Ziel dieser Masterarbeit ist es, mit der Beantwortung dieser Forschungsfragen einen Beitrag zur Erschließung des Phänomens Phubbing zu leisten. Dazu wird ein Online-Experiment durchgeführt, bei dem den Studienteilnehmer*innen Videos mit Gesprächsausschnitten gezeigt werden, in denen eine Person während eines oberflächlichen oder tiefgründigen Gesprächs von einer anderen Person gephubbt wird. Die Proband*innen werden dabei zufällig einer von vier Bedingungen zugeteilt, wobei es zwei Experimentalbedingungen mit Phubbing und zwei Kontrollbedingungen ohne Phubbing gibt. Eine der zwei Gruppen sieht jeweils Ausschnitte mit oberflächlichen Gesprächsthemen und die andere Gruppe Ausschnitte mit tiefgründigen Gesprächsthemen. Danach bewerten die Proband*innen in einem Online-Fragebogen die wahrgenommene Gesprächsqualität, den Eindruck der Gesprächspartner*innen sowie ihre Beziehung zueinander und ob sie das Phubbing-Verhalten als normativ empfinden.

Die erhobenen Daten werden anschließend im Rahmen einer statistischen Datenanalyse mithilfe der Statistiksoftware *SPSS* ausgewertet. Dabei wird untersucht, ob sich

bei den Bewertungen der Gruppen Unterschiede zeigen, die sich auf das Phubbing bzw. das Gesprächsthema zurückführen lassen. Zu diesem Zweck werden t-Tests für unabhängige Stichproben sowie zweifaktorielle Varianzanalysen durchgeführt. Darüber hinaus wird mittels Regressionsanalyse untersucht, ob sich die Smartphone-Nutzung und das eigene Phubbing-Verhalten der Proband*innen sowie die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung auf die Ergebnisse auswirken.

Die Masterarbeit ist in zehn Kapitel untergliedert. Als Einführung in die Thematik wird in *Kapitel 2* zuerst ein Einblick gegeben, welchen Stellenwert Smartphones in unserer Gesellschaft mittlerweile haben und welche Auswirkungen deren Nutzung auf uns und unsere sozialen Interaktionen hat. In *Kapitel 3* wird das Phänomen Phubbing und dessen Verbreitung umfassend beleuchtet und erklärt, warum Phubbing negative Einflüsse auf uns haben kann. Zudem wird eine Einschätzung gegeben, inwiefern Phubbing inzwischen zu einer sozialen Norm geworden ist. In *Kapitel 4* werden die relevanten Theorien und Modelle, die häufig im Zusammenhang mit Phubbing angewendet werden, erläutert und die Forschung dazu präsentiert. In *Kapitel 5* werden weitere Studien vorgestellt, die die Ursachen sowie die Auswirkungen von Phubbing untersucht haben. *Kapitel 6* widmet sich zunächst der theoretischen Abgrenzung von oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen. Danach werden Studien vorgestellt, die sich mit dem Einfluss von Smartphones auf soziale Interaktionen im Zusammenhang mit dem Gesprächsthema beschäftigt haben. In *Kapitel 7* werden die Forschungslücken aufgezeigt und die zentralen Forschungsfragen und Hypothesen der Arbeit vorgestellt. *Kapitel 8* gibt einen Überblick über das Forschungsdesign und die empirische Vorgehensweise. Es wird unter anderem auf die Methode des Online-Experiments sowie auf den für die Datenerhebung verwendeten Fragebogen eingegangen. In *Kapitel 9* werden die Ergebnisse der Studie präsentiert und anhand dessen die Hypothesen geprüft. Den Abschluss der Arbeit bilden in *Kapitel 10* die Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse. Im Zuge dessen werden die Forschungsfragen beantwortet, die Limitationen der Arbeit aufgezeigt und ein Ausblick auf zukünftige Forschung gegeben.

2 DAS ZEITALTER DER SMARTPHONES

Eine Gesellschaft und die Art wie die Menschen in ihr miteinander kommunizieren wird stark von den Kommunikationstechnologien ihrer Zeit geprägt (Holmes, 2005). Waren es in den vergangenen Jahrhunderten Briefe, Telegrafen und Telefone, über die die Menschen miteinander in Verbindung traten, sind wir heute im Zeitalter der Smartphones angelangt. Die ersten smarten Mobilgeräte gab es zwar bereits Ende der 1990er-Jahre, eine Umorientierung des Mobilfunkmarkts in Richtung Smartphones fand aber erst mit der Markteinführung des Apple iPhones 2007 statt (Campbell-Kelly & Garcia-Swartz, 2015, S. 175). Seither ist der Anteil der Smartphone-Nutzer*innen weltweit kontinuierlich gestiegen (Statista, 2022b). In diesem Kapitel werden zunächst die Begriffe Smartphone, Mobiltelefon und Handy abgegrenzt. Danach wird auf die Verbreitung und Nutzung von Smartphones eingegangen und aufgezeigt, welchen Einfluss diese auf unsere Gesellschaft haben.

2.1 Abgrenzung der Begriffe Smartphone, Mobiltelefon und Handy

Die wissenschaftliche Literatur liefert kaum eindeutige begriffliche Abgrenzungen von Smartphones, Mobiltelefonen und Handys. Grundsätzlich ist das Mobiltelefon ein Überbegriff für ein kabelloses, tragbares Telefon, das ortsungebunden verwendet werden kann (Dudenredaktion, o. D.; Techopedia, 2022). Sowohl Smartphones als auch Handys sind daher Mobiltelefone. Allerdings unterscheiden sich diese beiden Gerätetypen grundlegend voneinander. Das augenscheinlichste Unterscheidungsmerkmal ist das Aussehen. Handys sind mit einem relativ kleinen Bildschirm und Tasten ausgestattet, Smartphones verfügen hingegen über einen deutlich größeren Bildschirm mit Touchfunktion, wodurch keine Tasten nötig sind. Aufgrund der Weiterentwicklung der Technik haben Smartphones viel umfangreichere Anwendungsmöglichkeiten als ihre „nicht smarten“ Vorgänger-Modelle (Campbell-Kelly & Garcia-Swartz, 2015, S. 173). Sie sind internetfähig und unterscheiden sich von herkömmlichen Mobilgeräten durch die Bedienung per Touchscreen und die Ausstattung mit computerähnlichen Betriebssystemen (S. 173-174). Konnten Handys früher nur zum Telefonieren und SMS-Schreiben verwendet werden, dienen die Smartphones von heute als persönliche mobile Begleiter und vereinen verschiedenste Funktionen in einem Gerät. Sie können zum Internetsurfen, Video-Telefonieren, E-Mails-Schreiben, Fotografieren, Navigieren, etc. verwendet werden. Darüber hinaus kann durch den Download von Apps (Kurzwort für Applikationen) das Funktionsspektrum zusätzlich erweitert werden (S. 173-174).

Smartphones verdrängen das Handy zunehmend vom Markt und die Bedeutung von konventionellen Handys wird vor allem in der westlichen Welt immer geringer. In Österreich besitzt kaum noch jemand ein Handy, der überwiegende Teil der Bevölkerung nutzt Smartphones (Mobile Marketing Association Austria [MMA Austria], 2020). Aufgrund der geringen Verbreitung und Relevanz des Handys wird deshalb in dieser Masterarbeit hauptsächlich auf das Smartphone Bezug genommen. Die Begriffe Smartphone und Mobiltelefon werden synonym verwendet.

2.2 Smartphone-Verbreitung und -Nutzung

Inzwischen sind Smartphones für uns zur Selbstverständlichkeit geworden. Sie sind ein wichtiger Teil unseres Alltags und ihre Verbreitung ist enorm. Mittlerweile besitzen weltweit etwa 3,6 Milliarden Menschen ein Smartphone (Statista, 2022e). Das entspricht etwa 45 Prozent der derzeitigen Weltbevölkerung (Country Meters, 2022). Besonders hoch sind die Anteile der Smartphone-Nutzer*innen in hochentwickelten Regionen wie Asien, Europa und den USA (Statista, 2022b). In Österreich nutzen inzwischen 87 Prozent der über 15-Jährigen ein Smartphone (Statista, 2022a). Die Internetnutzung verlagert sich zunehmend auf mobile Endgeräte. Inzwischen erfolgen in Österreich ca. 78 Prozent der Internet-Zugriffe über mobile Geräte (Statista, 2022c).

Die laut dem Mobile Communication Report 2020 am häufigsten genutzten Funktionen vom Smartphone sind Instant Messaging, die Uhr, Internetsurfen und Telefonieren. (MMA Austria, 2020). Durch die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten und den Ersatz anderer Geräte wie PC, Navigationssystem, Kamera, Wecker oder Taschenlampe, nehmen Smartphones in unserem Leben einen höheren Stellenwert ein als frühere Mobiltelefone. Das Smartphone zu checken, ist für viele das Erste, was sie morgens nach dem Aufwachen tun und das Letzte, bevor sie ins Bett gehen (Statista 2022h; Wigginton, 2017). In einer Studie gab mehr als die Hälfte der Befragten an, entweder vom Mobiltelefon geweckt zu werden oder es innerhalb der ersten fünf Minuten nach dem Aufwachen zu checken (Statista, 2022h). Für viele ist ein Alltag ohne Smartphone gar nicht mehr denkbar: In einer Befragungsstudie gab etwa nur ein Drittel der Befragten an, sich vorstellen zu können, ohne Smartphone zu leben (Statista, 2022d).

In einer aktuellen Umfrage zur Nutzung von Smartphones gaben die Teilnehmer*innen im Durchschnitt an, ihr Smartphone 20 Mal am Tag zu checken (Statista, 2022f). Da es sich um die persönliche Einschätzung der Befragten handelte und der Griff zum Smartphone oft unbewusst geschieht, ist es aber wahrscheinlich, dass der Bildschirm in

Wirklichkeit wesentlich öfter aktiviert wurde, als angegeben. Zudem könnte hier der Effekt der sozialen Erwünschtheit eine Rolle spielen (Brosius, Haas & Unkel, 2022, S. 94). Die Befragten könnten davon ausgehen, dass häufige Smartphone-Nutzung von der Gesellschaft negativ bewertet wird und daher angeben, das Smartphone weniger oft zu aktivieren, als es tatsächlich der Fall ist. Eine Studie von Hartner-Tiefenthaler und Feuchtl (2018), in der die Smartphone-Nutzung mittels App aufgezeichnet wurde, zeigte im Vergleich nämlich ein ganz anderes Bild: Die Teilnehmer*innen aktivierten im Durchschnitt 84 Mal am Tag den Bildschirm. 44 Mal davon wurde der Bildschirm auch entsperrt. Das bedeutet, dass die Teilnehmer*innen tagsüber etwa alle 13 Minuten auf ihr Smartphone schauten, um zu überprüfen, ob sie neue Social Media-Benachrichtigungen, Textnachrichten, E-Mails, etc. erhalten haben. Vergleicht man die Ergebnisse der beiden Studien, wird deutlich, dass die Smartphone-Nutzung oft unreflektiert geschieht und die Selbsteinschätzung vom tatsächlichen Nutzungsverhalten stark abweichen kann.

Knapp dreieinhalb Stunden pro Tag werden Smartphones in Österreich laut einer Befragung im Durchschnitt genutzt (Statista, 2022g). Wie bei der zuvor erwähnten Studie (Statista, 2022f) handelt es sich hierbei jedoch wiederum um die persönlichen Einschätzungen der Befragten, die verschiedenen Verzerrungen unterliegen können. Einerseits ist die Zeit, die wir mit dem Smartphone verbringen, schwer abzuschätzen, und andererseits wurden möglicherweise sozial erwünschte Antworten gegeben. Es ist also davon auszugehen, dass die tatsächliche Bildschirmzeit von diesen Angaben abweicht und bei vielen Personen wahrscheinlich deutlich länger ist.

2.3 Einfluss von Smartphones auf die Gesellschaft

Das Smartphone hat unser Sozialleben und unser Kommunikationsverhalten grundlegend verändert (Montag, 2018). Aufgrund seiner Handlichkeit und Größe passt es in jede Hosentasche und ist bei vielen Menschen immer mit dabei, wodurch es im Leben vieler einen wichtigen Platz einnimmt. Smartphones bieten uns die Möglichkeit, jederzeit und überall mit anderen zu kommunizieren und vereinfachen es uns, den Kontakt zu Familie, Freund*innen und Kolleg*innen aufrechtzuerhalten (Anshari et al., 2016). Außerdem verfügen sie über diverse nützliche Funktionen, die uns den Alltag erleichtern und mit denen wir unterschiedliche Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse befriedigen können (Montag, 2018).

Dass wir heute wesentlich mehr Zeit vor dem Bildschirm verbringen als noch vor einigen Jahren, birgt jedoch auch Risiken: In den letzten Jahren äußern Forscher*innen zunehmend Bedenken über die potenziellen negativen Effekte von Smartphones auf die mentale und körperliche Gesundheit sowie auf zwischenmenschliche Interaktionen und Beziehungen (Bipeta, Yerramilli, Karredla & Gopinath, 2015; Estévez; Urbiola, Iruarrizaga, Onaindia & Jauregui, 2017; Harwood, Dooley, Scott, & Joiner, 2014). Das Gefühl, jederzeit und überall erreichbar sein zu müssen, kann zur Belastung werden und Stress verursachen (Stütz et al., 2015; Vorderer, 2015). Viele haben Angst, etwas zu verpassen, wenn sie nicht regelmäßig ihr Smartphone und insbesondere ihre Social-Media-Kanäle checken, um zu sehen, was ihre Freund*innen machen. In der Forschung wird diese Angst auch als „Fear of Missing Out“ („FOMO“) bezeichnet und es gibt bereits mehrere Studien dazu (Franchina et al., 2018; Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell, 2013). Darauf wird in Kapitel 5.1.1 noch näher eingegangen.

Eine übermäßige Smartphone-Nutzung kann sich negativ auf das persönliche Wohlbefinden, die Lebenszufriedenheit und die Achtsamkeit auswirken (Horwood & Anglim, 2019; Volkmer & Lerner, 2019). Darüber hinaus kann sie zu Stress (Stütz et al., 2015), Schlafproblemen (Haripriya, Samuel & Megha, 2019) und im Extremfall sogar zu Angstzuständen und Depressionen (Brailovskaia & Margraf, 2021; Elhai, Dvorak, Levine & Hall, 2016; Harwood et al., 2014) führen. Abgesehen von den psychischen Auswirkungen, kann das Verwenden eines Smartphones auch die Konzentration und das Aufmerksamkeitslevel negativ beeinflussen – besonders gefährlich ist das im Straßenverkehr, wo durch die Smartphone-Nutzung Verkehrsunfälle verursacht werden (Lannoy et al., 2020).

Nimmt der Smartphone-Konsum ein bedenkliches Ausmaß an, so spricht man in der Forschung von problematischer Smartphone-Nutzung oder auch Smartphone-Sucht (Busch & McCarthy, 2021). Diese äußert sich dadurch, dass Betroffene Schwierigkeiten haben, ihr Nutzungsverhalten zu kontrollieren und dadurch in ihrem Alltag beeinträchtigt werden (Ezoe et al., 2009; Horwood & Anglim, 2019). Die Smartphone-Sucht ist bisher nicht offiziell als psychische Erkrankung anerkannt (Montag, 2018, S. 13). Da Smartphones weit verbreitet und gesellschaftlich akzeptiert sind, ist es schwierig abzugrenzen, ab wann deren Nutzung problematisch wird (Kim & Koh, 2018). Doch immer mehr Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit dem Thema und beschreiben eine Zunahme von suchtartigem Smartphone-Verhalten und mögliche Folgen (für Studienübersichten zum Thema siehe Busch & McCarthy, 2021; De-Sola Gutierrez, Rodriguez de Fonseca & Rubio, 2016; Montag, 2018).

Dass Smartphones eine hohes Suchtrisiko bergen, liegt daran, dass bei ihrer Verwendung unser Belohnungssystem angesprochen wird (Eichmann, Schönauer, Schörpf & Jatic, 2019, S. 123-124). Bei Langeweile aktivieren wir den Bildschirm und werden mit Reizen wie bunten Fotos und Videos oder neuen, interessanten Nachrichten und Statusmeldungen aus dem Freundeskreis belohnt. Ein zweiter Faktor, der das Suchtpotenzial begünstigt, ist, dass der Griff zum Smartphone in vielen Fällen reflexartig geschieht (Montag, 2018, S. 16-17). Wir sind uns oftmals gar nicht bewusst, wie häufig wir das Smartphone checken und unterschätzen die Zeit, die wir dabei vor dem Bildschirm verbringen (Hartner-Tiefenthaler & Feuchtl, 2018; Statista, 2022f). Da es sich um ein automatisiertes Verhalten handelt, kann es auch nur schwer wieder abgelegt werden (Montag, 2018, S. 16-17).

Neben den Folgen für die körperliche und geistige Gesundheit kann das Smartphone auch auf zwischenmenschlicher Ebene negative Auswirkungen haben. Die hohe Präsenz von Smartphones im Alltag und die teils suchartigen Verhaltensweisen führen dazu, dass Menschen sich auch dann mit ihren Smartphones beschäftigen, wenn sie sich mit anderen Personen unterhalten (Al-Saggaf & O'Donnel, 2019). Dieses Verhalten ist in der wissenschaftlichen Literatur auch als Phubbing bekannt. Im folgenden Kapitel wird dieses soziale Phänomen nun vorgestellt.

3 PHUBBING

Im folgenden Kapitel werden die Begriffe Phubbing, Phubber und Phubee erklärt und das Forschungsfeld abgegrenzt. Weiters werden Zahlen zur Verbreitung von Phubbing präsentiert und eine Einschätzung gegeben, ob Phubbing bereits zu einer sozialen Norm geworden ist.

3.1 Der Begriff Phubbing

Phubbing setzt sich aus den beiden englischen Begriffen „Phone“ (= Telefon) und „Snubbing“ (= jmd. brüskieren, beleidigen, vor den Kopf stoßen, abweisen, verächtlich behandeln) zusammen (McCann, 2013; PONS Langenscheidt GmbH, o. D.). Man versteht darunter das Verhalten, sich in Anwesenheit anderer Personen mit dem Mobiltelefon zu beschäftigen und diese dadurch zu ignorieren (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

Der Begriff Phubbing entstand 2013 im Zuge einer Marketing-Kampagne der Werbeagentur McCann (2013). Man erfand für den australischen Wörterbuchverlag *Macquarie Dictionary* ein fiktives Wort, um die neue Ausgabe eines Wörterbuchs zu bewerben (McCann, 2014). Im Rahmen dieser Kampagne wurde die fiktive Initiative „Stop Phubbing“ gestartet, in der auf satirische, überspitzte Weise auf die Folgen von Phubbing hingewiesen und dazu aufgerufen wird, diese negative Verhaltensweise in unserer Gesellschaft zu stoppen. Teil der Kampagne war neben einer Facebook-Seite¹, einem YouTube-Video² und diversen Werbeartikeln auch die aufwendig gestaltete Website³ *stopphubbing.com*. Dort wurde Phubbing folgendermaßen definiert: „The act of snubbing someone in a social setting by looking at your phone instead of paying attention“ (McCann, 2013, o.S.). Anhand einer Reihe von Grafiken wurden außerdem (erfundene) Zahlen und Daten rund um Phubbing präsentiert. Zwei beispielhafte Ausschnitte der Website sind in den Abbildungen 1 und 2 zu sehen.



Abbildung 1 und 2: Satirische Grafiken auf der Website stopphubbing.com (McCann, 2013)

¹ Die Facebook-Seite existiert nicht mehr

² Das YouTube-Video ist nach wie vor abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=hLNhKUJiaEw>

³ Die Website ist heute nicht mehr online. Es ist aber eine Kopie der damaligen Website verfügbar unter <https://web.archive.org/web/20190107085241/http://stopphubbing.com>

Die Kampagne stellte sich als sehr erfolgreich heraus und das Phänomen Phubbing ging viral. Es verbreitete sich innerhalb eines Jahres von Australien aus in mehr als 50 Länder und fand weltweiten medialen Anklang (Design and Art Direction [D&AD], 2014). Sogar seriöse Medien wie die *Süddeutsche Zeitung* (Metallinos, 2013), *Der Tagesspiegel* (Röhlig, 2013a), die *Oberösterreichischen Nachrichten* (2013) und *The Guardian* (2013) nahmen den Begriff und die Kampagne in ihre Berichterstattung auf, da sie davon ausgingen, sie seien real. Im Oktober 2013 gab McCann schließlich bekannt, dass es sich bei der „Stop Phubbing“ Initiative um eine Werbekampagne für einen Wörterbuchverlag handelte (Röhlig, 2013b). Ziel der Kampagne war es laut McCann, einerseits das neue Wörterbuch zu bewerben und dessen Absatzzahlen zu steigern, andererseits aber auch, die Gesellschaft auf ein Phänomen aufmerksam zu machen, das allgegenwärtig ist, für das es aber bis dahin noch keinen Namen gab (D&AD, 2014).

3.2 Phubbing als Forschungsfeld

Der Begriff Phubbing hat sich mittlerweile in der Forschung für das Verhalten, das Smartphone in Anwesenheit anderer zu benutzen, etabliert. Googelt man den Begriff heute, so erhält man über eine Million Treffer in 0,37 Sekunden. Auch wenn es sich ursprünglich um einen Marketing-Gag handelte, verdeutlicht die enorme Verbreitung des Begriffs seine gesellschaftliche Relevanz. Phubbing hat sich in den letzten Jahren zu einem Phänomen entwickelt, das weltweites Interesse bei Forscher*innen weckt (Capilla Garrido, Issa, Gutiérrez Esteban & Cubo Delgado, 2021). Da es sich um ein relativ junges Forschungsfeld handelt, ist dessen Abgrenzung teilweise schwierig. Welche Verhaltensweisen unter Phubbing fallen, kann sich dadurch von Publikation zu Publikation unterscheiden. Oftmals gibt es unterschiedliche Definitionen, je nachdem ob die Mobiltelefon-Nutzung nur dann als Phubbing gilt, wenn sie dezidiert während einer face-to-face-Interaktion stattfindet (unter anderen Chotpitayasunondh 2018; David & Roberts 2017, Karadağ et al., 2015; 2016) oder aber generell während sozialen Aktivitäten (unter anderen Vanden Abeele et al., 2016; Ugur & Koc, 2015).

In der vorliegenden Arbeit bezieht sich Phubbing in Anlehnung an Chotpitayasunondh (2018, S. 8) auf das Verhalten des teilweisen oder vollständigen Ignorierens einer oder mehrerer Personen während face-to-face-Interaktionen, indem man seine Aufmerksamkeit auf sein Mobiltelefon richtet, statt mit dem Gegenüber zu interagieren. Phubbing kann an jedem Ort und zu jeder Zeit geschehen – und zwar immer dann, wenn eine soziale Interaktion vorausgesetzt oder erwartet wird, wie es beispielsweise bei Zusammenkünften mit Freunden und Familie, beim Essen oder während Meetings der

Fall ist (Nazir & Pişkin, 2016, S. 41). Das Verwenden eines Smartphones in Situationen, in denen keine Interaktion erwartet wird, wird nicht als Phubbing gewertet (Chotpitayasunondh, 2018, S. 8). Beispielsweise fällt es nicht unter Phubbing, wenn jemand in der U-Bahn oder während eines Kinofilms seinen Blick auf das Smartphone gerichtet hat – immer unter der Voraussetzung, dass zu diesem Zeitpunkt keine soziale Interaktion stattfindet.

3.3 Phubber und Phubee

Beim Phubbing gibt es immer zwei Perspektiven: die des Phubbers und die des Phubees. Ein Phubber ist eine Person, die ihr Gegenüber ignoriert, um stattdessen ihr Smartphone zu benutzen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Als Phubee wird jene Person bezeichnet, die das Phubbing erfährt, also vom Gegenüber zugunsten eines Smartphones ignoriert wird (2018). Manchmal werden Phubees selbst zu Phubbern indem sie das Verhalten ihres Gegenübers erwidern und sich dazu verleiten lassen, ebenfalls das Smartphone zu zücken (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016, siehe auch Kapitel 5.1.6).

3.4 Verbreitung von Phubbing

Phubbing scheint in unserer Gesellschaft allgegenwärtig zu sein. Zwar ist es nur den wenigsten ein Begriff, die meisten haben es aber wahrscheinlich schon erlebt oder zumindest beobachtet und wissen, was damit gemeint ist, wenn man es ihnen erklärt. Bisher gibt es aber nur wenige Studien, in denen die Verbreitung von Phubbing empirisch untersucht wurde. Eine davon ist eine umfangreiche explorative Beobachtungsstudie von Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann und Ling (2019) in der das Vorkommen, die Häufigkeit und die Dauer von Phubbing erhoben wurden. Dazu wurden 200 Student*innen in einem Restaurant während Zweiergesprächen jeweils für eine Zeitspanne von zehn Minuten beobachtet und ihr Phubbing-Verhalten analysiert. In mehr als 60 Prozent der Gespräche wurden Smartphones benutzt. Im Durchschnitt wurde pro Gespräch dreimal zum Smartphone gegriffen und insgesamt mehr als drei Minuten gephubbt, was fast einem Drittel der Gesprächszeit entspricht. Ein interessanter Aspekt der Studie: Nur wenige Studierende konnten im Nachhinein ihre eigene Smartphone-Nutzung und jene ihres Gegenübers korrekt wiedergeben, was darauf hindeutet, dass Phubbing bereits normativ ist und in der Regel nicht bewusst geschieht. Es handelte sich bei den Befragten um eine rein studentische und dadurch sehr

homogene Stichprobe, weshalb die Ergebnisse der Studie nicht für alle Alters- und Bildungsschichten gelten.

Kruger und Kolleg*innen (2017) führten eine Beobachtungsstudie auf einem Universitätscampus in den USA durch. Sie beobachteten das Mobiltelefon-Verhalten von Personen, die sich in Wartebereichen wie beispielsweise Bushaltestellen, Warteschlangen in Cafeterias etc., aufhielten. Über 60 Prozent der beobachteten Personen nutzten während des Wartens ihr Mobiltelefon. Befanden sich die Personen in einem Gespräch, war die Tendenz zum Mobiltelefon zu greifen mit 43 Prozent etwas geringer. Bei den Personen ohne Gesprächspartner*in lag der Anteil bei 70 Prozent. Auch hier handelte es sich wieder um eine überwiegend studentische Stichprobe.

Daneben gab es noch mehrere Befragungsstudien, die ebenfalls zeigen, dass Phubbing zur gängigen Praxis geworden ist: In einer Befragung von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) gaben über 60 Prozent der Befragten an, dass sie ihr Smartphone verwenden, wenn sie persönliche Gespräche mit anderen führen. In einer Studie von Chotpitayasunondh und Douglas (2016) sagten 55 Prozent der Befragten, dass sie mindestens einmal pro Tag oder öfter ge-phubbt werden und 44 Prozent, dass sie selbst mindestens einmal pro Tag oder öfter andere Personen phubben. Auch in einer Studie über Phubbing in der Partnerschaft, gab fast die Hälfte der Befragten an, dass sie von ihrem/ihrer Partner*in regelmäßig ge-phubbed werden (Roberts & David, 2016). In einer Studie von Ranie und Zickuhr (2015) sagten sogar fast 90 Prozent der Befragten, dass sie ihr Smartphone während ihrer letzten sozialen Interaktion benutzt haben und dass dies 86 Prozent der Gesprächspartner*innen ebenfalls taten.

3.5 Warum Phubbing negative Auswirkungen haben kann

Bei Gesprächen erwarten wir im Allgemeinen, dass uns unsere Gesprächspartner*innen zuhören und ihre ungeteilte Aufmerksamkeit schenken (Burgoon & Hale, 1988). Diese signalisieren sie uns durch Blickkontakt, eine zugewandte Körperhaltung und entsprechende Reaktionen auf Erzählungen oder Fragen (Vanden Abeele et al., 2019). Beim Phubbing teilt sich die Aufmerksamkeit jedoch auf zwei parallele Handlungen auf: die Interaktion im realen Leben und die virtuelle Interaktion (2019). Die Aufteilung der Aufmerksamkeit auf mehrere Aufgaben, sogenanntes Multitasking, ist kognitiv anspruchsvoll und führt in der Regel zu einer schlechteren Leistung bei beiden Aufgaben (Salvucci & Taatgen, 2008). Verglichen mit dem Konsum anderer Medien, ist die Smartphone-Nutzung geistig noch fordernder, da sie zum Teil mit sozialen Interaktionen

einhergeht (Halpern & Katz, 2017). Während man sich beispielsweise beim Fernsehen oder Radio hören einfach berieseln lassen kann, tut man bei der Smartphone-Nutzung in der Regel aktiv etwas und antwortet auf Nachrichten oder ist in sozialen Netzwerken aktiv. Konzentriert man sich nun auf die Inhalte am Smartphone, ist es nicht mehr möglich gleichzeitig das Gespräch weiterzuführen. Die phubbingende Person befindet sich in einem dichotomen Zustand der „Absent Presence“, in dem sie zwar physisch anwesend, aber geistig abwesend ist (Gergen, 2002). Infolgedessen können die Aufmerksamkeit und das Interesse am Gespräch nicht mehr entsprechend signalisiert werden: der Blickkontakt wird abgebrochen, Mimik und Gestik sind eingeschränkt und auf Fragen bzw. Aufforderungen wird verzögert oder gar nicht reagiert (Aagaard, 2016).

Diese Zeichen für Aufmerksamkeit und Interesse sind jedoch wichtig, um gute Gespräche führen und eine vertrauensvolle Beziehung aufbauen zu können (Greene, Derlega, & Mathews, 2006). Laut Vanden Abeele und Postma-Nilsenova (2018) ist besonders der Blickkontakt essenziell für die Entwicklung von Zugehörigkeit und Nähe in sozialen Interaktionen. Ein dem Gegenüber zugewandter Blick signalisiert (2018) Anziehung und Sympathie, wohingegen ein abgewandeter Blick Desinteresse zeigt. In einer Studie von Karadağ und Kolleg*innen (2016) wird mangelnder Blickkontakt als einer der Hauptgründe dafür genannt, dass Phubbing-Verhalten störend empfunden wird. Chotpitayasunondh und Douglas (2018) weisen darauf hin, dass die Abwendung des Blicks ein zentrales Merkmal von Phubbing-Verhalten ist und dazu führt, dass Gesprächspartner*innen soziale Ablehnung erfahren. Diese Prozesse dürften also mitunter die Gründe dafür sein, warum Phubbing negative Auswirkungen haben kann (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018).

3.6 Phubbing als soziale Norm?

Phubbing ist in der heutigen Gesellschaft ein weit verbreitetes Verhalten, das in verschiedenen Situationen beobachtet werden kann (Vanden Abeele et al., 2019). Gleichzeitig sind die Regeln der Nutzung von Smartphones in sozialen Situationen nicht klar definiert (Schnauber-Stockmann & Mangold, 2020). Es stellt sich daher die Frage, ob Phubbing inzwischen zu einer sozialen Norm geworden ist.

Soziale Normen sind allgemein anerkannte Regeln für akzeptiertes bzw. von anderen erwartetes Verhalten in einer Gesellschaft (Stangl, 2022). Während die Entwicklung und Etablierung neuer Normen früher oft Jahrzehnte oder sogar Jahrhunderte dauerte, wandeln sich Normen heutzutage wesentlich schneller, was unter anderem auf den

technologischen Fortschritt zurückzuführen ist (Simpson, 2010; Vorderer, Hefner, Reinecke & Klimmt, 2018). Die Einführung des Telefons und später des Smartphones veränderten die Normen der zwischenmenschlichen Kommunikation grundlegend (Montag, 2018). Heutzutage sind Smartphones in unserer Gesellschaft weitaus präsenter als noch vor einigen Jahren und die Abhängigkeit von technischen Geräten ist deutlich größer geworden (Montag, 2018; Statista, 2022d). Diese Entwicklungen könnten zu einer erhöhten Akzeptanz der Nutzung von Smartphones während sozialen Interaktionen beigetragen haben.

Menschen neigen dazu, neue Normen schnell zu übernehmen, indem sie das Verhalten von anderen beobachten und dieses Verhalten dann selbst annehmen (Miller & Prentice, 1996; Sunstein, 1996). Laut Chotpitayasunondh und Douglas (2016) spielt hierbei das Prinzip der Reziprozität bzw. Gegenseitigkeit, das in Kapitel 5.1.6 noch genauer vorgestellt wird, eine große Rolle. In ihrer Studie fanden sie heraus, dass einerseits das eigene Phubbing-Verhalten und andererseits die selbst gemachte Erfahrung, ge-phubbt zu werden, das Ausmaß bestimmten, in dem Phubbing als Norm wahrgenommen wurde. Wenn wir ein Verhalten in unserer Umgebung häufig beobachten, nehmen wir an, dass es gesellschaftlich akzeptiert ist, und führen es deshalb auch selbst aus. Das gegenseitige Phubben und Ge-phubbt-Werden, kann also mit ein Grund sein, warum es immer mehr zur gängigen Praxis wird, sein Smartphone während Gesprächen zu verwenden (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016).

Laut Cialdini, Reno und Kallgren (1990) gibt es zwei Arten von Normen: „descriptive norms“ (deskriptive Normen) und „injunctive norms“ (injunktive Normen). Erstere basieren auf Beobachtungen des Verhaltens anderer Personen und werden als typisch und normal erachtet, weil sie dem Verhalten der meisten Menschen entsprechen. Zweitere beschreiben, ob das Verhalten als angemessen und moralisch erachtet wird oder nicht. Chotpitayasunondh und Douglas (2016) wendeten diese Unterscheidung in ihrer vorhin erwähnten Studie theoretisch auf Phubbing an: während bei den deskriptiven Normen beobachtet wird, inwiefern Phubbing-Verhalten vorkommt, wird bei den injunktiven Normen bewertet, ob Phubbing ein angemessenes Verhalten ist oder nicht. In den meisten Fällen sind deskriptive und injunktive deckungsgleich, weil das, was als üblich wahrgenommen wird, auch als gesellschaftlich anerkannt gilt und umgekehrt (Cialdini et al., 1990). Dementsprechend unterschieden Chotpitayasunondh und Douglas (2016) nur theoretisch zwischen den beiden Konzepten, fassten diese aber in ihrer empirischen Untersuchung zu einer Skala zusammen. Eine Studie von Leuppert und Geber (2020) kam hingegen zum Ergebnis, dass sich deskriptive und injunktive

Normen beim Phubbing sehr wohl unterscheiden, und zwar insofern, als Phubbing zwar als durchaus üblich, aber nicht als gesellschaftlich anerkannt wahrgenommen wird. Darüber hinaus zeigten die Ergebnisse der Studie, dass sich Menschen bei ihrem eigenen Phubbing-Verhalten eher an der Wahrnehmung orientieren, dass Phubbing weit verbreitet ist und weniger daran, dass Phubbing gesellschaftlich nicht anerkannt ist. Daraus lässt sich schließen, dass Phubbing in erster Linie dadurch legitimiert wird, dass andere es ebenfalls machen. Eine Studie von Schneider und Hitzfeld (2019) untersuchte den Einfluss von injunktiven Normen auf das Phubbing-Verhalten in privaten Zweiergesprächen zwischen Freund*innen und stellte einen negativen Zusammenhang fest. Je stärker sich eine Person an die injunktiven Normen hielt, desto weniger neigte sie auch selbst zum Phubbing.

Die bereits erwähnte Feldstudie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2019) stellte fest, dass Phubbing in Gesprächen zwar sehr häufig vorkommt (in 62% der beobachteten Gespräche), es aber nicht immer von allen wahrgenommen wird. Etwa ein Viertel der Personen – sowohl Phubbees als auch Phubber – konnten nicht korrekt wiedergeben, ob im Gespräch zum Smartphone gegriffen wurde oder nicht. Eine aktuelle mehrteilige Studie von Barrick, Barasch und Tamir (2022) zeigte außerdem, dass Menschen sich zwar der schädlichen Auswirkungen der Smartphone-Nutzung anderer Personen in sozialen Situationen bewusst sind, die negativen Folgen ihrer eigenen Nutzung aber teilweise unterschätzen (Studie 3). Das kann damit erklärt werden, dass Menschen ihrer eigenen Smartphone-Nutzung positive Motive zuschreiben und glauben, dass diese etwas Gutes zur sozialen Interaktion beiträgt und gleichzeitig ihre Fähigkeit zum Multitasking im Vergleich zu anderen überschätzen (Studie 4). Die Ergebnisse, dass Phubbing von einigen Personen überhaupt nicht wahrgenommen wird und dass manche glauben, ihre eigene Smartphone-Nutzung (im Gegensatz zur Nutzung anderer) trägt positiv zu sozialen Interaktionen bei, könnten Hinweise darauf sein, dass es sich bei Phubbing zum Teil bereits um ein normatives Verhalten handelt.

Dass sich die Normen der Smartphone-Nutzung mit der Zeit verändern, zeigt auch ein Vergleich von Studien zur Wahrnehmung von Phubbing verschiedener Generationen. Während ältere Personen, die nicht mit digitalen Medien aufgewachsen sind, eine weitgehend negative Einstellung gegenüber Phubbing haben und es als unaufmerksames und beleidigendes Verhalten ansehen, das sie isoliert (Kadylak et al., 2018), tolerieren jüngere, Smartphone-affine Personen die Smartphone-Nutzung hingegen in bestimmten Situationen (Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017). Als unangemessen wurde die Smartphone-Nutzung dann eingestuft, wenn es sich um ein

(ernstes) Gespräch von Angesicht zu Angesicht handelte und die Interaktion mit dem Smartphone Langeweile signalisierte. Wenn es sich hingegen um eine zwanglose, alltägliche soziale Interaktion bzw. um ein Gespräch mit mehreren Personen handelte und die Smartphone-Nutzung nicht von langer Dauer war, wurde sie nicht als Phubbing angesehen. Zudem hatten viele Verständnis dafür, wenn Personen das Phubbing damit begründeten, dass sie auf eine Nachricht reagieren müssen, weil Personen aus ihrem Umfeld erwarten, dass sie sie erreichen können (Miller-Ott & Kelly, 2015a, 2017). Eine Studie von Winkelmann und Geber (2022) zeigte aber, dass sich jüngere Personen der normativen Unterschiede zwischen den Generationen betreffend die Wahrnehmung von Phubbing durchaus bewusst sind und ihre Smartphone-Nutzung bei Interaktionen mit der älteren Generation einschränken. Auch eine Befragung von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) bestätigt dieses Bild: die Teilnehmer*innen gaben an, innerhalb der Familie eher Partner*innen, Eltern und Kinder zu phubben als Großeltern.

Dass die Smartphone-Nutzung von jüngeren Personen nur unter bestimmten Umständen als Phubbing eingestuft wird und Phubbing von manchen Personen gar nicht als solches wahrgenommen wird, deutet darauf hin, dass sich die Normen der Smartphone-Nutzung in Gesprächen bereits verändert haben. Das bedeutet aber nicht, dass Phubbing generell ein akzeptiertes Verhalten ist, denn mehrere Studien belegen die negative Wahrnehmung von Phubbing und dessen Auswirkungen auf soziale Interaktionen (der Forschungsstand dazu wird im Kapitel 5.2 vorgestellt). Diese Studien bestätigen wiederum die Ergebnisse der eben erwähnten Studie von Leuppert und Geber (2020), die zeigte, dass Phubbing zwar einerseits als gängiges, aber andererseits als gesellschaftlich nicht akzeptiertes Verhalten wahrgenommen wird.

4 MODELLE UND THEORIEN ZUR WAHRNEHMUNG UND WIRKUNG VON PHUBBING

Obwohl das Phänomen Phubbing in den letzten Jahren vermehrt erforscht wurde, gibt es bisher noch keinen anerkannten theoretischen Rahmen, der die unterschiedlichen Perspektiven vereint und dem bereits vorhandenen Theoriewissen Struktur verleiht. Vielmehr wird Phubbing aus den Blickwinkeln verschiedener kommunikationswissenschaftlicher und sozialpsychologischer Theorien und Modelle betrachtet. Die vier am häufigsten in der Literatur erwähnten Ansätze, die in der Phubbing-Forschung Anwendung finden, sind die *Expectancy Violations Theory* (Burgoon, 1993), die *Politeness Theory* (Brown & Levinson, 1987), das *Temporal Need-Threat-Model of Ostracism* (Williams, 2009) und das Modell des *Attentional Conflict* (welches auf der *Distraction-Conflict-Theory* von Baron, 1986 basiert).

Die *Expectancy Violations Theory* und die *Politeness Theory* beschäftigen sich damit, wie bestimmte Verhaltensweisen in sozialen Situationen wahrgenommen und bewertet werden und eignen sich darum besonders gut als theoretischer Bezugsrahmen für diese Arbeit. Um das Phänomen Phubbing ganzheitlich zu erfassen und dessen Wirkungsweisen auf mehreren Ebenen zu verstehen, wird aber auch auf die beiden anderen Ansätze eingegangen, da auch diese im Zusammenhang mit Phubbing wertvolle Erkenntnisse liefern können.

Es werden nun jeweils zuerst die Theorie bzw. das Modell erklärt und anschließend relevante Studien vorgestellt, in denen der jeweilige Ansatz in Verbindung mit Phubbing angewendet wurde. Studien, die an anderer Stelle bereits erläutert wurden oder noch werden, werden hier nur kurz angeschnitten und jeweils auf das Kapitel verwiesen, in dem diese genauer nachzulesen sind. Abschließend werden die vier Ansätze miteinander verknüpft. Ausgangspunkt dafür ist das von Vanden Abeele (2020) entwickelte "Attention-Arousal-Attribution Framework of Phubbing". Dieses ist ein erster Versuch, die vorhandenen Theorien in einem Rahmenwerk zu vereinen, und umfasst die eben erwähnten Ansätze mit Ausnahme der *Politeness Theory*. Das Rahmenwerk wird am Ende des Kapitels vorgestellt. Darüber hinaus wird versucht, auch die *Politeness Theory* in Vanden Abeeles theoretische Überlegungen zu integrieren.

4.1 Expectancy Violations Theory

Bei der *Expectancy Violations Theory* (EVT, Theorie der Erwartungsverletzungen) handelt es sich um eine Kommunikationstheorie, die die Auswirkungen von Erwartungsverletzungen in der zwischenmenschlichen Kommunikation analysiert (Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988). Menschen haben Erwartungen darüber, welches Verhalten in einer bestimmten sozialen Situation angemessen ist. Wenn sich andere Menschen nicht dementsprechend verhalten und damit diese Erwartungen verletzen, kann das bei uns Irritation („arousal“) auslösen (Burgoon, 1993). Die EVT erklärt, wie Menschen solche unerwarteten Verhaltensweisen wahrnehmen und wie sie auf Erwartungsverletzungen reagieren. Die wichtigsten Komponenten der Theorie sind „Expectancies“ (Erwartungen), „Violation valence“ (Wertigkeit von Verstößen) und „Communicator reward valence“ (Wertigkeit der Kommunikatorbelohnung) (Burgoon, 1993; Burgoon, 2009; Burgoon, 2016; Burgoon & Hale, 1988). Diese werden nun genauer erklärt.

Die EVT geht davon aus, dass wir in sozialen Situationen bestimmte Erwartungen („**Expectancies**“) an unsere Mitmenschen haben, die sie mit ihrem Verhalten entweder bestätigen oder verletzen (Burgoon, 1993, S. 31-32). Welche Erwartungen wir an eine Person haben, hängt von drei Faktoren ab: der Person selbst (Geschlecht, Alter und Herkunft, aber auch Persönlichkeit, Äußeres und Kommunikationsstil), der Beziehung (Verhältnis der interagierenden Personen zueinander, Vertrautheit, Sympathie, Statusgleichheit) und dem Kontext (Umgebung, Formalität und Art der Interaktion) (1993). Je nachdem wie nahe wir einer Person stehen, variieren unsere Erwartungen an sie. Bei Fremden basieren unsere Erwartungen vorwiegend auf sozialen Normen, Regeln und Mustern, die für eine bestimmte Kultur, einen Personenkreis oder einen Kontext typisch sind. In etablierteren Beziehungen entwickeln wir spezifische Erwartungen an die jeweilige Person, die auf unseren individuellen Vorkenntnissen über die Person basieren und darauf, wie ihr Verhalten von den allgemeinen Normen, Regeln und Mustern typischerweise abweicht (Burgoon, 1993; Burgoon, 2009).

Wenn wir uns in unseren Erwartungen verletzt fühlen, irritiert uns das. Wir versuchen daraufhin diese Irritation zu verringern, indem wir der Verletzung ein Motiv und eine Bedeutung („**Violation valence**“) zuschreiben (Burgoon, 1988, S. 63). Diese ergibt sich daraus, inwieweit das Verhalten von dem abweicht, was wir erwartet haben und ob es besser oder schlechter als erwartet ist. Je nachdem kann eine Erwartungsverletzung als negativ oder positiv bewertet werden. Bestimmte Verhaltensweisen werden tendenziell

als eher positiv oder negativ wahrgenommen, während andere Verhaltensweisen mehrdeutig sind und mehr Informationen zur Einordnung erfordern (Kelly, Miller-Ott & Duran, 2017).

In diesen Fällen liefert eine Bewertung der Person, die die Erwartungsverletzung verursacht hat, zusätzliche Informationen. Es wird anhand verschiedener Eigenschaften wie Attraktivität, Charme, Glaubwürdigkeit, Charakter, Intelligenz usw. beurteilt, wie lohnend die Interaktion mit der Person ist („**Communicator reward valence**“) (Burgoon, 1993, S. 33). Ebenso spielen Merkmale wie Geschlecht, Alter, Kommunikationsstil und Status eine Rolle (Burgoon, 2009). Die Beurteilung der Person beeinflusst die Wahrnehmung dessen, was eine negative Erwartungsverletzung darstellt. Eine Handlung von einer Person mit hoher „reward valence“ kann als positiv angesehen werden, während dieselbe Handlung von einer Person mit geringerer „reward valence“ als negativ angesehen wird (Miller-Ott & Kelly, 2015b)

4.1.1 Phubbing aus dem Blickwinkel der Expectancy Violations Theory

Während eines Gesprächs erwarten wir von unserem Gegenüber die ungeteilte Aufmerksamkeit. Diese wird durch Blickkontakt, eine zugewandte Körperhaltung und die unmittelbare Reaktion auf Fragen bzw. Aufforderungen signalisiert (Vanden Abeele, 2020). Werden wir während eines Gesprächs gephubbt, sind diese Verhaltensweisen nicht gegeben, wodurch unsere Erwartungen verletzt werden können (Kadylak, 2020; Kadylak et al., 2018; Kelly, Miller-Ott & Duran, 2017; Miller-Ott & Kelly, 2015b). Wir versuchen unterbewusst, die dadurch entstandene Irritation zu reduzieren, indem wir unserem Gegenüber (und nicht uns selbst) Eigenschaften zuschreiben, die die Verletzung erklären (Burgoon, 1993). Das kann dazu führen, dass die Person einen negativeren Eindruck bei uns hinterlässt, und auch die Beziehungsqualität und die Gesprächsqualität schlechter bewertet werden (Vanden Abeele, 2020; Vanden Abeele et al., 2016).

Ob die Verwendung eines Smartphones in Gesprächen die Erwartungen der Gesprächspartner*innen verletzt, hängt entsprechend der *Expectancy Violations Theory* von verschiedenen Faktoren ab (Kontext, Person und Beziehung). Diese Unterschiede spiegeln sich auch in den Forschungsarbeiten wider, die dazu durchgeführt wurden. Studien haben beispielsweise gezeigt, dass der Kontext, in dem das Phubbing geschieht, eine wichtige Rolle spielt. Insbesondere in Situationen, in denen wir ungeteilte Aufmerksamkeit erwarten, kann Phubbing zu Erwartungsverletzungen führen. In einer

Fokusgruppen-Studie gaben die Teilnehmer*innen an, dass sie bei expliziten Verabredungen andere Erwartungen an ihre/n Partner*in haben, als bei zwanglosen Settings (Miller-Ott & Kelly, 2015b). Phubbing verletzte ihre Erwartungen bei Dates oder während intimen Momenten mehr, beim zwanglosen „Rumhängen“ dagegen weniger. In ähnlicher Weise wurde das Phubbing durch Freund*innen während persönlicher Interaktionen eher als eine negativere Erwartungsverletzung beschrieben als in zwanglosen Kontexten (Miller-Ott & Kelly, 2017).

Des Weiteren variiert die negative Wahrnehmung von Phubbing mit persönlichen Eigenschaften wie dem Alter (Person). Kadylak führte zwei Studien darüber durch, wie ältere Erwachsene das Phubbing-Verhalten von jüngeren Personen wahrnehmen und ob dadurch ihre Erwartungen verletzt werden (Kadylak, 2020; Kadylak et al., 2018). In der ersten Studie (Kadylak et al., 2018) wurden Fokusgruppen-Interviews mit Personen ab 59 Jahren geführt. Diese ergaben, dass die Smartphone-Nutzung der jüngeren Generation bei persönlichen Gesprächen und Familientreffen gegen die Erwartungen der älteren Generation verstößt. Insbesondere die Nutzung von Smartphones während Face-to-Face-Gesprächen wurde als Zeichen der Unaufmerksamkeit, als beleidigend und als störend für die Kommunikationsqualität sowie das Zusammengehörigkeitsgefühl angesehen. Die zweite Studie (Kadylak, 2020) untersuchte den Zusammenhang von Phubbing und dem Wohlbefinden älterer Erwachsener ab 65 Jahren. Die Ergebnisse der Umfrage zeigten, dass ältere Personen, die Erwartungsverletzungen durch Phubbing von jüngeren Familienmitgliedern erlebten, mit höherer Wahrscheinlichkeit über ein geringeres Wohlbefinden berichten. Sie fühlten sich nicht respektiert und unbedeutend. Im Gegensatz dazu nannten die jungen Teilnehmer*innen der beiden Studien von Miller-Ott und Kelly (2015b, 2017) auch verschiedene Situationen, in denen Phubbing akzeptabel ist.

Neben dem Kontext und den Eigenschaften einer Person spielt im Sinne der EVT beim Phubbing noch ein dritter Faktor eine Rolle, nämlich die Beziehung, in der die Interaktionspartner*innen zueinanderstehen. Laut EVT haben wir unterschiedliche Erwartungen an eine Person, je nachdem, ob wir sie kennen oder nicht. Eine Befragung von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) ergab, dass Menschen ihre Familienmitglieder und Freund*innen eher phubben als Unbekannte und Personen am Arbeitsplatz (und dabei am wenigsten Vorgesetzte). Eine Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016) zeigte, dass es bei der Bewertung des Phubbing-Verhaltens keine Rolle spielte, ob sich die Personen kannten oder nicht. Neben diesen Studien gibt es noch weitere Forschungsarbeiten, die die Rolle der Beziehung beim Phubbing untersuchten: Diese

beschäftigen sich beispielsweise mit Phubbing am Arbeitsplatz (vgl. Studien zu Boss-Phubbing, z.B. Roberts & David, 2020; Yasin, Bashir, Vanden Abeele & Bartels, 2020), in Liebesbeziehungen (vgl. Studien zu Partner-Phubbing, z.B. Beukeboom & Pollmann, 2021; Halpern & Katz, 2017) oder in Eltern-Kind-Beziehungen (vgl. Studien zu Parental-Phubbing, z.B. Solecki, 2022; Vanden Abeele, Abels & Hendrickson, 2020)

4.2 Politeness Theory

Die *Politeness Theory* (Gesichtskonzept) von Brown und Levinson (1987) geht davon aus, dass Menschen versuchen, gegenseitig ihr Gesicht zu wahren, indem sie sich in Gesprächen höflich verhalten. Im Zentrum der Theorie steht das „face“ (Gesicht), eine Art Selbstbild, das sich durch das Verhalten der Mitmenschen verändern kann und das es durch Höflichkeit zu wahren gilt. Jeder Mensch hat zwei Gesichter. Das positive „face“ beinhaltet den Wunsch nach Bestätigung, Wertschätzung und Anerkennung. Das negative „face“ spiegelt den Wunsch nach Unabhängigkeit und Handlungsfreiheit wider. (Brown & Levinson, 1987)

Zwar sind die Menschen grundsätzlich bemüht, ihr eigenes und das Gesicht ihres Gegenübers durch Höflichkeit zu wahren, jedoch passiert es oft, dass dieses versehentlich (oder auch bewusst) verletzt wird. Sogenannte „face threatening acts“ (Handlungen, bei denen man das Gesicht verlieren könnte) können sowohl das positive „face“ als auch das negative „face“ bedrohen. Zu den „face threatening acts“, die das positive „face“ bedrohen, gehört es, jemand zu kritisieren, zu ignorieren oder das Gefühl zu geben, unwichtig zu sein. „Face threatening acts“, die das negative „face“ bedrohen, sind Verhaltensweisen, die das Gegenüber zu einer bestimmten Handlung bewegen und es dadurch in der Handlungsfreiheit einschränken. Dazu zählen beispielsweise Befehle, Drohungen oder Vorschläge. „Face threatening acts“ können sowohl verbal als auch nonverbal ausgedrückt werden. Manche Menschen nutzen solche Verhaltensweisen, um ein Kommunikationsziel zu erreichen oder sich einen persönlichen Vorteil zu verschaffen. Meist passiert es aber unbewusst und ohne Absichten dahinter. In beiden Fällen können die Empfänger*innen dieses Verhalten aber als absichtlich wahrnehmen und darin eine Bedrohung ihres Gesichts sehen. Um eine Bedrohung abzuwenden und einen Gesichtsverlust zu vermeiden, gibt es verschiedene „Politeness strategies“ (Höflichkeitsstrategien), die sowohl für die Verletzung des positiven als auch des negativen „face“ angewendet werden können. (Brown & Levinson, 1987)

4.2.1 Phubbing aus dem Blickwinkel der Politeness Theory

Phubbing kann im Sinne der *Politeness Theory* als „face threatening act“ gesehen werden. Die Smartphone-Nutzung während Gesprächen verstößt gegen soziale Normen der Höflichkeit und kann zu einem Gesichtsverlust führen (Miller-Ott & Kelly, 2017). Mit dem Griff zum Smartphone und dem abgewendeten Blick wird dem Gegenüber nonverbal signalisiert, du bist nicht wichtig oder interessant genug, deshalb bekommst du keine Aufmerksamkeit von mir. Weiters wird durch verzögerte oder ausbleibende Reaktion auf Gesagtes auch verbal die mangelnde Wertschätzung des Gesprächspartners/der Gesprächspartnerin zum Ausdruck gebracht.

Bisher gibt es nur wenige Studien, die sich mit der *Politeness Theory* im Zusammenhang mit Phubbing auseinandergesetzt haben. Die erste Studie, die sich damit beschäftigte, ist eine qualitative Studie von Miller-Ott & Kelly (2017). In Fokusgruppen-Interviews wurden Student*innen befragt, wie sie das Phubbing von Freund*innen wahrnehmen und mit welchen Strategien sie darauf reagieren. Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass Phubbing vor allem für das positive „face“ eine Bedrohung darstellt, vereinzelt aber auch für das negative „face“. Viele Teilnehmer*innen betrachteten Phubbing als beleidigend und als Verstoß gegen die allgemeinen Höflichkeitsregeln. Die Smartphone-Nutzung signalisiere, dass die Person das Gegenüber langweilt oder sie nicht wichtig genug ist, um die volle Aufmerksamkeit zu erhalten. Die Teilnehmer*innen berichteten zudem über verschiedene Strategien, um ihr Gesicht nicht zu verlieren, wenn sie gephubbt werden. Beispielsweise war die gleichzeitige Nutzung des eigenen Smartphones eine solche Strategie (2017). Es ist anzumerken, dass die Aussagekraft der Ergebnisse dieser Studie aufgrund der kleinen, homogenen Stichprobe begrenzt ist.

Kelly, Miller-Ott und Duran (2019) führten eine weitere Studie zur Wahrnehmung von Phubbing im Zusammenhang mit der *Politeness Theory* durch. Mittels Befragung wurde erhoben, ob Menschen das Phubbing-Verhalten von Freund*innen als „face threatening“ wahrnehmen und wenn ja, ob sie darauf mit Höflichkeitsstrategien reagieren. Die Ergebnisse der Studie waren nicht eindeutig – viele Personen akzeptierten Phubbing und sahen es nicht als „face threatening act“ an, andere wiederum empfanden es durchaus als solchen. Wie auch schon in der Studie von Miller-Ott & Kelly (2017), war es insbesondere das positive „face“, das von Phubbing bedroht wurde. Dabei wurden bestimmte Verhaltensweisen, wie ein häufiger Blick auf das Smartphone oder das Spielen von Handyspielen, vermehrt als positiver „face threat“ bewertet. Betreffend die Anwendung von Höflichkeitsstrategien gaben die meisten Personen zwar an, nicht auf

„face threatening acts“ zu reagieren. Bei stärkerer Bedrohung war jedoch auch die Wahrscheinlichkeit höher, mit Höflichkeitsstrategien zu reagieren (Kelly, Miller-Ott & Duran, 2019).

4.3 Temporal Need-Threat Model of Ostracism

Unter *Ostracism* (Ächtung, soziale Ausgrenzung) versteht man das Ignorieren oder Ausgrenzen einer einzelnen Person oder Gruppe durch andere (Williams, 2009). Die Erfahrung, von einer sozialen Interaktion ausgeschlossen zu werden, kann unser Wohlbefinden negativ beeinflussen und unsere menschlichen Grundbedürfnisse bedrohen. Laut dem *Temporal Need-Threat Model of Ostracism* von Williams (2009) hat der Mensch vier grundlegende soziale Bedürfnisse: das Bedürfnis nach *Zugehörigkeit* („belonging“), das Bedürfnis ein hohes *Selbstwertgefühl* aufrechtzuerhalten („self-esteem“), das Bedürfnis, *Kontrolle* über das eigene soziale Umfeld zu haben („control“) sowie das Bedürfnis nach der eigenen *Daseinsberechtigung* („meaningful existence“).

Erleben Menschen soziale Ausgrenzung, reagieren sie nach dem *Ostracism Model* in drei aufeinander folgenden Phasen darauf (Williams, 2009). Sobald eine Person feststellt, dass sie ausgegrenzt wird, empfindet sie reflexhaft eine Art sozialen Schmerz („social pain“) und fühlt sich in ihren Grundbedürfnissen bedroht („reflexive stage“). Um diese Erfahrung zu bewältigen und ihre bedrohten Bedürfnisse zu stärken, beginnt sie über die Ausgrenzung zu reflektieren und schreibt sie kurzfristig externen Umständen zu („reflective stage“). Das kann beispielsweise in Form von Schuldzuweisungen geschehen und dazu führen, dass die ausschließende Person bei der ausgegrenzten Person einen schlechten Eindruck hinterlässt (Vanden Abeele, 2020). Überdies kann die Erfahrung auch mit einer negativen Selbsteinschätzung einhergehen und die ausgegrenzte Person dazu verleiten, darüber zu grübeln, wie sie selbst und ihre Handlungen während der Interaktion von anderen Personen wahrgenommen wurden (Vanden Abeele, 2020). Ist die Person der Ausgrenzung über einen längeren Zeitraum ausgesetzt und gelingt es ihr nicht damit umzugehen, kann das zu langfristigen Folgen wie Resignation, Gefühlen von Wertlosigkeit oder Hilflosigkeit und sogar Depression führen („resignation stage“) (Williams, 2009).

Die Forschung hat gezeigt, dass potenzielle soziale Ausgrenzung sehr schnell erkannt wird und es dabei teilweise zu Überreaktionen kommt – eine Verhaltensweise, die evolutionäre Ursprünge hat (Williams, 2009). Die Ausgrenzung aus einer Gruppe stellte eine kritische Bedrohung für das eigene Überleben dar, weshalb es fataler war, einen

echten Fall von Ausgrenzung zu übersehen, als Ausgrenzung zu erkennen, obwohl sie nicht stattfand. Deshalb erkennen Menschen heute selbst marginale Formen der Ausgrenzung sehr schnell (Hales, Dvir, Wesselmann, Kruger & Finkenauer, 2018; Williams, 2009).

4.3.1 Phubbing aus dem Blickwinkel des Ostracism Models

Soziale Ausgrenzung kann auf unterschiedliche Weisen kommuniziert werden. So kann beispielsweise die Verweigerung des Blickkontakts dazu führen, dass sich Menschen ausgeschlossen fühlen (Wirth, Sacco, Hugenberg & Kipling, 2010). Darüber hinaus können auch unangenehme Gesprächspausen, die durch das Nicht-Reagieren auf Fragen oder Aufforderungen entstehen, negative Gefühle auslösen (Koudenburg, Postmes, & Gordijn, 2011). Da beim Phubbing genau diese Verhaltensweisen zu beobachten sind, ist es naheliegend, dass die Nutzung des Smartphones während eines Gesprächs ähnlich negative Auswirkungen auf die Befriedigung sozialer Bedürfnisse und das Wohlbefinden der Menschen haben könnte (Hales et al., 2018). Das *Ostracism Model* wurde schon in mehreren Studien als theoretischer Rahmen herangezogen, um Phubbing und dessen Auswirkungen auf Phubees zu verstehen:

Gonzales und Wu (2016) verglichen in ihrer Studie die Auswirkungen von sozialer Ausgrenzung durch Phubbing auf der einen Seite und durch Ausschluss von einem Gespräch auf der anderen Seite. Es gab drei verschiedene Versuchsbedingungen: In der ersten Bedingung wurde die Versuchsperson in ein ausgeglichenes Gespräch mit zwei Confederates verwickelt, in dem alle drei Personen gleich oft zu Wort kamen (Kontrollbedingung). Die zweite Bedingung war zu Beginn gleich, doch ab der Hälfte des Gesprächs wurde die Versuchsperson von den beiden Confederates komplett ignoriert. In der dritten Bedingung fand ein Gespräch zwischen zwei Personen statt, wobei der dritte Akteur diesmal ein Smartphone war. Ab der Hälfte des Gesprächs griff der Confederaate zum Smartphone und ignorierte die Versuchsperson vollständig. Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass Phubbing im Vergleich zur Kontrollbedingung als ausgrenzender empfunden wurde. Verglichen mit dem Ausschluss aus einem Gespräch von zwei anderen Personen wurde Phubbing aber als weniger ausgrenzend erlebt. Obwohl die Nutzung des Smartphones in gewissem Maße ausgrenzend wirkte, hatte sie keine negativen Auswirkungen auf die sozialen Grundbedürfnisse der Phubees. Ausnahmen gab es bei Personen, die von „Phone Technostress“ berichteten (also bei denen Technologien wie Smartphones schnell Stressgefühle verursachen). Diese Personen erlebten eine Bedrohung der Bedürfnisse, wenn sie ge-phubbt wurden.

Auch Knausenberger, Giesen-Leuchter und Echterhoff (2022) untersuchten in einer zweiteiligen Studie die Effekte von Phubbing auf die psychologischen Grundbedürfnisse und das Gefühl von sozialer Ausgrenzung sowie auf die Stimmung. In der ersten Studie mussten sich die Proband*innen an eine Situation zurückerinnern, in der sie gephubbt wurden. In der zweiten Studie wurden in einem Labor-Experiment unterschiedlich intensive Phubbing-Situationen manipuliert (das Phubbing kam einmal, drei Mal oder gar nicht im Gespräch vor). Die Ergebnisse beider Studien zeigen, dass Phubbing negative Stimmung und Gefühle der Ausgrenzung auslöst und die Grundbedürfnisse bedroht. Studie 2 zeigte darüber hinaus, dass diese Auswirkungen stärker waren, wenn das Phubbing häufiger auftrat (dreimal vs. einmal).

Eine weitere Studie, die Phubbing als Form der Ausgrenzung einstuft, ist jene von Hales, Dvir, Wesselmann, Kruger und Finkenauer (2018). Sie untersuchten, ob sich Personen durch die Smartphone-Nutzung in einem Gespräch ausgegrenzt fühlen und die gleichen psychischen Folgen erleben wie bei anderen Formen der sozialen Ausgrenzung und ob das Gesprächsthema hierbei eine Rolle spielt. Im ersten Teil der Studie berichteten jene Proband*innen, die gephubbt wurden, von stärkerer Ausgrenzung und Bedrohung ihrer Grundbedürfnisse, als jene Proband*innen, die kein Phubbing erlebt hatten (Gesprächsbedingung ohne Phubbing und Kontrollbedingung). Der zweite Teil der Studie ergab, dass das Gesprächsthema (ernst versus locker) diese Ergebnisse nicht beeinflusste. Diese Studie wird im Kapitel 6 noch genauer vorgestellt.

Eine Studie von Chotpitayasunondh und Douglas (2018) kam zu dem Ergebnis, dass sich vermehrtes Phubbing negativ auf soziale Interaktionen auswirkt. Dabei erlebten die Personen, die intensiver gephubbt wurden, eine vergleichsweise größere Bedrohung ihrer Grundbedürfnisse als Personen, die weniger intensiv oder gar nicht gephubbt wurden. Insbesondere das Zugehörigkeitsbedürfnis war ein Mediator für die Effekte des Phubbings auf soziale Interaktionen. Auf die Ergebnisse dieser Studie wird im Kapitel 5.2.1 noch genauer eingegangen.

4.4 Attentional Conflict

Mithilfe der *Expectancy Violations Theory* (Burgoon, 1993), der *Politeness Theory* (Brown & Levinson, 1987) und des *Ostracism Need-Threat Model* (Williams, 2009) kann erklärt werden, wie Menschen das Phubbing ihres Gegenübers wahrnehmen und warum sie dieses Verhalten als Zeichen von Unaufmerksamkeit und Desinteresse interpretieren. Studien zeigen jedoch, dass auch die bloße Anwesenheit eines

Smartphones ausreichen kann, in sozialen Situationen negative Effekte auszulösen (Misra, Cheng, Genevie, & Yuan, 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Laut Vanden Abeele (2020) deutet dies darauf hin, dass es noch einen weiteren Mechanismus gibt, der in diesem Zusammenhang eine Rolle spielt, und zwar den sogenannten *Attentional Conflict* (Aufmerksamkeitskonflikt). Dieser basiert auf den Überlegungen der *Distraction-Conflict-Theory* von Baron (1986), die Folgendes besagt: Wenn Menschen Schwierigkeiten haben sich zu entscheiden, worauf sie ihre Aufmerksamkeit lenken, erleben sie einen Aufmerksamkeitskonflikt, der eine kognitive Überlastung verursachen kann. Auf diese kognitive Überlastung können Menschen reagieren, indem sie mentale Strategien und Schemata aktivieren, die ihre Wahrnehmungen und Bewertungen der Situation steuern (Baron, 1986).

Ein Aufmerksamkeitskonflikt entsteht dann, wenn ein Objekt in der Umgebung mit dem primären Aufmerksamkeitsfokus einer Person um Aufmerksamkeit konkurriert (Vanden Abeele, 2020). Wendet die Person ihre Aufmerksamkeit während eines Gesprächs dem Objekt zu, so kann bei ihrem Gegenüber der Eindruck entstehen, dass sie desinteressiert und abwesend ist (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Hinter dieser Bewertung steckt folgender automatisierter kognitiver Prozess: Wenn Menschen sich ein Urteil über den mentalen Zustand ihres/ihrer Interaktionspartner*in bilden wollen, stützen sie sich dabei unter anderem auf Blickwahrnehmungen (Shepherd, 2010). Richtet eine Person ihren Blick auf ein Objekt, nimmt die andere Person das wahr. Die Art des Objekts wird dann als Information genutzt, um zu beurteilen, warum sich der/die Gesprächspartner*in visuell auf das Objekt konzentriert und nicht auf sie (Wykowska, Wiese, Prosser & Müller, 2014). Wenn eine Person den Blick abwendet, um ein Objekt zu betrachten, das keine unmittelbare Relevanz für die soziale Interaktion hat, kann dies zu einer negativen Bewertung durch die beobachtende Person führen, die den fehlenden Blickkontakt als Zeichen von Desinteresse und Unaufmerksamkeit interpretiert (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018).

4.4.1 Phubbing aus dem Blickwinkel des Attentional Conflicts

Ein solches Objekt, auf das der Blick gerichtet wird, kann zum Beispiel ein Smartphone sein. Studien haben gezeigt, dass die bloße Anwesenheit eines Mobiltelefons während eines Gesprächs ausreichen kann, um die Gesprächs- und Beziehungsqualität während sozialen Interaktionen negativ zu beeinflussen (Misra et al., 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Dabei ist ein Smartphone nicht einfach nur *irgendein* Gegenstand, der ablenken kann, sondern es symbolisiert das digitale soziale Umfeld einer Person

außerhalb des unmittelbar ersichtlichen, räumlichen Kontextes (Misra et al., 2016). Es ist also in diesem Fall nicht nur das Objekt an sich, mit dem ein/e Gesprächspartner*in konkurrieren muss, sondern im weiteren Sinne ein ganzes soziales Netzwerk.

Dass es einen Unterschied macht, ob ein Smartphone oder ein anderer Gegenstand die Aufmerksamkeit eines/einer Gesprächspartner*in auf sich zieht, bestätigte auch eine Studie von Vanden Abeele und Postma-Nilsenova (2018). Sie fanden heraus, dass das Zugehörigkeitsgefühl („affiliation“) mehr darunter leidet, wenn der Blick während eines Gesprächs zu einem Mobiltelefon abschweift und geclubbt wird, als wenn stattdessen zu einer Zeitung gegriffen wird. Während Massenmedien wie Zeitungen oder Fernsehen zwar durch Information und Unterhaltung ebenfalls für Ablenkung sorgen können, basieren diese im Gegensatz zu Smartphones auf einseitiger Kommunikation. Als interaktives Medium, ermöglicht es uns ein Smartphone hingegen, sowohl mit anderen Menschen als auch mit dem Inhalt des Geräts zu interagieren. Das macht es schwieriger, es zu ignorieren oder in den Hintergrund zu drängen.

4.5 Verknüpfung der Ansätze

Mit jedem der vier vorgestellten Ansätze wird Phubbing aus einem bestimmten Blickwinkel betrachtet: Während es beim *Attentional Conflict* Modell (Baron, 1986) vor allem darum geht, dass die Aufmerksamkeit von dem/der Gesprächspartner*in hin zum Smartphone wandert, legen die *Expectancy Violations Theory* (Burgoon, 1993) und die *Politeness Theory* (Brown & Levinson, 1987) den Fokus darauf, wie Phubbing wahrgenommen wird. Beim *Ostracism Model* (Williams, 2009) ist wiederum zentral, was die soziale Ausgrenzung bei den Phubbees bewirkt. Die Ansätze unterscheiden sich zwar, was ihren theoretischen Fokus betrifft, es gibt aber zwischen allen Überschneidungen und sie lassen sich miteinander verknüpfen.

Vanden Abeele unternahm 2020 als erste den Versuch, einen allumfassenden theoretischen Rahmen für Phubbing zu schaffen und entwickelte das „Attention-Arousal-Attribution Framework of Phubbing“. Dieses vereint drei der erwähnten Ansätze – *Expectancy Violations*, *Ostracism* und *Attentional Conflict* – in einem Rahmenwerk und zeigt deren Gemeinsamkeiten auf: „All three require the interaction partner of the phubber to allocate attention to the phone and/or to the phubbing behavior; all involve a reflexive reaction in the form of arousal; all assume that the phubbee may respond to the arousal by attributing it – externally, via an evaluation of the phubber, the interaction and

the relationship, and internally, via an evaluation of the self. Hence, we can label this an Attention-Arousal-Attribution framework.” (Vanden Abeele, 2020: S. 164)

Aufbauend auf Vanden Abeeles Rahmenwerk lässt sich aber auch die *Politeness Theory* in die theoretischen Überlegungen integrieren. Verknüpft man alle Ansätze miteinander, finden beim Phubbing vereinfacht gesagt folgende Prozesse statt: Wir erwarten bei Gesprächen die volle Aufmerksamkeit unseres Gegenübers. Beim Phubbing wird diese aber weg vom Gespräch hin zum Smartphone gelenkt, was zu Aufmerksamkeitskonflikten (*Attentional conflict*) führen kann. Die Erwartungen an das Gespräch werden verletzt (*Expectancy violations*) und das Phubbing kann zu einem Gesichtsverlust der Phubbees führen (*Politeness Theory*). Dadurch können sie soziale Ausgrenzung erleben und sich in ihren Bedürfnissen verletzt fühlen (*Ostracism*).

5 STUDIEN ZU PHUBBING

Einige Studien zu Phubbing wurden schon in den vorangegangenen Kapiteln präsentiert. Auf den nächsten Seiten werden nun die Hintergründe und Auswirkungen von Phubbing beleuchtet und die relevanten Studien dazu vorgestellt.

5.1 Ursachen und Hintergründe von Phubbing

Der Fokus dieser Arbeit liegt zwar auf den Auswirkungen von Phubbing, um das Phänomen vollständig zu erschließen, wird aber an dieser Stelle auch auf die Forschung zu den Ursachen und Hintergründen von Phubbing eingegangen. In der vorhandenen Literatur werden bestimmte kognitive, emotionale und verhaltensbezogene Faktoren genannt, die das Phubbing-Verhalten begünstigen oder vorhersagen. Die wichtigsten Faktoren werden auf den folgenden Seiten beschrieben, wobei anzumerken ist, dass sich diese teilweise überschneiden.

Laut Bayer, Campell und Ling (2016) gibt es drei Arten von Trigger, die den Griff zum Mobiltelefon auslösen können: Technische Trigger ("technical cues") sind Benachrichtigungen und Signale vom Mobiltelefon (z. B. Klingeln oder Vibrieren). Räumliche Trigger ("spatial cues") sind Auslöser, die in der Umgebung der Person auftreten (z. B. Objekte, Orte, Situationen und andere Menschen). Mentale Trigger ("mental cues") ergeben sich aus den Emotionen und Gedanken der Personen. Die Ursachen, die nun vorgestellt werden, sind zum Großteil den mentalen Triggern zuzuordnen, teilweise aber auch den räumlichen Triggern. Auf die technischen Trigger wird nicht näher eingegangen, da diese selbsterklärend sind.

5.1.1 Fear of Missing Out (FOMO)

Einer der am häufigsten in der Literatur angeführten Gründe, wieso Menschen während sozialer Interaktionen zum Smartphone greifen, ist die sogenannte „Fear of Missing Out“ („FOMO“) – darunter versteht man die Angst, potenziell lohnenswerte Erfahrungen und Erlebnisse zu verpassen, die andere machen (Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell, 2013). Sie geht mit dem innerlichen Zwang einher, ständig auf dem Laufenden bleiben zu müssen, was die anderen tun und wird von den Sozialen Medien verstärkt oder sogar verursacht (Franchina et al., 2018). Plattformen wie Instagram und Facebook sind prädestiniert, um diesen Zwang auszuleben, da man dort laufend mit Informationen über das Sozialleben der Personen im eigenen Umfeld versorgt wird. Die ständige Angst,

etwas zu verpassen, führt zum gewohnheitsmäßigen Checken des Smartphones – auch in Gegenwart anderer Personen (Schneider & Hitzfeld, 2019). Zusammenhänge zwischen der „Fear of Missing Out“ und Phubbing wurden in mehreren Studien nachgewiesen (Balta, Emirtekin, Kircaburun & Griffiths, 2020; Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Franchina et al., 2018; Schneider & Hitzfeld, 2019; Tandon, Dhir, Talwar, Kaur & Mäntymäki, 2022). Zum Teil wurden direkte Zusammenhänge zwischen den beiden Konstrukten festgestellt (Franchina et al., 2018; Schneider & Hitzfeld, 2019; Tandon et al., 2022), zum Teil aber auch indirekte Zusammenhänge über andere Konstrukte wie Smartphone-Sucht (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016) und problematische Social Media-Nutzung (Balta et al., 2020; Franchina et al., 2018).

5.1.2 Permanently online, permanently connected (POPC)

Dass wir heute via Smartphone einen dauerhaft verfügbaren und nahezu unbegrenzten Zugang zum Internet und damit zu sozialen Medien haben, ermöglicht es uns, ständig online (permanently online) und dadurch mit anderen verbunden (permanently connected) zu sein. Vorderer, Krömer und Schneider (2016) bezeichnen diesen Zustand als „Permanently online – permanently connected“ („POPC“). Durch die ständige Präsenz von Smartphones im Alltag verschwimmen die Grenzen zwischen der Kommunikation im echten Leben und der Online-Kommunikation (Vorderer, Hefner, Reinecke & Klimmt, 2018). Dieser Umstand ist nicht nur positiv zu sehen, denn das Gefühl, rund um die Uhr erreichbar sein zu müssen, kann mit sozialem Druck verbunden sein (Halfmann & Rieger, 2019) und das Wohlbefinden negativ beeinflussen (Reinecke, 2018). Ähnlich wie die Angst, etwas zu verpassen („FOMO“) kann auch das Gefühl, ständig online und erreichbar sein zu müssen, ein Auslöser dafür sein, das Smartphone in Anwesenheit anderer zu nutzen: Die Studie von Schneider und Hitzfeld (2019) zeigte, dass es zwischen „POPC“ und Phubbing einen direkten, signifikanten Zusammenhang gibt. Bis auf diese Studie gibt es aber bisher kaum Forschung auf diesem Gebiet.

5.1.3 Smartphone-, Internet- und Social Media-Sucht

Eng verwoben mit „FOMO“ und „POPC“ ist die suchartige Nutzung von Technologie. Mehrere Studien belegen, dass diese eine Ursache für Phubbing sein kann. So wiesen Chotpitayasunondh und Douglas (2016) und Davey und Kolleg*innen (2018) Zusammenhänge zwischen dem Phubbing-Verhalten und Smartphone-Sucht, Internet-Sucht, „Fear of Missing Out“ und mangelnder Selbstkontrolle nach. Karadağ und Kolleg*innen (2015) fanden heraus, dass Smartphone-, Social-Media-, Internet- und

SMS-Sucht das Ausmaß des Phubbing-Verhaltens vorhersagen. Auch eine Studie von Guazzini, Duradoni, Capelli und Meringolo (2019) zeigte einen starken Zusammenhang zwischen Phubbing und Social Media- bzw. Internet-Sucht.

5.1.4 Reduktion von Ängsten und negativen Gefühlen

Der Griff zum Smartphone kann auch erfolgen, um Ängste oder negative Gefühle zu reduzieren (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019). Eine Studie wies einen engen Zusammenhang zwischen Phubbing und Ängstlichkeit sowie sozialer Phobie nach (Guazzini et al., 2019). Es zeigte sich, dass Personen mit einem höheren Angstniveau auch häufiger phubbt, um ihre Ängste und ihr Unbehagen aufgrund von sozialen Interaktionen durch das Phubbing zu reduzieren. Auch negative Gefühle können Phubbing-Verhalten auslösen, ebenfalls mit dem Ziel, diese Gefühle zu vermeiden. Beispielsweise kann das Smartphone aus Langeweile oder Einsamkeit verwendet werden (Al-Saggaf, MacCulloch & Wiener, 2019; Al-Saggaf & O'Donnell, 2019). T'ng, Ho und Low (2018) zeigten in einer Studie, dass negative Emotionalität das Phubbing-Verhalten vorhersagen kann. Personen mit hoher negativer Emotionalität neigten eher zum Phubbing als andere. Die Forscher*innen sahen dieses Verhalten ebenfalls als Strategie, um negative Gefühle zu vermeiden.

5.1.5 Persönlichkeitsmerkmale von Phubbern

Gewisse Persönlichkeitsmerkmale spielen eine Rolle dabei, ob Personen dazu neigen, ihr Smartphone in Anwesenheit anderer zu nutzen oder nicht. In einer Studie von Suwinyattichaiorn und Generous (2019) zeigte sich, dass Personen, die stark ichbezogen sind, Social Media häufig nutzen und einen Hang zur Selbstdarstellung im Internet haben, eher zu Phubbing neigen. Zudem tendieren möglicherweise auch Personen mit hoher emotionaler Instabilität eher zum Phubbing, da sie anfälliger für negatives Feedback aus persönlichen Interaktionen sind und Phubbing hier eine Strategie zur Vermeidung unangenehmer Gespräche sein kann (T'ng et al., 2018). Auch mangelnde Selbstkontrolle ist ein Faktor, der Phubbing begünstigt (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Davey et al., 2018). Błachnio und Przepiorka (2018) stellten in ihrer Studie fest, dass Personen, die häufig phubbt, sich einsamer fühlten und ein schlechteres Selbstwertgefühl und geringere Lebenszufriedenheit aufwiesen.

Mehrere Forscher*innen untersuchten den Zusammenhang zwischen Phubbing-Verhalten und den „Big Five“⁴ Persönlichkeitsmerkmalen: Neurotizismus, Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit. Es konnte durch mehrere Studien belegt werden, dass Personen mit einer neurotischen Persönlichkeit eher zum Phubbing neigen als andere (Erzen, Odaci & Yeniçeri, 2021; Guazzini et al., 2019; T'ng et al., 2018). Dass die Gewissenhaftigkeit einer Person relevant für das Phubbing-Verhalten ist, wurde ebenfalls in mehreren Studien festgestellt (Erzen et al., 2021; Chi, T.-C. Tang & E. Tang, 2022). Die Ergebnisse zeigten, dass gewissenlose Personen eher zu Phubbing neigen als gewissenhafte. Für das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit gab es nur teilweise Unterstützung. T'ng und Kolleg*innen (2018) stellten fest, dass offene Personen weniger zu Phubbing neigen – andere Forscher sahen diesen Zusammenhang jedoch nicht. Einflüsse der Persönlichkeitsmerkmale Extraversion und Verträglichkeit konnten in keiner der Studien nachgewiesen werden.

Auch soziodemografische Merkmale wie Geschlecht und Alter könnten das Phubbing-Verhalten beeinflussen. Eine Befragung von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) zeigte, dass jüngere Personen etwas häufiger phubben als ältere. Auch sind Jüngere im Allgemeinen nachsichtiger als Ältere, wenn es darum geht, ob es akzeptabel ist, ein Smartphone während sozialen Interaktionen zu benutzen (Rainie & Zickuhr, 2015). Bezüglich des Einflusses des Geschlechts auf das Phubbing-Verhalten ist die Studienlage nicht ganz eindeutig, wenn aber ein Unterschied festgestellt wurde, dann der, dass Frauen tendenziell mehr zu Phubbing neigen als Männer: Eine Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016) kam zu dem Ergebnis, dass Frauen signifikant häufiger und länger phubben als Männer. Zwei weitere Studien zeigten ebenfalls signifikante, aber nur sehr geringe Unterschiede zwischen den Geschlechtern (Finkel & Kruger, 2012; Suwinyattichaiorn & Generous, 2019). Die eben erwähnte Studie von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) stellte hingegen keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern fest.

5.1.6 Reziprozität

Bei den bisher vorgestellten Ursachen handelt es sich überwiegend um interne Beweggründe oder Trigger, die uns dazu veranlassen, zum Smartphone zu greifen. Phubbing-Verhalten kann aber auch von außen ausgelöst werden, beispielsweise durch Smartphone-Klingeln oder -Vibrieren (Bayer, Campbell, & Ling, 2016), oder auch dann, wenn wir jemand anderen dabei beobachten, wie er/sie sein Smartphone benutzt. Finkel

⁴ Die „Big Five“ sind ein anerkanntes und viel erforschtes Modell in der Persönlichkeitsforschung (Naumann & Soto, 2008)

und Kruger (2012) fanden heraus, dass die Wahrscheinlichkeit, selbst zum Smartphone zu greifen, deutlich höher ist, wenn das Gegenüber bereits sein Smartphone benutzt. Hinter diesem Verhalten steckt das Prinzip der Reziprozität, also der Gegenseitigkeit (Pelaprat & Brown, 2012). Unter dem Motto „Wie du mir, so ich dir“ zeigt sich Reziprozität darin, dass man ein positives Verhalten mit einer positiven Handlung erwidert und sich für ein negatives Verhalten mit einer negativen Handlung revanchiert (Keysar, Converse, Wang, & Epley, 2008; Pelaprat & Brown, 2012). Wendet man dieses Prinzip auf das Phubbing-Verhalten an, so kann das Ignorieren des Gegenübers zugunsten des Smartphones dazu führen, dass dieses Verhalten erwidert wird und Phubbees ebenfalls zu Phubbern werden. Dies geschieht teils bewusst als Antwort auf das Phubbing, teils aber auch unbewusst und kann eine Strategie sein, damit umzugehen, wenn man selbst gephubbt wird (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019).

Neben der Studie von Finkel und Kruger (2012) belegt auch die bereits erwähnte Feldstudie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2019) den reziproken Effekt von Phubbing. Es wurde untersucht, ob Personen, die gephubbt werden, dieses Verhalten erwidern und selbst zu Phubbern werden. In einem Viertel der Gespräche benutzten beide Gesprächspartner*innen mindestens einmal ihr Telefon. Bei 19 Prozent der Gespräche wurde das Telefon von beiden Personen gleichzeitig genutzt. Mit anderen Worten: Bei knapp einem Fünftel der Gespräche ließ sich eine/r der Gesprächspartner*innen vom Phubbing des/der anderen anstecken. Auch in einer Fokusgruppen-Studie von Miller-Ott und Kelly (2017) gaben einige der Befragten an, selbst zum Smartphone zu greifen, wenn sie gephubbt werden, um sich nicht zu blamieren.

5.2 Auswirkungen von Phubbing

In den letzten Jahren wurde vermehrt zu den negativen Auswirkungen von Phubbing geforscht. Viele Menschen empfinden die Smartphone-Nutzung während Gesprächen als unhöflich und störend (z.B. Kadylak et al., 2018; Rainie & Zickuhr, 2015; Vanden Abeele et al., 2016) und berichten, dass die Qualität ihrer sozialen Interaktionen und Beziehungen darunter leidet (z.B. Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Halpern & Katz, 2017; McDaniel & Drouin, 2019; Vanden Abeele et al., 2019; Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Darüber hinaus wirkt sich Phubbing negativ auf den Eindruck aus, den Gesprächspartner*innen hinterlassen (Vanden Abeele et al., 2016). Phubbing kann außerdem dazu führen, dass sich Menschen sozial ausgegrenzt fühlen und sich dies negativ auf ihre Stimmung und ihr Wohlbefinden auswirkt (z.B. Chotpitayasunondh &

Douglas, 2018; Gonzales & Wu, 2016; Knausenberger, Giesen-Leuchter & Echterhoff, 2022). Da in dieser Arbeit die Auswirkungen auf die Gesprächsqualität, der Eindruck des/der Gesprächspartner*in sowie die Beziehung zwischen den Gesprächspartner*innen zentral sind, wird nun auf die Studien, die dahingehend in der Vergangenheit bereits durchgeführt wurden, detaillierter eingegangen.

5.2.1 Gesprächsqualität

Dass die Smartphone-Nutzung negative Auswirkungen auf Gespräche haben kann, wurde bereits durch mehrere Studien belegt – auf die wichtigsten wird nun genauer eingegangen. Chotpitayasunondh und Douglas (2018) untersuchten in einem Experiment den Einfluss von Phubbing auf die Gesprächsqualität und die Beziehungszufriedenheit. Dazu zeigten sie ihren Proband*innen dreiminütige animierte Videoclips ohne Ton, in denen eine Person (ein animierter Avatar) zu sehen war, die sie entweder intensiv (während des gesamten Gesprächs), teilweise (während der Hälfte des Gesprächs) oder gar nicht phubhte. Die Proband*innen sollten sich in das Gespräch hineinversetzen und sich vorstellen, das Phubbing selbst zu erleben. Die Ergebnisse zeigten, signifikante negative Effekte des Phubbings auf die wahrgenommene Gesprächsqualität und Beziehungszufriedenheit. Allerdings ist durch die Verwendung eines Avatars und das Weglassen des Tons der experimentelle Realismus nicht gegeben, wodurch es fraglich ist, ob die Ergebnisse auch in der Realität Gültigkeit haben (Brosius, Haas & Unkel, 2022).

Dwyer, Kushlev und Dunn (2018) untersuchten in ihrer zweiteiligen Studie, ob die Nutzung von Smartphones das Vergnügen, das man bei einem Gespräch empfindet („conversation enjoyment“), negativ beeinflusst. Der erste Teil der Studie bestand aus einem Feldexperiment, für das Gruppen von drei bis fünf Freund*innen oder Familienmitgliedern eingeladen wurden, gemeinsam in einem Restaurant zu essen. Sie wurden angewiesen, ihre Smartphones während des Essens entweder auf den Tisch zu platzieren und auf laut zu stellen oder sie wegzulegen. Im Gegensatz zur zuvor erwähnten Studie wurde hier nicht nur die Wahrnehmung des Gesprächs aus der Perspektive von gehubhten Personen erhoben, sondern sowohl die eigene als auch die Smartphone-Nutzung der Gesprächspartner*innen in die Untersuchung miteinbezogen. Es zeigte sich, dass sich die Teilnehmer*innen von Gesprächen, in denen Smartphones genutzt wurden, stärker abgelenkt fühlten und dadurch weniger Freude am gemeinsamen Gespräch empfanden. Für den zweiten Teil der Studie wurde die Experience-Sampling-Methode (Tagebuch-Methode) angewendet. Dafür wurden die

Proband*innen über einen Zeitraum von einer Woche fünfmal täglich befragt, wie sie sich fühlten, was sie in den letzten 15 Minuten getan hatten und ob sie ihr Smartphone benutzt hatten. Hier zeigte sich ein ähnliches Bild wie im ersten Experiment: Wenn die Proband*innen persönliche Gespräche führten und dabei ihr Smartphone nutzten, fühlten sie sich stärker abgelenkt und berichteten, dass sie weniger Freude empfanden, als wenn sie ihr Smartphone nicht benutzt hatten. In beiden Studien war die Smartphone-Nutzung mit Ablenkung verbunden, was bei den Proband*innen wiederum zu mehr Langeweile und einer schlechteren Stimmung führte.

Auch eine Studie von Vanden Abeele, Antheunis und Schouten (2016, Studie 2) kam zu dem Ergebnis, dass Phubbing einen negativen Einfluss auf die Gesprächsqualität hat. Negative Auswirkungen der Smartphone-Nutzung auf Gespräche wurden des Weiteren in einer Studie zu Partner Phubbing von McDaniel und Drouin (2019) nachgewiesen. An Tagen, an denen die Proband*innen vermehrt über Unterbrechungen von Smartphones und anderen elektronischen Geräten berichteten, bewerteten sie ihre persönlichen Gespräche als weniger positiv. McDaniel und Wesselmann (2021) stellten in ihrer Studie zwar ebenfalls Unterschiede in der Gesprächsqualität im Zusammenhang mit Phubbing fest, diese waren jedoch nicht signifikant. Alle drei Studien werden in einem der nächsten Abschnitte noch genauer vorgestellt, da die Gesprächsqualität jeweils nur eines der untersuchten Konstrukte war und der Fokus auf der Erforschung anderer Themen lag (nämlich Beziehungsqualität und Eindruck der Gesprächspartner*innen).

5.2.2 Eindruck des/der Gesprächspartner*in

Es gibt bisher kaum Studien, die sich damit beschäftigt haben, welchen Eindruck Phubber bei ihren Gesprächspartner*innen hinterlassen. Eine der wenigen ist die eben erwähnte Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016) zum Thema „impression formation“. In zwei Laborexperimenten wurde untersucht, welchen Einfluss Phubbing auf die wahrgenommene Aufmerksamkeit, Höflichkeit (Studie 1) und soziale Anziehungskraft von Phubbern sowie auf die Gesprächsqualität (Studie 2) hat. Im Rahmen des ersten Experiments führten jeweils zwei sich unbekannte Personen ein Gespräch, in dem entweder proaktives, reaktives oder kein Phubbing stattfand. In den beiden Phubbing-Bedingungen wurde zuvor eine der Personen als Confederate ausgewählt und gebeten, das Phubbing auszuführen. Nach dem Gespräch bewerteten die Proband*innen die Aufmerksamkeit und Höflichkeit ihres Gegenübers, wobei sich herausstellte, dass Phubber als weniger höflich und weniger aufmerksam wahrgenommen wurden als Gesprächspartner*innen, die nicht phubbteten. Außerdem

hinterließen Personen einen signifikant schlechteren Eindruck, wenn sie proaktiv zum Smartphone griffen, als wenn sie dies in Reaktion auf eine Benachrichtigung taten. Im zweiten Experiment wurden einander bekannte und einander fremde Personen in ein Gespräch verwickelt. Vorab wurde wiederum eine der Personen gebeten, das Phubbing auszuführen. Das zweite Experiment kam zu dem Ergebnis, dass Phubbing auch die Gesprächsqualität negativ beeinflusst, die Sympathie bzw. soziale Anziehungskraft („social attraction“) der Phubber wurde jedoch durch das Phubbing nicht beeinflusst. Ob die Beteiligten sich kannten oder nicht, spielte dabei keine Rolle.

Die negativen Einflüsse von Phubbing auf Höflichkeit und Aufmerksamkeit konnten auch in einer Studie von Knausenberger, Giesen-Leuchter und Echterhoff (2022) bestätigt werden. Gesprächspartner*innen, die dreimal phubbteten, wurden als weniger höflich und weniger aufmerksam wahrgenommen als jene, die nur einmal oder gar nicht phubbteten. Neben der Höflichkeit und Aufmerksamkeit wurde außerdem die Vertrauenswürdigkeit der Phubber untersucht. Hier zeigten sich die gleichen Effekte. Bei häufigerem Phubbing wurden die Personen von den Phubees als weniger vertrauenswürdig wahrgenommen.

5.2.3 Beziehung der Gesprächspartner*innen

Der Einfluss von Phubbing auf die Beziehung wurde schon in mehreren Studien untersucht. Dafür wurden unterschiedliche Konstrukte wie Beziehungsqualität, Beziehungszufriedenheit, Verbundenheit, Vertrautheit, Nähe und Zugehörigkeit herangezogen.

Eine aktuelle Studie von Barrick, Barasch und Tamir (2022) untersuchte den Einfluss von Phubbing auf die soziale Verbundenheit („social connection“). Der erste Teil (Studie 1) bestand aus einem Experiment, in dem jeweils zwei Teilnehmer*innen die Aufgabe bekamen, gemeinsam einen Turm aus Spaghetti zu bauen, wobei eine/r der beiden Teilnehmer*innen zuvor als Confederate eingeschult wurde. Die Teilnehmer*innen der Phubbing-Bedingung empfanden eine geringere Verbundenheit mit ihrem/ihrer Partner*in als Teilnehmer*innen der Kontrollbedingung. Weiters berichteten sie von weniger Engagement von Seiten des/der Partner*in. Im zweiten Teil (Studie 2) wurden Personen, die zu zweit im Park waren, über ihre eigene und die Smartphone-Nutzung ihrer Begleitung sowie ihre Erlebnisse und Empfindungen des Tages befragt. Die Befragung ergab, dass die Mehrheit der Personen (75%) ihr Smartphone mindestens einmal während des Parkbesuchs nutzten und dass eine

erhöhte Smartphone-Nutzung bei den Teilnehmer*innen dazu führte, dass sie weniger Verbundenheit, Vergnügen und Engagement empfanden.

Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann und Ling (2019) beobachteten in ihrer Studie das Phubbing-Verhalten von Studierenden, die zu zweit im Restaurant waren und befragten sie danach, wie oft sie ihr Smartphone genutzt hatten, wie vertraut („intimacy“) sie das Gespräch empfanden und wie abgelenkt („distraction“) sie sich selbst und ihre Begleitung wahrnahmen. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass eine erhöhte Smartphone-Nutzung des/der Gesprächspartner* mit einer geringeren Vertrautheit verbunden war. Ein Zusammenhang zwischen dem Phubbing-Verhalten und der wahrgenommenen Abgelenktheit konnte nicht festgestellt werden.

In einer Studie von McDaniel und Wesselmann (2021) wurde der Einfluss von Phubbing auf die empfundene Nähe zum/zur Gesprächspartner*in, die Abgelenktheit, die soziale Ausgrenzung und die Gesprächsqualität untersucht. Zudem wurde erforscht, ob es einen Unterschied macht, ob aus einem wichtigen Grund (Mutter ist im Krankenhaus) oder einem trivialen Grund (Wochenendpläne mit Freund*innen) gephubbt wird. Phubbees berichteten, dass sie sich – unabhängig vom Grund des Phubbings – ausgeschlossener und ihrem/ihrer Gesprächspartner*in weniger nah fühlten, und dass sie das Gefühl hatten, der/die Gesprächspartner*in sei mehr abgelenkt. Personen, die aus einem wichtigen Grund gephubbt wurden, berichteten, dass sie sich weniger ausgeschlossen fühlten und das Gefühl hatten, der/die Gesprächspartner*in sei weniger abgelenkt als Personen, die aus einem trivialen Grund gephubbt wurden. Bei der empfundenen Nähe spielte der Grund des Phubbings keine Rolle. Auf die Gesprächsqualität hatte das Phubbing in dieser Studie generell keine Auswirkungen.

Auch in der bereits erwähnten Studie von Chotpitayasunondh und Douglas (2018) wurden negative Auswirkungen von Phubbing auf Beziehungen festgestellt. Eine erhöhte Intensität des Phubbings führte zu einer niedrigeren Beziehungszufriedenheit. Eine Studie von Vanden Abeele und Postma-Nilsenova (2018) zeigte, dass das Zugehörigkeitsgefühl („affiliation“) schlechter bewertet wird, wenn während eines Gesprächs zum Smartphone gegriffen wird, als wenn stattdessen eine Zeitung gelesen wird. Außerdem wurde Phubbing während des Zuhörens negativer empfunden als während des Erzählens.

Studien von Przybylski und Weinstein (2013) und Misra und Kolleg*innen (2016) ergaben, dass sogar die bloße Präsenz eines Smartphones in einem Gespräch

ausreichen kann, die Beziehung zwischen zwei Personen zu beeinträchtigen. Bei Gesprächen, in denen ein Smartphone präsent war, wurden neben der Beziehungsqualität auch die empfundene Nähe und das Vertrauen in den/die Gesprächspartner*in sowie dessen/deren Empathie schlechter bewertet.

Weiters gibt es auch einige Studien, die sich speziell mit dem Phubbing in Partnerschaften beschäftigten. Halpern und Katz (2017) führten eine Langzeitstudie über Phubbing und Beziehungsqualität durch. Die Teilnehmer*innen wurden im Abstand eines Jahres zweimal zu ihrem Phubbing-Verhalten und ihrer wahrgenommenen Beziehungsqualität befragt. Es zeigte sich, dass intensiveres Phubbing-Verhalten mit vermehrten Konflikten über die Smartphone-Nutzung und einer geringeren Intimität einherging. Diese beiden Faktoren sagten wiederum eine schlechtere Bewertung der Beziehungsqualität voraus. Roberts und David (2016) konnten in einer Befragung ebenfalls feststellen, dass Phubbing die Beziehungszufriedenheit negativ beeinflusst und mit Konflikten über die Smartphone-Nutzung einhergeht. Beukeboom und Pollmann (2021) führten zwei Querschnittstudien zum Thema durch und zeigten ebenfalls, dass das Phubbing des/der Partner*in im negativen Zusammenhang mit der Beziehungszufriedenheit steht. Darüber hinaus ging dieser Zusammenhang mit Gefühlen der Ausgrenzung und geringerer Intimität einher.

Auch McDaniel und Drouin (2019) stellten in ihrer Tagebuch-Studie negative Effekte von Phubbing auf Beziehungen fest. Über einen Zeitraum von zwei Wochen befragten sie täglich jeweils beide Partner*innen verschiedener Liebespaare. An jenen Tagen, an denen die Teilnehmer*innen von häufigeren Unterbrechungen durch Smartphones (und andere elektronische Geräte wie Tablets oder Computer) als üblich berichteten, zeigten sich auch unterschiedliche negative Auswirkungen innerhalb der Beziehung. Sie fühlten sich insgesamt unwohler in ihrer Beziehung, nahmen mehr Konflikte im Zusammenhang mit der Nutzung von Smartphones (und anderen Geräten) wahr und waren generell in einer schlechteren Stimmung. Außerdem bewerteten sie die Gespräche mit ihrem/ihrer Partner*in als weniger positiv. Diese Zusammenhänge bestanden auch dann noch, als Faktoren wie die allgemeinen Beziehungsunzufriedenheit, Bindungsangst und Depression berücksichtigt wurden. Es gab keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern in ihren Bewertungen.

6 DIE ROLLE DES GESPRÄCHSTHEMAS BEIM PHUBBING

Im Rahmen dieser Arbeit wird untersucht, ob Phubbing während tiefgründiger Gespräche negativer bewertet wird als während oberflächlicher Gespräche. An dieser Stelle wird nun definiert, was unter einem tiefgründigen bzw. oberflächlichen Gesprächsthema verstanden wird. Anschließend werden die bisherigen Forschungsarbeiten vorgestellt, die den Einfluss von Smartphones auf soziale Interaktionen im Zusammenhang mit dem Gesprächsthema untersucht haben.

6.1 Oberflächliche und tiefgründige Gesprächsthemen

In der Literatur gibt es keine Einigkeit darüber, was genau unter einem oberflächlichen oder tiefgründigen Gespräch zu verstehen ist. In dieser Arbeit wird auf die Definitionen von Kardas, Kumar und Epley (2022, S. 368) zurückgegriffen. Sie beschreiben oberflächliche Gespräche („shallow conversations“) folgendermaßen: “Shallow conversations tend to be impersonal and require relatively little self-disclosure. People are unlikely to feel vulnerable to others’ evaluations while discussing impersonal topics like the weather (S. 368).” Synonym für oberflächlich werden in dieser Arbeit die Begriffe „locker“, „beiläufig“ und „heiter“ verwendet. Im Gegensatz dazu stehen tiefgründige Gespräche („deep conversations“): “Deep conversations, in contrast, require sharing personal information about one’s past experiences, preferences, or beliefs, which could leave people feeling more vulnerable to others’ evaluations (S. 368).” Gleichbedeutend mit tiefgründig werden in dieser Arbeit die Begriffe „bedeutsam“, „wichtig“ und „ernst“ verwendet.

Laut einer Studie von Mehl, Vazire, Holleran und Clark (2010) fühlen sich Menschen, die mehr tiefgründige, bedeutungsvolle Gespräche und weniger Small Talk führen wohler. Kardas und Kolleg*innen (2022) beschäftigen sich in ihrer Forschung damit, warum wir tiefgründige Gespräche dennoch eher vermeiden, obwohl sie uns erwiesenermaßen guttun würden, und oft auf oberflächliche Gesprächsthemen ausweichen. Die Entscheidung, worüber wir reden, hängt von zwei Faktoren ab: Zum einen spielen die Erwartungen, die wir an das Gespräch haben, eine Rolle. Bei tiefgründigen Gesprächen geben wir mehr persönliche Informationen preis und fühlen uns dadurch eher den Bewertungen anderer ausgesetzt als bei oberflächlichen Gesprächen. Zum anderen hängt die Entscheidung über die Tiefe eines Gesprächs auch davon ab, welche Reaktion

wir vom Gegenüber erwarten. Einer Person, die desinteressiert und gleichgültig wirkt, möchte man demnach wahrscheinlich keine persönlichen Informationen anvertrauen, wohingegen man sich einer aufmerksamen, einfühlsamen Person vermutlich eher öffnet.

Die Untersuchungen von Kardas und Kolleg*innen (2022) ergaben, dass die Menschen davon ausgehen, dass andere in Gesprächen gleichgültiger und desinteressierter sind als sie selbst. Gleichzeitig überschätzen sie oft, wie peinlich oder unangenehm ein tiefgründiges Gespräch sein wird. Während ein tiefgründiges Gespräch mit einem desinteressierten Gegenüber unbehaglich sein kann, ist es bei einem oberflächlichen Gespräch eher unwahrscheinlich, dass es unangenehm wird – unabhängig davon, wie interessiert das Gegenüber ist. Ein oberflächliches Thema bietet uns vermeintlich mehr Sicherheit, nicht verletzt oder bloßgestellt zu werden. Denn wer nichts über sich preisgibt, ist auch keinen Bewertungen ausgesetzt. Das erklärt, warum die Gespräche der Menschen im täglichen Leben oft oberflächlicher verlaufen, als sie es sich wünschen würden.

6.2 Studien zur Rolle des Gesprächsthemas beim Phubbing

Die theoretischen Ausführungen und Ergebnisse der Studie von Kardas und Kolleg*innen (2022) lassen vermuten, dass das Gesprächsthema auch beim Phubbing eine Rolle spielen könnte. Da wir bei tiefgründigen Gesprächen mehr persönliche Informationen über uns preisgeben und uns dadurch verletzlicher zeigen, erwarten wir womöglich noch stärker, dass uns unser Gegenüber aufmerksam zuhört, als wir es bei oberflächlichen Gesprächen tun. Das Phubbing und das dadurch signalisierte Desinteresse könnte dadurch bei tiefgründigen Gesprächen noch negativere Effekte auslösen als bei oberflächlichen Gesprächen. Erste empirische Anhaltspunkte für diese Annahme liefert eine Fokusgruppen-Studie von Miller-Ott und Kelly (2017) bei der einige Teilnehmer*innen angaben, dass sie Phubbing während ernster oder persönlicher Gespräche schlimmer empfinden als während beiläufiger, unwichtiger Gespräche.

Der Einfluss des Gesprächsthemas wurde bereits von Hales, Dvir, Wesselmann, Kruger und Finkenauer (2018) im Rahmen eines Experiments untersucht. Sie fanden dabei aber keine Unterstützung für die These, dass Phubbing in ernsten Gesprächen negativere Effekte hat als in lockeren Gesprächen. Allerdings ist gleich vorweg anzumerken, dass die Ergebnisse aufgrund der methodischen Umsetzung nur bedingt aussagekräftig sind. In einer zweiteiligen Studie untersuchten die Forscher*innen die Auswirkungen der Ausgrenzung durch Phubbing während ernster Gespräche (Studie 1) und, ob die

gleichen Effekte auch bei lockeren Gesprächen auftreten (Studie 2). Phubbing wurde dabei als eine Form der sozialen Ausgrenzung eingestuft (vgl. *Ostracism model*, Williams, 2009) und dessen Auswirkungen auf die Befriedigung der psychologischen Grundbedürfnisse nach Zugehörigkeit, Selbstwertgefühl, Kontrolle und Daseinsberechtigung getestet. In Studie 1 mussten sich die Teilnehmer*innen an ein ernstes Gespräch zurückerinnern, in dem sie ge-phubbt wurden. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass sich Teilnehmer*innen, die sich an ein ernstes Gespräch mit Phubbing erinnerten, stärker ausgegrenzt fühlten und mehr Schmerz und Bedrohung ihrer psychologischen Grundbedürfnisse erlebten als Teilnehmer*innen, die sich an ein ernstes Gespräch ohne Phubbing oder ein Kontrollereignis erinnerten. Studie 2 lief gleich ab wie die erste Studie, mit dem Unterschied, dass es diesmal eine zusätzliche Bedingung gab, in der sich die Proband*innen an ein lockeres Gespräch erinnern mussten, in dem sie ge-phubbt wurden. Die Ergebnisse der ersten Studie konnten repliziert werden: Phubbing wurde als Form der sozialen Ausgrenzung erlebt. Darüber hinaus zeigte sich, dass Beziehungen schlechter bewertet wurden, wenn ein Gespräch mit Phubbing erinnert wurde. Allerdings konnten in den Ergebnissen keine Unterschiede festgestellt werden, die sich auf das Gesprächsthema zurückführen ließen. Es zeigten sich dieselben Effekte bei lockeren und ernsten Gesprächen. In dieser Studie hatte das Gesprächsthema also keinen Einfluss auf die Bewertung des Phubbings.

Die Ergebnisse der beiden Studien von Hales et al. (2018) sind allerdings aus zwei Gründen nur begrenzt aussagekräftig: Zum einen wurde für die Erhebung ein autobiographisches Erinnerungsparadigma verwendet. Die Teilnehmer*innen mussten an ein ernstes bzw. lockeres Gespräch zurückdenken, in dem sie ge-phubbt wurden. Ihre Angaben bezogen sich auf dieses Gespräch und darauf, wie sie sich währenddessen fühlten. Es handelte sich also nicht um eine reale Reaktion auf Phubbing, sondern um individuell rekonstruierte Erinnerungen, die verschiedenen Verzerrungen unterliegen können (McDaniel & Wesselmann, 2021). Erinnerungsstudien können dadurch andere, oftmals schwächere Effekte aufweisen und zu anderen Ergebnissen führen als In-Vivo-Studien (Godwin et al., 2014; Hales et al., 2018). Zum anderen war es den Proband*innen freigestellt, sich an eine beliebige Situation zu erinnern. Es wurden also keine konkreten Gesprächsthemen vorgegeben und dadurch keine standardisierte Situation erzeugt, was die Daten schwer vergleichbar und die Ergebnisse der Studie nicht verallgemeinerbar macht.

Neben der Forschung von Hales et al. (2018) gab es noch weitere Studien, die den Einfluss von Mobiltelefonen auf soziale Interaktionen mit Bezug auf das

Gesprächsthema erforschten. Bei diesen wurde jedoch nicht Phubbing im engeren Sinne, also die aktive Nutzung eines Mobiltelefons, sondern dessen bloße Anwesenheit während Gesprächen untersucht. Dennoch sind die Ergebnisse für die vorliegende Arbeit interessant:

Przybylski und Weinstein (2013) untersuchten in ihrer zweiteiligen experimentellen Studie, inwieweit die Präsenz von Mobiltelefonen in Gesprächen die Beziehungsqualität und das Näheempfinden von sich unbekannten Personen beeinflusst (Studie 1) und ob das Gesprächsthema hierbei eine Rolle spielt (Studie 2). Im Rahmen eines Laborexperiments platzierten sie dazu ein Mobiltelefon auf einem nahegelegenen Schreibtisch außerhalb des direkten Blickfelds der Proband*innen. In der Bedingung ohne Mobiltelefon wurde stattdessen ein Notizbuch verwendet. Die erste Studie kam zu folgendem Ergebnis: Jene Gesprächspartner*innen, die sich in Anwesenheit eines Mobiltelefons kennenlernten, fühlten sich ihren Partnern weniger nahe und bewerteten die Beziehungsqualität schlechter als jene Gesprächspartner*innen, die ein Gespräch ohne Anwesenheit eines Mobiltelefon führten.

Im zweiten Experiment wurde untersucht, ob diese Effekte bei einem persönlich bedeutsamen Gesprächsthema stärker sind als bei einem lockeren Thema. Neben Beziehungsqualität und Nähe wurden zusätzlich die wahrgenommene Empathie des Gegenübers und das Vertrauen untersucht. Personen, die der lockeren Gesprächsbedingung zugeteilt waren, wurden angewiesen, ihre Meinung über Plastik-Weihnachtsbäume auszutauschen. Personen in der bedeutsamen Gesprächsbedingung sprachen über ihre persönlich wichtigsten Ereignisse des vergangenen Jahres. Die Ergebnisse des zweiten Experiments zeigten, dass die bloße Anwesenheit eines Mobiltelefons die Beziehungsqualität sowie die Entwicklung von Vertrauen und zwischenmenschlicher Nähe hemmt und das Ausmaß, in dem Personen Empathie von ihrem Gegenüber empfinden, verringert. Besonders stark waren diese Effekte, wenn die Personen über ein persönlich bedeutsames Thema sprachen. Anzumerken ist, dass nur in der lockeren Bedingung ein Gesprächsthema vorgegeben wurde. In der bedeutsamen Gesprächsbedingung stand es den Proband*innen frei, über beliebige Themen zu reden, was die Ergebnisse schwer vergleichbar macht. Die Studie von Przybylski und Weinstein (2013) wurde 2016 und 2018 von anderen Forscher*innen in ähnlicher Form wiederholt – mit teilweise unterschiedlichen Ergebnissen.

Misra, Cheng, Genevieve und Yuan (2016) wiederholten die Studie von Przybylski und Weinstein (2013) im Rahmen eines Feldexperiments. Es wurden 100 Gesprächspaare

in Cafés zufällig ausgewählt, um entweder über ein lockeres oder bedeutsames Thema zu reden. Die Themenvorgaben waren die gleichen wie bei Przybylski und Weinstein. Im Unterschied zur Vorgänger-Studie wurde hier aber nicht gezielt ein Mobiltelefon platziert, sondern beobachtet, ob eine/r der Proband*innen von sich aus ein Mobiltelefon auf den Tisch legte oder es in der Hand hielt. Die Studie kam ebenfalls zu dem Ergebnis, dass Gespräche mit Mobiltelefon-Präsenz im Vergleich deutlich negativer bewertet wurden und bei diesen weniger Empathie empfunden wurde. Bei Personen, die sich sehr nahestanden, waren diese Effekte stärker als bei Personen, die weniger vertraut miteinander waren. Es gab jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen oberflächlichen und tiefgehenden Gesprächsthemen. Die Ergebnisse dieser Studie sind nur begrenzt aussagekräftig, da die Manipulationen der unabhängigen Variablen Gesprächsthema und Mobiltelefon-Präsenz über die Bedingungen hinweg nicht einheitlich waren. Es wurden wiederum keine konkreten bedeutsamen Gesprächsthemen vorgegeben, was die Ergebnisse schwer vergleichbar macht. Außerdem wurde lediglich untersucht, ob die Proband*innen zu irgendeinem Zeitpunkt während des Gesprächs ein Mobiltelefon auf den Tisch legten oder in der Hand hielten – nicht aber, wie oft oder wie lange das der Fall war. Art und Ausmaß der Mobiltelefon-Präsenz könnten aber Einfluss auf die Bewertung von Gesprächsqualität und Empathie haben.

Mit einem Laborexperiment von Crowley, Allred, Follon und Volkmer (2018) gab es noch eine dritte Studie, die untersuchte, ob sich die Anwesenheit von Mobiltelefonen auf Gespräche auswirkt und ob das Gesprächsthema dabei relevant ist. Auch hier gab es in der Umsetzung Unterschiede zur Studie von Przybylski und Weinstein (2013): Anstatt Gespräche zwischen zwei Fremden zu beobachten, sprachen die Teilnehmer*innen jeweils mit einem ihnen unbekannten Confedrate. Sie erhielten eine Liste mit zehn Gesprächsthemen, aus denen sie drei für ihr Gespräch auswählen konnten. Zudem wurde das Mobiltelefon vom Confedrate zu Beginn des Gesprächs in Sichtweite am Tisch platziert. In der Vorgänger-Studie lag das Mobiltelefon auf einem Tisch außerhalb des Blickfelds der Proband*innen. (Das Telefon wurde bewusst in Sichtweite platziert, da Allred und Crowley (2017) bereits zuvor eine Studie über den Einfluss von Mobiltelefon-Präsenz auf die Gesprächszufriedenheit durchgeführt hatten und dabei zu dem Ergebnis kamen, dass die Anwesenheit eines Mobiltelefons nur dann Auswirkungen hat, wenn sie auch wahrgenommen und erinnert wird.) Die Ergebnisse der Studie von Przybylski und Weinstein (2013) konnten nicht repliziert werden. Die Präsenz des Mobiltelefons hatte keinen signifikanten Einfluss auf die Beziehungsqualität oder die Empathie und das Gesprächsthema spielte keine Rolle.

Dass die drei Studien zu teils unterschiedlichen Ergebnissen kamen, könnte einerseits an der Wahl des Untersuchungsdesigns (Laborexperiment versus Feldexperiment) und der unterschiedlichen methodischen Umsetzung liegen, und andererseits daran, dass sich die Normen der Mobiltelefon-Nutzung über die Jahre geändert haben. Zwischen den Studien von Przybylski und Weinstein (2013) und von Crowley et al. (2018) liegen fünf Jahre. In dieser Zeit haben sich sowohl die Verfügbarkeit von Smartphones als auch die Normen der Mobiltelefon-Nutzung verändert (Crowley et al., 2018; Miller-Ott & Kelly, 2015). Durch die steigende Anzahl von Smartphones sind diese nicht nur häufiger während Face-to-Face Interaktionen präsent, es kann auch von einer erhöhten Akzeptanz dieses Umstands ausgegangen werden (Crowley et al., 2018).

7 EMPIRISCHE AUSGANGSLAGE

Im Rahmen dieser Studie wird untersucht, wie außenstehende Personen eine soziale Interaktion zwischen zwei Personen wahrnehmen, in der eine der beiden Gesprächspartnerinnen die andere phubbt. Zum Vergleich wird eine Interaktion herangezogen, in der dieselbe Person ihrem Gegenüber aufmerksam zuhört. Anhand eines Vergleichs der beiden Interaktionen soll festgestellt werden, wie sich das Phubbing darauf auswirkt, wie die Studienteilnehmer*innen die Gesprächsqualität, den Eindruck der phubbenden Gesprächspartnerin sowie die Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen wahrnehmen und ob sie die Smartphone-Nutzung während des Gesprächs als normatives Verhalten bewerten. Darüber hinaus wird Phubbing im Hinblick auf das Gesprächsthema differenziert betrachtet, da die Annahme besteht, dass die Smartphone-Nutzung im Kontext eines tiefgründigen Gesprächs negativere Effekte auslöst als während eines oberflächlichen Gesprächs.

An dieser Stelle werden nun die wichtigsten Erkenntnisse aus Theorie und Forschung zusammengefasst, die Forschungslücken aufgezeigt und daraus die Forschungsfragen und Hypothesen abgeleitet.

7.1 Forschungslücken

Betrachtet man die bisherige Forschung zu Phubbing, so stellt man fest, dass es schon viele Studien gibt, die sich mit den Ursachen und Auswirkungen von Phubbing auseinandergesetzt haben. Zumeist wird dabei entweder die Perspektive der Phubber (welche Gründe veranlassen sie zum Phubbing) oder der Phubbees (welche Auswirkungen hat das Phubbing auf sie) eingenommen. Was es hingegen bislang kaum gibt, sind Studien darüber, wie Phubbing von anderen Personen wahrgenommen wird. Ausnahmen bilden nur wenige qualitative Studien (mit Stichprobengrößen zwischen 30 und 80 Personen), in denen einzelne Personen innerhalb von Fokusgruppen zu ihrer Wahrnehmung und Einstellung zu Phubbing befragt wurden (Kadylak et al., 2018; Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017). Es mangelt jedoch noch an Studien, die sich mit dieser Thematik in einem experimentellen Kontext und in einem größeren Maßstab beschäftigen. In der vorliegenden Arbeit wird die Wahrnehmung von Phubbing deshalb im Rahmen eines Experiments mit vergleichsweise größerer Stichprobe ($n = 363$ Personen) erhoben. Die Perspektive wird gewechselt und ein Blick von außen auf eine soziale Interaktion zwischen Phubber und Phubbee geworfen. Zu diesem Zweck werden den Studienteilnehmer*innen im Rahmen eines Online-Experiments Videos von

verschiedenen Gesprächsausschnitten gezeigt. Damit ist auch die methodische Umsetzung ein Alleinstellungsmerkmal dieser Studie. Denn obwohl es sich dabei um eine probate Methode handelt, gab es nach Wissensstand der Forscherin bisher erst zwei relevante Studien, in denen Phubbing mithilfe von Video-Stimuli untersucht wurde (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Im Unterschied zur vorliegenden Studie wurden bei diesen beiden Studien jedoch Videos ohne Ton herangezogen, wodurch der experimentelle Realismus nur bedingt gegeben ist (mehr dazu in Kapitel 8.3.2). Zudem waren die Proband*innen angehalten, sich in die Rolle eines Phubbers zu versetzen, wohingegen in der vorliegenden Studie wie eben geschildert die Perspektive des/der Beobachtenden eingenommen wird.

Eine weitere Erkenntnis, die sich aus dem Forschungsstand ziehen lässt, ist: Phubbing ist nicht gleich Phubbing. Es zeigten bereits mehrere experimentelle Studien, dass die Intensität und die Art des Phubbings einen Einfluss darauf haben können, inwiefern es negative Effekte auslöst. So macht es zum Beispiel einen Unterschied, ob in Eigeninitiative oder als Reaktion auf eine Benachrichtigung (Vanden Abeele, Antheunis & Schouten, 2016); während des Zuhörens oder Erzählens (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018); oder aus wichtigen oder trivialen Gründen (McDaniel & Wesselmann, 2021) zum Smartphone gegriffen wird. Die Expectancy Violations Theory (Burgoon, 1993) besagt, dass außerdem kontextuelle Faktoren, wie die Formalität einer Situation Einfluss darauf haben können, ob ein Verhalten als Erwartungsverletzung interpretiert wird. Die eben erwähnten Fokusgruppen-Studien liefern Hinweise darauf, dass die Smartphone-Nutzung besonders in Situationen, in denen ungeteilte Aufmerksamkeit erwartet wird, wie etwa in ernsten oder persönlichen Gesprächen, als unangemessen empfunden wird (Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017). Demnach könnte noch ein weiterer Aspekt Einfluss darauf haben, wie Phubbing-Verhalten wahrgenommen und bewertet wird, nämlich das Gesprächsthema. Es wäre denkbar, dass das Phubbing unterschiedlich bewertet wird, je nachdem ob es im Kontext eines oberflächlichen oder tiefgründigen Gesprächs stattfindet. Laut den theoretischen Ausführungen von Kardas und Kolleg*innen (2022) sind wir bei tiefgründigen Gesprächen verletzlicher als bei oberflächlichen Gesprächen, da wir mehr persönliche Informationen über uns preisgeben. Womöglich erwarten wir dadurch bei tiefgründigen Gesprächen noch mehr von unseren Gesprächspartner*innen, dass sie uns aufmerksam zuhören. Es wäre daher naheliegend, dass das Verwenden eines Smartphones und das damit zum Ausdruck gebrachte Desinteresse bei tiefgründigen Gesprächen negativer wahrgenommen wird als bei oberflächlichen.

Die Rolle des Gesprächsthemas beim Phubbing wurde in der Vergangenheit zwar schon teilweise erforscht. Welchen Einfluss es auf die Wahrnehmung von Phubbing hat, wurde aber noch nicht untersucht. Zwar gab es bereits eine experimentelle Studie, die Phubbing im Zusammenhang mit dem Gesprächsthema untersuchte, dabei ging es aber um die Effekte von Phubbing auf die psychologischen Grundbedürfnisse von Phubbees (Hales et al., 2018). Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass das Gesprächsthema (ernst vs. locker) beim Phubbing in Bezug auf die Grundbedürfnisse keine Rolle spielt. Darüber hinaus gab es noch weitere Studien, die sich mit dem Einfluss von Smartphones auf Gespräche im Zusammenhang mit dem Gesprächsthema beschäftigten (Crowley et al., 2018; Misra et al., 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Diese untersuchten jedoch nicht Phubbing im engeren Sinne, sondern nur die generelle Anwesenheit eines Smartphones während des Gesprächs. Auch kamen die Studien jeweils zu unterschiedlichen Ergebnissen und liefern somit keine eindeutigen Antworten darauf, ob das Gesprächsthema eine Rolle spielt. Es fehlt daher bislang noch eine Studie, die den Einfluss des Gesprächsthemas auf die Wahrnehmung von Phubbing in einem für das Forschungsvorhaben passenden experimentellen Rahmen untersucht. Diese Forschungslücken sollen im Zuge dieser Arbeit geschlossen werden.

7.2 Forschungsfragen und Hypothesen

Auf Basis der vorgestellten Theorien und Studien werden nun in dieser Arbeit die zentralen Forschungsfragen formuliert und Hypothesen aufgestellt. Mit Beantwortung dieser sollen die Forschungslücken, die sich in Bezug auf die Wahrnehmung von Phubbing von Außenstehenden und die Rolle des Gesprächsthemas ergeben haben, geschlossen und damit zur Erschließung des Phänomens Phubbing beigetragen werden. Die beiden Forschungsfragen lauten:

FF1: *Welchen Einfluss hat Phubbing darauf, wie Gespräche, Gesprächspartner*innen und ihre Beziehung von Außenstehenden wahrgenommen werden und inwiefern wird dieses Verhalten als normativ bewertet?*

FF2: *Inwiefern beeinflusst das Gesprächsthema den Einfluss von Phubbing auf die Wahrnehmung von Gesprächen, Gesprächspartner*innen und ihrer Beziehung sowie die Bewertung von Phubbing als normatives Verhalten?*

Die beiden Forschungsfragen werden anhand mehrerer Hypothesen geprüft, die sich nach den vier Konstrukten Gesprächsqualität, Eindruck, Beziehung und Normativität gliedern, die dabei erhoben werden:

Gesprächsqualität

Phubbing ist eine Form des Multitaskings. Denn auch wenn während eines Gesprächs nur ein kurzer Blick auf das Smartphone geworfen und schnell auf eine Nachricht geantwortet wird, muss dabei die Aufmerksamkeit auf zwei parallele Handlungen aufgeteilt werden: die Interaktion im realen Leben und die virtuelle Interaktion (Vanden Abeele et al., 2019). Das ist kognitiv anspruchsvoll und führt meist zu schlechteren Leistungen bei beiden Handlungen (Salvucci & Taatgen, 2008). Greift man nun während eines Gesprächs zum Smartphone, muss die Interaktion im realen Leben pausiert werden und das Gespräch kann nicht mehr aufmerksam weitergeführt werden. Die phubbingende Person ist zwar körperlich anwesend, aber kognitiv abwesend und befindet sich in einem Zustand der „Absent Presence“ (Gergen, 2002). Sie reagiert nur verzögert oder überhaupt nicht auf Gesagtes und der natürliche Fluss des Gesprächs wird unterbrochen. Das kann dazu führen, dass die Qualität des Gesprächs schlechter bewertet wird (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Es ist jedoch noch unklar, ob die verminderte Gesprächsqualität durch Phubbing auch von außenstehenden Personen, die nicht unmittelbar vom Phubbing betroffen sind, wahrgenommen wird, und ob das Gesprächsthema bei dieser Wahrnehmung eine Rolle spielt. Aufgrund dessen werden folgende Hypothesen aufgestellt:

H1a: *Phubbing wirkt sich negativ auf die wahrgenommene Gesprächsqualität aus*

H2a: *Phubbing während eines tiefgründigen Gesprächs wirkt sich negativer auf die wahrgenommene Gesprächsqualität aus als Phubbing während eines oberflächlichen Gesprächs*

Eindruck der Gesprächspartnerin

Menschen erwarten grundsätzlich, dass ihnen ihre Mitmenschen während Gesprächen mit Aufmerksamkeit begegnen. Diese wird durch Signale wie Blickkontakt, eine zugewandte Körperhaltung und eine entsprechende Reaktion auf Fragen bzw. Aufforderungen vermittelt (Vanden Abeele, 2020). Wird während eines Gesprächs zum Smartphone gegriffen und gephubbt, so sind diese Verhaltensweisen nicht gegeben und die Erwartungen an das Gespräch können verletzt werden. Laut der Expectancy

Violations Theory versuchen wir, eine durch Erwartungsverletzung entstandene Irritation zu vermindern, indem wir unserem/unserer Interaktionspartner*in Eigenschaften zuschreiben, um damit die unangemessene Verhaltensweise zu erklären (Burgoon, 1993). Das kann dazu führen, dass die Person bei uns einen negativeren Eindruck hinterlässt. So kann auch die Smartphone-Nutzung während Gesprächen zu Erwartungsverletzungen führen, was sich wiederum negativ auf den Eindruck des Phubbers auswirken kann (Vanden Abeele et al., 2016). Die Wahrnehmung von Dritten und der Einfluss des Gesprächsthemas wurden in diesem Zusammenhang noch nicht untersucht. Der Eindruck wird mittels der Konstrukte Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie erhoben. Folgende Hypothesen sollen geprüft werden:

H1b: *Eine Person, die während eines Gesprächs phubbt, wird weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen als eine Person, die nicht phubbt*

H2b: *Eine Person, die während eines tiefgründigen Gesprächs phubbt, wird weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen als eine Person, die während eines oberflächlichen Gesprächs phubbt*

Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen

Persönlicher Austausch und aufmerksames Zuhören sind Voraussetzungen, um zwischenmenschliche Beziehungen zu entwickeln und aufrechtzuerhalten (Ruppel, 2015). Die Aufmerksamkeit wird durch die bereits erwähnten Signale (Blickkontakt, Körperhaltung, Reaktion auf Gesagtes) zum Ausdruck gebracht. Ist eine/r der Gesprächspartner*innen jedoch abgelenkt, werden diese Prozesse gestört und die Aufmerksamkeit kann nicht mehr entsprechend signalisiert werden (Vanden Abeele et al., 2019). Es wurde bereits in mehreren Studien gezeigt, dass Phubbing negative Auswirkungen auf die Beziehungsqualität und damit zusammenhängende Konstrukte wie Nähe, Zugehörigkeit und Verbundenheit der Gesprächspartner*innen haben kann (Barrick, Barasch & Tamir, 2022; McDaniel & Wesselmann, 2021; Vanden Abeele et al., 2019). Studien zeigen, dass sogar die bloße Präsenz eines Smartphones als Störfaktor ausreichen kann, um die Beziehungsqualität zu vermindern (Misra et al., 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Wie sich Phubbing auf die Wahrnehmung der Beziehung von zwei Personen auswirkt und ob das Gesprächsthema diese Wahrnehmung beeinflusst, soll anhand dieser Hypothesen untersucht werden:

H1c: *Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird distanzierter wahrgenommen, wenn während des Gesprächs gephubbt wird*

H2c: *Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird distanzierter wahrgenommen, wenn während eines tiefgründigen Gesprächs gephubbt wird, als wenn während eines oberflächlichen Gesprächs gephubbt wird*

Phubbing als soziale Norm

Dass Phubbing in unserer Gesellschaft mittlerweile zu einer weit verbreiteten sozialen Praxis geworden ist, ist bereits durch Studien belegt (Kruger et al., 2017; Vanden Abeele et al., 2019). Es ist hingegen noch unklar, inwiefern dieses Verhalten gesellschaftlich akzeptiert ist. Einige Studien liefern Hinweise darauf, dass sich die Normen der Smartphone-Nutzung in sozialen Situationen in den letzten Jahren verändert haben. So wird die Smartphone-Nutzung von jüngeren Personen unter bestimmten Umständen toleriert (Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017) und Phubbing von manchen gar nicht als solches wahrgenommen (Vanden Abeele et al., 2019). Demgegenüber stehen jedoch zahlreiche Studien, die die negativen Auswirkungen von Phubbing belegen (siehe Kapitel 5.2). Diese sprechen dafür, dass Phubbing gesellschaftlich nicht akzeptiert ist. Der derzeitige Forschungsstand liefert also keine eindeutigen Antworten darauf, ob Phubbing inzwischen zu einer sozialen Norm geworden ist und ob die Smartphone-Nutzung in Gesprächen von Außenstehenden als angemessen bewertet wird oder nicht. Zudem gibt es noch keine Studien, die zeigen, ob sich das Gesprächsthema darauf auswirkt und ob während tiefgründiger Gespräche andere Normen gelten als während oberflächlicher. Es wurden daher folgenden Hypothesen aufgestellt:

H1d: *Die Smartphone-Nutzung während eines Gesprächs wird als unangemessen empfunden*

H2d: *Die Smartphone-Nutzung wird während eines tiefgründigen Gesprächs als weniger angemessen empfunden als während eines oberflächlichen Gesprächs*

8 UNTERSUCHUNGSANLAGE UND METHODE

Im folgenden Kapitel wird ein Überblick über die empirische Vorgehensweise in der Arbeit gegeben. Als Methode wurde ein Online-Experiment durchgeführt, welches an dieser Stelle vorgestellt wird. Weiters werden die für die Analyse relevanten Variablen operationalisiert. Außerdem werden die Videos, die als Stimuli dienten, und der Fragebogen, der für die Datenerhebung verwendet wurde, präsentiert. Um das Stimulusmaterial und den Fragebogen vorab zu prüfen, wurde zudem ein Pretest durchgeführt, dessen Ablauf und Ergebnisse ebenfalls dargelegt werden. Schließlich wird die Stichprobe beschrieben und das Auswertungsverfahren erläutert.

8.1 Forschungsdesign

Um das Forschungsvorhaben umzusetzen, wurde ein Online-Experiment durchgeführt bei dem die Proband*innen verschiedenen Video-Stimuli ausgesetzt waren und anschließend Fragen dazu beantworteten. In den Videos waren mehrere Gesprächsausschnitte aus oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächen zu sehen, in denen eine Person von einer anderen gephubbt wird. Nach Ansehen der Videos füllten die Proband*innen einen Online-Fragebogen aus und bewerteten anhand verschiedener Konstrukte, wie sie die soziale Interaktion der beiden Personen wahrgenommen haben.

In wissenschaftlichen Experimenten wird der Einfluss unabhängiger Variablen (UV) auf messbare abhängige Variablen (AV) untersucht (Brosius, Haas & Unkel, 2022). Dabei werden die unabhängigen Variablen aktiv durch Manipulation verändert, um festzustellen, ob dies Auswirkungen auf die abhängigen Variablen hat. Bei Online-Fragebogen-Experimenten werden die unabhängigen Variablen in Form verschiedener Stimuli eingebaut, die abhängigen Variablen werden durch die Antworten im Fragebogen gemessen (2022). In der vorliegenden Studie bilden die Manipulationen des Phubbings und des Gesprächsthemas, die in den Videosclips zu sehen sind, die unabhängigen Variablen. Nach Ansehen der Videos war von den Versuchspersonen ein Fragebogen auszufüllen, in dem die Normativität, die Gesprächsqualität, der Eindruck der (phubbenden) Gesprächspartnerin und die Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen bewertet wurden. Diese Konstrukte stellen die abhängigen Variablen dar.

Um sicherzugehen, dass die Veränderungen der abhängigen Variablen durch den Stimulus (= unabhängige Variablen) ausgelöst wurden, braucht es neben einer

Experimentalgruppe auch eine Kontrollgruppe, die dem Stimulus nicht ausgesetzt ist. Diese muss mit der Experimentalgruppe – abgesehen von der Manipulation – in allen Bedingungen ident sein. Damit kann sichergestellt werden, dass die Unterschiede, die man zwischen den beiden Gruppen feststellt, ausschließlich auf den Stimulus und nicht auf andere Faktoren zurückzuführen sind. Ohne Kontrollgruppe hätte man keine Vergleichswerte und die Ergebnisse wären nicht interpretierbar (2022). Im Fall dieser Arbeit gab es zwei Experimental- und zwei Kontrollgruppen (siehe Tabelle 1). Den Teilnehmer*innen der Experimentalgruppen wurden Gesprächsausschnitte gezeigt, in denen eine Person von einer anderen gepubbt wird. Einer der Gruppen wurden Videos mit tiefgründigen Gesprächsthemen gezeigt, der andere Gruppe Videos mit oberflächlichen Gesprächsthemen. Zum Vergleich wurden zwei Kontrollgruppen herangezogen, die jeweils Videos mit tiefgründigen oder oberflächlichen Gesprächsinhalten sahen, in denen kein Phubbing vorkam. Dadurch ergibt sich ein 2x2 Design mit folgenden vier Bedingungen:

		Gesprächsthema	
		Oberflächlich	Tiefgründig
Phubbing	Ja	Experimentalgruppe 1	Experimentalgruppe 2
	Nein	Kontrollgruppe 1	Kontrollgruppe 2

Tabelle 1: Einteilung der Gruppen (eigene Darstellung)

Es wurde ein Between-Subjects Design gewählt, was bedeutet, dass die Versuchspersonen jeweils nur einer der vier Bedingungen im Experiment zugeteilt wurden. Das bietet entscheidende Vorteile gegenüber einem Within-Subjects Design, bei dem die Versuchspersonen alle Bedingungen eines Experiments durchlaufen (Hemmerich, 2016). Zum einen kann der sogenannte „Carry-Over-Effekt“ ausgeschlossen werden, der besagt, dass eine früher durchlaufene Bedingung unkontrollierbaren Einfluss auf eine später durchlaufene Bedingung haben kann (Jones & Kenward, 2015). Zum anderen ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass Versuchspersonen falsche Antworten geben oder die Studie abbrechen, weil sie ihnen zu lange dauert (Hemmerich, 2016).

8.1.1 Begründung der Methodenwahl

Die Untersuchungsmethode des Online-Experiments eignet sich für die vorliegende Studie aus mehreren Gründen besonders gut. Bei Online-Experimenten kann das Stimulusmaterial in Form von Videoclips direkt in den Fragebogen eingebettet werden. Experimentelle Video-Studien werden empfohlen, wenn sowohl eine hohe interne als auch externe Validität erforderlich ist (Aguinis & Bradley, 2014). Die Verwendung von Videos bietet den entscheidenden Vorteil, dass die Manipulation innerhalb einer Gruppe und auch über alle Gruppen hinweg konstant gehalten werden kann, was im Hinblick auf die interne Validität von großer Wichtigkeit ist (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). In einem Laborexperiment wäre es für einen Confederate äußerst schwierig bis unmöglich, das Phubbing immer exakt gleich auszuführen, sodass es über die Bedingungen hinweg vergleichbar ist, beispielsweise in Bezug auf Dauer und Häufigkeit (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Eine noch größere Herausforderung würde die einheitliche Manipulation der Gesprächsinhalte darstellen. Mit den Videos lassen sich diese Probleme umgehen, denn es wurden jeweils dieselben Gesprächsausschnitte für beide Gruppen verwendet, das heißt, diese sind abgesehen von der Phubbing-Manipulation identisch.

Ein weiterer Vorteil eines Online-Experiments im Vergleich zu einem Laborexperiment besteht darin, dass die Versuchspersonen den Fragebogen in ihrer natürlichen Umgebung ausfüllen (zu Hause, am Arbeitsplatz etc.), wodurch die Künstlichkeit der Laborumgebung vermieden wird (Berger, Burek & Saller, 2009). Das erhöht die externe Validität der Ergebnisse (Brosius et al., 2022, S. 260). Zudem ist es einfacher Proband*innen für die Studie zu gewinnen, da diese für die Teilnahme nicht extra in ein Labor kommen müssen.

Dass der Fragebogen nicht vor Ort im Labor ausgefüllt wird, ist aber auch mit einem Nachteil verbunden: Aufgrund der mangelnden Möglichkeit von Kontrolle, ist es nicht sichergestellt, dass sich die Proband*innen überhaupt mit dem Stimulus des Experiments beschäftigt haben, also sich beispielsweise die Videos angesehen haben (Brosius et al., 2022, S. 259). Aus diesem Grund wurde in der Studie bei den Videos der „Weiter“-Button für die Dauer der Videos ausgeblendet. Außerdem wurden den Versuchspersonen im Rahmen eines Manipulationschecks Fragen gestellt, die sie nur dann beantworten konnten, wenn sie die Videos zuvor gesehen hatten. Auch die Verweildauer auf den einzelnen Fragebogenseiten liefert Hinweise darauf, ob die Videos vollständig angesehen wurden.

8.1.2 Ethische Überprüfung des Experiments

Um die ethische Unbedenklichkeit des Experiments zu garantieren, wurde dieses drei Monate vor Start der Datenerhebung beim Institutional Review Board (IRB) des Fachbereichs Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien eingereicht. Im Rahmen der Prüfung war ein Fragebogen des IRB mit Angaben zum Forschungsprojekt auszufüllen. Dieser wurde gemeinsam mit dem Fragebogen der Studie (inkl. Briefing, Einverständniserklärung und Debriefing für die Proband*innen), den Drehbüchern der Videos und einem Abstract eingereicht. Zwei unabhängige Gutachter*innen des IRB bestätigten, dass die Forschung den ethischen Richtlinien des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien entspricht, und gaben das Experiment zur Durchführung frei (ID: 20220225_005).

8.2 Operationalisierung und Messung

In dieser Studie werden die unabhängigen Variablen durch unterschiedliche Stimuli hergestellt, die abhängigen Variablen werden im Fragebogen gemessen. Die Variablen werden auf Basis der vorgestellten Theorien und Studien konzipiert und latente Variablen⁵ operationalisiert.

8.2.1 Manipulation der unabhängigen Variablen

Folgende unabhängige Variablen wurden im Rahmen des Experiments manipuliert:

Phubbing

In den Videos der Experimentalgruppen wurde als unabhängige Variable ein Phubbing-Stimulus eingebaut, in den Kontrollgruppen nicht. Das Phubbing wird in den Videos folgendermaßen dargestellt: Eine Person greift proaktiv zum Smartphone, bricht den Blickkontakt ab, aktiviert den Bildschirm und tippt darauf. Dieses Verhalten übt sie pro Video zweimal für 15 Sekunden aus. Detaillierte Ausführungen zur Manipulation des Phubbings und zur damit einhergehenden Erstellung des Stimulusmaterials sind Kapitel 8.3.4 nachzulesen. Ob der Phubbing-Stimulus überhaupt wahrgenommen wurde, wurde mittels der Frage „Wurde in dem Gespräch ein Smartphone verwendet?“ (ja = 1, nein = 3) erhoben.

⁵ Als latent wird eine Variable bezeichnet, wenn sie nicht durch Beobachtung oder Messung erhoben werden kann und durch Operationalisierung messbar gemacht wird (Döring & Bortz, 2016, 224)

Gesprächsthema

Als zweite unabhängige Variable wurde das Gesprächsthema manipuliert. Den Proband*innen wurden entweder drei Videos mit tiefgründigem oder mit oberflächlichem Gesprächsthema gezeigt. Tiefgründige Gesprächsthemen zeichnen sich dadurch aus, dass persönliche Information über frühere Erlebnisse, Vorlieben, Überzeugungen oder Sorgen geteilt werden (Kardas, Kumar & Epley, 2022). Personen erzählen über etwas, das sie persönlich beschäftigt und zeigen sich dadurch verletzlich. Oberflächliche Gesprächsthemen sind hingegen in der Regel eher unpersönlich und geben wenig über eine Person preis. Dadurch fühlen sich Menschen bei solchen Themen weniger den Bewertungen anderer ausgesetzt (2022). Genauere Ausführungen zur Unterscheidung von oberflächlichen und tiefgründigen Themen finden sich in Kapitel 6.1. Um zu überprüfen, ob das Gesprächsthema von den Proband*innen so wie beabsichtigt wahrgenommen wurde, war die Frage „Welche Aussage über das Gespräch trifft eher zu?“ auf einer Skala von 1 (= Es wurde über oberflächliche Gesprächsthemen gesprochen) bis 4 (= Es wurde über tiefgründige Gesprächsthemen gesprochen) zu bewerten.

Die Wirksamkeit beider Stimuli wurde später im Rahmen eines Manipulationschecks ausgewertet. Die Ergebnisse sind in Kapitel 9.2 nachzulesen.

8.2.2 Messung der abhängigen Variablen

Nun werden die Konstrukte vorgestellt, die im Rahmen des Fragebogens erhoben wurden. Für die Messung wurden größtenteils Skalen herangezogen, die bereits in anderen Forschungsarbeiten zum Thema Phubbing verwendet wurden. Die Items aller im Fragebogen verwendeten Skalen wurden vom Englischen ins Deutsche übersetzt. Sie wurden alle anhand einer 7-Punkt-Likert-Skala bewertet, wobei 1 für „stimme gar nicht zu“ und 7 für „stimme voll zu“ steht.

Um die Zuordnung der einzelnen Items zu den Skalen bzw. Indizes zu untersuchen, wurde vorab eine Faktorenanalyse durchgeführt. Die Überprüfung erfolgte mittels rotierter Komponentenmatrix (Oblimin Rotation). Die Faktorenextraktion wurde anhand des Kaiser-Kriteriums vorgenommen, das besagt, dass nur jene Faktoren extrahiert werden sollen, die einen Eigenwert von größer als 1 aufweisen (Backhaus, Erichson, Gensler, Weiber, R. & Weiber, T., 2021). Um vorab die Eignung der Daten zu überprüfen, wurden das Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium (KMO-Kriterium; $> 0,5$) und der Bartlett-Test herangezogen (2021). Über alle Analysen hinweg lag das KMO-Kriterium über dem

kritischen Wert von 0,5 und der Bartlett-Test war signifikant, was dafür spricht, dass sich die Daten für die Faktorenanalyse eignen.

Zudem wurde eine Reliabilitätsanalyse der einzelnen Skalen vorgenommen, um die interne Konsistenz zu überprüfen. Dafür wurde Cronbachs Alpha als Prüfgröße herangezogen, wobei eine Variable ab einem Wert von $> 0,7$ als reliabel eingestuft wurde. Die Ergebnisse der Faktoren- und der Reliabilitätsanalyse werden nun für jedes Konstrukt berichtet und sind zusätzlich in detaillierter Form im Anhang in den Tabellen E-1 bis E-8 ersichtlich.

Gesprächsqualität

Zur Erhebung der Gesprächsqualität wurde wie in der Studie von Chotpitayasunondh und Douglas (2018) die *Quality of Communication Scale* aus dem *Iowa Communication Record* verwendet (Duck, Rutt, Hurst & Strejc, 1991). Die Wahl fiel auf diese Skala, da sie sich zur Messung von Gesprächsqualität als sehr zuverlässig erwiesen hat. Sie enthält zehn gegensätzliche Item-Paare, anhand derer das Gespräch auf einer 7-Punkt-Skala bewertet wird, wobei 1 für eine positive Bewertung (beispielsweise „entspannt“) der jeweiligen Gesprächseigenschaft steht und 7 für eine negative (beispielsweise „angespannt“). Die Gesprächsqualität wurde mittels folgender Frage erhoben: „Wie würden Sie das Gespräch zwischen den beiden Personen beschreiben?“

- entspannt – angespannt („relaxed – strained“)
- persönlich – unpersönlich („personal – impersonal“)
- aufmerksam – unaufmerksam („attentive – poor listening“)
- formell – informell („formal – informal“)
- tiefgehend – oberflächlich („in-depth – superficial“)
- reibungslos – schwierig („smooth – difficult“)
- offen – zurückhaltend („open – guarded“)
- verständlich – missverständlich („great deal of understanding – great deal of misunderstanding“)
- flüssig – stockend („free of communication breakdowns – laden with communication breakdowns“)
- konfliktfrei – konfliktgeladen („free of conflict – laden with conflict“)

Das Item-Paar „aufmerksam – unaufmerksam“ wurde schon im Vorfeld der Befragung ausgeschlossen, weil es sich dabei eher um eine Eigenschaft einer Person und weniger eines Gesprächs handelt und dies an anderer Stelle im Fragebogen erhoben wird. Die

anderen neun Items wurden in die Faktorenanalyse mitaufgenommen. Die Analyse ergab, dass die Items der Skala auf zwei verschiedene Faktoren laden, wobei der zweite Faktor laut Kaiser-Kriterium mit 1,11 zwar einen knapp ausreichenden, aber nur sehr niedrigen Eigenwert hatte. Das Item „konfliktfrei – konfliktgeladen“ wies als einziges eine negative Faktorladung bei Faktor 1 auf und wurde deshalb ausgeschlossen. Nach Ausschluss des Items laden nun alle anderen acht Items der Skala auf einen Faktor, der einen Eigenwert von 4,07 aufweist (siehe Anhang Tabelle E-1). Die in der Skala verbliebenen Items zeigten eine gute interne Konsistenz (Cronbachs Alpha = 0,86) und es kann eine Gesamtvarianz von 50,89% erklärt werden ($M = 5,30$, $SD = 1,02$).

Eindruck der Gesprächspartnerin

Wie in der Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016), wird der Eindruck der Gesprächspartnerin anhand der Konstrukte Aufmerksamkeit („Attentiveness“) und Höflichkeit („Politeness“) gemessen. Die Items, die die Aufmerksamkeit messen, wurden von Norton (1978) entwickelt und sind Teil der *Communicator Style Measure*. Ein Item („Die Gesprächspartnerin war auf das Gespräch fokussiert“) wurde zusätzlich in die Skala aufgenommen. Die Items, mit denen die Höflichkeit erhoben wird, stammen von Trees und Manusov (1998). Neben Aufmerksamkeit und Höflichkeit wird weiters das Konstrukt Sympathie („Likability“) herangezogen, um den Eindruck zu messen. Dieses wird anhand von Items der *Likability Scale* von Reysen (2005) erhoben. Zwar wurde im Fragebogen nach dem Eindruck beider Gesprächspartnerinnen gefragt, eigentlich interessiert aber nur der Eindruck jener Gesprächspartnerin, die in den Videos zuhört und gegebenenfalls das Phubbing ausführt (= Gesprächspartnerin A). Der Eindruck der Gesprächspartnerin wurde mit folgender Frage erhoben: „Wie haben Sie Gesprächspartnerin A wahrgenommen?“

Die Gesprächspartnerin...

Aufmerksamkeit

- ... schien sich auf das Gespräch einzulassen („seemed involved in the conversation“)
- ... wirkte während des Gesprächs angeregt („behaved animatedly during the conversation“)
- ... schien aufmerksam zuzuhören („seemed to listen carefully“)
- ... war auf das Gespräch fokussiert

Höflichkeit

- ... hat sich höflich verhalten („behaved politely“)
- ... hat sich der Situation entsprechend verhalten („behaved appropriately“)
- ... scheint ein anständiger Mensch zu sein („seems like a decent person“)

Sympathie

- ... ist mir sympathisch („is likeable“)
- ... macht einen freundlichen Eindruck („is friendly“)
- ... scheint sich für die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu interessieren („seemed interested in the emotions and needs of others“)

Die Faktoranalyse zeigt, dass die Items aller drei Indizes jeweils auf einen Faktor laden und eine Gesamtvarianz von über 80% erklären (siehe Anhang Tabellen E-2, E-3 und E-4). Die Eigenwerte liegen bei allen über 1. Aufmerksamkeit erklärt eine Gesamtvarianz von 84,61% (M = 4,12, SD = 2,01, Cronbachs Alpha = 0,94), Höflichkeit 82,01% (M = 4,58, SD = 1,94, Cronbachs Alpha = 0,89) und Sympathie 83,78% (M = 4,84, SD = 1,72, Cronbachs Alpha = 0,90). Alle drei Indizes erreichen gute interne Konsistenzniveaus.

Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen

In Anlehnung an die Studie von Przybylski & Weinstein (2013) wird die Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen anhand des Konstrukts *Verbundenheit* (*Connectedness*) gemessen. Die Items stammen aus der *Connectedness Subscale* des *Intrinsic Motivation Inventory* (McAuley, Duncan, & Tammen, 1989). Die Skala wurde entwickelt, um zwischenmenschliche Verbundenheit während eines Gesprächs zu messen. Ursprünglich war sie so angelegt, dass die Gesprächspartner*innen selbst die Verbundenheit bewerten. Für diese Studie wurden die Items entsprechend angepasst und von der ersten Person Singular in die dritte Person Plural umformuliert: Aus “I felt close to my conversation partner” wurde beispielsweise „die beiden Gesprächspartnerinnen stehen sich nahe“. Folgende Frage wurde gestellt: „Wie würden Sie die Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen beschreiben?“

Die beiden Gesprächspartnerinnen...

- fühlen sich einander verbunden (“I felt a sense of connectedness with my conversation partner”)
- stehen sich nahe (“I felt close to my conversation partner”)
- wirken distanziert (“I felt really distant to my conversation partner”)

- sind gute Freundinnen (“It is likely that my conversation partner and I could become better friends if we interacted a lot”)
- wirken, als würden sie einander vertrauen (“I felt I could really trust my conversation partner”)
- haben auf Augenhöhe miteinander gesprochen

Das letzte Item („die beiden Gesprächspartnerinnen haben auf Augenhöhe miteinander gesprochen“) wurde zusätzlich aufgenommen. Die sechs Items laden alle auf den gleichen Faktor und können somit für die Analyse in einer Skala zusammengefasst werden (siehe Anhang Tabelle E-5). Die Items erklären eine Gesamtvarianz von 61,44% und sind reliabel ($M = 5,03$, $SD = 1,17$, Cronbachs Alpha = 0,86). Der Faktor liegt mit 3,69 zudem deutlich über dem Eigenwert von 1.

Normativität

Die Items, anhand derer die Normativität des Phubbing gemessen wird, stammen aus der *Perceived Social Norms of Phubbing Scale* von Chotpitayasunondh und Douglas (2016). Diese wurde entwickelt, um die Beobachtung des Phubbing-Verhaltens anderer Personen („descriptive norms“) und dessen Bewertung („injunctive norms“) zu messen. Chotpitayasunondh und Douglas (2016) nutzten ursprünglich eine 5-Punkt-Skala für die Erhebung. Da jedoch im gesamten Fragebogen 7-Punkt-Skalen verwendet wurden, wurde auch in diesem Fall darauf zurückgegriffen, um das Ausfüllen des Fragebogens für die Teilnehmer*innen möglichst angenehm und intuitiv zu gestalten. Wie in der Studie von Leuppert und Geber (2020) werden die deskriptiven und injunktiven Normen getrennt analysiert und nicht wie bei Chotpitayasunondh und Douglas (2016) zu einer gemeinsamen Skala zusammengefasst.

Die deskriptiven Normen basieren auf der Beobachtung des Phubbing-Verhaltens. Da die Hälfte der Personen in einer Kontrollbedingung war und somit Gespräche ohne Phubbing beobachtete, wurden die deskriptiven Normen nicht in Bezug auf die Videos, sondern allgemein, an späterer Stelle im Fragebogen abgefragt. Sie wurden anhand von drei Items gemessen, die entsprechend an die Studie angepasst wurden:

- Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden („Are you familiar with this type of situation?“)
- Ich beobachte häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden („Do you think that people recognise phubbing behaviour?“)

- Das Verhalten, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden, ist typisch für die Personen in meiner Umgebung („Do you think that phubbing behaviour is typical among people around you?“)

Die drei Items laden auf einen Faktor, welcher einen Eigenwert von 2,01 aufweist (siehe Anhang Tabelle E-6). Es werden 66,82% der Gesamtvarianz erklärt ($M = 4,45$, $SD = 1,31$, Cronbachs Alpha = 0,75).

Bei den injunktiven Normen wird bewertet, ob das Phubbing-Verhalten als angemessen empfunden wird. Im Gegensatz zu den deskriptiven Normen beziehen sich die injunktiven Normen auf die Videos. Sie wurden anhand von zwei Items erhoben, die für die Studie adaptiert wurden:

- Das Verhalten von Gesprächspartnerin A während des Gesprächs war angemessen („Do you think that phubbing behaviour is appropriate?“)
- Andere Personen würden das Verhalten von Gesprächspartnerin A als angemessen empfinden („Do you think that other people view phubbing behaviour as appropriate?“)

Die beiden Items laden auf den gleichen Faktor und sind in der Lage, 94,14% der Gesamtvarianz zu erklären ($M = 4,40$, $SD = 2,21$, Cronbachs Alpha = 0,94). Der Faktor weist einen Eigenwert von 1,88 auf (siehe Anhang Tabelle E-7).

Nachdem die Faktorenanalyse und die Reliabilitätsanalyse erfolgreich abgeschlossen werden konnten, wurden die einzelnen Items zu Skalen bzw. Indizes zusammengefasst. Dazu wurden in SPSS neue Variablen berechnet, indem die Mittelwerte von den jeweiligen Items gebildet wurden. Diese wurden für die weitere Analyse herangezogen.

8.2.3 Untersuchungsrelevante Kovariaten

Die Smartphone-Nutzung und das Phubbing-Verhalten der Proband*innen sowie ihr Alter, Geschlecht und Bildungsniveau wurden als Kovariaten in die Analyse mitaufgenommen.

Smartphone-Nutzung und Phubbing Verhalten

Die Smartphone-Nutzung und das eigene Phubbing-Verhalten der Proband*innen bilden Kovariaten für die Analyse. Es wurde gefragt, ob ein Smartphone genutzt wird, und wenn ja, wie viele Stunden pro Tag (1 = maximal 1 Stunde, 2 = 1-2 Stunden, 3 = 2-3 Stunden,

4 = 3-4 Stunden, 5 = 4-5 Stunden, 6 = mehr als 5 Stunden). Zudem wurde das eigene Phubbing-Verhalten der Proband*innen erhoben. Dazu wurde die Aussage „Ich verwende mein Smartphone häufig während Gesprächen mit anderen Personen“ auf einer Skala von 1 (= stimme gar nicht zu) bis 7 (= stimme voll zu) bewertet. Im Rahmen der statistischen Analyse wird untersucht, ob die Smartphone-Nutzung und das Phubbing-Verhalten die Auswirkungen der unabhängigen auf die abhängigen Variablen beeinflussen.

Soziodemografische Merkmale

Darüber hinaus bilden die soziodemografischen Merkmale Alter, Geschlecht und Bildung Kontrollvariablen für die Analyse. Auch ihr Einfluss auf die Zusammenhänge zwischen den unabhängigen und abhängigen Variablen wird untersucht.

8.3 Stimulusmaterial

Als Stimuli des Experiments dienen insgesamt zwölf Videos, in denen jeweils ein Ausschnitt aus einem Gespräch zwischen zwei Personen zu sehen ist. Für jede der vier Gruppen wurden drei Videos erstellt. Bei den beiden Experimentalgruppen wird ein Smartphone verwendet, bei den beiden Kontrollgruppen nicht.

8.3.1 Auswahl der Gesprächsthemen

Es gibt jeweils drei Videos mit oberflächlichen und drei Videos mit tiefgründigen Gesprächsinhalten. Um auszuschließen, dass ein einzelnes, spezielles Thema den Unterschied macht und nicht generell, ob dieses oberflächlich oder tiefgründig ist, wurden jeweils drei Themen ausgewählt. Damit kann eine möglichst breite Themenstreuung gewährleistet werden. Bei der Auswahl wurde zum einen darauf geachtet, Inhalte aus dem Alltag aufzugreifen mit denen sich möglichst viele Personen identifizieren können, und zum anderen, Themen die sich eindeutig als oberflächlich oder tiefgründig einstufen lassen. Wie genau oberflächliche und tiefgründige Gespräche abgegrenzt werden, ist in Kapitel 6.1 nachzulesen. Zur besseren Übersicht sind die vier Bedingungen mit den einzelnen Videos hier in Tabelle 2 dargestellt:

		Gesprächsthema	
		Oberflächlich	Tiefgründig
Phubbing	Ja	Experimentalgruppe 1	Experimentalgruppe 2
		Video 1b: Nachbar hat neuen Hund	Video 4b: Prüfung nicht bestanden
		Video 2b: Radausflug	Video 5b: Nachbar hat Corona
		Video 3b: Neues Restaurant entdeckt	Video 6b: Adoption
	Nein	Kontrollgruppe 1	Kontrollgruppe 2
		Video 1a: Nachbar hat neuen Hund	Video 4a: Prüfung nicht bestanden
		Video 2a: Radausflug	Video 5a: Nachbar hat Corona
		Video 3a: Neues Restaurant entdeckt	Video 6a: Adoption

Tabelle 2: Übersicht Videos (eigene Darstellung)

Nach Festlegung der sechs Themen wurden die Drehbücher zu den einzelnen Gesprächsthemen verfasst. Die Dialoge sind in Alltagssprache gehalten, damit die Gespräche möglichst natürlich und authentisch wirken. Die Drehbücher können in Anhang B nachgelesen werden.

8.3.2 Videodreh

Auf Basis der Drehbücher wurden dann die zwölf Videos gedreht. In jedem Video ist ein kurzer Gesprächsausschnitt zu sehen, bei dem eine Person (Gesprächspartnerin B) über ein bestimmtes Thema erzählt und eine andere Person (Gesprächspartnerin A) zuhört und Fragen stellt. Als Drehort diente die private Wohnung eines Freundes der Forscherin. Um ein realistisches Setting zu schaffen, fiel die Wahl auf eine Privatwohnung und nicht etwa einen Laborraum oder die Universität. Die Videos wurden auf *YouTube* gestellt und sind unter folgendem Link abrufbar: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLlr96hfxKr-O2sv1cgR-V4RRhvtWPVjlt> (Liftinger, 2022).

Bisher gab es nur wenige Studien, die Phubbing-Verhalten mithilfe eines Video-Experiments untersuchten. Chotpitayasunondh und Douglas (2018) stellten in ihrer Studie statt echten Personen Avatare dar, die in Geschlecht und Ethnie neutral waren. Grund dafür war, dass es sich dabei aus ihrer Sicht um mögliche Störvariablen handeln könnte, die Einfluss auf die Ergebnisse der Studie haben könnten. Außerdem wurden die Videos ohne Ton gezeigt, damit die Wirkung des Phubbings nicht vom Inhalt des Gesprächs beeinflusst wird. Eine andere Studie von Vanden Abeele und Postma-

Nilsenova (2018) bildete zwar reale Personen ab, der Ton wurde aber ebenfalls stumm geschaltet, um eine bessere Vergleichbarkeit zwischen den Bedingungen erreichen.

Laut Brosius und Kolleg*innen (2022, S. 239) kann die Kontrolle sämtlicher möglicher Störfaktoren jedoch auch Probleme in Bezug auf den experimentellen Realismus mit sich bringen: „Der große Nachteil allerdings ist, dass eine völlig künstliche Situation geschaffen wird, die mit der realen Wahrnehmung nicht mehr viel zu tun hat. [...] Die Ergebnisse sind dann im Rahmen des Experiments mustergültig, man muss sich jedoch fragen, ob sie auch Gültigkeit in Bezug auf das wirkliche Leben haben.“ Das zeigt, wie wichtig ein Studiendesign ist, das es den Teilnehmer*innen ermöglicht, sich in eine Situation hineinzusetzen. Bei der vorliegenden Studie wurden die Videos deshalb mit echten Personen und mit Ton gedreht. Auch die Vergleichbarkeit zwischen den Bedingungen ist gegeben, da sich die Videos nur durch die Phubbing-Manipulation unterscheiden.

Als Darstellerinnen fungierten zum einen die Forscherin selbst (Gesprächspartnerin B) und zum anderen eine Freundin der Forscherin (Gesprächspartnerin A), die das Phubbing aufgrund ihrer Schauspielkenntnisse sehr authentisch umsetzen konnte. Kriterien für die Personenwahl waren, dass es sich um zwei etwa gleichaltrige Personen des gleichen Geschlechts handelt. Auf diese Weise konnte ausgeschlossen werden, dass Geschlechter- oder Altersunterschiede zwischen den beiden Personen Auswirkungen auf die Ergebnisse der Studie haben.

Um die Gestik und Mimik beider Personen bestmöglich erfassen zu können, wurden die Gespräche aus zwei Perspektiven gefilmt. Dabei wurden die Regeln der filmischen Gestaltung von Interviews angewandt (Strauch & Engelke 2019). Es wurde darauf geachtet, dass sich beide Gesprächspartnerinnen auf Augenhöhe befinden, damit nicht unterbewusst ein hierarchisches Verhältnis erzeugt wird, da dies die Ergebnisse ebenfalls beeinflussen könnte (siehe auch Studien zu Boss-Phubbing: Roberts & David, 2017; Roberts & David, 2020). Wichtig war außerdem, dass die Hände der Darstellerinnen zu sehen sind damit das Phubbing gut sichtbar ist.

8.3.3 Videoschnitt

Für den Videoschnitt wurde die kostenlose Software *Shotcut* verwendet. Die Videos dauern etwa zwischen 1 Minute 15 Sekunden und 1 Minute 30 Sekunden. Zu jedem Gesprächsthema wurden je ein Video mit und ein Video ohne Phubbing erstellt. Um sicherzustellen, dass es außer der Manipulation des Phubbings keinerlei Unterschiede

zwischen zwei Videos desselben Themas gibt, wurden beim Schneiden der Videos von Gesprächspartnerin B jeweils dieselben Sequenzen verwendet (siehe Abbildung 3). Ihre Erzählungen sind also in beiden Bedingungen völlig identisch.



Abbildung 3: Perspektive 1 – Gesprächspartnerin B

Die Videos unterscheiden sich nur durch die Reaktion von Gesprächspartnerin A. In den Gesprächsausschnitten der Kontrollbedingungen hört sie die ganze Zeit über aufmerksam zu und hält Blickkontakt (siehe Abbildung 4). In den Ausschnitten der Experimentalbedingungen hingegen zückt sie jeweils zu einem bestimmten Zeitpunkt ihr Smartphone und phubbt ihr Gegenüber (siehe Abbildung 5). Zwar unterscheidet sich das Verhalten von Gesprächspartnerin A in den beiden Bedingungen, ihre Wortwahl ist aber trotzdem weitgehend gleich und sie reagiert (abgesehen vom Phubbing) nicht anders auf das Gesagte. Damit ist gewährleistet, dass sich die Videos – abgesehen von der Manipulation des Phubbings – in allen anderen Dimensionen gleichen.



Abbildung 4: Perspektive 2 – Gesprächspartnerin A in Kontrollbedingung



Abbildung 5: Perspektive 2 – Gesprächspartnerin A in Experimentalbedingung

8.3.4 Darstellung des Phubbings

Ziel war es, eine möglichst realistische, alltagsnahe Phubbing-Situation zu erzeugen. Das Phubbing läuft in allen Videos nach dem gleichen Schema ab: Das Smartphone liegt zu Beginn des Gesprächs bereits auf dem Tisch. Anfangs hört Gesprächspartnerin A noch aufmerksam zu und stellt Fragen, nach kurzer Zeit greift sie dann aber zum Smartphone und phubbt Gesprächspartnerin B. Dabei bricht sie den Blickkontakt ab, aktiviert den Bildschirm, tippt darauf und scrollt nach unten. Nach 15 Sekunden hört sie auf zu tippen, deaktiviert den Bildschirm und stellt den Augenkontakt wieder her, hält das Smartphone allerdings noch in der Hand. Sie hört für einige Sekunden aufmerksam zu und stellt eine Frage, aktiviert dann aber erneut den Bildschirm und führt das Phubbing ein zweites Mal auf die gleiche Weise aus.

Bei der Ausgestaltung des Phubbings orientierte man sich an der bereits zum Thema durchgeführten Forschung. Studien haben gezeigt, dass je nach Art und Dauer der Smartphone-Nutzung unterschiedlich starke Effekte ausgelöst werden. Um eine möglichst intensive Phubbing-Manipulation zu erzeugen, wurde das Phubbing jeweils so ausgestaltet, wie es bei bisherigen Studien stärkere Effekte hervorrief. So ergab eine Studie, dass Phubbing während des Zuhörens negativer empfunden wird als während des Redens (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Deshalb wurde das Phubbing nur in jenen Sequenzen eingebaut, in denen Gesprächspartnerin B gerade spricht. Eine Benachrichtigung (in Form eines aufleuchtenden Bildschirms und Ertönsens einer Vibration oder eines Signaltons), die Gesprächspartnerin A zum Phubbing veranlasst, wurde bewusst nicht eingebaut. Denn die bisherige Forschung lässt darauf schließen, dass proaktives Phubbing noch stärkere Effekte auslöst als Phubbing in Reaktion auf

eine Benachrichtigung (Vanden Abeele, Antheunis & Schouten, 2016). Eine Studie von Miller-Ott und Kelly (2017) zeigte auf, dass Liebespartner*innen die Nutzung ihres Mobiltelefons während eines Gesprächs zuvor ankündigten und so die negativen Effekte des Phubbings verringerten. Auf eine solche Vorankündigung wurde in der vorliegenden Arbeit verzichtet.

In Bezug auf Dauer und Intensität des Phubbings diente eine Studie von Chotpitayasunondh und Douglas (2018) als Vorbild, in der ebenfalls mit Videos gearbeitet wurde. Sie fanden heraus, dass intensiveres Phubbing-Verhalten stärkere Effekte erzeugt als weniger intensives Phubbing. In ihrer Erhebung wird während eines dreiminütigen animierten Videos dreimal für jeweils 30 Sekunden gephubbt. Da die vorliegenden Videos deutlich kürzer sind, wurde auch die Dauer des Phubbings entsprechend angepasst. Es wird pro Gesprächsausschnitt zweimal für 15 Sekunden gephubbt (= 30 Sekunden), was etwa einem Drittel der Dauer eines Videos entspricht. Dadurch ist das Phubbing in den Gesprächen sehr präsent. Um eine einheitliche Dauer bei allen Videos zu gewährleisten, aktivierte Gesprächspartnerin A im Zuge ihres Phubbings die Stoppuhr des Smartphones.

8.4 Fragebogen

Für die Datenerhebung wurde ein quantitativer Online-Fragebogen genutzt, in den verschiedene Videos als Stimuli eingebaut wurden. Es wird nun zuerst begründet, wieso ein Online-Fragebogen als Erhebungsinstrument gewählt wurde und dann auf die Erstellung und den Aufbau des Fragebogens eingegangen. Der Fragebogen ist in Anhang D ersichtlich.

8.4.1 Begründung der Wahl des Erhebungsinstruments

Ein Online-Fragebogen bietet im Vergleich zu einem Papierfragebogen einige entscheidende Vorteile. Zuerst stellt er für die praktische Umsetzung eines Experiments ein ideales Tool dar. Denn ein Online-Fragebogen vereint einerseits die Möglichkeit zur Präsentation eines multimedialen Stimulus (in diesem Fall Videos) und andererseits das Instrument zur Datenerhebung (Brosius et al., 2022, S. 117). Auch im Hinblick auf die spätere Datenauswertung ist ein Online-Fragebogen vorteilhaft. Eine manuelle Eingabe der Daten ist nicht notwendig, was einerseits Zeit spart und andererseits auch Eingabefehler ausschließt.

Auch bietet ein elektronischer Fragebogen optimierte Möglichkeiten bei der Ausgestaltung von Fragen. Beispielsweise können problemlos Filterungen und Gabelungen eingebaut werden. Eine weitere hilfreiche Funktion ist, dass die Reihenfolge der Items einer Frage automatisch variiert werden kann. Das ist insofern sinnvoll, als der sogenannte „Primacy-Recency-Effekt“ ausgeschlossen und dadurch die Validität der Ergebnisse erhöht werden kann (Brosius et al. 2022, S. 96). Dieser besagt, dass Items, die zu Beginn oder am Ende einer Antwortliste dargestellt werden, besser im Gedächtnis behalten werden als jene in der Mitte (2022, S. 117) .

Zudem kann sich die erhöhte Anonymität der Untersuchungssituation (besonders bei heiklen Themen) positiv auf das Antwortverhalten der Proband*innen auswirken (Brosius et al., 2022, S. 126). Denn durch die fehlende soziale Kontrolle durch eine/n Forscher*in werden in der Regel weniger sozial erwünschte Antworten gegeben als in Face-to-Face- oder Telefonbefragungen (Zhang, Kuchinke, Woud, Velten & Margraf, 2017). Beim Thema Phubbing könnte die soziale Erwünschtheit durchaus eine Rolle spielen, beispielsweise wenn die Proband*innen nicht zugeben möchten, dass sie selbst phubben oder die Smartphone-Nutzung in Gesprächen eigentlich in Ordnung finden.

8.4.2 Erstellung und Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen wurde mittels *SoSci Survey*, einer Plattform für Online-Fragebögen, erstellt und besteht aus insgesamt 21 Seiten. Da sich die Internetnutzung zunehmend auf mobile Endgeräte verlagert (Statista, 2021c), war davon auszugehen, dass viele Personen den Fragebogen auf einem Smartphone oder Tablet ausfüllen. Es wurde deshalb darauf geachtet, dass der Fragebogen auch auf wesentlich kleineren Bildschirmen gut lesbar ist. Im Folgenden wird genauer auf den Aufbau des Fragebogens eingegangen.

Einführung und Datenschutz

Auf den ersten beiden Seiten des Fragebogens finden sich einführende Worte zur Studie und Erklärungen zum Ablauf des Experiments. Da die Proband*innen vorab nicht wissen sollten, dass es um das Thema Phubbing geht, wurde in der Einführung nur angegeben, dass es in der Studie um zwischenmenschliche Kommunikation und Gesprächsführung geht. Um die ethische Korrektheit des Experiments zu garantieren, wurde natürlich auf ein entsprechendes Debriefing mit Aufklärung am Ende des Fragebogens Wert gelegt.

Die Proband*innen wurden an dieser Stelle auch darauf aufmerksam gemacht, dass während der Studie Videos anzusehen sind und sie sich deshalb entweder in einen ungestörten Raum begeben oder Kopfhörer parat haben sollten. Es empfiehlt sich, möglichst bald auf die Verwendung multimedialer Elemente hinzuweisen, damit die Proband*innen später nicht überrascht sind und die Befragung abbrechen (Brosius et al., 2022, S. 123).

In den Datenschutzhinweisen wurden die Studienteilnehmer*innen darüber informiert, dass die Befragung freiwillig und anonym ist und dass ihre Daten nur für wissenschaftliche Zwecke verwendet werden.

Zuweisungen zu den einzelnen Versuchsbedingungen

Nachdem die Teilnehmer*innen ihr Einverständnis zur Teilnahme an der Studie gegeben hatten, wurden sie per Zufall einer der vier Versuchsbedingungen zugewiesen. Für diesen Zweck wurden in *SoSci Survey* einerseits ein Start-Fragebogen, in den ein Zufallsgenerator integriert wurde, und andererseits vier einzelne Fragebögen (für jede Bedingung einer) erstellt. In den Zufallsgenerator wurden dann die vier Fragebögen eingetragen und eingestellt, dass alle Bedingungen gleich oft gezogen werden sollen. Der Zufallsgenerator wurde bewusst erst nach der Datenschutzerklärung eingebaut, da auf den ersten Seiten erfahrungsgemäß viele Personen den Fragebogen abbrechen (El-Menouar & Blasius, 2005, S. 79-80), was zu einer Ungleichverteilung der Teilnehmer*innen in den Gruppen geführt hätte. Die Zuteilung in die Gruppen erfolgte, ohne dass die Proband*innen es mitbekamen.

Soziodemografische Daten

Zu Beginn aller vier Bedingungen wurden die soziodemografischen Daten (Geschlecht, Alter, höchster Bildungsabschluss und Wohnort) der Teilnehmer*innen erhoben. Diese dienen (mit Ausnahme des Wohnorts) in der späteren Analyse als Kontrollvariablen.

Videos

Danach unterscheiden sich die vier Bedingungen. Je nachdem, welcher Gruppe man per Zufall zugeteilt wurde, sah man drei Videos mit oder ohne Phubbing bzw. mit oberflächlichen oder tiefgründigen Gesprächsthemen. Vor Start der Videos wurde nochmals darauf hingewiesen, dass man sich nun in einen ruhigen Raum begeben oder Kopfhörer anschließen sollte.

Die Videos wurden auf *SoSci Survey* geladen und mittels HTML-Code in den Fragebogen integriert. Pro Fragebogen-Seite wurde nur ein Video dargestellt. Die Reihenfolge, in der die Videos gezeigt werden, wurde nicht zufällig festgelegt, sondern orientiert sich an einem natürlichen Gesprächsaufbau. Bei den Teilnehmer*innen sollte der Eindruck entstehen, dass sie drei Ausschnitte aus einem zusammenhängenden Gespräch sehen. Der Einstieg ins Gespräch erfolgte jeweils durch ein Thema mit hohem Neuigkeitswert, von dem man als erstes erzählen würde, weil es erst vor kurzer Zeit passiert ist (oberflächliches Gesprächsthema: „Ich habe gerade die Nachbarn am Gang getroffen und sie haben einen neuen Hund.“; tiefgründiges Gesprächsthema „Ich habe gerade eine Prüfung geschrieben, die ich wahrscheinlich nicht bestanden habe.“). Danach wurden die Gesprächsausschnitte mit geringerer Aktualität gezeigt.

Der „Weiter“-Button wurde jeweils für die Dauer des Videos deaktiviert, um sicherzustellen, dass die Proband*innen die Videos auch wirklich ansehen. Jedoch besteht bei der Integration von Videos in einem Fragebogen immer ein gewisses Risiko, dass manche Personen aufgrund von technischen Problemen nicht darauf zugreifen können. Das kann beispielsweise daran liegen, dass sie den Fragebogen auf unterschiedlichen (mitunter veralteten) Endgeräten bzw. Browsern ausfüllen. Um möglichst viele Nutzer*innen erreichen zu können, wurden deshalb alle Videos jeweils in drei verschiedenen Formaten (MP4, WEBM, OGV) hochgeladen. Gewisse Faktoren lassen sich jedoch nicht beeinflussen, sodass letzten Endes trotzdem nicht sichergestellt ist, dass wirklich alle die Videos abspielen können. Eine Möglichkeit, um Personen auszuschließen, die an der Befragung teilgenommen haben, obwohl sie die Videos nicht angesehen haben, ist die Prüfung der Verweildauer auf den jeweiligen Fragebogenseiten. Diese Daten werden von *SoSci Survey* automatisch erfasst. Zudem liefert auch der Manipulationscheck verlässliche Hinweise darauf, ob die Teilnehmer*innen die Videos tatsächlich angesehen haben.

Fragen-Teil

Nach Ansehen der Videos ging es zum Fragen-Teil über. Die Fragen bezogen sich größtenteils auf die Videos und waren für alle vier Versuchsgruppen gleich. Die Proband*innen bewerteten die Konstrukte Gesprächsqualität, Eindruck der Gesprächspartnerinnen, Beziehung der Gesprächspartnerinnen und Normativität. Für die Bewertung wurde durchgängig eine 7-Punkt-Likert Skala herangezogen, wobei 1 für *stimme gar nicht zu* und 7 für *stimme voll zu* steht. Genauere Ausführungen zu den einzelnen Fragen finden sich im Kapitel 8.2.2.

Bei mehreren zu bewertenden Items innerhalb einer Frage wurde die Reihenfolge der Items variiert, was in einem Online-Fragebogen automatisch eingestellt werden kann. Das verhindert, dass Items, die am Anfang oder Ende aufgelistet werden, besser erinnert werden als Items, die in der Mitte stehen und erhöht die Validität der Ergebnisse (vgl. „Primacy-Recency-Effekt“; Brosius et al., 2022, S. 117).

Manipulationscheck

Um sicherzustellen, dass die Manipulation der unabhängigen Variablen erfolgreich war, wurden zwei Fragen gestellt, die später im Rahmen eines Manipulationschecks ausgewertet wurden. Dabei wurde überprüft, ob die manipulierten Videos von den Versuchspersonen so wahrgenommen wurden, wie es beabsichtigt wurde – also ob das Phubbing registriert wurde und ob die Gesprächsthemen als oberflächlich oder tiefgründig eingestuft wurden. Die Ergebnisse des Manipulationschecks sind im Kapitel 9.2 nachzulesen.

Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten

Gegen Ende des Fragebogens wurden die Teilnehmer*innen gebeten, noch Angaben zu ihrer Smartphone-Nutzung zu machen. Konkret wurde erhoben, ob sie generell ein Smartphone nutzen und wenn ja, wie viele Stunden pro Tag. Zudem wurden die Proband*innen auch über ihr eigenes Phubbing-Verhalten befragt. Sowohl die Smartphone-Nutzung als auch das Phubbing-Verhalten dienen in der späteren Analyse als Kontrollvariablen.

An dieser Stelle wurden außerdem noch allgemeine Fragen zu den deskriptiven Normen gestellt, die sich nicht unmittelbar auf das Stimulusmaterial beziehen (im Gegensatz zu den injunktiven Normen).

Abschluss und Debriefing

Am Ende des Fragebogens gab es die Möglichkeit an einem Gewinnspiel teilzunehmen und einen von drei Thalia-Gutscheinen im Wert von je zehn Euro zu gewinnen. Dies sollte als Anreiz dienen, an der Studie teilzunehmen. Die drei Gewinner*innen wurden nach Beendigung der Datenerhebung per Zufall gezogen und die Gutscheine am 1. August 2022 bereits versendet.

Auf der letzten Seite wurde über das tatsächliche Thema und den Zweck der Studie aufgeklärt. Außerdem wurde klargestellt, dass es sich bei den Videoausschnitten um

gestellte Gespräche mit frei erfundenen Inhalten handelte. Ein solches Debriefing ist vor allem dann wichtig, wenn es zu Beginn des Fragebogens nicht möglich ist, den genauen Zweck der Studie offenzulegen, da die Proband*innen davon möglicherweise in ihrem Antwortverhalten beeinflusst würden.

Für etwaige Fragen oder Anmerkungen gab es außerdem ein Kommentarfeld, in dem die Teilnehmer*innen auch ihre E-Mailadresse hinterlassen konnten, wenn eine Kontaktaufnahme gewünscht war. Um die Anonymität zu gewährleisten, wurden die Kontaktdaten getrennt von den restlichen Daten erhoben. Zudem wurden am Schluss die Kontaktdaten der Forscherin angegeben, um sie gegebenenfalls direkt kontaktieren zu können.

8.5 Pretest

Um einen reibungslosen Ablauf der Studie zu gewährleisten und valide Daten zu erhalten, wurden das Stimulusmaterial und der Fragebogen vorab im Rahmen eines Pretests geprüft. Dieser wurde im Zeitraum zwischen 20. und 23. Mai 2022 durchgeführt und es nahmen insgesamt 34 Personen aus der Zielgruppe daran teil.

Die Plattform *SoSci Survey*, auf der der Fragebogen angelegt wurde, bietet die Möglichkeit, einen Pretest online durchzuführen. Mittels der Pretest-Funktion konnten die testenden Personen über einen Link eine Vorschau des Fragebogens aufrufen und diesen ausfüllen. Im Unterschied zum tatsächlichen Experiment gab es am Ende jeder Fragebogenseite ein Kommentarfeld für etwaige Anmerkungen.

Wie im späteren Experiment wurden die teilnehmenden Personen per Zufall einer der Gruppen zugewiesen (Experimentalgruppe 1: 7 Personen, Experimentalgruppe 2: 8 Personen, Kontrollgruppe 1: 9 Personen, Kontrollgruppe 2: 10 Personen). Die Teilnehmer*innen wurden gebeten, sich die Videos anzusehen, alle Fragen zu beantworten und den Fragebogen anhand verschiedener Kriterien zu bewerten und Probleme oder Verbesserungsvorschläge ins Kommentarfeld einzutragen. Besonders geachtet werden sollte auf:

- Funktion und Qualität der Videos
- Verständlichkeit der Erläuterungen und Fragen
- Flüssiger Ablauf, Benutzerfreundlichkeit
- Formulierung, Rechtschreibung, Grammatik
- Layout

Das Pretesting war für die Gestaltung eines zuverlässigen Erhebungsinstruments sehr hilfreich. Es konnten einige wertvolle Verbesserungsvorschläge generiert und umgesetzt werden, die wesentlich zur Benutzerfreundlichkeit und Qualität der Studie beitrugen. Der Fragebogen wurde sowohl auf PC-Bildschirmen getestet als auch auf Smartphones und Tablets, die über einen deutlich kleineren Bildschirm verfügen. Daraufhin wurden einzelne Adaptierungen beim Layout vorgenommen, wie etwa die Veränderung der Schriftgröße auf der ersten Seite des Fragebogens, da das Briefing für die Studie auf dem Smartphone laut Pretest anfänglich nicht gut lesbar war.

Wie sich herausstellte, war insbesondere die technische Prüfung der Videos von großer Wichtigkeit. Bei den meisten Personen konnten die Videos zwar auf Anhieb abgespielt werden, bei fünf Personen traten jedoch Probleme auf. Die Videos stockten entweder oder konnten gar nicht abgespielt werden. Es stellte sich heraus, dass alle Personen, bei denen dies der Fall war, ein Android-Smartphone nutzten. Das Problem konnte somit identifiziert und behoben werden (bei einem HTML-Code hatte sich ein Tippfehler eingeschlichen), sodass die Videos bei erneutem Testen auch auf Android-Geräten abspielbar waren. Trotz aller Bemühungen bleibt aber immer ein gewisses Restrisiko bestehen, dass manche Personen aufgrund technischer Barrieren nicht an der Befragung teilnehmen können (Brosius et al., 2022, S. 117). Durch den Pretest wurde versucht, einen Großteil dieser Barrieren vorab zu eliminieren.

Der Manipulationscheck mit den Daten aus dem Pretest zeigte, dass die Manipulation des Stimulusmaterials wirksam ist (siehe Tabelle 3). Die sechs Fälle, die die Videos nicht abspielen konnten, wurden bei der Auswertung ausgeschlossen, da die Teilnehmer*innen die beiden Fragen nicht korrekt beantworten konnten, ohne die Videos vorher gesehen zu haben (28 gültige Fälle von 34; Experimentalgruppe 1: 6 Personen, Experimentalgruppe 2: 5 Personen, Kontrollgruppe 1: 7 Personen, Kontrollgruppe 2: 10 Personen). 96,43% (N = 27) der testenden Personen beantworteten die Frage, ob in den Gesprächen ge-phubbt wurde, richtig (1= Ja, 3 = Nein). Nur eine Person gab an, dass Phubbing stattfand, obwohl dies nicht der Fall war. Der Unterschied zwischen den Gruppen mit Phubbing (M = 1,00, SD = 0,00) und den Gruppen ohne Phubbing (M = 2,88, SD = 0,49, $t(26) = 12,78$, $p < 0,001$) ist hoch signifikant. Bei der Frage, ob die beiden Personen eher über oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen gesprochen haben (Skala von 1 bis 4, wobei 1= oberflächlich, 4 = tiefgründig), antworteten bei den Gruppen mit tiefgründigem Thema 93,33% (N = 14) und bei den beiden Gruppen mit oberflächlichem Thema 92,31% (N = 12) gemäß der Videos, die sie gesehen hatten. Der Unterschied zwischen den Gruppen mit oberflächlichem (M = 1,46,

SD = 0,66) und jenen mit tiefgründigem Gesprächsthema (M = 3,73, SD = 0,59, $t(26) = -9,59$, $p < 0,001$) ist ebenfalls hoch signifikant.

Gruppe	Deskriptive Statistik			t-Test		
	N	M	SD	T	df	p
Kein Phubbing	11	1,00	0,00	12,78	26	<,001
Phubbing	17	2,88	0,49			
Oberflächliches Gesprächsthema	13	1,46	0,66	-9,59	26	<,001
Tiefgründiges Gesprächsthema	15	3,73	0,59			

Tabelle 3: Ergebnisse Manipulationscheck – Pretest (eigene Darstellung)

Da bei beiden Fragen über 90% der Antworten richtig bzw. so wie beabsichtigt waren und die Unterschiede zwischen den Gruppen jeweils hoch signifikant sind, konnte von einer hohen Wirksamkeit der Manipulation für das Experiment ausgegangen werden. Die Daten aus dem Pretest dienten ausschließlich der Optimierung des Erhebungsinstruments und wurden nicht für die Studie herangezogen. Die Teilnehmer*innen wurden zudem als potentielle Proband*innen ausgeschlossen, da sie das Thema der Studie bereits kannten und die Teilnahme an mehreren Versuchsgruppen zu verfälschten Ergebnissen führen könnte (Jones & Kenward, 2015)

8.6 Versuchspersonen

Als Proband*innen wurden Personen aus dem erweiterten Bekanntenkreis der Forscherin, Studierende der Universität Wien sowie auch unbekannte Personen rekrutiert. Einzige Kriterien für die Teilnahme an der Studie waren ein Mindestalter von 18 Jahren, dass man deutsch spricht und über ein internetfähiges Endgerät (Smartphone, Tablet, Laptop oder PC) verfügt. Der Link zur Befragung wurde auf verschiedenen Wegen verbreitet. Ein Teil der Befragten wurde persönlich kontaktiert und gebeten, teilzunehmen und den Link anhand des Schneeballprinzips an Bekannte weiterzuleiten. Zusätzlich wurde die Befragung auch auf den Social Media Accounts der Forscherin sowie in einigen Facebookgruppen geteilt. Insgesamt nahmen über einen Zeitraum von knapp zehn Wochen (23.05.2022-01.08.2022) 263 Personen an dem Online-Experiment teil. Es konnten alle Fälle für die Studie herangezogen werden. Durchschnittlich beendeten die Teilnehmer*innen den Fragebogen nach ca. elf Minuten.

8.7 Auswertungsverfahren

Die Auswertung der Daten erfolgte mittels der Statistiksoftware *IBM SPSS Statistics*. Dazu wurden die Daten von *SoSci Survey* als *SPSS*-Datensatz heruntergeladen und in *SPSS* importiert. Danach wurden noch kleine Änderungen am Datensatz vorgenommen. Die Skalenniveaus wurden teilweise angepasst, invers codierte Variablen umcodiert sowie Variablen neu berechnet. Zudem wurden im Datensatz die zwei neuen Variablen „Phubbing“ (0 = kein Phubbing, 1 = Phubbing) und „Gesprächsthema“ (0 = oberflächliches Gesprächsthema, 1 = tiefgründiges Gesprächsthema) erstellt, um die Versuchsgruppen für die Analyse einzuteilen.

Nach erfolgter Faktoren- und Reliabilitätsanalyse wurden die einzelnen im Fragebogen erhobenen Items zu Skalen bzw. Indizes zusammengefasst. Anschließend wurde die Hypothesen-Prüfung mittels t-Tests für unabhängige Stichproben und zweifaktorieller Varianzanalyse durchgeführt. Diese stellt das Herzstück der Analyse dar und ist für die Beantwortung der Forschungsfragen zentral. Darüber hinaus wurden Regressionsanalysen für mögliche Kovariaten durchgeführt.

9 ERGEBNISSE

In diesem Kapitel werden nun die Ergebnisse der statistischen Datenanalyse präsentiert. Zu Beginn wird die Stichprobe beschrieben und die Auswertung des Manipulationschecks vorgestellt. Danach wird auf die Ergebnisse der Analysen eingegangen, die zur Hypothesenprüfung durchgeführt wurden und in weiterer Folge der Beantwortung der Forschungsfragen dienen. Als Analyseverfahren wurden t-Test und zweifaktorielle Varianzanalyse herangezogen. Den letzten Teil bildet eine Regressionsanalyse, in der der Einfluss zusätzlicher Variablen untersucht wurde.

9.1 Beschreibung der Stichprobe

Die Stichprobe ($n = 263$) setzt sich aus 151 Frauen (57,41%), 110 Männern (41,83%) und 2 diversen Personen (0,76%) zusammen. Die Teilnehmer*innen sind zwischen 18 und 70 Jahren alt, wobei 27 Jahre am häufigsten angegeben wurde und der Altersdurchschnitt bei 36,83 Jahren liegt. Der Großteil der Befragten ($N = 246$, 93,54%) lebt in Österreich, 15 Personen (5,70%) gaben Deutschland als Wohnort an und zwei Personen (0,76%) ein anderes Land. Als höchste abgeschlossene Ausbildung gab fast die Hälfte der Befragten ($N = 128$, 48,67%) an, eine Universität oder Fachhochschule absolviert zu haben. 29,28% ($N = 77$) haben die Matura oder Abitur. 17,50% ($N = 46$) haben eine Lehre oder Berufsausbildung abgeschlossen. Drei Personen (1,14%) verfügen über einen Pflichtschulabschluss und eine Person (0,38%) hat (noch) keinen Abschluss. Acht Personen (3,04%) gaben eine andere Ausbildung an.

Neben den soziodemografischen Daten wurden auch die Smartphone-Nutzung und das Phubbing-Verhalten der Proband*innen erhoben. Bis auf eine Person besitzen alle Personen der Stichprobe ein Smartphone oder Mobiltelefon (99,62%). Die meisten gaben an, ihr mobiles Endgerät 1 bis 2 Stunden täglich zu nutzen (Modus = 2), der Durchschnitt liegt bei 2 bis 3 Stunden ($M = 3$) täglich (siehe Abbildung 6).

Das eigene Phubbing-Verhalten der Proband*innen wurde ebenfalls erhoben (siehe Abbildung 7). Der Aussage „Ich verwende mein Smartphone (oder Mobiltelefon) häufig während Gesprächen mit anderen Personen“ stimmten die meisten Personen eher nicht zu ($M = 2,80$, Modus = 2). Das heißt, sie gaben an, eher nicht zum Phubbing zu neigen.

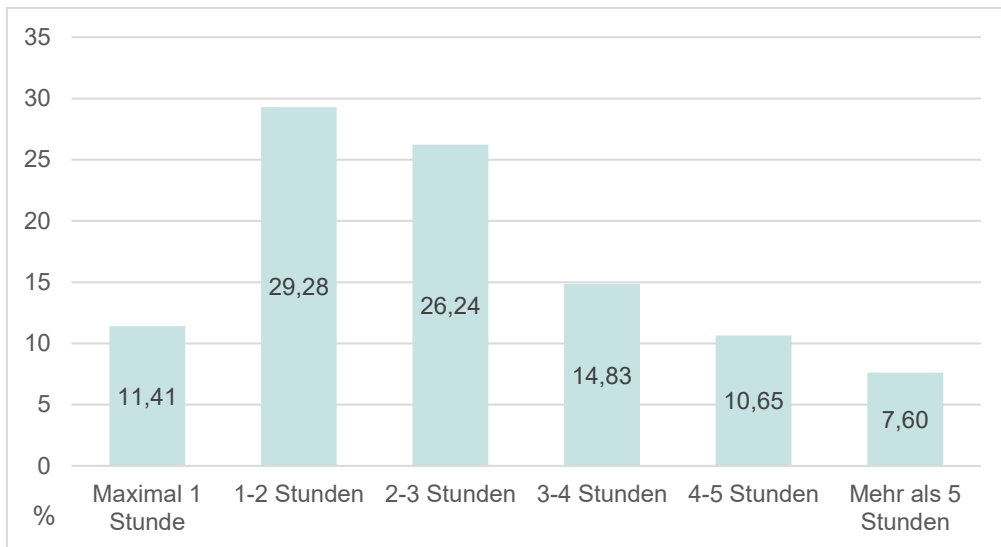


Abbildung 6: Diagramm – Dauer der Smartphone-Nutzung

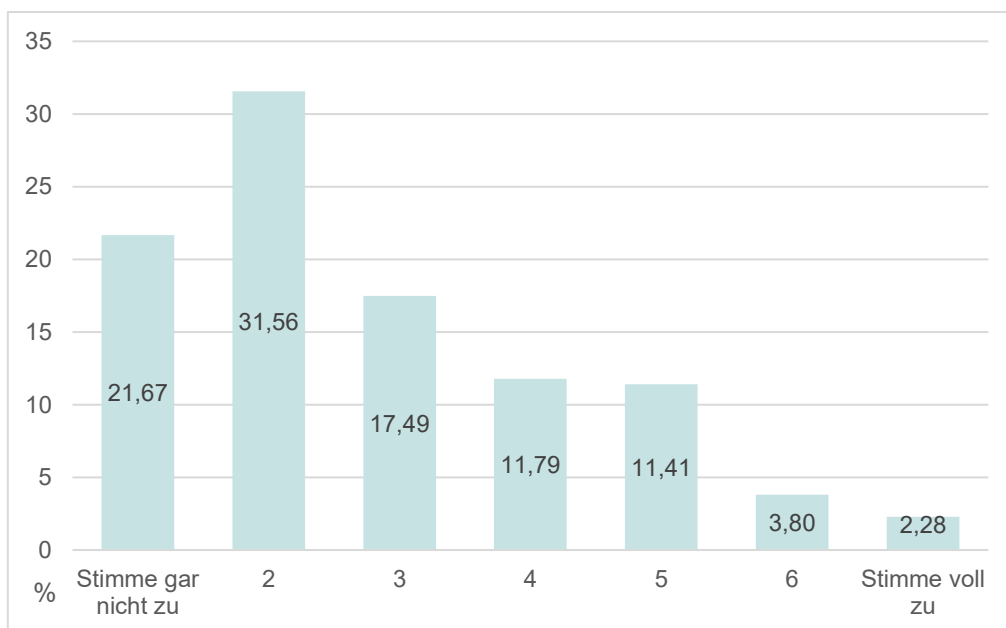


Abbildung 7: Diagramm – Phubbing-Verhalten

Die Zuteilung zu den vier Versuchsgruppen erfolgte per Zufall. Es konnte eine gleichmäßige Verteilung der Gruppen erreicht werden:

- 68 Personen in Experimentalgruppe 1 (oberflächliches Thema + Phubbing)
- 65 Personen in Experimentalgruppe 2 (tiefgründiges Thema + Phubbing)
- 67 Personen in Kontrollgruppe 1 (oberflächliches Thema + volle Aufmerksamkeit)
- 63 Personen in Kontrollgruppe 2 (tiefgründiges Thema + volle Aufmerksamkeit)

9.2 Manipulationscheck

Um zu überprüfen, ob die Manipulation der unabhängigen Variablen „Phubbing“ und Gesprächsthema“ erfolgreich war, wurden diese einem Manipulationscheck unterzogen. Die Daten dafür wurden im Fragebogen erhoben und mittels T-test für unabhängige Stichproben ausgewertet. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 nachzulesen. Die Manipulation des Phubbings wurde mit der Frage „Wurde im Gespräch ein Smartphone verwendet?“ überprüft (1 = Ja, 3 = Nein). Alle Personen beantworteten die Frage richtig, ob ein Smartphone verwendet wurde ($M = 1,00$, $SD = 0,00$) oder nicht ($M = 3,00$, $SD = 0,00$). Die Smartphone-Präsenz wurde von allen Proband*innen wahrgenommen. Somit war die Manipulation eindeutig wirksam und es konnte auf den t-Test verzichtet werden. Zur Überprüfung der Manipulation des Gesprächsthemas war die Frage „Welche Aussage über das Gespräch trifft eher zu?“ auf einer Skala von 1 (= Es wurde über oberflächliche Gesprächsthemen gesprochen) bis 4 (= Es wurde über tiefgründige Gesprächsthemen gesprochen) zu bewerten. Auch die Manipulation des Gesprächsthemas war erfolgreich. Die Proband*innen, die Videos mit oberflächlichen Gesprächsthemen sahen, bewerteten diese durchschnittlich auch als oberflächlich ($M = 1,30$, $SD = 0,56$). Die Proband*innen, die Videos mit tiefgründigen Gesprächsthemen sahen, nahmen diese im Durchschnitt auch als tiefgründig wahr ($M = 3,53$, $SD = 0,71$). Der Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist hoch signifikant ($t(242,27) = -28,11$, $p < 0,001$).

Gruppe	Deskriptive Statistik			t-Test		
	N	M	SD	T	df	p
Kein Phubbing	133	1,00	0,00	-	-	-
Phubbing	130	3,00	0,00			
Oberflächliches Gesprächsthema	135	1,30	0,56	28,11	242,27	<,001
Tiefgründiges Gesprächsthema	128	3,53	0,71			

Tabelle 4: Ergebnisse Manipulationscheck (eigene Darstellung)

Wie schon der im Rahmen des Pretestings durchgeführte Manipulationscheck, zeigt auch der nun vorliegende Manipulationscheck hoch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen. Deshalb kann insgesamt von einer hohen Wirksamkeit der Manipulationen der unabhängigen Variablen ausgegangen werden.

Zudem sprechen die Ergebnisse des Manipulationschecks dafür, dass der Großteil der Proband*innen die Videos auch tatsächlich angesehen hat. Die Frage nach dem Vorkommen eines Smartphones wurde sogar von allen richtig beantwortet. Als zusätzlicher Indikator dafür, dass die Videos zur Gänze angesehen wurden, diente außerdem die Verweildauer auf den entsprechenden Fragebogenseiten, auf denen die Videos eingebettet sind. Die kürzeste Verweildauer der jeweiligen Fragebogenseite entsprach jeweils mindestens der Dauer des darauf gezeigten Videos oder war länger. Es kann also mit hoher Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden, dass der überwiegende Teil der Proband*innen alle Videos vollständig angesehen hat. Damit sind die Voraussetzungen für die weitere Datenanalyse gegeben.

9.3 Hypothesenprüfung H1a-H1d – Einfluss von Phubbing

Die Testung der Hypothesen H1a, H1b, H1c und H1d soll Aufschluss darüber geben, welchen Einfluss Phubbing auf die Wahrnehmung sozialer Interaktionen und Beziehungen hat und inwiefern dieses als normatives Verhalten bewertet wird. Für die Hypothesenprüfung wird der t-Test für unabhängige Stichproben als Analyseverfahren herangezogen. Es werden jeweils zwei unabhängige Gruppen (Phubbing – kein Phubbing) hinsichtlich ihrer Mittelwertunterschiede verglichen.

Als grundlegende Voraussetzung für dieses Verfahren gilt die Normalverteilung der Daten (Kubinger, Rasch & Moder, 2009). Da jedoch bei einer Stichprobengröße von $n > 30$ von einer Normalverteilung der Daten ausgegangen werden kann, wird für diese Analyse aufgrund der annehmbar großen Stichprobe ($n = 263$) auf diese Voraussetzungsprüfung verzichtet (2009). Eine weitere Voraussetzung für den t-Test stellt die Gleichheit der Varianzen (= Varianzhomogenität) dar (2009). Diese wird anhand des Levene-Tests geprüft. Varianzhomogenität kann dann angenommen werden, wenn das Ergebnis des Levene-Tests nicht signifikant ist ($p > 0,05$). Im Falle der Varianzheterogenität ($p < 0,05$) werden die Ergebnisse des Welch-Tests (= t-Test mit Welch-Korrektur) berichtet (Ortmann, 2021).

9.3.1 Wahrnehmung der Gesprächsqualität

H1a: *Phubbing wirkt sich negativ auf die wahrgenommene Gesprächsqualität aus*

Um die Hypothese H1a zu testen, wird ein t-Test für unabhängige Stichproben mit den Variablen Gesprächsqualität (= AV) und Phubbing (= UV) durchgeführt. Die Deskriptivstatistik zeigt, dass die Gesprächsqualität durchschnittlich niedriger bewertet

wurde, wenn Phubbing auftrat ($M = 4,99$, $SD = 1,05$) im Vergleich zu Gesprächen, bei denen es kein Phubbing gab ($M = 5,62$, $SD = 0,89$). Ob der Unterschied zwischen den beiden Gruppen signifikant ist, zeigt der t-Test. Da die Varianzgleichheit eine Voraussetzung für den t-Test darstellt, wird zunächst der Levene-Test betrachtet. Dieser besagt, dass Varianzgleichheit angenommen werden kann ($F = 3,39$, $p = 0,07$), womit die Voraussetzung für den t-Test erfüllt ist. Die Ergebnisse des t-Tests zeigen einen hoch signifikanten Unterschied zwischen den beiden Gruppen ($t(261) = 5,25$, $p < 0,001$). Gespräche, in denen gephubbt wurde, wurden also signifikant schlechter bewertet als Gespräche, in denen kein Phubbing stattfand. Die Hypothese wird somit angenommen. Für eine bessere Übersicht sind alle Ergebnisse nochmals in Tabelle 5 dargestellt.

Gruppe	Deskriptive Statistik			Levene-Test		t-Test		
	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	5,62	0,89	3,39	0,07	5,25	261	<,001
Phubbing	133	4,99	1,05					

Tabelle 5: T-Test – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)

9.3.2 Wahrnehmung des Eindrucks der Gesprächspartnerin

H1b: Eine Person, die während eines Gesprächs phubbt, wird weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen als eine Person, die nicht phubbt

Der Eindruck der Gesprächspartnerin wird anhand der Konstrukte Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie erhoben. Um die Hypothese H1b zu testen, wird jeweils ein t-Test für unabhängige Stichproben mit den Variablen Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie (= AV) und Phubbing (= UV) durchgeführt.

Aufmerksamkeit

Die Deskriptivstatistik zeigt, dass die Aufmerksamkeit durchschnittlich niedriger bewertet wurde, wenn gephubbt wurde ($M = 2,65$, $SD = 1,13$) als wenn nicht gephubbt wurde ($M = 5,59$, $SD = 1,57$). Da der Levene-Test in diesem Fall signifikant ist, kann keine Varianzgleichheit angenommen werden ($F = 8,21$, $p = 0,004$). Deshalb werden die Ergebnisse des Welch-Tests berichtet. Dieser zeigt, dass der Unterschied zwischen den beiden Gruppen hoch signifikant ist ($t(234,34) = 17,41$, $p < 0,001$). Die Gesprächspartnerin wurde in Gesprächen mit Phubbing signifikant weniger aufmerksam wahrgenommen als in Gesprächen ohne Phubbing (siehe Tabelle 6).

	Deskriptive Statistik			Levene-Test		Welch-Test		
Gruppe	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	5,59	1,57	8,21	0,004	17,41	234,34	<,001
Phubbing	133	2,65	1,13					

Tabelle 6: T-Test – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)

Höflichkeit

Die Höflichkeit wurde in Gesprächen mit Phubbing im Durchschnitt deutlich niedriger bewertet ($M = 3,19$, $SD = 1,20$) als in Gesprächen ohne Phubbing ($M = 6,00$, $SD = 1,48$). Anhand des Ergebnisses des Levene-Tests kann Varianzgleichheit angenommen werden ($F = 0,01$, $p = 0,95$). Der t-Test zeigt, dass der Unterschied zwischen den beiden Gruppen hoch signifikant ist ($t(261) = 16,98$, $p < 0,001$). Die Gesprächspartnerin wurde in Gesprächen mit Phubbing signifikant weniger höflich wahrgenommen als in Gesprächen ohne Phubbing (siehe Tabelle 7).

	Deskriptive Statistik			Levene-Test		t-Test		
Gruppe	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	6,00	1,48	0,95	0,95	16,98	261	<,001
Phubbing	133	3,19	1,20					

Tabelle 7: T-Test – Höflichkeit (eigene Darstellung)

Sympathie

Auch die Sympathie wurde durchschnittlich schlechter bewertet, wenn Phubbing stattfand ($M = 3,92$, $SD = 1,32$), als wenn dies nicht der Fall war ($M = 5,79$, $SD = 1,56$). Der Levene-Test spricht für Varianzgleichheit ($F = 0,61$, $p = 0,44$). Betrachtet man den t-Test, so zeigt sich abermals ein hoch signifikanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen ($t(261) = 10,48$, $p < 0,001$). Die Gesprächspartnerin wurde in Gesprächen mit Phubbing signifikant weniger sympathisch wahrgenommen als in Gesprächen ohne Phubbing (siehe Tabelle 8).

Insgesamt wurde die Gesprächspartnerin in Gesprächen mit Phubbing signifikant weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen als in Gesprächen ohne Phubbing. Somit kann die Hypothese H1b angenommen werden.

Gruppe	Deskriptive Statistik			Levene-Test		t-Test		
	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	5,79	1,56	0,61	0,44	10,48	261	<,001
Phubbing	133	3,92	1,32					

Tabelle 8: T-Test – Sympathie (eigene Darstellung)

9.3.3 Wahrnehmung der Beziehung der Gesprächspartnerinnen

H1c: Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird distanzierter wahrgenommen, wenn während des Gesprächs gephubbt wird

Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird anhand des Konstrukts Verbundenheit untersucht. Um die Hypothese H1c zu testen, werden die Variablen Verbundenheit (= AV) und Phubbing (= UV) in die Analyse mitaufgenommen. Die Ergebnisse der Deskriptivstatistik zeigen, dass die Verbundenheit durchschnittlich niedriger bewertet wurde, wenn in den Gesprächen Phubbing vorkam ($M = 4,69$, $SD = 1,14$), im Vergleich zu den Gesprächen in denen kein Phubbing stattfand ($M = 5,37$, $SD = 1,11$). Anhand des Levene-Tests kann Varianzgleichheit angenommen werden ($F = 0,38$, $p = 0,54$). Der t-Test zeigt, dass der Unterschied zwischen den beiden Gruppen hoch signifikant ist ($t(261) = 4,90$, $p < 0,001$).

Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wurde signifikant negativer wahrgenommen, wenn während des Gesprächs gephubbt wurde, als wenn nicht (siehe Tabelle 9). Das bedeutet, die Hypothese kann angenommen werden.

Gruppe	Deskriptive Statistik			Levene-Test		t-Test		
	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	5,37	1,11	0,38	0,54	4,90	261	<,001
Phubbing	133	4,69	1,14					

Tabelle 9: T-Test – Verbundenheit (eigene Darstellung)

9.3.4 Angemessenheit des Verhaltens – injunktive Normen

H1d: Die Smartphone-Nutzung während eines Gesprächs wird als unangemessen empfunden

Um die Hypothese H1d zu testen, werden die abhängige Variable Normativität (= injunktive Normen) und die unabhängige Variable Phubbing für die Analyse

herangezogen. Schon der Blick auf die deskriptive Statistik zeigt große Mittelwertsunterschiede auf. Das Verhalten der Gesprächspartnerin wurde als deutlich weniger angemessen bewertet, wenn sie ein Smartphone im Gespräch verwendete ($M = 2,64$, $SD = 1,37$), als wenn sie das nicht tat ($M = 6,22$, $SD = 1,20$). Das Ergebnis des Levene-Tests zeigt, dass Varianzgleichheit angenommen werden kann ($F = 2,79$, $p = 0,10$). Der t-Test besagt, dass die Mittelwertsunterschiede zwischen den beiden Gruppen hoch signifikant sind ($t(261) = 22,50$, $p < 0,001$). Die Angemessenheit des Verhaltens von Gesprächspartnerin A wurde in Gesprächen mit Phubbing signifikant niedriger bewertet als in Gesprächen in denen kein Phubbing stattfand (siehe Tabelle 10). Damit kann auch diese Hypothese angenommen werden.

Gruppe	Deskriptive Statistik			Levene-Test		t-Test		
	N	M	SD	F	p	T	df	p
Kein Phubbing	130	6,22	1,20	2,79	0,10	22,50	261	<,001
Phubbing	133	2,64	1,37					

Tabelle 10: T-Test – injunktive Normen (eigene Darstellung)

Zusatz: deskriptive Normen

Neben den injunktiven Normen wurden außerdem die deskriptiven Normen, die Aufschluss darüber geben, wie häufig Phubbing vorkommt, im Fragebogen erhoben. Diese beziehen sich zwar nicht auf das Stimulusmaterial und dienen dadurch auch nicht unmittelbar der Hypothesenprüfung, sie werden aber zusätzlich berichtet, um zu sehen, wie häufig die Proband*innen Phubbing-Verhalten erleben bzw. beobachten. Es waren drei Fragen auf einer Skala von 1 (= stimme gar nicht zu) bis 7 (= stimme voll zu) zu beantworten. Dabei zeigte sich, dass die Proband*innen vor allem berichteten, Phubbing-Verhalten bei anderen Personen zu beobachten. „Ich beobachte es häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden“ ($M = 5,72$, Modus = 6, $SD = 1,75$). Wenn das Phubbing sie selbst bzw. ihr eigenes soziales Umfeld betraf, waren die Zustimmung im Durchschnitt etwas geringer: „Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden“ ($M = 4,30$, Modus = 5, $SD = 1,75$) und „Das Verhalten, dass Personen in Anwesenheit anderer ihr Smartphone verwenden, ist typisch für die Personen in meiner Umgebung“ ($M = 3,92$, Modus = 5, $SD = 1,69$).

9.4 Hypothesenprüfung H2a-H2d – Einfluss des Gesprächsthemas

Die Testung der Hypothesen H1a-H1d ergab, dass Phubbing einen Einfluss auf die wahrgenommene Gesprächsqualität, den Eindruck der Gesprächspartnerin, die Beziehung und die Normativität hat. Nun gilt es zu überprüfen, ob in diesem Zusammenhang auch das Gesprächsthema eine Rolle spielt. Für die Prüfung der Hypothesen H2a, H2b, H2c und H2d, wird die zweifaktorielle Varianzanalyse als statistisches Verfahren herangezogen. Es wird untersucht, ob sich die Mittelwerte der jeweiligen abhängigen Variable (Gesprächsthema, Eindruck, Beziehung, Normativität) zwischen mehreren Gruppen (Phubbing – kein Phubbing – oberflächliches Gesprächsthema – tiefgründiges Gesprächsthema) unterscheiden. Neben den Gruppenunterschieden können außerdem Interaktionseffekte zwischen den Faktoren untersucht werden. Die unabhängigen Variablen Phubbing (ja oder nein) und Gesprächsthema (oberflächlich oder tiefgründig) bilden die Faktoren und ihre jeweiligen Ausprägungen die Faktorstufen. Post-hoc-Tests sind weder beim Faktor Phubbing, noch beim Faktor Gesprächsthema sinnvoll, da jeweils nur zwei Faktorstufen vorliegen.

Grundvoraussetzungen sind auch für dieses Verfahren die Varianzhomogenität zwischen den Gruppen und eine Normalverteilung der Daten (Backhaus et al., 2021). Die Varianzhomogenität wird wieder mittels Levene-Test geprüft ($p > 0,05$). Die Normalverteilung der Daten kann wiederum aufgrund der ausreichenden Stichprobengröße ($n = 263$) angenommen werden (Kubinger et al., 2009).

9.4.1 Wahrnehmung der Gesprächsqualität

H2a: *Phubbing während eines tiefgründigen Gesprächs wirkt sich negativer auf die wahrgenommene Gesprächsqualität aus als Phubbing während eines oberflächlichen Gesprächs*

Um die Hypothese H2a zu testen, wird im Rahmen einer zweifaktoriellen Varianzanalyse untersucht, ob die Faktoren Phubbing und Gesprächsthema Einfluss auf die abhängige Variable Gesprächsqualität haben und ob eine Interaktion zwischen den beiden Faktoren vorliegt. Die in Tabelle 11 dargestellte deskriptive Statistik zeigt sowohl insgesamt als auch innerhalb der beiden Phubbing-Gruppen nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede zwischen oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen⁶.

⁶ Da die Mittelwertsunterschiede, die sich aufgrund des Phubbings ergeben, bereits bei der Prüfung der Hypothesen H1a-H1d berichtet wurden, werden an dieser Stelle nur die Ergebnisse, die sich auf das Gesprächsthema beziehen, präsentiert.

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	5,55	0,92
	Tiefgründig	63	5,68	0,86
Phubbing	Oberflächlich	68	4,92	1,00
	Tiefgründig	65	5,10	1,10
Gesamt	Oberflächlich	135	5,23	1,01
	Tiefgründig	128	5,36	1,03
	Gesamt	263	5,30	1,02

Tabelle 11: Deskriptive Statistik – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)

Da Varianzhomogenität zwischen den Gruppen eine der Voraussetzungen der Varianzanalyse ist, wird nun das Ergebnis des Levene-Tests betrachtet. Dieses ist nicht signifikant, was bedeutet, dass Varianzhomogenität gegeben ist ($F(3, 259) = 1,19, p = 0,31$).

Das Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 9,56, p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist signifikant ($F(1, 259) = 27,48, p < 0,001$). Es werden 9,6% der Varianz erklärt (partiell $\eta^2 = 0,096$). Der Effekt des Faktors Gesprächsthema ist nicht signifikant ($F(1, 259) = 1,20, p = 0,28$). Auch die Interaktion der beiden Faktoren ist nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,002, p = 0,97$). Insgesamt werden 8,9% der Varianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,089$). Die genauen Ergebnisse sind in Tabelle 12 nachzulesen.

Gesprächsqualität	df	F	Sig.	Partielles η^2
Korrigiertes Modell	3	9,56	< 0,001	0,100
Phubbing	1	27,48	< 0,001	0,096
Gesprächsthema	1	1,20	0,28	0,005
Phubbing * Gesprächsthema	1	0,002	0,97	0,000

Korrigiertes $R^2 = 0,089$

Tabelle 12: Varianzanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)

Der Einfluss von Phubbing auf die Gesprächsqualität wurde bereits im Rahmen der Testung der Hypothese H1a nachgewiesen. Es konnte aber kein Einfluss des Gesprächsthemas auf die Gesprächsqualität festgestellt werden. Auch die Interaktion zwischen Phubbing und Gesprächsthema hat keinen Einfluss. Phubbing wirkt sich somit

bei oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen nicht unterschiedlich auf die Gesprächsqualität aus und die Hypothese kann nicht angenommen werden.

9.4.2 Wahrnehmung des Eindrucks der Gesprächspartnerin

H2b: *Eine Person, die während eines tiefgründigen Gesprächs phubbt, wird weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen als eine Person, die während eines oberflächlichen Gesprächs phubbt*

Der Eindruck der Gesprächspartnerin wird anhand der Konstrukte Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie erhoben. Um die Hypothese H2b zu prüfen, wird der Einfluss der Faktoren Phubbing und Gesprächsthema auf die abhängigen Variablen Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie untersucht.

Aufmerksamkeit

Die in Tabelle 13 dargestellte deskriptive Statistik zeigt bei der Variable Aufmerksamkeit sowohl insgesamt als auch innerhalb der beiden Phubbing-Gruppen nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede zwischen oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen⁶.

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	5,78	1,55
	Tiefgründig	63	5,40	1,58
Phubbing	Oberflächlich	68	2,64	0,97
	Tiefgründig	65	2,67	1,28
Gesamt	Oberflächlich	135	4,20	2,03
	Tiefgründig	128	4,01	1,98
	Gesamt	263	4,11	2,01

Tabelle 13: Deskriptive Statistik – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)

Der Levene-Test ist in diesem Fall signifikant ($F(3,259) = 3,10, p = 0,027$) und damit eigentlich eine der Grundvoraussetzungen der Varianzanalyse verletzt. Bei ausreichend großen und etwa gleich verteilten Gruppen gilt die Varianzanalyse jedoch als robust und ihre Ergebnisse können trotzdem interpretiert werden (Backhaus et al., 2021).

Das Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 102,82, p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist signifikant ($F(1, 259) = 304,50, p < 0,001$). Mit 54,0% wird ein großer Teil der Varianz durch Phubbing erklärt (partiell $\eta^2 = 0,540$). Der Effekt des Faktors Gesprächsthema ist hingegen nicht signifikant ($F(1, 259) = 1,10, p = 0,29$). Die

Interaktion von Phubbing und Gesprächsthema ist ebenfalls nicht signifikant ($F(1, 259) = 1,40, p = 0,24$). Insgesamt werden 53,8% der Varianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,538$) (siehe Tabelle 14).

Aufmerksamkeit	df	F	Sig.	Partielles Eta ²
Korrigiertes Modell	3	102,82	< 0,001	0,544
Phubbing	1	304,51	< 0,001	0,540
Gesprächsthema	1	1,10	0,29	0,004
Phubbing * Gesprächsthema	1	1,40	0,24	0,005

Korrigiertes $R^2 = 0,538$

Tabelle 14: Varianzanalyse – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)

Höflichkeit

Auch bei der Wahrnehmung der Höflichkeit zeigen sich nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede aufgrund des Gesprächsthemas (siehe Tabelle 15).⁶

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	6,08	1,44
	Tiefgründig	63	5,91	1,52
Phubbing	Oberflächlich	68	3,21	1,23
	Tiefgründig	65	3,17	1,17
Gesamt	Oberflächlich	135	4,63	1,97
	Tiefgründig	128	4,52	1,93
	Gesamt	263	4,58	1,94

Tabelle 15: Deskriptive Statistik – Höflichkeit (eigene Darstellung)

Nun wird wieder ein Blick auf den Levene-Test geworfen. Dieser ist in diesem Fall nicht signifikant und Varianzgleichheit kann angenommen werden ($F(3,259) = 0,16, p = 0,93$).

Das Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 95,78, p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist signifikant ($F(1, 259) = 286,11, p < 0,001$). Es werden 52,5% der Varianz erklärt (partiell $\eta^2 = 0,525$). Der Effekt des Faktors Gesprächsthema ist wiederum nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,40, p = 0,53$). Auch die Interaktion der beiden Faktoren ist nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,17, p = 0,68$). Insgesamt werden 52,0% der Gesamtvarianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,520$) (siehe Tabelle 16).

Höflichkeit	df	F	Sig.	Partielles Eta ²
Korrigiertes Modell	3	95,78	< 0,001	0,526
Phubbing	1	286,11	< 0,001	0,525
Gesprächsthema	1	0,40	0,53	0,002
Phubbing * Gesprächsthema	1	0,17	0,68	0,001

Korrigiertes $R^2 = 0,520$

Tabelle 16: Varianzanalyse – Höflichkeit (eigene Darstellung)

Sympathie

Auch bei der Bewertung der Sympathie lassen sich nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede feststellen, die auf das Gesprächsthema zurückzuführen sind (siehe Tabelle 17).⁶

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	5,87	1,60
	Tiefgründig	63	5,70	1,53
Phubbing	Oberflächlich	68	3,94	1,23
	Tiefgründig	65	3,91	1,41
Gesamt	Oberflächlich	135	4,89	1,72
	Tiefgründig	128	4,79	1,72
	Gesamt	263	4,84	1,72

Tabelle 17: Deskriptive Statistik – Sympathie (eigene Darstellung)

Der Levene-Test weist kein signifikantes Ergebnis auf und es kann angenommen werden, dass die Varianzen homogen sind ($F(3,259) = 0,69$, $p = 0,56$).

Das Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 36,50$, $p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist signifikant ($F(1, 259) = 108,75$, $p < 0,001$). Es werden 29,6% der Varianz erklärt (partielles Eta² = 0,296). Der Effekt des Faktors Gesprächsthema ist nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,28$, $p = 0,59$). Auch die Interaktion der beiden Faktoren ist nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,14$, $p = 0,71$). Insgesamt werden 28,9% der Gesamtvarianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,289$) (siehe Tabelle 18).

Sympathie	df	F	Sig.	Partielles Eta ²
Korrigiertes Modell	3	36,50	< 0,001	0,297
Phubbing	1	108,75	< 0,001	0,296
Gesprächsthema	1	0,28	0,59	0,001
Phubbing * Gesprächsthema	1	0,14	0,71	0,001

Korrigiertes R² = 0,289

Tabelle 18: Varianzanalyse – Sympathie (eigene Darstellung)

Bei der Prüfung der Hypothese H1b wurden bereits die signifikanten Effekte von Phubbing auf die wahrgenommene Aufmerksamkeit, Höflichkeit und Sympathie der Gesprächspartnerin festgestellt und diese Hypothese somit angenommen. Ein Einfluss des Gesprächsthemas auf diese Variablen kann hingegen nicht nachgewiesen werden. Auch die Interaktion zwischen Phubbing und Gesprächsthema hat hier keinen Einfluss. Phubbing wirkt sich also nicht unterschiedlich auf den Eindruck eines/einer Gesprächspartner*in aus, je nachdem ob über ein oberflächliches und tiefgründiges Thema gesprochen wird. Hypothese H2b wird damit nicht angenommen.

9.4.3 Wahrnehmung der Beziehung der Gesprächspartnerinnen

H2c: *Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird distanzierter wahrgenommen, wenn während eines tiefgründigen Gesprächs gephubbt wird, als wenn während eines oberflächlichen Gesprächs gephubbt wird*

Die Beziehung zwischen den Gesprächspartnerinnen wird anhand des Konstrukts Verbundenheit untersucht. Zur Prüfung der Hypothese H2c wird der Einfluss der Faktoren Phubbing und Gesprächsthema auf die abhängige Variable Verbundenheit untersucht. Wirft man einen Blick auf die deskriptiven Ergebnisse, so zeigen sich sowohl insgesamt als auch innerhalb der beiden Phubbing-Gruppen nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede im Hinblick auf das Gesprächsthema. Diese sind in Tabelle 19 dargestellt.⁶

Der Levene-Test weist wiederum kein signifikantes Ergebnis auf, weshalb Varianzgleichheit angenommen werden kann ($F(3,259) = 0,53, p = 0,66$).

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	5,37	1,20
	Tiefgründig	63	5,38	1,01
Phubbing	Oberflächlich	68	4,66	1,13
	Tiefgründig	65	4,73	1,16
Gesamt	Oberflächlich	135	5,01	1,22
	Tiefgründig	128	5,05	1,13
	Gesamt	263	5,03	1,17

Tabelle 19: Deskriptive Statistik – Verbundenheit (eigene Darstellung)

Auch dieses Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 7,98, p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist signifikant ($F(1, 259) = 23,76, p < 0,001$). 8,4% der Varianz werden durch Phubbing erklärt (partielles $\eta^2 = 0,084$). Der Faktor Gesprächsthema hat auch hier keinen signifikanten Effekt ($F(1, 259) = 0,08, p = 0,78$). Ebenso ist die Interaktion der beiden Faktoren nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,04, p = 0,83$). Insgesamt werden 7,4% der Gesamtvarianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,074$) (siehe Tabelle 20).

Verbundenheit	df	F	Sig.	Partielles η^2
Korrigiertes Modell	3	7,98	< 0,001	0,085
Phubbing	1	23,76	< 0,001	0,084
Gesprächsthema	1	0,08	0,78	0,000
Phubbing * Gesprächsthema	1	0,04	0,93	0,000

Korrigiertes $R^2 = 0,074$

Tabelle 20: Varianzanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung)

Der Einfluss von Phubbing auf die wahrgenommene Verbundenheit zwischen den Gesprächspartnerinnen wurde bereits im Rahmen der Prüfung der Hypothese H1c nachgewiesen. Das Gesprächsthema hat hingegen keinen Einfluss. Auch ein Effekt der Interaktion zwischen Phubbing und Gesprächsthema konnte nicht festgestellt werden. Phubbing wirkt sich somit bei oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen nicht unterschiedlich auf die Beziehung aus und Hypothese H2c muss verworfen werden.

9.4.4 Angemessenheit des Verhaltens – injunktive Normen

H2d: *Die Smartphone-Nutzung wird während eines tiefgründigen Gesprächs als weniger angemessen empfunden als während eines oberflächlichen Gesprächs*

Um die Hypothese H2d zu prüfen, wird der Einfluss der Faktoren Phubbing und Gesprächsthema auf die Variable Normativität (= injunktive Normen) untersucht. Auch hier zeigen sich insgesamt und in den beiden Phubbing-Gruppen nur sehr geringe Mittelwertsunterschiede bei oberflächlichen bzw. tiefgründigen Themen⁶:

Phubbing	Gesprächsthema	N	M	SD
Kein Phubbing	Oberflächlich	67	6,33	1,11
	Tiefgründig	63	6,09	1,29
Phubbing	Oberflächlich	68	2,64	1,30
	Tiefgründig	65	2,63	1,45
Gesamt	Oberflächlich	135	4,47	2,21
	Tiefgründig	128	4,33	2,21
	Gesamt	263	4,40	2,21

Tabelle 21: Deskriptive Statistik – injunktive Normen (eigene Darstellung)

Der Levene-Test zeigt kein signifikantes Ergebnis und es kann von Varianzhomogenität ausgegangen werden ($F(3,259) = 1,59, p = 0,19$).

Das Modell ist insgesamt signifikant ($F(3, 259) = 168,58, p < 0,001$). Der Effekt des Faktors Phubbing ist auch hier wieder signifikant ($F(1, 259) = 503,13, p < 0,001$). Mit 66,0% wird ein großer Teil der Varianz durch den Faktor Phubbing erklärt (partiell $\eta^2 = 0,660$). Der Effekt des Faktors Gesprächsthema ($F(1, 259) = 0,65, p = 0,42$) und auch die Interaktion von Gesprächsthema und Phubbing sind nicht signifikant ($F(1, 259) = 0,56, p = 0,45$). Insgesamt werden 65,7% der Gesamtvarianz erklärt (korrigiertes $R^2 = 0,657$) (siehe Tabelle 22).

Injunktive Normen	df	F	Sig.	Partielles η^2
Korrigiertes Modell	3	168,58	< 0,001	0,661
Phubbing	1	503,13	< 0,001	0,660
Gesprächsthema	1	0,65	0,42	0,003
Phubbing * Gesprächsthema	1	0,56	0,45	0,002

Korrigiertes $R^2 = 0,657$

Tabelle 22: Varianzanalyse – injunktive Normen (eigene Darstellung)

Der Einfluss von Phubbing auf die Bewertung der Normativität wurde bereits im Rahmen der Prüfung der Hypothese H1d nachgewiesen. Das Gesprächsthema sowie auch die Interaktion zwischen Phubbing und Gesprächsthema haben hingegen keinen Einfluss darauf. Die Angemessenheit von Phubbing-Verhalten wird somit bei oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächsthemen nicht unterschiedlich bewertet und Hypothese H2d kann nicht angenommen werden.

9.5 Regressionsanalyse

Um zu überprüfen, ob es noch weitere Faktoren gibt, die einen signifikanten Einfluss auf die untersuchten Skalen bzw. Indizes haben, wurde eine hierarchische Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei wurde der Einfluss der Kontrollvariablen Alter, Geschlecht, Bildung, Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten der Proband*innen untersucht. Die einzelnen Skalen/Indizes (Gesprächsqualität, Aufmerksamkeit, Höflichkeit, Sympathie, Beziehung und Normativität) dienen jeweils als Kriterium und die oben genannten Kontrollvariablen als Prädiktoren. Es wird geprüft, ob die Prädiktoren signifikant zur Vorhersage der jeweiligen Kriteriumsvariable beitragen. Die Prädiktoren werden gruppenweise in die Analyse aufgenommen. So kann festgestellt werden, ob die einzelnen Blocks signifikante Zuwächse an erklärter Varianz ($= R^2$) bringen. Block 1 besteht aus den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung. Block 2 bildet die Smartphone-Nutzung und Block 3 das Phubbing-Verhalten.

Bei der Analyse des Kriteriums **Gesprächsqualität** zeigte sich, dass Modell 1 ($F(3) = 3,40$, $p = 0,02$) und Modell 2 signifikant sind ($F(4) = 2,56$, $p = 0,04$). Allerdings leistet nur Modell 1 einen signifikanten Zuwachs an erklärter Varianz (0,02). Mit einem korrigierten R^2 von 0,027 weist es jedoch nur eine geringe Güte auf. Es werden lediglich 2,7% des Kriteriums durch die einbezogenen Variablen erklärt. Innerhalb dieses Modells stellt das Alter einen signifikanten Prädiktor für Gesprächsqualität dar (0,01), allerdings dürfte der Einfluss aufgrund der insgesamt geringen, durch das Modell erklärten Varianz sehr klein sein. Um die Richtung des Zusammenhangs zu interpretieren, wird ein Blick auf das Vorzeichen des Beta-Werts geworfen. Aufgrund des positiven Beta-Wertes von 0,19 kann ein geringer positiver Zusammenhang festgestellt werden. Das heißt, ältere Personen bewerteten die Gesprächsqualität im Vergleich zu jüngeren etwas besser. Modell 2 (0,74) und Modell 3 haben keinen signifikanten Zuwachs an R^2 gebracht (0,77). Modell 3 ist zudem nicht signifikant ($F(5) = 2,06$, $p = 0,07$). Zusammenfassend haben also Geschlecht, Bildung, Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten der Proband*innen keinen signifikanten Einfluss darauf, wie die Gesprächsqualität bewertet

wurde. Der Einfluss des Alters ist zwar signifikant, aber nur sehr gering. Die Ergebnisse der Analyse des Kriteriums Gesprächsqualität sind in Tabelle 23 dargestellt.

Gesprächsqualität	B	SE B	β	F	Sig.	R ²	Korr. R ²	Sig. F
Modell 1								
Geschlecht	0,08	0,12	0,04	3,40	0,02	0,04	0,03	0,02
Alter*	0,02	0,01	0,19*					
Bildungsabschluss	-0,04	0,07	-0,03					
Modell 2								
Geschlecht	0,08	0,12	0,04	2,56	0,04	0,04	0,02	0,74
Alter*	0,02	0,01	0,20*					
Bildungsabschluss	-0,04	0,07	-0,03					
Smartphone-Nutzung	0,02	0,05	0,02					
Modell 3								
Geschlecht	0,08	0,12	0,04	2,06	0,07	0,04	0,02	0,77
Alter*	0,02	0,01	0,20*					
Bildungsabschluss	-0,03	0,07	-0,03					
Smartphone-Nutzung	0,01	0,05	0,02					
Phubbing-Verhalten	0,01	0,05	0,02					

Anmerkung: * $p < 0,05$

Tabelle 23: Regressionsanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)

Bei den drei Indizes, anhand derer der **Eindruck der Gesprächspartnerin** gemessen wurde, waren die herangezogenen Modelle jeweils nicht signifikant:

- Aufmerksamkeit ($F(3) = 0,30, p = 0,83$; $F(4) = 0,24, p = 0,91$; $F(5) = 0,48, p = 0,79$)
- Höflichkeit ($F(3) = 0,24, p = 0,87$; $F(4) = 0,59, p = 0,67$; $F(5) = 0,95, p = 0,45$)
- Sympathie ($F(3) = 0,41, p = 0,75$; $F(4) = 0,43, p = 0,79$; $F(5) = 0,55, p = 0,74$)

Die Analyse wurde in diesen Fällen nicht weitergeführt. Die detaillierten Ergebnisse sind in den Tabellen E-9, E-10 und E-11 im Anhang nachzulesen.

Bei der Skala **Beziehung** sind alle Modelle signifikant ($F(3) = 3,21, p = 0,02$; $F(4) = 2,41, p = 0,05$; $F(5) = 2,48, p = 0,03$). Jedoch leistet nur Modell 1 einen signifikanten Zuwachs an erklärter Varianz (0,02). Es werden 2,5% der Varianz durch dieses Modell erklärt, wodurch es eine geringe Güte aufweist. Innerhalb dieses Modells stellt das Geschlecht einen signifikanten Prädiktor für die Beziehung dar (0,02). Da die durch das Modell erklärte Varianz insgesamt so gering ausfällt, dürfte auch der Einfluss des Prädiktors Geschlecht nicht groß sein. Es lässt sich jedoch aufgrund des positiven Vorzeichens des Beta-Werts ($= 0,15$) ein positiver Zusammenhang feststellen. Das heißt, Männer bewerteten die Verbundenheit im Durchschnitt etwas besser als Frauen (weiblich = 1; männlich = 2). Die Modelle 2 (0,81) und 3 (0,10) haben in diesem Fall keinen signifikanten Zuwachs an R^2 gebracht. Zusammenfassend haben Alter, Bildung,

Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten der Proband*innen keinen signifikanten Einfluss darauf, wie die Beziehung bewertet wurde. Das Geschlecht hat zwar einen signifikanten, aber vernachlässigbaren Einfluss. Die Ergebnisse der Analyse sind in Tabelle 24 zu sehen.

Verbundenheit	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>R</i> ²	<i>Korr. R</i> ²	<i>Sig. F</i>
Modell 1								
Geschlecht*	0,34	0,14	0,15*	3,21	0,02	0,04	0,03	0,02
Alter	0,01	0,01	0,06					
Bildungsabschluss	0,12	0,08	0,09					
Modell 2								
Geschlecht*	0,34	0,14	0,15*	2,41	0,05	0,04	0,02	0,81
Alter	0,01	0,01	0,06					
Bildungsabschluss	0,12	0,08	0,09					
Smartphone-Nutzung	0,01	0,06	0,02					
Modell 3								
Geschlecht*	0,34	0,14	0,15*	2,48	0,03	0,05	0,03	0,10
Alter	0,01	0,01	0,08					
Bildungsabschluss	0,13	0,08	0,09					
Smartphone-Nutzung	-0,02	0,06	-0,03					
Phubbing-Verhalten	0,09	0,05	0,11					

Anmerkung: * $p < 0,05$

Tabelle 24: Regressionsanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung)

Bei der **Normativität** war keines der Modelle ausreichend signifikant ($F(3) = 0,68$, $p = 0,56$; $F(4) = 0,65$, $p = 0,62$; $F(5) = 1,12$, $p = .35$). Auch in diesem Fall wurde die Analyse nicht weitergeführt. Die genauen Ergebnisse sind in Tabelle E-12 im Anhang nachzulesen.

10 DISKUSSION UND FAZIT

Im Rahmen dieser Masterarbeit wurde untersucht, ob die Wahrnehmung sozialer Interaktionen von Phubbing beeinflusst wird und ob das Gesprächsthema in diesem Zusammenhang eine Rolle spielt. Die theoretische Basis bildeten einerseits die Ausführungen zum Thema Phubbing und andererseits verschiedene kommunikationswissenschaftliche und sozialpsychologische Theorien und Modelle, anhand derer Phubbing aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden kann: *Expectancy Violations Theory*, *Politeness Theory*, *Temporal Need-Threat-Model of Ostracism* und *Attentional Conflict*. Das Forschungsvorhaben wurde mittels eines Online-Experiments umgesetzt, bei dem die Proband*innen verschiedenen Video-Stimuli ausgesetzt waren, in denen eine Person während eines oberflächlichen oder tiefgründigen Gesprächs eine andere Person phubhte. In diesem Kapitel werden nun nochmals die wichtigsten Ergebnisse der Studie zusammengefasst und im Zuge dessen die zentralen Forschungsfragen der Arbeit beantwortet. Außerdem werden die Studienergebnisse im bisherigen Forschungsstand eingeordnet. Danach werden die Limitationen der Arbeit aufgezeigt und ein Ausblick auf zukünftige Forschung gegeben. Zum Abschluss werden die Implikationen der Studie für Forschung und Praxis erläutert.

10.1 Ergebniszusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen

An dieser Stelle werden nun nochmals die wichtigsten Ergebnisse der statistischen Datenauswertung zusammengefasst und anhand dessen die beiden Forschungsfragen dieser Arbeit beantwortet.

Ergebnisse der ersten Forschungsfrage

Die erste Forschungsfrage beschäftigt sich mit dem generellen Einfluss von Phubbing auf soziale Interaktionen und lautet:

FF1: *Welchen Einfluss hat Phubbing darauf, wie Gespräche, Gesprächspartner*innen und ihre Beziehung von Außenstehenden wahrgenommen werden und inwiefern wird dieses Verhalten als normativ bewertet?*

Die t-Tests ergaben bei allen abhängigen Variablen signifikante Mittelwertsunterschiede zwischen den Gruppen mit und ohne Phubbing. Die Smartphone-Nutzung wurde als unangemessen bewertet und wirkte sich sowohl auf den Eindruck der Gesprächs-

partnerin als auch auf die Wahrnehmung von Gesprächs- und Beziehungsqualität negativ aus. Die Ergebnisse sind in Abbildung 8 nochmals übersichtlich dargestellt.

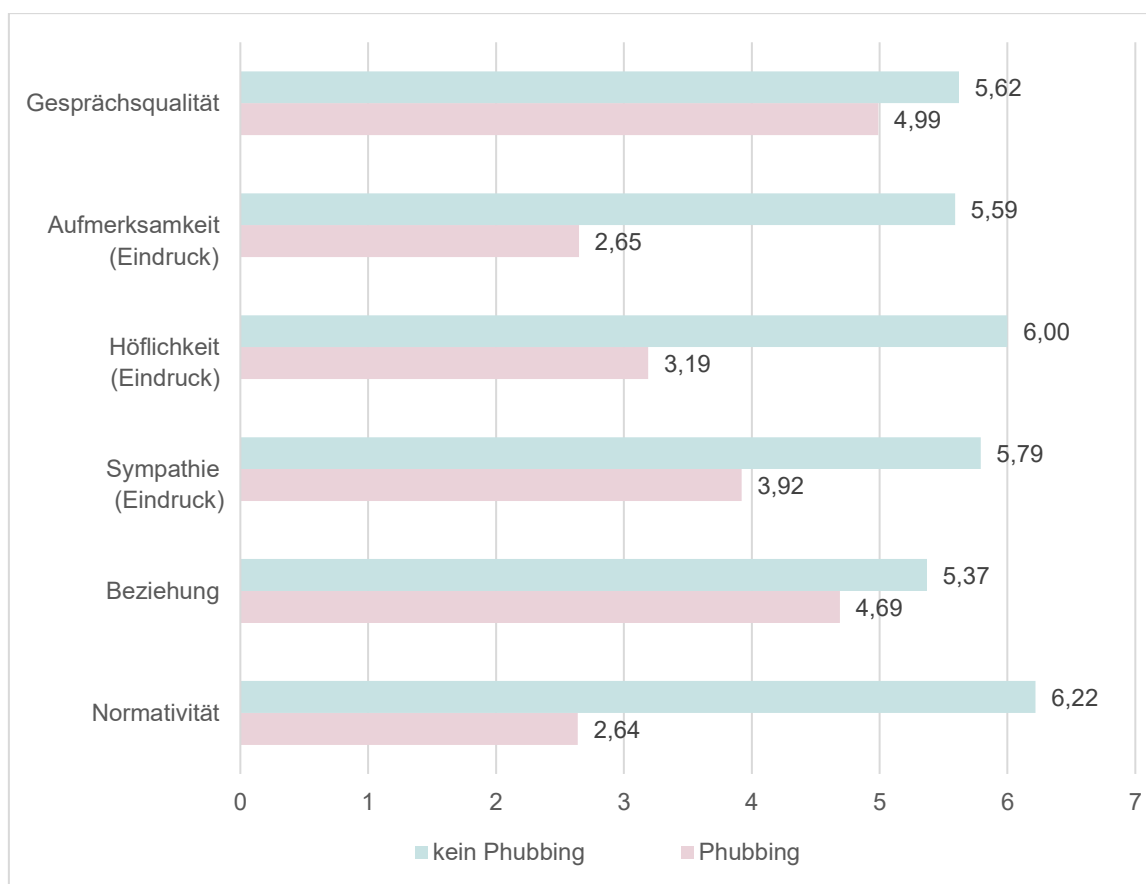


Abbildung 8: Mittelwertsunterschiede der Gruppen mit und ohne Phubbing

Besonders deutliche Unterschiede zeigen sich bei der Normativität. Das Verhalten der Gesprächspartnerin wurde als wesentlich weniger angemessen bewertet, wenn sie im Gespräch ein Smartphone verwendete, als wenn sie das ganze Gespräch aufmerksam zuhörte. Dieses Ergebnis spricht klar dafür, dass Phubbing noch nicht zu einem gesellschaftlich akzeptierten, normativen Verhalten geworden ist. Das bedeutet aber nicht, dass nicht trotzdem gephubbt wird. Die Studienteilnehmer*innen gaben an, häufig Phubbing-Verhalten bei anderen Personen zu beobachten. Damit stimmen die Ergebnisse mit der Studie von Leuppert und Geber (2020) überein, die herausfand, dass Phubbing zwar durchaus als gängige Praxis wahrgenommen wird (deskriptive Normen), dieses Verhalten aber nicht gesellschaftlich anerkannt ist (injunktive Normen).

Ein weiterer interessanter Aspekt der vorliegenden Studie ist, dass die Proband*innen zwar angaben, Phubbing häufig bei anderen Personen zu beobachten, von sich selbst aber behaupteten, eher nicht zum Phubbing zu neigen. Diese Unterschiede zwischen

der Wahrnehmung des eigenen Phubbing-Verhaltens und des Phubbing-Verhaltens anderer Personen lassen sich mit den Ergebnissen einer Studie von Barrick, Barasch und Tamir (2022) begründen: Sie fanden heraus, dass Menschen die schädlichen Auswirkungen ihrer eigenen Smartphone-Nutzung in sozialen Situationen teilweise unterschätzen, während sie sich der negativen Folgen des Phubbings anderer Personen durchaus bewusst sind. Sie überschätzen zudem ihre Multitasking-Fähigkeiten und glauben, dass ihre eigene Smartphone-Nutzung im Vergleich zur Nutzung anderer Personen positiv zu sozialen Interaktionen beiträgt (2022). Es wäre also möglich, dass die Proband*innen ihr eigenes Phubbing-Verhalten zum Teil unterschätzt haben oder die soziale Erwünschtheit hier eine Rolle spielte (mehr dazu in Kapitel 10.2).

Besonders stark wirkte sich das Phubbing auch auf den Eindruck der Gesprächspartnerin aus. In den Gesprächen, in denen sie phubbt, wurde sie durchwegs weniger sympathisch, aufmerksam und höflich wahrgenommen, als in den Gesprächen, in denen sie aufmerksam zuhörte. Dieses Ergebnis ist damit zu erklären, dass Phubbing als Zeichen von Desinteresse gewertet wird und damit die Erwartungen, die man an eine/n Gesprächspartner*in stellt – nämlich, dass er/sie aufmerksam zuhört – verletzt werden. Eine Möglichkeit mit der Erwartungsverletzung umzugehen, ist es laut der Expectancy Violations Theory, diese mit den Eigenschaften des/der Gesprächspartner*in zu erklären, was sich wiederum in einer schlechteren Bewertung dieser Person äußert (Burgoon, 1993). Die Ergebnisse dieser Studie stimmen mit der bisher dazu durchgeführten Forschung zum Teil überein. In den Studien von Knausenberger und Kolleg*innen (2022) und Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016) wurden Aufmerksamkeit und Höflichkeit einer Person ebenfalls negativer bewertet, wenn diese im Gespräch phubbt. Im Hinblick auf die Sympathie kam die Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016) jedoch zu dem Ergebnis, dass das Phubbing keine Auswirkungen hatte. Die unterschiedlichen Ergebnisse könnten damit erklärt werden, dass das Phubbing in den beiden Studien unterschiedlich ausgestaltet wurde. Zum einen war das Smartphone in der erwähnten Studie weniger präsent als in der vorliegenden Studie (es wurde während eines 10-minütigen Gesprächs nur einmal für eine nicht genau definierte, aber deutlich kürzere Dauer gephubbt). Möglicherweise war diese kurze Dauer nicht ausreichend, um die empfundene Sympathie einer Person zu beeinflussen. Zum anderen begründeten die Gesprächspartner*innen die Verwendung des Smartphones damit, dass sie eine Nachricht beantworten mussten. Durch die Angabe eines Grundes betrachteten die Proband*innen das Phubbing womöglich nicht mehr als Erwartungsverletzung. In der vorliegenden Studie rechtfertigte die Gesprächspartnerin

ihr Phubbing hingegen nicht, weshalb sie möglicherweise weniger sympathisch wahrgenommen wurde als in der Studie von Vanden Abeele und Kolleg*innen (2016).

Auch bei der Gesprächsqualität sind signifikante, wenn auch vergleichsweise etwas geringere Unterschiede zwischen den Gruppen zu erkennen. Gespräche, in denen gephubbt wurde, wurden etwas negativer bewertet als Gespräche ohne Phubbing. Damit kommt die Studie zu ähnlichen Ergebnissen wie die bisherige Forschung zum Thema (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Vanden Abeele et al., 2016). Der Effekt auf die Gesprächsqualität kann damit erklärt werden, dass es sich bei Phubbing um eine Form des Multitaskings handelt (Salvucci & Taatgen, 2008). Die Aufmerksamkeit wird dabei zwischen dem Smartphone und der Person, mit der man im Gespräch ist, aufgeteilt. Das kann dazu führen, dass die Signale, durch die im Gespräch Aufmerksamkeit vermittelt wird – wie etwa Blickkontakt, eine zugewandte Körperhaltung und die unmittelbare Reaktion auf Gesagtes – gestört werden und der natürliche Gesprächsfluss dadurch unterbrochen wird.

Vergleichsweise geringere, aber dennoch signifikante Effekte zeigen sich auch auf die Beziehung der beiden Gesprächspartner*innen. Diese wurde als distanzierter bewertet, wenn während des Gesprächs gephubbt wurde. Auch hier spiegeln die Studienergebnisse die bisherigen Forschungsarbeiten zum Thema wider, in denen ebenfalls negative Auswirkungen des Phubbings auf Verbundenheit, Nähe oder Zugehörigkeit festgestellt wurden (Barrick, Barasch & Tamir, 2022; McDaniel & Wesselmann, 2021; Vanden Abeele et al., 2019). Der Einfluss des Phubbings lässt sich damit erklären, dass Beziehungen persönlichen Austausch und aufmerksames Zuhören voraussetzen (Ruppel, 2015). Damit diese Voraussetzungen erfüllt werden, müssen aber die eben erwähnten Aufmerksamkeitssignale, nämlich Blickkontakt, Körperhaltung oder Reaktion auf Erzählungen von beiden Interaktionspartner*innen zum Ausdruck gebracht werden. Beim Phubbing werden diese Prozesse jedoch gestört.

Ein möglicher Grund dafür, dass die Effekte auf die Gesprächsqualität und die Beziehung insgesamt etwas geringer ausfielen als auf die Normativität und den Eindruck der Gesprächspartnerin, könnte die Art und Weise sein, wie das Phubbing in den Videos dargestellt wurde. Es wurde zwar der Blickkontakt abgebrochen und die Körperhaltung verändert, jedoch reagierte die Gesprächspartnerin immer entsprechend auf die Erzählungen ihres Gegenübers. Damit wurden die Effekte des Phubbings möglicherweise etwas abgeschwächt (mehr dazu in Kapitel 10.2).

Ergebnisse der zweiten Forschungsfrage

Die zweite Forschungsfrage beschäftigt sich mit der Rolle des Gesprächsthemas beim Phubbing. Konkret geht es darum, ob Phubbing bei oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächen unterschiedlich starke Effekte auslöst. Die Forschungsfrage lautet:

FF2: *Inwiefern beeinflusst das Gesprächsthema den Einfluss von Phubbing auf die Wahrnehmung von Gesprächen, Gesprächspartner*innen und ihrer Beziehung sowie die Bewertung von Phubbing als normatives Verhalten?*

Die Ergebnisse der zweifaktoriellen Varianzanalyse zeigen, dass das Gesprächsthema beim Phubbing keine Rolle spielt. Es ergeben sich bei allen abhängigen Variablen nur marginale Mittelwertsunterschiede (siehe Abbildung 9). Bei keiner der abhängigen Variablen kann ein signifikanter Einfluss des Gesprächsthemas festgestellt werden. Und auch das Zusammenspiel aus Phubbing und Gesprächsthema beeinflusst die abhängigen Variablen nicht. Gesprächsqualität, Eindruck der Gesprächspartnerin, Beziehung und Normativität wurden also nicht unterschiedlich bewertet, je nachdem, ob in den Videos über tiefgründige oder oberflächliche Gesprächsthemen gesprochen wurde.

Anders als erwartet, spielte das Gesprächsthema bei der Bewertung des Phubbings keine Rolle. Nicht nur bei tiefgründigen Gesprächen wurde die soziale Interaktion negativer bewertet, wenn ein Smartphone genutzt wurde, sondern auch bei oberflächlichen Gesprächen. Es wurde im Vorfeld der Studie angenommen, dass das Phubbing während tiefgründiger Gespräche zu negativeren Auswirkungen führen würde, da dabei mehr persönliche Informationen preisgegeben werden und Personen dadurch vom Desinteresse ihrer Gesprächspartner*innen eher verletzt werden könnten (Kardas et al., 2022). Es scheint aber, dass das Phubbing generell so negativ wahrgenommen wurde, dass es keinen Unterschied machte, worüber währenddessen gesprochen wurde. Diese Ergebnisse stimmen mit der Studie von Hales et al. (2018) überein, in der die Auswirkungen von Phubbing auf die Grundbedürfnisse von Phubbees untersucht wurden. Auch hier konnte kein Einfluss des Gesprächsthemas festgestellt werden. Es wäre möglich, dass diese Ergebnisse mit der methodischen Umsetzung der beiden Studien zusammenhängen. In der Studie von Hales et al. (2018) wurde ein autobiografisches Erinnerungsparadigma verwendet, bei dem die Proband*innen an ein Gespräch zurückdenken mussten, in dem sie gephubbt wurden. Die vorliegende Studie verwendete Video-Stimuli, in denen Gespräche beobachtet wurden. Möglicherweise würde ein Experiment mit einem Confedrate, der/die das Phubbing ausführt, zu

anderen Ergebnissen führen, da die Erfahrung des Phubbing dadurch für die Proband*innen noch besser erlebbar wäre (mehr dazu in Kapitel 10.2).

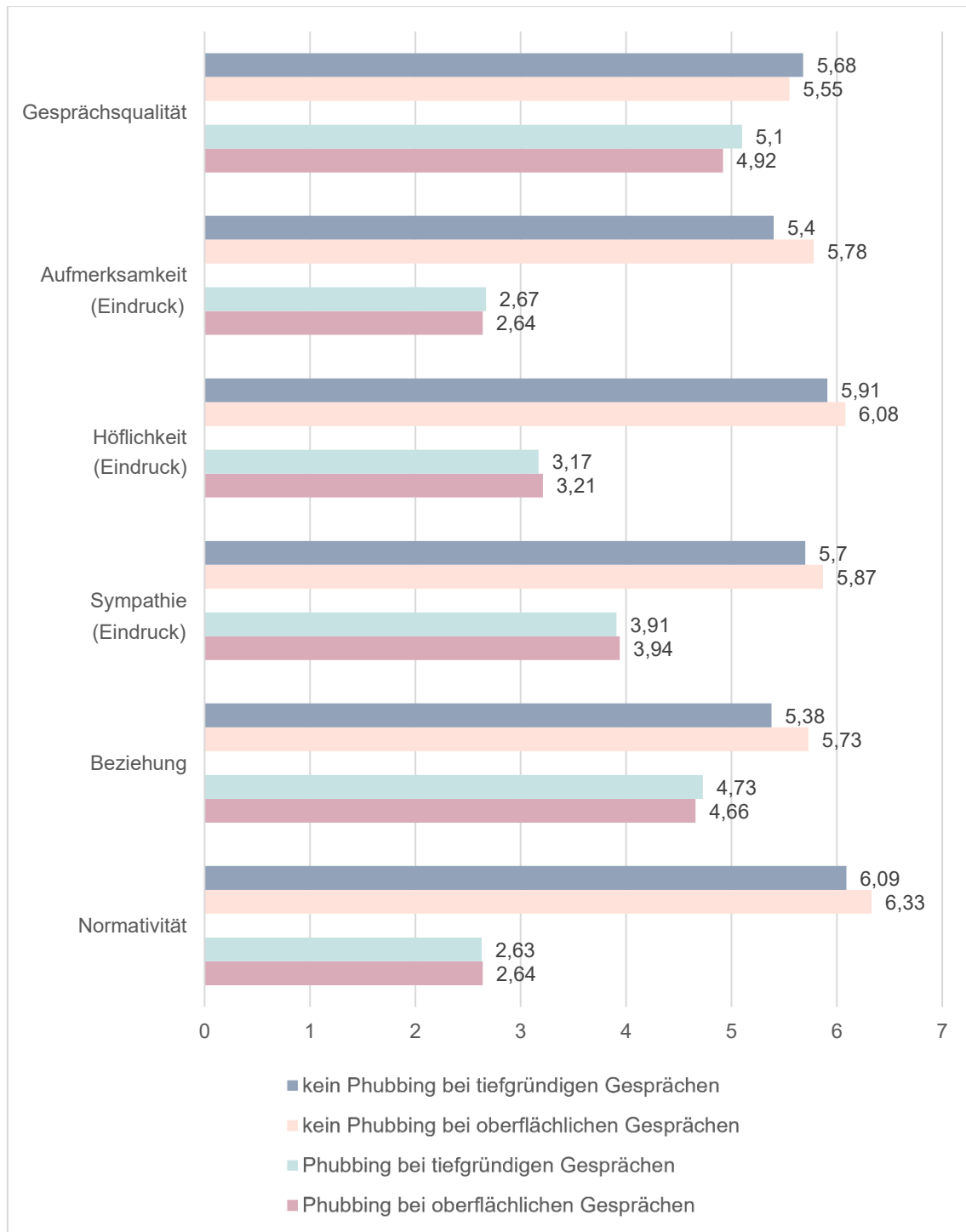


Abbildung 9: Mittelwertsunterschiede der Gruppen mit oberflächlichem und tiefgründigem Gesprächsthema bzw. mit und ohne Phubbing

Ergebnisse der Regressionsanalyse

Neben den Auswirkungen von Phubbing und Gesprächsthema wurden außerdem die Einflüsse der Kontrollvariablen Alter, Geschlecht, Bildung, Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten auf die abhängigen Variablen untersucht. In zwei Fällen gab es signifikante Einflüsse, und zwar dahingehend, dass das Alter die Bewertung der Gesprächsqualität beeinflusste (Ältere bewerteten die Gesprächsqualität etwas positiver als Jüngere) und das Geschlecht die Bewertung der Beziehung (Männer bewerteten die Beziehung etwas positiver als Frauen). Allerdings wurde in beiden Fällen nur sehr wenig Varianz erklärt und die Zusammenhänge waren sehr schwach. Bildungsniveau, Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten der Proband*innen hatten generell keinen Einfluss auf deren Bewertungen. Insgesamt hatten die Kontrollvariablen keinen bzw. nur sehr geringen Einfluss auf die abhängigen Variablen. Die Effekte von Phubbing auf soziale Interaktionen wurden also kaum von anderen Faktoren beeinflusst. Das bedeutet, Phubbing wurde unabhängig von den Eigenschaften und Verhaltensweisen der Proband*innen negativ bewertet.

10.2 Methodenkritik und Ausblick auf zukünftige Forschung

Die vorliegende Studie leistet einen wichtigen Beitrag zur Erschließung des Phänomens Phubbing und dessen Wahrnehmung. Jedoch weist sie im Hinblick auf die methodische Umsetzung auch gewisse Kritikpunkte auf. Diese werden nun aufgezeigt und anhand dessen ein Ausblick gegeben, welche Aspekte in Zukunft noch erforscht werden könnten und worauf dabei zu achten ist.

Video-Studie

Für die Umsetzung der Studie wurde ein Online-Experiment als Methode gewählt, bei dem die Proband*innen verschiedenen Video-Stimuli ausgesetzt waren und anschließend Fragen dazu beantworteten. Diese Methode erwies sich für das Forschungsvorhaben als besonders geeignet, da durch die Verwendung der Videos, die Manipulation des Phubbings und des Gesprächsthemas innerhalb der einzelnen Gruppen, aber auch über die Gruppen hinweg konstant gehalten werden konnte. Daraus ergibt sich eine hohe interne Validität, die bei Feld- oder Laborexperimenten so kaum erreicht werden könnte. Auf der anderen Seite stellt sich aber die Frage, ob die Ergebnisse auch extern valide sind. Andere bereits zum Thema durchgeführte Video-Studien wiesen jeweils nur eine geringe externe Validität auf. Sie verwendeten zur Darstellung des Phubbings jedoch Avatare (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018) bzw.

schalteten den Ton auf stumm (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Bei der vorliegenden Studie wurde das Gespräch von realen Personen geführt und das Video mit Ton abgespielt, um eine möglichst realistische Situation zu erzeugen. Dennoch kann der experimentelle Realismus nicht gänzlich gewährleistet werden, da die Teilnehmer*innen das Phubbing nicht selbst erlebten, sondern Videos von Gesprächen beobachteten, in denen eine Person von einer anderen gephubbt wurde.

Um mehr externe Validität zu erreichen, würde sich für die zukünftige Forschung die Durchführung von Experimenten empfehlen, in denen das Phubbing von einem Confedrate ausgeführt wird. Auf diese Weise wäre die Erfahrung gephubbt zu werden für die Proband*innen besser erlebbar. Allerdings ergibt sich hier wiederum das Problem der internen Validität. Diese wäre nur mit entsprechend geschulten Confederates bzw. professionellen Schauspieler*innen zu erreichen. Da solche experimentellen Studien nur mit erheblichem Aufwand und entsprechenden Ressourcen umsetzbar sind, gibt es bislang nur eine relativ überschaubare Anzahl an Studien, die Phubbing mithilfe von Confederates erforschten (z.B. Gonzales & Wu, 2016; McDaniel & Wesselmann, 2021; Vanden Abeele et al., 2016). Die Rolle des Gesprächsthemas wurde noch nicht auf diese Weise untersucht. Möglicherweise würde ein Feld- oder Laborexperiment hier zu anderen Ergebnissen führen als die vorliegende Video-Studie, da das Phubbing dadurch intensiver erlebt würde.

Eine andere Möglichkeit, um mehr Einbindung der Proband*innen zu erreichen und gleichzeitig die Versuchsbedingungen konstant zu halten, wären Virtual Reality-Experimente (Aguinis & Bradley, 2014, S. 366). Dabei können die Proband*innen auf realistische Weise mit ihrer Umwelt interagieren, während sie sich in der kontrollierten Umgebung eines Labors befinden. Dank der Weiterentwicklung der Technik können im Rahmen solcher Experimente die verschiedenen Sinne gleichzeitig angesprochen und dadurch sehr realistische Situationen erzeugt werden (2014). Für die methodische Umsetzung von Gesprächssituationen bietet dieses Verfahren große Potenziale.

Manipulation des Gesprächsthemas

Einen weiteren Kritikpunkt der Studie stellt die Auswahl der Gesprächsthemen für das Stimulusmaterial dar. Die oberflächlichen und tiefgründigen Themen wurden von der Forscherin selbst bestimmt. Den Ergebnissen des im Zuge des Pretests durchgeführten Manipulationschecks nach zu urteilen, stellte sich die Themenzuordnung als sehr passend heraus. Dennoch wäre es für zukünftige Forschung zu empfehlen, bereits bei der Auswahl der Themen einen größeren Personenkreis miteinzubeziehen. So kann

schon im Vorhinein sichergestellt werden, dass Themen herangezogen werden, die von besonders vielen als tiefgründig oder oberflächlich eingestuft werden. Bei anderen bereits durchgeführten Studien, die den Einfluss von Smartphones auf soziale Interaktionen im Hinblick auf das Gesprächsthema untersuchten, waren die Proband*innen jeweils weitgehend frei darin, worüber sie sprachen (Crowley et al., 2018; Hales et al., 2018; Misra et al., 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Sie bekamen nur vage Anweisungen, dass sie über ein lockeres oder ihnen persönlich wichtiges Thema sprechen sollten. Es wird jedoch für zukünftige Studien empfohlen, wie im hier vorliegenden Experiment, Themen vorzugeben, da dies die bessere Vergleichbarkeit der einzelnen Bedingungen gewährleistet.

Manipulation des Phubbings

Auch bezüglich der Manipulation des Phubbings ergeben sich gewisse diskussionswürdige Punkte. In dieser Studie wurde das Phubbing so dargestellt, dass die Gesprächspartnerin den Blickkontakt abbricht, eine defensivere Körperhaltung einnimmt und für mehrere Sekunden auf ihrem Smartphone tippt und scrollt. Allerdings reagiert sie immer unmittelbar und ohne Verzögerung auf die Erzählungen ihres Gegenübers (gleich wie in den Kontrollbedingungen ohne Phubbing). Das vermittelt den Eindruck, dass die Gesprächspartnerin dem Gespräch trotz des Phubbings aufmerksam folgt und keine Gesprächsinhalte verpasst. Es wäre denkbar, dass eine Veränderung dieses Aspekts zu anderen Studienergebnissen führen würde. Eine verzögerte oder nicht mit den Gesprächsinhalten übereinstimmende Reaktion könnte etwa zu stärkeren Effekten des Phubbings auf die Gesprächs- und Beziehungsqualität oder zu Unterschieden bei oberflächlichen und tiefgründigen Gesprächen führen.

Um in zukünftigen Studien eine möglichst authentische Manipulation des Phubbings zu erreichen, wird empfohlen, das Verhalten von Phubbern vorab im Rahmen von Feldbeobachtungen genau zu studieren. Man könnte Personen bei Gesprächen in ihrer natürlichen Umgebung (beispielsweise zuhause, in einem Café oder Restaurant) beobachten und ihr Phubbing-Verhalten dokumentieren. Auf diese Weise könnte festgestellt werden, welche verbalen und nonverbalen Verhaltensweisen beim Phubbing besonders charakteristisch sind. Darüber hinaus könnte untersucht werden, unter welchen Bedingungen Phubbing besonders schädlich für soziale Interaktionen ist. Zum Teil wurden diese Aspekte schon erforscht. So zeigte sich etwa, dass proaktives Phubbing negativere Auswirkungen hat als Phubbing in Reaktion auf eine Benachrichtigung (Vanden Abeele et al., 2016) oder dass sich Phubbing während des

Zuhörens negativer auswirkt als während des Erzählens (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018). Diese Aspekte wurden bei der Ausgestaltung des Phubbings in dieser Studie bereits berücksichtigt. Allerdings ist anzunehmen, dass es noch weitere Aspekte gibt, die die Auswirkungen des Phubbings beeinflussen. Noch nicht erforscht ist beispielsweise, ob es einen Unterschied macht, womit man sich während des Phubbings am Smartphone beschäftigt (z.B. Lesen oder Schreiben) oder ob das Phubbing vorangekündigt wird oder nicht. Eine umfassende Analyse der Bedingungen, unter denen Phubbing soziale Interaktionen beeinträchtigt, könnte zu wertvollen Erkenntnissen führen, die unser Verständnis von Phubbing und den Bedingungen, unter denen dieses zu besonders negativen Auswirkungen führt, theoretisch erweitern und als Basis für weitere Phubbing-Forschung dienen.

Sozial erwünschte Antworten

Es wäre möglich, dass die Proband*innen den Zweck der Studie erkannt und dadurch sozial erwünschte Antworten gegeben haben. Besonders bei sensiblen Themen besteht die Gefahr, dass sich die Proband*innen in ihrem Antwortverhalten von sozialer Erwünschtheit beeinflussen lassen (Brosius et al., 2022, S. 94). Die Themen Phubbing und angemessenes Verhalten könnten durchaus heikel sein, etwa weil die Proband*innen nicht angeben möchten, dass sie selbst ihr Smartphone in Gesprächen nutzen oder dieses Verhalten bei anderen Personen akzeptabel finden. Dass die Fragebögen nicht vor Ort in einem Labor, sondern anonym in privater Umgebung ausgefüllt wurden, könnte das Antwortverhalten positiv beeinflusst haben. Die fehlende soziale Kontrolle durch den/die Forscher*in führt in der Regel zu weniger sozial erwünschte Antworten als persönliche oder telefonische Befragungen (Zhang et al., 2017). Auch der Umstand, dass die Proband*innen kaum Fragen über sich selbst beantworten mussten, sondern als Außenstehende eine Situation beobachteten und bewerteten, könnte dazu führen, dass die soziale Erwünschtheit hier eine weniger bedeutende Rolle spielte.

Soziodemografische Einflüsse

Ebenfalls anzumerken ist, dass die Stichprobe zwar im Hinblick auf das Geschlecht relativ ausgewogen war, aber bei Alter und Bildung nicht alle Gruppen gleich stark repräsentiert waren. Aufgrund des Umfelds der Forscherin waren jüngere Personen um die 26 Jahre und Personen mit abgeschlossenem Studium oder Matura bzw. Abitur im Vergleich zu älteren Personen und Personen mit Lehre bzw. Ausbildung oder Pflichtschulabschluss in der Stichprobe stärker vertreten. Da es aber in dieser Studie

nicht primär darum ging, Aussagen über soziodemografische Unterschiede zu treffen, wird diese Stichprobe den Ansprüchen der Studie dennoch gerecht.

Als Darstellerinnen in den Videos wurden bewusst zwei gleichaltrige Frauen ausgewählt, um Effekte des Geschlechts und des Alters zu vermeiden, da diese Aspekte in der Studie nicht zentral waren. Es wäre jedoch auch interessant, ob diese und andere soziodemografische Merkmale der Darsteller*innen zu unterschiedlichen Ergebnissen führen würden. Beispielsweise wäre es denkbar, dass es einen Einfluss haben könnte, ob ein Mann eine Frau phubbt oder umgekehrt bzw. ob ältere Personen von jüngeren gephubbt werden oder umgekehrt. Diese Forschungslücke sollte in weiteren Studien berücksichtigt werden.

Im Rahmen dieser Studie wurden keine relevanten Unterschiede festgestellt, die sich auf Geschlecht oder Alter der Proband*innen zurückführen lassen. Insbesondere das Alter könnte jedoch bei der Wahrnehmung und Bewertung von Phubbing eine Rolle spielen. Es wäre vorstellbar, dass jüngere Personen, die mit Smartphones aufgewachsen sind, Phubbing anders erleben als Personen, die einer älteren Generation angehören. Zudem gibt es Belege dafür, dass jüngere Personen selbst etwas häufiger phubben als ältere, wodurch es vorstellbar wäre, dass sie dieses Verhalten auch bei anderen eher akzeptieren (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019). Qualitative Fokusgruppen-Studien liefern außerdem erste Hinweise darauf, dass die Smartphone-Nutzung während sozialer Interaktionen von jüngeren Personen unter gewissen Umständen akzeptiert wird (Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017), wohingegen ältere Personen dieser generell kritisch gegenüberstehen (Kadylak et al., 2018). Es fehlt bisher jedoch noch an experimentellen Studien, die diese Annahme bestätigen. Für zukünftige Forschung wäre daher ein Generationen-Vergleich interessant.

Der Einfluss des Geschlechts auf das Phubbing-Verhalten wurde schon vereinzelt untersucht. Manche Studien kamen zu dem Ergebnis, dass Frauen tendenziell eher zu Phubbing neigen als Männer (Finkel & Kruger, 2012; Vanden Abeele et al., 2016; SuwinyattichaiPorn & Generous, 2019). Andere Studien stellten wiederum keine Unterschiede fest (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019). Diese Studien untersuchten den Einfluss des Geschlechts aber jeweils nur am Rande und legten keinen Fokus darauf. Ob Frauen und Männer Phubbing unterschiedlich wahrnehmen und bewerten wurde generell noch nicht erforscht. Es sollten deshalb zukünftig großangelegte Studien durchgeführt werden, die die geschlechterspezifischen Unterschiede des Phubbing-

Verhaltens auf der einen Seite und der Wahrnehmung von Phubbing auf der anderen Seite genauer erforschen.

Langzeitfolgen

Die bisherige Forschung widmete sich fast ausschließlich den kurzzeitigen Folgen von Phubbing. Den Langzeitfolgen wurde hingegen bisher kaum Beachtung geschenkt. Die einzige Ausnahme bildet eine Panelstudie von Halpern und Katz (2017), in der die Langzeitauswirkungen von Phubbing in Paar-Beziehungen auf die Beziehungsqualität untersucht wurden. Aufgrund der methodisch aufwendigen Umsetzung war es auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht möglich, die langfristigen Auswirkungen von Phubbing zu erforschen. Um das Phänomen Phubbing ganzheitlich zu erfassen, wäre es jedoch wichtig, zukünftig auch zu untersuchen, wie sich Phubbing auf Personen auswirkt, wenn sie diesem über einen längeren Zeitraum ausgesetzt sind.

10.3 Implikationen für die Forschung

Rund um das Phänomen Phubbing gibt es also noch einige Forschungslücken, die im Rahmen der vorliegenden Studie nicht behandelt werden konnten und durch zukünftige Forschungsarbeiten geschlossen werden sollten. Diese Masterarbeit ist aber dennoch ein weiterer wichtiger Schritt, um Phubbing und dessen Auswirkungen besser zu verstehen. Welchen Mehrwert die Studie für die Forschung generiert, wird nun an dieser Stelle erläutert.

Zuallererst liefert die Studie wertvolle Erkenntnisse für die methodische Umsetzung weiterer Studien zum Thema Phubbing. Es handelt sich um eine der ersten Studien, in der Phubbing im Rahmen eines Online-Experiments untersucht wurde. Die dafür erstellten Video-Stimuli können deshalb als Vorbild für zukünftige Forschungsarbeiten dienen. Die verwendete Methode lässt sich leicht an unterschiedliche Forschungszwecke anpassen und eröffnet neue Möglichkeiten, die Manipulationen von Phubbing-Verhalten und Faktoren, die potenziellen Einfluss auf die Auswirkungen von Phubbing haben könnten, konstant zu halten. Auf diese Art und Weise könnten neben dem Gesprächsthema noch weitere Aspekte untersucht werden. So ließen sich etwa der Kontext, in dem das Phubbing geschieht oder auch die soziodemografischen Merkmale der Protagonist*innen, die das Phubbing ausführen bzw. erleben, manipulieren. Auch ob das Phubbing vorangekündigt wird oder nicht bzw. womit sich die phubbende Person am Smartphone beschäftigt, könnte in Form von Video-Stimuli manipuliert werden. In

einem Labor- oder Feldexperiment wäre es hingegen sehr herausfordernd, die genannten Einflussfaktoren konstant zu halten.

Neben den zusätzlichen Erkenntnissen für die methodische Umsetzung wurden auch in theoretischer Hinsicht neue Erkenntnisse für das Forschungsfeld gewonnen. In der bisherigen Phubbing-Forschung wurde (abgesehen von vereinzelt qualitativen Studien) bis dato immer entweder die Perspektive der Phubber oder der Phubbees eingenommen. In dieser Arbeit wurde zum ersten Mal im Rahmen eines Experiments die Perspektive gewechselt und das Phubbing aus der Sicht von Personen bewertet, die nicht am Gespräch teilnahmen und damit auch nicht unmittelbar vom Phubbing betroffen waren. Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass die soziale Interaktion auch von außenstehenden Personen, die nicht selbst gephubbt wurden, negativ wahrgenommen wurde. Das bedeutet, dass Phubbing nicht unbedingt selbst erlebt werden muss, um negative Effekte auszulösen.

Diese Studie ist zudem die erste, die den Einfluss des Gesprächsthemas beim Phubbing mittels einer Video-Studie untersuchte. Es zeigte sich, dass Phubbing negative Auswirkungen auf soziale Interaktionen hat – selbst dann, wenn währenddessen über oberflächliche Themen gesprochen wird. Die Annahme, dass Phubbing bei tiefgründigen Gesprächsthemen noch stärkere Effekte auslösen würde, wurde nicht bestätigt. Es scheint also, dass die negativen Auswirkungen von Phubbing generell so stark sind, dass es keine Rolle spielt, worüber dabei gesprochen wird.

Ein weiterer interessanter Aspekt der Studie ist, dass sich das Phubbing insbesondere auf den Eindruck von der Gesprächspartnerin, die es ausführte, negativ auswirkte und ihr Verhalten als unangemessen eingestuft wurde, wohingegen die Gesprächs- und Beziehungsqualität vergleichsweise weniger unter dem Phubbing litten. Dieses Ergebnis macht deutlich, dass Phubbing vor allem ein schlechtes Licht auf die Personen wirft, die es ausführen.

10.4 Implikationen für die Praxis und Resümee

Smartphones sind nützliche Tools, die uns mit ihren vielseitigen Funktionen den Alltag erleichtern und es uns ermöglichen, mit Freund*innen und Familie in Kontakt zu bleiben. Doch diese augenscheinlichen Vorteile sind nur eine Seite der Medaille. Auf der anderen Seite verursacht die ständige Präsenz von Smartphones in unserer Gesellschaft ernstzunehmende Probleme. Neben teils suchartigen Nutzungsweisen und potenziell

negativen Auswirkungen auf unsere physische und psychische Gesundheit, können Smartphones auch unsere zwischenmenschliche Kommunikation und unsere Beziehungen negativ beeinflussen. Auch im Rahmen dieser Masterarbeit konnten die negativen Auswirkungen von Phubbing auf soziale Interaktionen festgestellt werden. Die Ergebnisse der Studie stimmen dahingehend zum Großteil mit bisherigen Forschungsarbeiten überein, in denen sich insgesamt ein negatives Bild dieser sozialen Praxis abzeichnet. Die Studie generiert aber auch neue Erkenntnisse für das Forschungsfeld und trägt zum Ausbau des Forschungsstandes bei.

Die Ergebnisse der Studie verdeutlichen die enorme gesellschaftliche Relevanz des Themas. Phubbing ist eine soziale Praxis, die unser soziales Miteinander beeinträchtigt. Es wird als unangemessenes und unhöfliches Verhalten wahrgenommen und beeinflusst unsere Gespräche und unsere Beziehungen auf negative Art. Zudem hinterlassen Phubber einen schlechten Eindruck bei ihren Mitmenschen. Trotzdem ist Phubbing eine durchaus gängige Verhaltensweise, wie sich in vorangegangenen Studien zeigte (Kruger et al., 2017; Vanden Abele et al., 2019). Wenn es sich nun bei Phubbing um ein Verhalten handelt, das auf der einen Seite häufig praktiziert wird, das aber auf der anderen Seite gesellschaftlich nicht akzeptiert ist und negative Folgen hat, sollten wir uns dann nicht die Frage stellen, wie diesem sozialen Phänomen langfristig entgegengewirkt werden kann? Am Ende dieser Arbeit soll deshalb nun noch der Versuch unternommen werden, mögliche Lösungswege für die Praxis aufzuzeigen, wie mit Phubbing künftig umgegangen werden kann.

Ein möglicher Ansatz, um Phubbing frühzeitig entgegenzuwirken, wäre es, bereits bei den Jüngsten in unserer Gesellschaft anzusetzen und ihnen den bewussten Umgang mit Medien zu vermitteln. Jüngere Menschen phubben vergleichsweise etwas häufiger als ältere Menschen (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019) und akzeptieren Phubbing-Verhalten auch bei anderen unter gewissen Voraussetzungen eher (Kadylak et al., 2018; Miller-Ott & Kelly, 2015b, 2017). Sie kannten die Welt noch nicht, bevor es Smartphones und Social Media gab, weshalb sie sich möglicherweise im Vergleich zur älteren Generation schwerer davon abgrenzen können. Ein Vorschlag wäre es deshalb, ein neues Schulfach für Medienerziehung zu etablieren oder eigens dafür ausgebildete Trainer*innen flächendeckend einzusetzen, um so die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen zu fördern und ihnen den bewussten Umgang mit Smartphones und sozialen Medien beizubringen. Im Rahmen solcher Unterrichtseinheiten könnte auch über die negativen Folgen der Smartphone-Nutzung in Anwesenheit anderer Menschen aufgeklärt werden. Vereinzelt gibt es zwar schon solche Angebote. Um aber allen

Kindern und Jugendlichen den Zugang zu ermöglichen, sollten diese Inhalte verpflichtend in die Lehrpläne mitaufgenommen werden. Dafür muss von der Regierung die gesetzliche Basis geschaffen werden. Zudem sollten sich auch Erziehungsberechtigte und andere erwachsene Bezugspersonen von Kindern ihrer Vorbildwirkung im Hinblick auf den Umgang mit Smartphones und anderen Medien bewusst sein. Es ist durch Studien belegt, dass die Wahrscheinlichkeit, selbst zum Smartphone zu greifen, bei Erwachsenen steigt, wenn sie andere Personen sehen, die mit ihrem Smartphone beschäftigt sind (Finkel & Kruger, 2012; Vanden Abeele et al., 2019). Es ist anzunehmen, dass dieser Nachahmungseffekt bei Kindern dementsprechend noch stärker ausfällt.

Phubbing ist aber keineswegs eine Verhaltensweise, die ausschließlich in der jüngeren Generation zu beobachten ist. Auch Erwachsene greifen in Gesellschaft anderer zum Smartphone (Vanden Abeele et al., 2019). Getrieben von der Angst, etwas zu verpassen oder dem Gefühl ständig erreichbar sein zu müssen, greifen wir reflexartig zum Smartphone und bemerken oftmals gar nicht, dass wir gerade phubben bzw. sind uns der negativen Auswirkungen nicht bewusst, die unser Verhalten auf andere haben kann (Barrick et al., 2022). Eine weitere Möglichkeit, um Phubbing auf Dauer entgegenzuwirken, ist es deshalb, uns im alltäglichen Miteinander gegenseitig darauf aufmerksam zu machen und auf diese Weise ein Bewusstsein dafür zu schaffen, welche Auswirkungen dieses Verhalten haben kann. Denn nur wenn wir uns über die Konsequenzen unseres Handelns im Klaren sind, können wir eine bewusste Entscheidung darüber treffen, wie wir unsere Gesprächspartner*innen behandeln wollen und welchen Eindruck wir bei ihnen hinterlassen möchten.

Teilweise gibt es bereits Entwicklungen hin zu einem reflektierteren Umgang mit Smartphones. Es entschließen sich immer mehr Personen, ihre eigene Smartphone-Nutzung bewusst zu kontrollieren oder einzuschränken (Russo, Malaterre & Morandin, 2019). Matthes, Karsay, Hirsch, Stevic und Schmuck (2022) entwickelten kürzlich das Konzept des „Reflective Smartphone Disengagement“, um diesen bewussten Bemühungen, die eigene Smartphone-Nutzung einzuschränken, einen theoretischen Rahmen zu geben und weitere Forschung anzuregen. Da es sich dabei jedoch noch um ein relatives junges Forschungsfeld handelt, gibt es erst wenige Studien zum Thema. Im Hinblick auf Phubbing ist es aber durchaus als positive Entwicklung zu werten, dass Menschen sich mit ihrer eigenen Smartphone-Nutzung bewusst auseinandersetzen. Denn ein genereller reflektierter Umgang mit Smartphones könnte in unserer

Gesellschaft langfristig auch dazu führen, dass diese in Anwesenheit anderer Personen weniger genutzt werden.

Abschließend ist zu sagen, dass mit der vorliegenden Masterarbeit ein wichtiger Beitrag geleistet wurde, um das Phänomen Phubbing, dessen Wahrnehmung und dessen Auswirkungen auf unsere sozialen Interaktionen und Beziehungen besser zu verstehen. Smartphones werden auch in Zukunft einen wichtigen Platz in unserer Gesellschaft einnehmen. Darum ist es wichtig, ihre Auswirkungen auf uns als Individuen und die gesamte Gesellschaft auch weiterhin zu erforschen und in weiterer Folge Lösungsansätze zu entwickeln, die einen geeigneten Umgang mit dieser sozialen Praxis ermöglichen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Aagaard, J. (2019). Digital akrasia: A qualitative study of phubbing. *AI & Society*, 35(1), 1-2.
- Aguinis, H. & Bradley, K. J. (2014). Best practice recommendations for designing and implementing experimental vignette methodology studies. *Organizational Research Methods*, 17(4), 351-371.
- Al-Saggaf & MacCulloch (2019). Phubbing and Social Relationships: Results from an Australian Sample. *Journal of Relationships Research*, 10, 1-10.
- Al-Saggaf, Y., MacCulloch, R. & Wiener, K. (2019). Trait boredom is a predictor of phubbing frequency. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 4(3), 245-252.
- Al-Saggaf, Y. & O'Donnell, S. (2019). Phubbing: Perceptions, reasons behind, predictors, and impacts. *Human Behavior & Emerging Technologies*, 1(2), 132-140.
- Anshari, M., Alas, Y., Hardaker, G., Jaidin, J.H., Smith, M. & Ahad, A.D. (2016). Smartphone habit and behavior in Brunei. Personalization, gender, and generation gap. *Computers in Human Behavior*, 64, 719-727.
- Backhaus, K., Erichson, B., Gensler, S. Weiber, R. & Weiber, T. (2021). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (16. Auflage). Wiesbaden: Springer.
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K. & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628-639.
- Baron, R. S. (1986). Distraction-Conflict Theory: Progress and Problems. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 19 (S.1-40). New York: Academic Press.
- Barrick, E. M., Barasch, A. & Tamir, D.I. (2022). The unexpected social consequences of diverting attention to our phones. *Journal of Experimental Social Psychology*, 101, 104344.
- Berger, R., Burek, M. & Saller, C. (2009). Online-Vignettenexperimente. Methode und Anwendung auf spieltheoretische Analysen. In N. Jakob, H. Schoen & T. Zerback (Hrsg.), *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung* (S. 305-319). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Bayer, J. B., Campbell, S. W. & Ling, R. S. (2016). Connection cues: Activating the norms and habits of social connectedness. *Communication Theory*, 26, 128-149.
- Beukeboom, C. J., and Pollmann, M. (2021). Partner phubbing: why using your phone during interactions with your partner can be detrimental for your relationship. *Computers in Human Behavior*, 124, 106932.
- Bipeta, R., Yerramilli, S. S., Karredla, A. R. & Gopinath, S. (2015). Diagnostic stability of Internet addiction in obsessive-compulsive disorder: data from a naturalistic one-year treatment study. *Innovation in Clinical Neuroscience*, 12(3-4), 14-23.
- Blachnio, A. & Przepiorka, A. (2019). Be Aware! If You Start Using Facebook Problematically You Will Feel Lonely: Phubbing, Loneliness, Self-esteem, and Facebook Intrusion. A Cross-Sectional Study. *Social Science Computer Review*, 37(2), 270-278.
- Brailovskaia, J. & Margraf J. (2021). The relationship between burden caused by coronavirus (Covid-19), addictive social media use, sense of control and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 119, 1-6.
- Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2022). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (8. Auflage). Wiesbaden: Springer.
- Brown, P. & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burgoon, J. K. (1993). Interpersonal expectations, expectancy violations, and emotional communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 12(1-2), 30-48.
- Burgoon, J. K. (2009). Expectancy violations theory. In S. W. Littlejohn & K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of Communication Theory* (S. 367-369). Los Angeles: Sage.
- Burgoon, J. K. (2016). Expectancy Violations Theory. In C. R. Berger & M. E. Roloff (Eds.), *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (1st edition, S. 1-9). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Burgoon, J. K. & Hale, J. L. (1988). Nonverbal Expectancy Violations: Model Elaboration and Application to Immediacy Behaviors. *Communication Monographs*, 55, 58-79.
- Busch, P. A. & McCarthy (2021). Antecedents and consequences of problematic smartphone use: A systematic literature review of an emerging research area. *Computers in Human Behavior*, 114, 1-47.

- Campbell-Kelly, M. & Garcia-Swartz, D. D. (2015). *From mainframes to smartphones – a history of the international computer industry*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Capilla Garrido, E., Issa, T., Gutiérrez-Esteban, P. & Cubo-Delgado, S. (2021). A descriptive literature review of phubbing behaviors. *Heliyon*, 7(5), 1-10.
- Chi, L.-C. ,Tang, T.-C. & Tang, E. (2022). The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. *Current Psychology*, 41, 1112-1123.
- Chotpitayasunondh, V. (2018). An investigation of the antecedents and consequences of "phubbing": how being snubbed in favour of a mobile phone permeates and affects social life (Dissertation, University of Kent).
- Chotpitayasunondh, V. & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18.
- Chotpitayasunondh, V. & Douglas, K. M (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48, 304-316.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R. & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.
- Crowley, J. P., Allred, R. J., Follon, J. & Volkmer, C. (2018). Replication of the Mere Presence Hypothesis: The Effects of Cell Phones on Face-to-Face Conversations. *Communication Studies*, 69(3), 283-293.
- Country Meters (2022). *Weltbevölkerung*. Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://countrymeters.info/de/World>
- Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A. & Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and consequences of “Phubbing” among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. *Journal of family & community medicine*, 25(1), 35-42.
- David, M. E. & Roberts, J. A. (2017). Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 155-163.

- Design and Art Direction (D&AD) (2014). *“Phubbing: A Word is Born”* [Video]. Abgerufen am 2. Juni 2022 unter <https://www.dandad.org/awards/professional/2014/writing-for-design/22681/phubbing-a-word-is-born/>
- De-Sola Gutierrez, J., Rodriguez de Fonseca, F. & Rubio, G. (2016). Cell-phone addiction: A review. *Frontiers in Psychiatry*, 7, 1-15.
- Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. Auflage). Berlin Heidelberg: Springer.
- Duck, S., Rutt, D. J., Hoy, M. & Strejc, H. H. (1991). Some evident truths about conversations in everyday relationships all communications are not created equal. *Human Communication Research*, 18, 228-267.
- Dudenredaktion (o. D.). *Mobiltelefon*. In Duden Online. Abgerufen am 24. Mai 2022 unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Mobiltelefon#bedeutung>
- Dwyer, R., Kushlev, K. & Dunn, E. (2018). Smartphone use undermines enjoyment of face-to-face social interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78, 233-239.
- Eichmann, H., Schönauer, A., Schörpf, P. & Jatic A. (2019). *Soziale Risiken von Digitalisierungsprozessen. Trendanalysen im Erwerbs- und Privatleben mit Fokus auf Wien*. Wien: Arbeiterkammer Wien. Abgerufen am 7. Dezember 2021 unter <https://www.forba.at/bericht/soziale-risiken-von-digitalisierungsprozessen-trendanalysen-im-erwerbs-und-privatleben-mit-fokus-auf-wien/>
- Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C. & Hall, B. J. (2016). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *Journal of affective disorders*, 207, 251-259.
- El-Menouar, Y. & Blasius, J. (2005). Abbrüche bei Online-Befragungen: Ergebnisse einer Befragung von Mediziner*innen. *ZA-Information*, 56, 70-92.
- Erzen, E., Odaci, H. & Yeniçeri, I. (2021). Phubbing: Which Personality Traits Are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, 39(1), 56-69.
- Estévez, A., Urbiola, I., Iruarizaga, I., Onaindia, J. & Jauregui, P. (2017). Emotional dependency and psychological consequences of Internet and mobile abuse in young people. *Annals of Psychology*, 33(2), 260-268.
- Ezoe, S., Toda, M., Yoshimura, K., Naritomi, A., Den, R. & Morimoto, K. (2009). Relationships of personality and lifestyle with mobile phone dependence among female nursing students. *Social Behavior and Personality*, 37(2), 231-238.

- Finkel, J. A. & Kruger, D. J. (2012). Is cell phone use socially contagious? *Human Ethology Bulletin*, 27, 15-17.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M. M. P., van Rooij, A. J., Lo Coco, G. & De Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10) 1-18.
- Gergen, K. J. (2002). The challenge of absent presence. In J. E. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* (S. 227-241). Cambridge: Cambridge University Press.
- Godwin, A., MacNevin, G., Zadro, L., Iannuzzelli, R., Weston, S., Gonsalkorale, K. & Devine, P. (2014). Are all ostracism experiences equal? A comparison of the autobiographical recall, Cyberball, and O-Cam paradigms. *Behavior Research Methods*, 46, 660-667.
- Gonzales, A. L. & Wu, Y. (2016). Public cellphone use does not activate negative responses in Others...Unless they hate cellphones. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(5), 384-398.
- Greene, K., Derlega, V. J. & Mathews, A. (2006). Self-disclosure in personal relationships. In A. Vangelisti & D. Perlman (Eds.), *The Cambridge handbook of personal relationships* (S. 409-427). Cambridge: Cambridge University Press.
- The Guardian (2013). *Phubbing: the war against anti-social phone use*. Abgerufen am 28. Juni 2022 unter <https://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2013/aug/05/phubbing-anti-social-phone-campaign>
- Guazzini, A., Duradoni, M., Capelli, A. & Meringolo, P. (2019). An Explorative Model to Assess Individuals' Phubbing Risk. *Future Internet*, 11, 1-13.
- Hales, A. H., Dvir, M., Wesselmann, E. D., Kruger, D. J. & Finkenauer, C (2018). Cell phone-induced ostracism threatens fundamental needs. *The Journal of Social Psychology*, 158(4), 460-473.
- Halfmann, A. & Rieger, D. (2019). Permanently on call: The effects of social pressure on smartphone users' self-control, need satisfaction, and well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24, 165-181.
- Halpern, D. & Katz, J. E. (2017). Texting's consequences for romantic relationships: A cross-lagged analysis highlights its risks. *Computers in Human Behavior*, 71, 386-394.

- Haripriya, S., Samuel, S. E. & Megha, M. (2019). Correlation between smartphone addiction, sleep quality and physical activity among young adults. *Journal of Clinical and Diagnostic Research*, 13(10), 5-9.
- Hartner-Tiefenthaler M. & Feuchtl, S. (2018). *Smartphone & Co: Fluch oder Segen?* Abgerufen am 12. Februar 2020 unter https://www.gesundearbeit.at/cms/V02/V02_7.12.6.a/1342588068170/service/aktuelles/2018/smartphone-co-fluch-oder-segen
- Harwood, J., Dooley J., Scott, A. J. & Joiner, R. (2014). Constantly connected – The effects of smart-devices on mental health. *Computers in Human Behavior*, 34, 267-272.
- Hemmerich, W. (2016). StatistikGuru: Between-Groups Design. Abgerufen am 26. März 2022 unter <https://statistikguru.de/lexikon/between-groups-design.html>
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory. Media, Technology and Society*. London: Sage Publications.
- Horwood, S. & Anglim, J. (2019). Problematic smartphone usage and subjective and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 97, 44-50.
- John, O. P., Naumann, L. P. & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In O. P. John, R. W. Robins & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (S. 114-158). New York: The Guilford Press.
- Jones, B. & Kenward, M. G. (2015). *Design and analysis of cross-over trials. Monographs on statistics and applied probability* (3rd edition). Boca Raton: CRC Press.
- Kardas, M., Kumar A. & Epley N. (2022). Overly Shallow? Miscalibrated Expectations Create a Barrier to Deeper Conversation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 122(3), 367-398.
- Kadylak, T. (2020). An investigation of perceived family phubbing expectancy violations and well-being among U.S. older adults. *Mobile Media & Communication*, 8(2), 247-267.
- Kadylak, T., Makki, T. W., Francis, J., Cotten S., Rikard, R. V. & Sah, Y. J. (2018). Disrupted copresence: Older adults' views on mobile phone use during face-to-face interactions. *Mobile Media & Communication*, 6(3) 331-349.

- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M. et al. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M. et al. (2016). The Virtual World's Current Addiction: Phubbing. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 250-269.
- Kelly, L., Miller-Ott, A. E. & Duran, R. L. (2017). Sports Scores and Intimate Moments: An Expectancy Violations Theory Approach to Partner Cell Phone Behaviors in Adult Romantic Relationships. *Western Journal of Communication*, 81(5), 619-640.
- Kelly, L., Miller-Ott, A. E. & Duran, R. L. (2019). Phubbing friends: Understanding face threats from, and responses to, friends' cell phone usage through the lens of politeness theory. *Communication Quarterly*, 67(5), 540-559.
- Keysar, B., Converse, B. A., Wang, J. & Epley, N. (2008). Reciprocity Is Not Give and Take: Asymmetric Reciprocity to Positive and Negative Acts. *Psychological Science*, 19(12), 1280-1286.
- Kim, E. & Koh, E. (2018). Avoidant attachment and smartphone addiction in college students: The mediating effects of anxiety and self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 84, 264-271.
- Knausenberger, J., Giesen-Leuchter, A. & Echterhoff, G. (2022). Feeling Ostracized by Others' Smartphone Use. The Effect of Phubbing on Fundamental Needs, Mood, and Trust. *Frontiers in psychology*, 13, 883901-883901.
- Koudenburg, N., Postmes, T. & Gordijn, E. H. (2011). Disrupting the flow: How brief silences in group conversations affect social needs. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 512-515.
- Kruger, D. J., Duan, A., Juhasz, D., Phaneuf, C. V., Sreenivasa, V., Saunders, C. et al. (2017). Cell phone use latency in a university area population in the Midwestern USA. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 2, 56-59.
- Kubinger, K. D., Rasch, D. & Moder, K. (2009). Zur Legende der Voraussetzungen des t-Tests für unabhängige Stichproben. *Psychologische Rundschau*, 60(1), 26-27.
- Lannoy, S., Chatard A., Selimbegovic, L., Tello, N., Van der Linden, M. Heeren, A. & Billieux, J. (2020). Too good to be cautious: High implicit self-esteem predicts self-reported dangerous mobile phone use. *Computers in Human Behavior* 103, 208-213.

- Leuppert, R. & Geber S. (2020). Commonly done but not socially accepted? Phubbing and social norms in dyadic and small group settings, *Communication Research Reports*, 37(3), 55-64.
- Liftinger, H. (2022). *Stimulusmaterial – Masterarbeit* [Playlist]. YouTube.
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLlr96hfxKr-O2sv1cgR-V4RRhvtWPVjlt>
- Matthes, J., Karsay, K., Hirsch, M., Stevic, A. & Schmuck, D. (2022). Reflective smartphone disengagement: Conceptualization, measurement, and validation. *Computers in Human Behavior*, 128, 107078.
- McAuley, E., Duncan, T. & Tammen, V. V. (1989). Psychometric properties of the Intrinsic Motivation Inventory in a competitive sport setting: A confirmatory factor analysis. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 60, 48-58.
- McCann (2013). *Stop Phubbing*. Abgerufen am 12. Mai 2021 unter
<https://web.archive.org/web/20190107085241/http://stopphubbing.com>
- McCann (2014). *“Phubbing: A Word is Born”* [Video]. Abgerufen am 14. Mai 2021 unter
<https://www.youtube.com/watch?v=hLNhKUniaEw>
- McDaniel, B. T. & Drouin, M. (2019). Daily technology interruptions and emotional and relational well-being. *Computers in Human Behavior*, 99, 1-8.
- McDaniel, B.T. & Wesselmann, E. D. (2021). You phubbed me for that? Reason given for phubbing and perceptions of interactional quality and exclusion. *Human Behavior & Emerging Technologies*, 3, 1-10.
- Metallinos, C. (2013). *Kampagne gegen "Phubbing": Leute, die auf Handys starren*. Abgerufen am 28. Juni 2021 unter <https://www.sueddeutsche.de/leben/kampagne-gegen-phubbing-leute-die-auf-handys-starren-1.1742662>
- Miller, D. T. & Prentice, D. A. (1996). The construction of social norms and standards. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (S. 799-829). New York: The Guilford Press.
- Miller-Ott, A. E. & Kelly, L. (2015a). Competing discourses and meaning making in talk about romantic partners' cell-phone contact with non-present others. *Communication Studies*, 67(1), 58-76.
- Miller-Ott, A. E. & Kelly, L. (2015b). The presence of cell-phones in romantic partner face-to-face interactions: An expectancy violation theory approach. *Southern Communication Journal*, 80(4), 253-270.

Miller-Ott, A. E. & Kelly, L. (2017). A politeness theory analyses of cell-phone usage in the presence of friends. *Communication Studies*, 68(2), 190-207.

Mobile Marketing Association Austria [MMA Austria] (2020). *Mobile Communication Report 2020*. Abgerufen am 15. Juli 2022 unter <https://www.mmaaustria.at/single-post/mobile-communications-report-2020>

Montag, C. (2018). *Homo Digitalis. Smartphones, soziale Netzwerke und das Gehirn*. Wiesbaden: Springer.

Misra, S., Cheng, L., Genevie, J. & Yuan, M. (2016). The iPhone effect: The quality of in-person social interactions in the presence of mobile devices. *Environment and Behavior*, 48(2), 275-298.

Nazir, T., Pişkin, M. (2016). Phubbing: technological invasion which connected the world but disconnected humans. *International Journal of Indian Psychology* 3(4), 39-46.

Norton, R. W. (1978). Foundation of a communicator style construct. *Human Communication Research*, 4, 99-112.

Oberösterreichische Nachrichten (2013). *Massenphänomen Smartphone-Check während des Gesprächs: Phubbing*. Abgerufen am 28. Juni 2022 unter <https://www.nachrichten.at/panorama/web/Massenphaenomen-Smartphone-Check-waehrend-des-Gespraechs-Phubbing;art122,1189055>

Ortmann, M. (2021). *Welch's t-Test*. Abgerufen am 23. September 2022 unter <https://ortmann-statistik.de/glossar/welchs-t-test/>

Pelaprat, E. & Brown, B. (2012). Reciprocity: understanding online social relations. *First Monday*, 17(10). Abgerufen am 25. Juni 2022 unter <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3324/3330>

PONS Langenscheidt GmbH (o. D.). *Übersetzungen für „snub“ im Englisch-Deutsch-Wörterbuch*. In PONS Online-Wörterbuch. Abgerufen am 22. April 2022 unter <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung/englisch-deutsch/snub>

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848.

Przybylski, A. K. & Weinstein, N. (2013). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), 237-246.

- Ranie, L. & Zickuhr, K. (2015). *Americans' views on mobile etiquette*. Abgerufen am 28. Juni 2022 unter <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/26/americans-views-on-mobile-etiquette/>
- Reinecke, L. (2018). POPC and well-being: A risk-benefit analysis. In P. Vorderer, D. Hefner, L. Reinecke & C. Klimmt (Eds.), *Permanently online, permanently connected: Living and communicating in a POPC world* (S. 233-243). New York: Routledge.
- Reysen, S. (2005). Construction of a New Scale: The Reysen Likability Scale. *Social Behavior and Personality*, 33(2), 201-208.
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141.
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2017). Put down your phone and listen to me: How boss phubbing undermines the psychological conditions necessary for employee engagement. *Computers in Human Behavior*, 75, 206-217.
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2020). Boss phubbing, trust, job satisfaction and employee performance. *Personality and individual differences*, 155, 109702.
- Röhlig, M. (2013a). *Phänomen Phubbing. Die Generation Smartphone nervt sich selbst*. Abgerufen am 28. Juni 2021 unter <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/panorama/phaenomen-phubbing-die-generation-smartphone-nervt-sich-selbst/8745478.html>
- Röhlig, M. (2013b). *Werbe-Kampagne. Beim Phubbing gefoppt*. Abgerufen am 28. Juni 2021 unter <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/panorama/werbe-kampagne-beim-phubbing-gefoppt/8978826.html>
- Ruppel, E. K. (2015). Use of communication technologies in romantic relationships: Self-disclosure and the role of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(5), 667-686.
- Russo, M., Ollier-Malaterre, A. & Morandin, G. (2019). Breaking out from constant connectivity: Agentic regulation of smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 98, 11-19.
- Salvucci, D. D. & Taatgen, N. A. (2008). Threaded cognition: An integrated theory of concurrent multitasking. *Psychological Review*, 115(1), 101-130.

- Schnauber-Stockmann A. & Mangold F. (2020). Day-to-day routines of media platform use in the digital age. A structuration perspective. *Communication Monographs*, 87(4), 464-483.
- Schneider, F. M. & Hitzfeld, S. (2019). I Ought to Put Down That Phone but I Phub Nevertheless: Examining the Predictors of Phubbing Behaviour. *Social Science Computer Review*, 37, 1-14.
- Shepherd, S. V. (2010). Following gaze: Gaze-following behavior as a window into social cognition. *Frontiers in Integrative Neuroscience*, 4, 5-5.
- Simpson, M. (2010). Tech etiquette is just common sense. *Common Ground Journal*, 7, 81-88.
- Solecki, S. (2022). The phubbing phenomenon: The impact on parent-child relationships. *Journal of Pediatric Nursing*, 62, 211-214
- Stangl, W. (2022). *Soziale Normen – Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik*. Abgerufen am 11. Oktober 2022 unter <https://lexikon.stangl.eu/18288/soziale-normen>
- Statista (2022a). *Anteil der Smartphone-Besitzer sowie Nutzung von Mobile Commerce in Österreich von 2013 bis 2021*. Abgerufen am 14. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/568185/umfrage/smartphone-besitz-und-smartphone-nutzung-in-oesterreich/>
- Statista (2022b). *Anzahl der Smartphone-Nutzer weltweit von 2016 bis 2020 und Prognose bis 2024*. Abgerufen am 14. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/309656/umfrage/prognose-zur-anzahl-der-smartphone-nutzer-weltweit/>
- Statista (2022c). *Internet-Nutzung mit mobilen Betriebssystemen in Österreich im Mai 2022*. Abgerufen am 9. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/442514/umfrage/anteil-mobiler-geraete-an-der-internet-nutzung-in-oesterreich/>
- Statista (2022d). *Könnten Sie sich ein Leben ohne Handy/Smartphone vorstellen?* Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/660715/umfrage/umfrage-in-oesterreich-zur-entbehrlichkeit-von-handys/>
- Statista (2022e). *Smartphones. Statistiken und Studien*. Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/themen/581/smartphones/>

- Statista (2022f). *Wie häufig schauen Sie pro Tag auf Ihr Handy bzw. Smartphone?* Abgerufen am 14. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/315839/umfrage/ueberpruefungshaeufigkeit-des-mobiltelefons-pro-tag-in-oesterreich/>
- Statista (2022g). *Wie lange beschäftigen Sie sich durchschnittlich pro Tag mit Ihrem Handy?* Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/660775/umfrage/umfrage-in-oesterreich-zur-taeglichen-nutzungsdauer-von-handys/>
- Statista (2022h). *Wie viele Minuten nach dem Aufwachen checken Sie zum ersten Mal Ihr Mobiltelefon?* Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/315910/umfrage/pruefzeitpunkt-des-mobiltelefons-nach-dem-aufstehen-in-oesterreich/>
- Strauch, T. & Engelke, K. (2019). *Filme machen* (2. Auflage). Stuttgart: Utb GmbH Verlag.
- Stütz, T., Kowar, T., Kager, M., Tiefengrabner, M., Stuppner, M., Blechert, J. et al. (2015). Smartphone Based Stress Prediction. In: Ricci, F., Bontcheva, K., Conlan, O. & Lawless, S. (Eds.), *User Modeling. Adaption and Personalization* (S. 240-251). Cham: Springer.
- Sunstein, C. R. (1996). Social norms and social roles. *Columbia Law Review*, 96(4), 903-968.
- Suwinyattichaiorn, T. & Generous, M. A. (2019). „Who’s Doing the Phubbing?\": Exploring Individual Factors that Predict Phubbing Behaviors During Interpersonal Interactions. *Communication Journal*, 57, 105-114.
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P. & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting & Social Change*, 174, e121149.
- Techopedia (2022). *Mobile Phone. Definition*. Abgerufen am 13. Juli 2022 unter <https://www.techopedia.com/definition/2955/mobile-phone>
- T’ng, S.T., Ho, K.H. & Low, S.K. (2018). Are you “phubbing” me? The Determinants of Phubbing Behavior and Assessment of Measurement Invariance across Sex Differences. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 7(2), 159-190.
- Ugur, N. G. & Koc, T. (2015). Time for Digital Detox: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022-1031.

- Vanden Abeele M. M. P., Abels M. & Hendrickson A.T. (2020). Are Parents Less Responsive to Young Children When They Are on Their Phones? A Systematic Naturalistic Observation Study. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(6), 363-370.
- Vanden Abeele, M. M. P., Antheunis, M. L. & Schouten, A. P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, 62, 562-569.
- Vanden Abeele, M. M. P. & Postma-Nilsenova, M. (2018). More Than Just Gaze: An Experimental Vignette Study Examining How Phone-Gazing and Newspaper-Gazing and Phubbing-While-Speaking and Phubbing-While-Listening Compare in Their Effect on Affiliation. *Communication Research Reports*, 35(4), 303-313.
- Vanden Abeele, M. M. P., Hendrickson, A. T., Pollmann, M., M, H. & Ling, R. (2019). Phubbing behavior in conversations and its relation to perceived conversation intimacy and distraction: An exploratory observation study. *Computers in Human Behavior*, 100, 35-47.
- Vanden Abeele, M. M. P. (2020). The social consequences of Phubbing. A Framework and a Research Agenda. In R. Ling, L. Fortunati, G. Goggin, S. S. Lim & Y. Li (Eds.), *The Oxford Handbook of Mobile Communication and Society* (S. 158-174). New York: Oxford University Press.
- Volkmer, S. A. & Lerner, E. (2019). Unhappy and addicted to your phone? – Higher mobile phone use is associated with lower well-being. *Computers in Human Behavior*, 93, 210-218.
- Vorderer, P. (2015). Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected. *Publizistik*, 60(3), 259-276.
- Vorderer, P., Krömer, N. & Schneider, F. M. (2016). Permanently online – Permanently connected: Explorations into university students' use of social media and mobile smart devices. *Computers in Human Behavior*, 63, 694-703.
- Wigginton, C. (2017). *Global mobile consumer trends* (2nd edition). Abgerufen am 12. Februar 2020 unter <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/gx-global-mobile-consumer-survey-2nd-edition.pdf>
- Williams, K. D. (2009). Ostracism: Effects of being excluded and ignored. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (S. 275-314). New York: Academic Press.

- Winkelmann, L. & Geber, S. (2022). On the norm sensitivity of younger mobile phone users: Perceived social norms and phubbing in interactions between younger and older generations, *Communication Research Reports*, 39(4), 214-223.
- Wirth, J. H., Sacco, D. F., Hugenberg, K. & Williams, K. D. (2010). Eye gaze as relational evaluation: Averted eye gaze leads to feelings of ostracism and relational devaluation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 869-882.
- Wykowska, A., Wiese, E., Prosser, A. & Müller, H. J. (2014). Beliefs about the minds of others influence how we process sensory information. *PLoS One*, 9(4), e94339.
- Yasin, R. M., Bashir, S., Vanden Abeele, M. M. P. & Bartels, J. (2020). Supervisor Phubbing Phenomenon in Organizations: Determinants and Impacts. *International Journal of Business Communication*, o. Jg., 1-23.
- Zhang, X., Kuchinke, L., Woud, M. L., Velten, J. & Margraf, J. (2017). Survey method matters: Online/offline questionnaires and face-to-face or telephone interviews differ. *Computers in Human Behavior*, 71, 172-180.

ANHANG

Anhangsverzeichnis

A Abstracts	126
B Drehbücher	128
C Aufruf zur Studie	140
D Fragebogen.....	141
E Ergänzende Tabellen zu den Ergebnissen	150
F SPSS-Ausgaben	155

Tabellenverzeichnis des Anhangs

Tabelle E-1: Faktorenanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)	150
Tabelle E-2: Faktorenanalyse – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)	150
Tabelle E-3: Faktorenanalyse – Höflichkeit (eigene Darstellung)	151
Tabelle E-4: Faktorenanalyse – Sympathie (eigene Darstellung).....	151
Tabelle E-5: Faktorenanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung).....	151
Tabelle E-6: Faktorenanalyse – Deskriptive Normen (eigene Darstellung).....	152
Tabelle E-7: Faktorenanalyse – Injunktive Normen (eigene Darstellung)	152
Tabelle E-8: Reliabilitätsanalyse (eigene Darstellung)	152
Tabelle E-9: Regressionsanalyse – Aufmerksamkeit	153
Tabelle E-10: Regressionsanalyse – Höflichkeit	153
Tabelle E-11: Regressionsanalyse – Sympathie	154
Tabelle E-12: Regressionsanalyse – Normativität.....	154

A ABSTRACTS

Abstract (English)

Using a smartphone during a face-to-face conversation and ignoring other persons is called phubbing (McCann, 2013). This behaviour is prevalent in our society (Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann & Ling, 2019) and can negatively impact our mood and well-being as well as our social interactions and relationships (e.g., Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Gonzales & Wu, 2016). This master's thesis focuses on how phubbing is perceived by external people, who are not directly affected by the phubbing, and whether the topic of conversation plays a role in this. These aspects have not been sufficiently considered in previous research. *Expectancy Violations Theory*, *Politeness Theory*, the *Temporal Need-Threat Model of Ostracism*, and the model of *Attentional Conflict* served as theoretical foundation. In an online experiment, test persons were shown video clips of parts of a conversation in which a person is phubbed by another one. Half of the test persons watched videos with deep conversation topics, while the other half watched videos with superficial topics. The study found that phubbing negatively affected perceived conversational and relationship quality, that the conversation partner was perceived as less attentive, polite, and likable when she phubbed, and that smartphone use during conversations was rated as inappropriate behaviour. However, the conversation topic did not matter in this context. Gender, age and education of the test subjects as well as their own smartphone use and phubbing behaviour had no influence on the results.

Abstract (Deutsch)

Wird während eines persönlichen Gesprächs das Smartphone verwendet und der/die Gesprächspartner*in dadurch ignoriert, spricht man von Phubbing (McCann, 2013). Dieses Verhalten ist in unserer Gesellschaft weit verbreitet (Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann & Ling, 2019) und kann sich negativ auf unsere Stimmung und unser Wohlbefinden sowie auf unsere sozialen Interaktionen und Beziehungen auswirken (z.B. Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Gonzales & Wu, 2016). Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich damit, wie Phubbing von außenstehenden Personen, die nicht selbst vom Phubbing betroffen sind, wahrgenommen wird, und ob das Gesprächsthema dabei eine Rolle spielt. Diese Aspekte wurden in der bisherigen Forschung noch nicht ausreichend berücksichtigt. Als theoretische Grundlage dienten die *Expectancy Violations Theory*, die *Politeness Theory*, das *Temporal Need-Threat-Model of Ostracism* sowie das Modell des *Attentional Conflict*. Im Rahmen eines Online-Experiments wurden den Proband*innen Videos von Gesprächsausschnitten gezeigt, in denen eine Person von einer anderen gephubbt wird. Die Hälfte der Personen sah Videos mit tiefgründigen Gesprächsthemen, die andere Hälfte Videos mit oberflächlichen Gesprächsthemen. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass sich Phubbing negativ auf die wahrgenommene Gesprächs- und Beziehungsqualität auswirkte, dass die Gesprächspartnerin weniger aufmerksam, höflich und sympathisch wahrgenommen wurde, wenn sie phubbt, und dass die Smartphone-Nutzung während Gesprächen als unangemessenes Verhalten bewertet wurde. Das Gesprächsthema spielte allerdings in diesem Zusammenhang keine Rolle. Geschlecht, Alter und Bildung der Proband*innen sowie ihre eigene Smartphone-Nutzung und ihr Phubbing-Verhalten, hatten keinen Einfluss auf die Ergebnisse.

B DREHBÜCHER

Drehbuch 1a: Lockeres Gesprächsthema + kein Phubbing

Nachbarn haben neuen Hund

Person B erzählt vom neuen Hund der Nachbarn. Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person B: Hey, hast du eigentlich schon gesehen, dass unsere Nachbarn jetzt einen kleinen Hund haben?

Person A: Nein wirklich? Die Eva und der Peter?

Person B: Ja genau, die haben seit kurzem so einen kleinen weißen Labradorwelpen, richtig süß. Theo heißt er. Ich hab die zwei letzts am Gang getroffen, da waren sie gerade am Weg zum Gassi gehen in den Park. Und sie haben mir erzählt, dass sie ihn vor 2 Wochen bei einer Züchterin in Niederösterreich geholt haben und dass er sich inzwischen schon ganz gut eingelebt hat. Dürfte aber momentan echt schwer sein, einen Hund zu bekommen. Sie haben anscheinend bei mehreren Züchtern angefragt, aber immer nur Absagen bekommen, weil die schon so viele Interessenten hatten. Aber bei dem letzten hatten sie dann eben Glück.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Voll schön für die zwei, die wünschen sich ja schon so lange einen Hund. Aber wie wollen sie das organisieren? Die arbeiten ja beide Vollzeit als Lehrer.

Person B: Ja, das hab' ich sie auch gefragt. Sie haben mir dann erzählt, dass der Theo zu einem Schulhund ausgebildet wird. Da gibt es anscheinend in der Hundeschule eine spezielle Ausbildung zum Therapiebegleithund und dann dürfen sie ihn mit in die Klassen nehmen. Und mit der Direktorin und den Kollegen ist das auch schon alles abgeklärt, für die ist das auch ok. Aber momentan ist er eh noch zu klein dafür. Also jetzt muss er erst mal in die normale Hundeschule und wenn er die fertig hat, können sie mit der Begleithunde-Ausbildung starten.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Das ist ja cool.

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 1b: Lockeres Gesprächsthema + Phubbing

Nachbarn haben neuen Hund

Person B erzählt vom neuen Hund der Nachbarn. Person A hört anfangs zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person B: Hey, hast du eigentlich schon gesehen, dass unsere Nachbarn jetzt einen kleinen Hund haben?

Person A: Nein wirklich? Die Eva und der Peter?

Person B: Ja genau, die haben seit kurzem so einen kleinen weißen Labradorwelpen, richtig süß. Theo heißt er. **(Phubbing startet)** Ich hab die zwei letztens am Gang getroffen, da waren sie gerade am Weg zum Gassi gehen in den Park. Und sie haben mir erzählt, dass sie ihn vor 2 Wochen bei einer Züchterin in Niederösterreich geholt haben und dass er sich inzwischen schon ganz gut eingelebt hat. **(Phubbing endet)** Dürfte aber momentan echt schwer sein, einen Hund zu bekommen. Sie haben anscheinend bei mehreren Züchtern angefragt, aber immer nur Absagen bekommen, weil die schon so viele Interessenten hatten. Aber bei dem letzten hatten sie dann eben Glück.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Voll schön für die zwei, die wünschen sich ja schon so lange einen Hund. Aber wie wollen sie das organisieren? Die arbeiten ja beide Vollzeit als Lehrer.

Person B: Ja, das hab' ich sie auch gefragt. Sie haben mir dann erzählt, dass der Theo zu einem Schulhund ausgebildet wird. **(Phubbing startet)** Da gibt es anscheinend in der Hundeschule eine spezielle Ausbildung zum Therapiebegleithund und dann dürfen sie ihn mit in die Klassen nehmen. Und mit der Direktorin und den Kollegen ist das auch schon alles abgeklärt, für die ist das auch ok. Aber momentan ist er eh noch zu klein dafür. **(Phubbing endet)** Also jetzt muss er erst mal in die normale Hundeschule und wenn er die fertig hat, können sie mit der Begleithunde-Ausbildung starten.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A: Das ist ja cool.

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 2a: Lockeres Gesprächsthema + kein Phubbing

Radausflug

Person B erzählt vom Radausflug. Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person A: Hey wie war denn eigentlich eurer Radlausflug letztens? Da haben wir noch gar nicht darüber geredet. Wo ist es denn dann hingegangen?

Person B: Ja stimmt eigentlich, das hab ich noch gar nicht erzählt. Am Neusiedler See waren wir dann. War richtig cool dort.

Person A: Ah voll cool, habt ihr die Radl im Auto mitgenommen oder wie habt ihr das gemacht?

Person B: Nein, wir haben uns dann doch für den Zug entschieden, weil da eh ein Regionalexpress direkt vom Hauptbahnhof nach Neusiedl geht, was recht praktisch ist. Ma aber wir hätten fast den Zug verpasst, weil der Moritz am Weg zum Bahnhof einen Platten bekommen hat. Er ist dann den Rest mit der Straßenbahn gefahren und ich bin weitergeradelt, und wir haben den Zug zum Glück noch gerade so erwischt. Er ist schon eingefahren, wie wir am Bahnsteig waren.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Neeeeein, das war ja wirklich knapp, da habt ihr echt nochmal Glück gehabt.

Person B: Ja total, das stimmt.

Person A: Ja und erzähl mal, wo wart ihr dann überall?

Person B: Also wir sind eben von Neusiedl aus gestartet und dann zuerst mal runter nach Podersdorf gefahren und haben uns da ein Eis geholt und den Kitesurfen ein bisschen zugeschaut. Und dann sind wir weiter runter nach Illmitz gefahren und von dort dann mit der Fähre rüber nach Mörbisch und dann am Westufer wieder rauf nach Rust geradelt. Da waren wir dann noch Pizzaessen. Und dann ist es eh schon fast finster geworden und wir sind zurück nach Neusiedl gefahren und von da mit dem Zug wieder heim.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

(Dauer: 00:01:30)

Drehbuch 2b: Lockeres Gesprächsthema + Phubbing

Radausflug

Person B erzählt vom Radausflug. Person A hört anfangs aufmerksam zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person A: Hey wie war denn eigentlich eurer Radlausflug letztens? Da haben wir noch gar nicht darüber geredet. Wo ist es denn dann hingegangen?

Person B: Ja stimmt eigentlich, das hab ich noch gar nicht erzählt. Am Neusiedler See waren wir dann. War richtig cool dort.

Person A: Ah voll cool, habt ihr die Radl im Auto mitgenommen oder wie habt ihr das gemacht?

Person B: Nein, wir haben uns dann doch für den Zug entschieden, weil da eh ein Regionalexpress direkt vom Hauptbahnhof nach Neusiedl geht, was recht praktisch ist. **(Phubbing startet)** Ma aber wir hätten fast den Zug verpasst, weil der Moritz am Weg zum Bahnhof einen Platten bekommen hat. Er ist dann den Rest mit der Straßenbahn gefahren und ich bin weitergeradelt, und wir haben den Zug zum Glück noch gerade so erwischt. **(Phubbing endet)** Er ist schon eingefahren, wie wir am Bahnsteig waren.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Neeeeein, das war ja wirklich knapp, da habt ihr echt nochmal Glück gehabt.

Person B: Ja total, das stimmt.

Person A: Ja und erzähl mal, wo wart ihr dann überall?

Person B: Also wir sind eben von Neusiedl aus gestartet und dann zuerst mal runter nach Podersdorf gefahren und haben uns da ein Eis geholt **(Phubbing startet)** und den Kitesurfern ein bisschen zugeschaut. Und dann sind wir weiter runter nach Illmitz gefahren und von dort dann mit der Fähre rüber nach Mörbisch und dann am Westufer wieder rauf nach Rust geradelt. Da waren wir dann noch Pizzaessen. **(Phubbing endet)** Und dann ist es eh schon fast finster geworden und wir sind zurück nach Neusiedl gefahren und von da mit dem Zug wieder heim.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

(Dauer: 00:01:30)

Drehbuch 3a: Lockeres Gesprächsthema + kein Phubbing

Neues Restaurant entdeckt

Person B erzählt von neuem Restaurant, das sie entdeckt hat.
Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person B: Ma ich war letztens mit der Lena in so einem coolen asiatischen Restaurant, das Shanghai Tan. Kennst du das?

Person A: Nein, sagt mir nichts. Wo ist das?

Person B: Das ist da in der Gumpendorfer Straße. Hat uns die Maria empfohlen, ich hab das vorher auch nicht gekannt. Da sitzt man beim Essen auf dem Boden auf so Kissen, was zwar am Anfang ein bisschen ungewohnt ist, aber dann eigentlich ganz gemütlich. Also oben gibt's auch normale Tische, wo man auf Sesseln sitzt, aber wir sind eben im Untergeschoß gesessen und da waren so separate kleine Nischen mit Kissen. Und es ist auch generell voll das schöne Ambiente dort mit ganz vielen so roten asiatischen Lampions, also echt richtig cool.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Das klingt ja richtig gut! Und was habt ihr gegessen?

Person B: Als Vorspeise haben wir beide Sushi gegessen. Und als Hauptspeise hab ich so Saté Spieße, also so Hühnerspieße in Erdnusssauce und die Lena so gebratene Nudeln mit Gemüse gegessen. Und als Nachspeise haben wir uns dann gebackene Bananen mit Honig geteilt, weil wir beide schon so vollgegessen waren. War echt alles richtig lecker, aber halt auch eher teuer. Für eine kleine Portion Sushi zahlt man schon gleich mal 7 bis 8€ oder mehr. Aber das Essen war wirklich gut und das Ambiente ist auch echt was Besonderes, also das ist es auf alle Fälle wert, find ich.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person B: Ok, das ist echt nicht ganz billig, aber ja, ab und zu kann man sich sowas mal vergönnen.

(Dauer: 00:01:25)

Drehbuch 3b: Lockeres Gesprächsthema + Phubbing

Neues Restaurant entdeckt

Person B erzählt von neuem Restaurant, das sie entdeckt hat.

Person A hört anfangs aufmerksam zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person B: Ma ich war letztens mit der Lena in so einem coolen asiatischen Restaurant, das Shanghai Tan. Kennst du das?

Person A: Nein, sagt mir nichts. Wo ist das?

Person B: Das ist da in der Gumpendorfer Straße. Hat uns die Maria empfohlen, ich hab das vorher auch nicht gekannt. **(Phubbing startet)** Da sitzt man beim Essen auf dem Boden auf so Kissen, was zwar am Anfang ein bisschen ungewohnt ist, aber dann eigentlich ganz gemütlich. Also oben gibt's auch normale Tische, wo man auf Sesseln sitzt, aber wir sind eben im Untergeschoß gesessen und da waren so separate kleine Nischen mit Kissen. **(Phubbing endet)** Und es ist auch generell voll das schöne Ambiente dort mit ganz vielen so roten asiatischen Lampions, also echt richtig cool.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Das klingt ja richtig gut! Und was habt ihr gegessen?

Person B: Als Vorspeise haben wir beide Sushi gegessen. Und als Hauptspeise hab ich so Saté Spieße, also so Hühnerspieße in Erdnusssauce und die Lena so gebratene Nudeln mit Gemüse gegessen. **(Phubbing startet)** Und als Nachspeise haben wir uns dann gebackene Bananen mit Honig geteilt, weil wir beide schon so vollgegessen waren. War echt alles richtig lecker, aber halt auch eher teuer. Für eine kleine Portion Sushi zahlt man schon gleich mal 7 bis 8€ oder mehr. **(Phubbing endet)** Aber das Essen war wirklich gut und das Ambiente ist auch echt was Besonderes, also das ist es auf alle Fälle wert, find ich.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person B: Ok, das ist echt nicht ganz billig, aber ab ja, und zu kann man sich sowas mal vergönnen.

(Dauer: 00:01:25)

Drehbuch 4a: Bedeutsames Gesprächsthema + kein Phubbing

Prüfung nicht bestanden

Person B erzählt von ihrer Prüfung. Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person A: Hey, wie ist denn deine Prüfung eigentlich heute gelaufen?

Person B: Frag nicht...

Person A: Wieso, was war denn los?

Person B: Ich hab einen totalen Blackout gehabt, mir ist gar nichts mehr eingefallen und ich hab fast nichts hingeschrieben. Das blöde war, dass es nur offene Fragen waren, also wenn es Multiple Choice gewesen wäre, hätte ich wenigstens auf gut Glück irgendwas ankreuzen können. Aber so bin ich glaub ich eine halbe Stunde einfach nur dagesessen und hab in die Luft geschaut. Und dann hab i früher abgegeben, weil i gemerkt hab, dass es eh keinen Sinn hat, wenn ich da noch länger sitzen bleib. Da hätte ich nur meine Zeit verschwendet.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Oje, voll blöd. Aber vielleicht geht sich ja trotzdem ein Vierer aus.

Person B: Also ich kann's mir fast nicht vorstellen. Ich hab wirklich fast gar nichts hingeschrieben. Und wenn dann nur einzelne Wörter, aber eigentlich hätten wir da alles ausformulieren und detailliert beschreiben müssen. Das reicht nie und nimmer. Die Professorin hat mich richtig irritiert angeschaut, wie ich das leere Blatt abgegeben hab. Und das war jetzt einfach der letzte normale Prüfungsantritt. Die nächste Prüfung ist dann eine kommissionelle, mündliche vor 3 Prüfern und das ist dann auch meine letzte Chance, sonst war's das mit dem Studium. Ich dreh durch.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Ma, ich glaub es dir, aber das wird schon, Kopf hoch...

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 4b: Bedeutsames Gesprächsthema + Phubbing

Prüfung nicht bestanden

Person B erzählt von ihrer Prüfung. Person A hört anfangs aufmerksam zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person A: Hey, wie ist denn deine Prüfung eigentlich heute gelaufen?

Person B: Frag nicht...

Person A: Wieso, was war denn los?

Person B: Ich hab einen totalen Blackout gehabt, mir ist gar nichts mehr eingefallen und ich hab fast nichts hingeschrieben. (**Phubbing startet**) Das blöde war, dass es nur offene Fragen waren, also wenn es Multiple Choice gewesen wäre, hätte ich wenigstens auf gut Glück irgendwas ankreuzen können. Aber so bin ich glaub ich eine halbe Stunde einfach nur dagesessen und hab in die Luft geschaut. (**Phubbing endet**) Und dann hab i früher abgegeben, weil i gemerkt hab, dass es eh keinen Sinn hat, wenn ich da noch länger sitzen bleib. Da hätte ich nur meine Zeit verschwendet.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Oje, voll blöd. Aber vielleicht geht sich ja trotzdem ein Vierer aus.

Person B: Also ich kann's mir fast nicht vorstellen. Ich hab wirklich fast gar nichts hingeschrieben. (**Phubbing startet**) Und wenn dann nur einzelne Wörter, aber eigentlich hätten wir da alles ausformulieren und detailliert beschreiben müssen. Das reicht nie und nimmer. Die Professorin hat mich richtig irritiert angeschaut, wie ich das leere Blatt abgegeben hab. Und das war jetzt einfach der letzte normale Prüfungsantritt. (**Phubbing endet**) Die nächste Prüfung ist dann eine kommissionelle, mündliche vor 3 Prüfern und das ist dann auch meine letzte Chance, sonst war's das mit dem Studium. Ich dreh durch.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A: Ma, ich glaub es dir, aber das wird schon, Kopf hoch...

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 5a: Bedeutsames Gesprächsthema + kein Phubbing

Nachbar hat Corona

Person B erzählt von einem Nachbarn, der Corona hat. Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person B: Ma ich hab' vorhin die Frau Oberleitner im Gang getroffen und sie hat mir erzählt, dass ihr Vater jetzt Corona hat.

Person A: Oh nein, wie geht es ihm denn?

Person B: Gar nicht gut leider, er liegt mittlerweile sogar im Krankenhaus, weil er so starke Atemnot hatte. Der ist ja schon 84 und hat vorher schon gesundheitliche Probleme gehabt, eine Lungenkrankheit soweit ich weiß. Wenn der die Stiegen rauf geht dauert das ja auch immer ewig, weil er immer wieder stehen bleiben und durchatmen muss. Also der war vorher schon schlecht „beieinander“.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Ma hoffentlich erholt er sich bald wieder.

Person B: Ja ich hoff es auch. Die Frau Oberleitner hat eh recht verzweifelt gewirkt. Aber sie hat gemeint, dass es zum Glück nicht lebensbedrohlich sein dürfte und er inzwischen nicht mehr auf der Intensivstation liegt. Und sie telefonieren jeden Tag mit ihm und er sagt, dass es ihm mittlerweile wieder halbwegs gut geht, aber ihn immer noch die Atemnot recht plagt. Und dass ihm schon recht langweilig ist im Krankenhaus. Besuchen dürfen sie ihn ja auch nicht wegen der Quarantäne.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Ja das glaub ich, aber dann ist er hoffentlich bald wieder so fit, dass er heim kann.

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 5b: Bedeutsames Gesprächsthema + Phubbing

Nachbar hat Corona

Person B erzählt von einem Nachbarn, der Corona hat. Person A hört anfangs aufmerksam zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person B: Ma ich hab' vorhin die Frau Oberleitner im Gang getroffen und sie hat mir erzählt, dass ihr Vater jetzt Corona hat.

Person A: Oh nein, wie geht es ihm denn?

Person B: Gar nicht gut leider, er liegt mittlerweile sogar im Krankenhaus, weil er so starke Atemnot hatte. **(Phubbing startet)** Der ist ja schon 84 und hat vorher schon gesundheitliche Probleme gehabt, eine Lungenkrankheit soweit ich weiß. Wenn der die Stiegen rauf geht dauert das ja auch immer ewig, weil er immer wieder stehen bleiben und durchatmen muss. **(Phubbing endet)** Also der war vorher schon schlecht „beieinander“.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Ma hoffentlich erholt er sich bald wieder.

Person B: Ja ich hoff es auch. Die Frau Oberleitner hat eh recht verzweifelt gewirkt. **(Phubbing startet)** Aber sie hat gemeint, dass es zum Glück nicht lebensbedrohlich sein dürfte und er inzwischen nicht mehr auf der Intensivstation liegt. Und sie telefonieren jeden Tag mit ihm und er sagt, dass es ihm mittlerweile wieder halbwegs gut geht, aber ihn immer noch die Atemnot recht plagt. **(Phubbing endet)** Und dass ihm schon recht langweilig ist im Krankenhaus. Besuchen dürfen sie ihn ja auch nicht wegen der Quarantäne.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A: Ja das glaub ich, aber dann ist er hoffentlich bald wieder so fit, dass er heim kann.

(Dauer: 00:01:15)

Drehbuch 6a: Bedeutsames Gesprächsthema + kein Phubbing

Adoption

Person B erzählt vom Adoptionswunsch ihres Bruders. Person A hört das ganze Gespräch über aufmerksam zu, hält Augenkontakt.

Person B: Ma weißt eh, mein Bruder und seine Freundin haben sich jetzt endgültig dazu entschlossen, dass sie ein Kind adoptieren möchten.

Person A: Ah wirklich, haben sie sich jetzt dafür entschieden?

Person B: Ja sie haben eh lange überlegt und mit der Entscheidung gehadert, weil da natürlich viele Herausforderungen auf sie zukommen werden. Aber sie wünschen sich schon so lange ein Kind, dass sie gesagt haben, sie wollen das jetzt auf sich nehmen und werden jetzt mal zum Magistrat gehen und ein Erstgespräch führen. Aber das ist anscheinend ein richtig aufwendiger, komplizierter Prozess und kann ewig dauern, mindestens 2 bis 3 Jahre anscheinend.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Wow, so lange? Was muss man da so für Voraussetzungen erfüllen?

Person B: Zuerst mal sollte man idealerweise verheiratet sein oder eine eingetragene Partnerschaft haben. Das heißt sie werden dieses Jahr wahrscheinlich noch standesamtlich heiraten. Und dann gibt es einen sehr aufwendigen Prozess in dem geprüft wird, ob man für eine Adoption als Eltern überhaupt geeignet ist, also ob man die persönlichen und auch gesundheitlichen Voraussetzungen erfüllt und ob man für das Kind sorgen kann und so weiter. Und dann man muss eben mit einer sehr langen Wartezeit rechnen.

Person A nickt während Erzählungen und hält Augenkontakt.

Person A: Wahnsinn. Das weiß man alles gar nicht, wenn man sich mit dem Thema nie beschäftigt hat.

(Dauer: 00:01:25)

Drehbuch 6b: Bedeutsames Gesprächsthema + Phubbing

Adoption

Person B erzählt vom Adoptionswunsch ihres Bruders. Person B hört anfangs aufmerksam zu, greift dann aber zum Smartphone und phubbt.

Person B: Ma weißt eh, mein Bruder und seine Freundin haben sich jetzt endgültig dazu entschlossen, dass sie ein Kind adoptieren möchten.

Person A: Ah wirklich, haben sie sich jetzt dafür entschieden?

Person B: Ja sie haben eh lange überlegt und mit der Entscheidung gehadert, weil da natürlich viele Herausforderungen auf sie zukommen werden. **(Phubbing startet)** Aber sie wünschen sich schon so lange ein Kind, dass sie gesagt haben, sie wollen das jetzt auf sich nehmen und werden jetzt mal zum Magistrat gehen und ein Erstgespräch führen. **(Phubbing endet)**. Aber das ist anscheinend ein richtig aufwendiger, komplizierter Prozess und kann ewig dauern, mindestens 2 bis 3 Jahre anscheinend.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A schaut nach Phubbing vom Smartphone auf, hält es nach wie vor in der Hand.

Person A: Wow, so lange? Was muss man da so für Voraussetzungen erfüllen?

Person B: Zuerst mal sollte man idealerweise verheiratet sein oder eine eingetragene Partnerschaft haben. Das heißt sie werden dieses Jahr wahrscheinlich noch standesamtlich heiraten. **(Phubbing startet)** Und dann gibt es einen sehr aufwendigen Prozess in dem geprüft wird, ob man für eine Adoption als Eltern überhaupt geeignet ist, also ob man die persönlichen und auch gesundheitlichen Voraussetzungen erfüllt und ob man für das Kind sorgen kann und so weiter. **(Phubbing endet)** Und dann man muss eben mit einer sehr langen Wartezeit rechnen.

Person A nickt während Erzählungen, schaut aber nach kurzer Zeit aufs Smartphone und tippt. (ca. 15 Sekunden Phubbing)

Person A: Wahnsinn. Das weiß man alles gar nicht, wenn man sich mit dem Thema nie beschäftigt hat.

(Dauer: 00:01:25)

C AUFRUF ZUR STUDIE



Abbildung C-1: Screenshot – Aufruf zur Studie (Bildquelle ©Pixabay)

D FRAGEBOGEN



Herzlich Willkommen!

Ich freue mich über Ihr Interesse, an dieser wissenschaftlichen Studie im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft teilzunehmen!

Die Studie befasst sich mit der „face-to-face“-Kommunikation zwischen zwei Personen und beleuchtet dabei die verschiedenen Aspekte der Gesprächsführung.

- ✓ Sie werden im Anschluss **drei Videos** mit Ausschnitten aus einem Gespräch sehen, zu denen Ihnen danach **Fragen** gestellt werden.
- ✓ Sie sollten während der Befragung möglichst **ungestört** sein, um den Videos aufmerksam folgen zu können. Bitte begeben Sie sich jetzt, wenn möglich, in einen **ruhigen Raum** oder schließen Sie **Kopfhörer** an.
- ✓ Die Befragung wird in etwa **10 bis 15 Minuten** beanspruchen.
- ✓ Nehmen Sie sich bitte Zeit, den vollständigen Fragebogen aufmerksam zu lesen und beantworten Sie die Fragen möglichst ehrlich und spontan.

Seite 1

Bevor Sie starten, möchte ich Sie noch darauf hinweisen, den **Zurück-Button im Browser** während der Untersuchung bitte **nicht zu betätigen**, da dies zu Problemen bei der Datenerfassung führen könnte und dadurch der Fragebogen eventuell nochmals ausgefüllt werden müsste.

Alle angegebenen **Daten** werden selbstverständlich **anonym** und **vertraulich** behandelt.

Bevor die Befragung startet, nehmen Sie sich bitte kurz Zeit, die nachfolgenden **Datenschutzhinweise** durchzulesen.

Seite 2

Datenschutzhinweise

Die Befragung wird im Rahmen einer Masterarbeit an der Universität Wien (Fachbereich Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) durchgeführt. Die Daten können von dem/der Betreuer/in bzw. Begutachter/in der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art. 89 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortliche an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Bevor der Fragebogen startet, sehen Sie detaillierte Informationen zu Ihren Rechten im Zuge dieser Befragung und werden nochmals um Ihre Zustimmung gebeten. Ihre Daten werden ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs. 5 FOG) erhoben und verarbeitet. Sie verfügen über folgende persönliche Rechte im Rahmen dieser Befragung:

- Die Teilnahme an der Studie ist **freiwillig**. Sie können den Fragebogen jederzeit abbrechen.
- Ihre Teilnahme ist **anonym**, Ihre Antworten können nicht auf Sie zurückgeführt werden. Das bedeutet ebenfalls, dass Ihr persönlicher Datensatz nach Abschluss der Befragung für mich **nicht identifizierbar** ist.
- Falls Sie nach der Studie Auskunft über Ihre Daten haben wollen oder Ihre Teilnahme zurückziehen, bitte ich Sie, dies im abschließenden **Kommentarfeld** (falls nötig gemeinsam mit einer Kontaktadresse) zu vermerken.
- Ihre Daten werden ausschließlich für **wissenschaftliche Zwecke** verwendet.
- Die Forschung folgt keinem kommerziellen Interesse. Ich behandle all Ihre Daten **streng vertraulich**.

Wenn Sie Fragen zu dieser Erhebung haben, wenden Sie sich bitte gerne an die Verantwortliche dieser Studie: Hanna Liftingner (a01422170@unet.univie.ac.at), Studentin der Studienrichtung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien, Schweglerstraße 51/7-9, 1150 Wien.

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wenden Sie sich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

Damit Sie an dieser Studie teilnehmen können, benötige ich Ihr Einverständnis.

Bitte klicken Sie dazu hier:

- ☐ Ich wurde über meine Rechte im Rahmen der Studie aufgeklärt und möchte an der Studie teilnehmen
- ☐ Ich möchte nicht an der Studie teilnehmen

Seite 3

Vielen Dank für Ihr Einverständnis!

Sie können nun mit der Befragung starten.

Seite 4

Zunächst bitte ich Sie, einige Angaben zu Ihrer Person zu machen.

Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu?

☐ Weiblich

☐ Männlich

☐ Divers

☐ Sonstige:

Wie alt sind Sie?

Ich bin Jahre alt

Welche ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

☐ (noch) kein Abschluss

☐ Pflichtschule

☐ Lehre/Berufsausbildung

☐ Matura/Abitur

☐ Universität/Fachhochschule

☐ Sonstige:

Wo wohnen Sie derzeit?

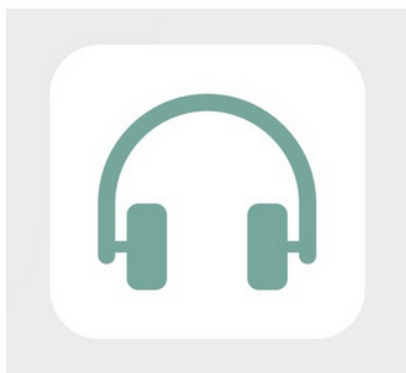
☐ Österreich

☐ Deutschland

☐ Anderes Land:

Seite 5

Bitte begeben Sie sich jetzt, wenn möglich, in einen ruhigen Raum oder schließen Sie Kopfhörer an.



Seite 6

Im Folgenden werden Ihnen drei Videos mit Gesprächsausschnitten gezeigt. Die Ausschnitte stammen alle aus demselben Gespräch, wurden jedoch zu unterschiedlichen Zeitpunkten im Gespräch aufgezeichnet.

Es geht darum, einen Gesamteindruck vom Gespräch zu bekommen. Achten Sie auch auf den Gesprächsinhalt. Es werden Ihnen jedoch keine detaillierten Wissensfragen zum Inhalt oder zu den Personen gestellt, Sie müssen sich also nichts auswendig merken.

Bitte sehen Sie sich nun alle Videos aufmerksam an und beantworten Sie anschließend die Fragen dazu.

Seite 7

Sehen Sie sich den ersten Gesprächsausschnitt zur Gänze an und klicken Sie dann auf weiter.



Seite 8

Sehen Sie sich den zweiten Gesprächsausschnitt zur Gänze an und klicken Sie dann auf weiter.



Seite 9

Sehen Sie sich den dritten Gesprächsausschnitt zur Gänze an und klicken Sie dann auf weiter.



Seite 10

Rufen Sie sich nun bitte die drei Gesprächsausschnitte in Erinnerung, die Sie soeben gesehen haben und beantworten Sie die nachstehenden Fragen.

Wie würden Sie das Gespräch zwischen den beiden Personen beschreiben?

Offen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Zurückhaltend
Informell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Formell
Entspannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Angespannt
Flüssig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stockend
Reibungslos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schwierig
Persönlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unpersönlich
Tiefgehend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Oberflächlich
Konfliktfrei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Konfliktgeladen
Verständlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Missverständlich

Seite 11



Wie haben Sie Gesprächspartnerin A wahrgenommen?

Bitte vervollständigen Sie die Sätze

Gesprächspartnerin A...	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
...hat sich der Situation entsprechend verhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...war auf das Gespräch fokussiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...macht einen freundlichen Eindruck	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...schien sich auf das Gespräch einzulassen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...wirkte während des Gesprächs angeregt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hat sich höflich verhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...scheint sich für die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu interessieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ist mir sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...schien aufmerksam zuzuhören	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...scheint ein anständiger Mensch zu sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seite 12

Bewerten Sie die folgenden Aussagen über das Verhalten von Gesprächspartnerin A

	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
Gesprächspartnerin A hat sich während des Gesprächs angemessen verhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Personen würden das Verhalten von Gesprächspartnerin A als angemessen empfinden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seite 13



Wie haben Sie Gesprächspartnerin B wahrgenommen?

Bitte vervollständigen Sie die Sätze

Gesprächspartnerin B...	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
...macht einen freundlichen Eindruck	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...war auf das Gespräch fokussiert	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...schien aufmerksam zuzuhören	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...scheint ein anständiger Mensch zu sein	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...hat sich höflich verhalten	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...ist mir sympathisch	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...scheint sich für die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu interessieren	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...schien sich auf das Gespräch einzulassen	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...wirkte während des Gesprächs angeregt	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...hat sich der Situation entsprechend verhalten	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Seite 14

Bewerten Sie die folgenden Aussagen über das Verhalten von Gesprächspartnerin B

	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
Gesprächspartnerin B hat sich während des Gesprächs angemessen verhalten	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Andere Personen würden das Verhalten von Gesprächspartnerin B als angemessen empfinden	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Seite 15

Wie würden Sie die Beziehung zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen beschreiben?

Die beiden Gesprächspartnerinnen...	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
...wirken distanziert	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...fühlen sich einander verbunden	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...sind gute Freundinnen	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...haben auf Augenhöhe miteinander gesprochen	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...wirken als würden sie einander vertrauen	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
...stehen sich nahe	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Seite 16

Welche Aussage über das Gespräch trifft eher zu?

☐ Es wurde über oberflächliche Gesprächsthemen gesprochen
 ☐ ☐ ☐ ☐ Es wurde über tiefgründige Gesprächsthemen gesprochen

Seite 17

Wurde während des Gesprächs ein Smartphone verwendet?

☐ Ja, eine der beiden Gesprächspartnerinnen hat ein Smartphone verwendet
☐ Ja, beide Gesprächspartnerinnen haben ein Smartphone verwendet
☐ Nein

Seite 18

Sie haben es fast geschafft...

Zum Schluss bitte ich Sie noch, einige Angaben zu Ihrer Smartphone-Nutzung zu machen.

Nutzen Sie ein Smartphone (oder Mobiltelefon)?

☐ Ja
☐ Nein

Wie viele Stunden nutzen Sie Ihr Smartphone (oder Mobiltelefon) täglich?

☐ Maximal 1 Stunde
☐ 1-2 Stunden
☐ 2-3 Stunden
☐ 3-4 Stunden
☐ 4-5 Stunden
☐ Mehr als 5 Stunden
☐ Ich nutze kein Smartphone (oder Mobiltelefon)

Seite 19

Bewerten Sie die folgenden Aussagen

	Stimme gar nicht zu	Stimme voll zu
Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ich verwende mein Smartphone (oder Mobiltelefon) häufig während Gesprächen mit anderen Personen	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Das Verhalten, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden, ist typisch für die Personen in meiner Umgebung	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ich beobachte häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Seite 20

Sie sind nun fast am Ende des Fragebogens angelangt!

Als kleines Dankeschön haben Sie nun noch die Möglichkeit je einen von **3 Thalia-Gutscheinen im Wert von 10€ zu gewinnen.**

Wenn Sie teilnehmen möchten, geben Sie bitte im Antwort-Feld eine E-Mail-Adresse an, unter der ich Sie im Falle Ihres Gewinns kontaktieren kann.

Wenn Sie nicht teilnehmen möchten, klicken Sie einfach auf **"Weiter"**.

Möchten Sie am Gewinnspiel teilnehmen?

- ☐ Ich will am **Gewinnspiel** teilnehmen. Ich willige ein, dass meine E-Mail-Adresse bis zur Ziehung der Gewinner gespeichert wird. Diese Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen. Meine Angaben in dieser Befragung bleiben weiterhin anonym, meine E-Mail-Adresse wird nicht an Dritte weitergegeben.

Seite 21

Haben Sie noch Fragen, möchten Auskunft über Ihre Daten oder Ihre Teilnahme zurückziehen, dann können Sie dafür dieses Kommentarfeld nutzen (bitte hinterlassen Sie ggf. eine E-Mail-Adresse unter der ich Sie kontaktieren kann).

Ansonsten klicken Sie bitte auf "Weiter", um auf die letzte Seite des Fragebogens zu gelangen.

Seite 22

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

In dieser Studie ging es um die Smartphone-Nutzung in Anwesenheit anderer. Sie helfen uns mit Ihrer Teilnahme, mehr darüber zu verstehen, welche Auswirkungen dieses Verhalten auf soziale Interaktionen und Beziehungen haben kann.

Da Sie per Zufallsprinzip der Kontrollgruppe zugeordnet wurden, wurde in den Gesprächsausschnitten, die Sie gesehen haben, kein Smartphone verwendet.

Es handelte sich bei den Videoausschnitten um gestellte Gespräche mit frei erfundenen Inhalten.

Falls Sie noch Fragen zu Inhalt, Zweck oder Forschungsethik dieser Erhebung oder Interesse an den Forschungsergebnissen haben, wenden Sie sich bitte an a01422170@unet.univie.ac.at

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

Seite 23

E ERGÄNZENDE TABELLEN ZU DEN ERGEBNISSEN

Faktorenanalyse

	Vor Ausschluss des Items		Nach Ausschluss des Items
Gesprächsqualität	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 1
Tiefgehend – Oberflächlich	0,84	0,13	0,82
Persönlich – Unpersönlich	0,79	-0,5	0,80
Offen – Zurückhaltend	0,61	-0,31	0,76
Informell – Formell	0,56	0,01	0,74
Flüssig – Stockend	0,55	-0,40	0,74
Entspannt – Angespannt	0,29	-0,61	0,64
Reibungslos – Schwierig	0,15	-0,75	0,64
Verständlich – Missverständlich	0,06	-0,71	0,49
Konfliktfrei – Konfliktgeladen	-0,21	-0,96	–
Eigenwert	4,43	1,11	4,07
Gesamtvarianz in %	61,63		50,89
Kaiser-Meyer-Olkin	0,89		0,88
Signifikanz nach Bartlett	< 0,001		< 0,001

Tabelle E-1: Faktorenanalyse – Gesprächsqualität (eigene Darstellung)

Aufmerksamkeit	Faktor 1
... schien aufmerksam zuzuhören	0,95
... war auf das Gespräch fokussiert	0,94
... schien sich auf das Gespräch einzulassen	0,93
... wirkte während des Gesprächs angeregt	0,86
Eigenwert	3,38
Gesamtvarianz in %	84,61
Kaiser-Meyer-Olkin	0,85
Signifikanz nach Bartlett	<0,001

Tabelle E-2: Faktorenanalyse – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)

Höflichkeit	Faktor 1
... hat sich höflich verhalten	0,94
... hat sich der Situation entsprechend verhalten	0,91
... scheint ein anständiger Mensch zu sein	0,86
Eigenwert	2,46
Gesamtvarianz in %	82,01
Kaiser-Meyer-Olkin	0,74
Signifikanz nach Bartlett	<0,001

Tabelle E-3: Faktorenanalyse – Höflichkeit (eigene Darstellung)

Sympathie	Faktor 1
... ist mir sympathisch	0,93
... macht einen freundlichen Eindruck	0,92
... scheint sich für die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu interessieren	0,89
Eigenwert	2,51
Gesamtvarianz in %	83,78
Kaiser-Meyer-Olkin	0,74
Signifikanz nach Bartlett	<0,001

Tabelle E-4: Faktorenanalyse – Sympathie (eigene Darstellung)

Verbundenheit	Faktor 1
... stehen sich nahe	0,88
... fühlen sich einander verbunden	0,88
... sind gute Freundinnen	0,87
... wirken als würden sie einander vertrauen	0,86
... haben auf Augenhöhe miteinander gesprochen	0,64
... wirken distanziert	0,47
Eigenwert	3,69
Gesamtvarianz in %	61,44
Kaiser-Meyer-Olkin	0,88
Signifikanz nach Bartlett	< 0,001

Tabelle E-5: Faktorenanalyse – Verbundenheit (eigene Darstellung)

Deskriptive Normen	Faktor 1
Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden	0,86
Ich beobachte es häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden	0,79
Das Verhalten , dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden ist typisch für die Personen in meiner Umgebung	0,80
Eigenwert	2,01
Gesamtvarianz in %	66,82
Kaiser-Meyer-Olkin	0,67
Signifikanz nach Barlett	< 0,001

Tabelle E-6: Faktorenanalyse – Deskriptive Normen (eigene Darstellung)

Injunktive Normen	Faktor 1
Gesprächspartnerin A hat sich während des Gesprächs angemessen verhalten	0,97
Andere würden das Verhalten von Gesprächspartnerin A als angemessen empfinden	0,97
Eigenwert	1,88
Gesamtvarianz in %	94,14
Kaiser-Meyer-Olkin	0,50
Signifikanz nach Barlett	< 0,001

Tabelle E-7: Faktorenanalyse – Injunktive Normen (eigene Darstellung)

Reliabilitätsanalyse

Skala/Index	Cronbach's Alpha	Anzahl der Items
Gesprächsqualität	0,86	8
Eindruck der Gesprächspartnerin		
Aufmerksamkeit	0,94	4
Höflichkeit	0,89	3
Sympathie	0,90	3
Beziehung	0,86	6
Normativität		
Deskriptive Normen	0,75	3
Injunktive Normen	0,94	2

Tabelle E-8: Reliabilitätsanalyse (eigene Darstellung)

Regressionsanalyse

Aufmerksamkeit	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>R</i> ²	<i>Korr. R</i> ²	<i>Sig. F</i>
Modell 1								
Geschlecht	-0,16	0,25	-0,04	0,30	0,83	0,00	-0,01	0,83
Alter	0,01	0,01	0,03					
Bildungsabschluss	0,08	0,14	0,03					
Modell 2								
Geschlecht	-0,15	0,25	-0,04	0,24	0,91	0,00	-0,01	0,77
Alter	0,01	0,01	0,04					
Bildungsabschluss	0,08	0,15	0,03					
Smartphone-Nutzung	0,03	0,10	0,02					
Modell 3								
Geschlecht	-0,15	0,25	-0,04	0,48	0,79	0,01	-0,01	0,24
Alter	0,01	0,01	0,05					
Bildungsabschluss	0,09	0,15	0,04					
Smartphone-Nutzung	-0,02	0,11	-0,01					
Phubbing-Verhalten	0,11	0,09	0,08					

Tabelle E-9: Regressionsanalyse – Aufmerksamkeit (eigene Darstellung)

Höflichkeit	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>R</i> ²	<i>Korr. R</i> ²	<i>Sig. F</i>
Modell 1								
Geschlecht	0,03	0,24	0,01	0,24	0,87	0,00	-0,01	0,87
Alter	0,00	0,01	0,01					
Bildungsabschluss	0,11	0,14	0,05					
Modell 2								
Geschlecht	0,05	0,24	0,01	0,59	0,67	0,01	-0,01	0,20
Alter	0,01	0,01	0,05					
Bildungsabschluss	0,12	0,14	0,05					
Smartphone-Nutzung	0,12	0,10	0,09					
Modell 3								
Geschlecht	0,06	0,24	0,02	0,95	0,45	0,02	0,00	0,13
Alter	0,01	0,01	0,06					
Bildungsabschluss	0,14	0,14	0,06					
Smartphone-Nutzung	0,07	0,10	0,05					
Phubbing-Verhalten	0,14	0,09	0,11					

Tabelle E-10: Regressionsanalyse – Höflichkeit (eigene Darstellung)

Sympathie	B	SE B	β	F	Sig.	R²	Korr. R²	Sig. F
Modell 1				0,41	0,75	0,01	-0,01	0,75
Geschlecht	-0,16	0,21	-0,05					
Alter	0,00	0,01	0,03					
Bildungsabschluss	0,08	0,12	0,04					
Modell 2				0,43	0,79	0,01	-0,01	0,49
Geschlecht	-0,15	0,21	-0,05					
Alter	0,01	0,01	0,05					
Bildungsabschluss	0,08	0,12	0,04					
Smartphone-Nutzung	0,06	0,08	0,05	0,55	0,74	0,01	-0,01	0,31
Modell 3								
Geschlecht	-0,15	0,21	-0,04					
Alter	0,01	0,01	0,07					
Bildungsabschluss	0,09	0,12	0,05					
Smartphone-Nutzung	0,03	0,09	0,02					
Phubbing-Verhalten	0,08	0,08	0,07					

Tabelle E-11: Regressionsanalyse – Sympathie (eigene Darstellung)

Normativität	B	SE B	β	F	Sig.	R²	Korr. R²	Sig. F
Modell 1				0,68	0,56	0,01	0,00	0,56
Geschlecht	0,16	0,27	0,04					
Alter	0,01	0,01	0,06					
Bildungsabschluss	0,10	0,16	0,04					
Modell 2				0,65	0,62	0,01	-0,01	0,45
Geschlecht	0,17	0,27	0,04					
Alter	0,01	0,01	0,08					
Bildungsabschluss	0,11	0,16	0,04					
Smartphone-Nutzung	0,08	0,11	0,05	1,12	0,35	0,02	0,00	0,09
Modell 3								
Geschlecht	0,18	0,27	0,04					
Alter	0,02	0,01	0,11					
Bildungsabschluss	0,13	0,16	0,05					
Smartphone-Nutzung	0,01	0,12	0,01					
Phubbing-Verhalten	0,17	0,10	0,12					

Tabelle E-12: Regressionsanalyse – Normativität (eigene Darstellung)

F SPSS-OUTPUTS

Manipulationscheck – Pretest

t-Test – Gesprächsthema

Gruppenstatistiken

	Gesprächsthema	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Oberflächlich	13	1,46	,660	,183
	Tiefgründig	15	3,73	,594	,153

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Varianzen sind gleich	1,118	,300	-9,589	26	<,001	<,001	-2,272	,237
	Varianzen sind nicht gleich			-9,514	24,428	<,001	<,001	-2,272	,239

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisier ter ^a	Punktschätzu ng	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Cohen's d	,625	-3,633	-4,852	-2,389
	Hedges' Korrektur	,644	-3,527	-4,710	-2,319
	Glass' Delta	,594	-3,827	-5,399	-2,226

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test – Phubbing

Gruppenstatistiken

	Phubbing	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Manipulationscheck: Kam ein Smartphone vor?	Nein	17	2,88	,485	,118
	Ja	11	1,00	,000	,000

Test bei unabhängigen Stichproben									
Levene-Test der Varianzgleichheit				t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
Manipulationscheck: Kam ein Smartphone vor?	Varianzen sind gleich	2,905	,100	12,784	26	<,001	<,001	1,882	,147
	Varianzen sind nicht gleich			16,000	16,000	<,001	<,001	1,882	,118

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Manipulationscheck: Kam ein Smartphone vor?	Cohen's d	,381	4,947	3,397	6,471
	Hedges' Korrektur	,392	4,802	3,298	6,282
	Glass' Delta

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

Manipulationscheck – Studie

t-Test – Gesprächsthema

Gruppenstatistiken

		Gesprächsthema	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Oberflächlich		135	1,30	,563	,048
	Tiefgründig		128	3,53	,709	,063

Test bei unabhängigen Stichproben									
Levene-Test der Varianzgleichheit				t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Varianzen sind gleich	9,025	,003	-28,276	261	<,001	<,001	-2,228	,079
	Varianzen sind nicht gleich			-28,106	242,273	<,001	<,001	-2,228	,079

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Manipulationscheck: oberflächliche oder tiefgründige Gesprächsthemen?	Cohen's d	,639	-3,488	-3,872	-3,102
	Hedges' Korrektur	,640	-3,478	-3,860	-3,093
	Glass' Delta	,709	-3,141	-3,594	-2,684

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test – Phubbing

Gruppenstatistiken

		N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Manipulationscheck: Kam ein Smartphone vor?	Nein	130	3,00	,000 ^a	,000
	Ja	133	1,00	,000 ^a	,000

a. T kann nicht berechnet werden, da die Standardabweichungen beider Gruppen gleich 0 sind.

Soziodemografische Daten – Deskriptive Statistik

Statistiken

		Geschlecht	Alter	Wohnort	höchster Bildungsabschluss
N	Gültig	263	263	263	263
	Fehlend	0	0	0	0
Mittelwert		1,43	36,83	1,07	4,34
Median		1,00	33,00	1,00	5,00
Modus		1	27	1	5
Std.-Abweichung		,512	12,903	,287	,867
Varianz		,262	166,481	,083	,751
Spannweite		2	52	2	5
Minimum		1	18	1	1
Maximum		3	70	3	6
Perzentile	25	1,00	26,00	1,00	4,00
	50	1,00	33,00	1,00	5,00
	75	2,00	46,00	1,00	5,00

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Weiblich	151	57,4	57,4	57,4
	Männlich	110	41,8	41,8	99,2
	Divers	2	,8	,8	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

Wohnort

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Österreich	246	93,5	93,5	93,5
	Deutschland	15	5,7	5,7	99,2
	Anderes Land	2	,8	,8	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

höchster Bildungsabschluss

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	(noch) kein Abschluss	1	,4	,4	,4
	Pflichtschule	3	1,1	1,1	1,5
	Lehre/Berufsausbildung	46	17,5	17,5	19,0
	Matura/Abitur	77	29,3	29,3	48,3
	Universität/Fachhochschule	128	48,7	48,7	97,0
	Sonstige	8	3,0	3,0	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

Smartphone-Nutzung und Phubbing-Verhalten – Deskriptive Statistik

Statistiken

		Eigene Smartphone- Nutzung	Dauer der Smartphone- Nutzung	Eigenes Phubbing- Verhalten
N	Gültig	263	263	263
	Fehlend	0	0	0
Mittelwert		1,00	3,07	2,80
Median		1,00	3,00	2,00
Modus		1	2	2
Std.-Abweichung		,062	1,418	1,560
Varianz		,004	2,011	2,434
Spannweite		1	5	6
Minimum		1	1	1
Maximum		2	6	7
Perzentile	25	1,00	2,00	2,00
	50	1,00	3,00	2,00
	75	1,00	4,00	4,00

Eigene Smartphone-Nutzung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	262	99,6	99,6	99,6
	Nein	1	,4	,4	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

Dauer der Smartphone-Nutzung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Maximal 1 Stunde	30	11,4	11,4	11,4
	1-2 Stunden	77	29,3	29,3	40,7
	2-3 Stunden	69	26,2	26,2	66,9
	3-4 Stunden	39	14,8	14,8	81,7
	4-5 Stunden	28	10,6	10,6	92,4
	Mehr als 5 Stunden	20	7,6	7,6	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

Eigenes Phubbing-Verhalten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Stimme gar nicht zu	57	21,7	21,7	21,7
	2	83	31,6	31,6	53,2
	3	46	17,5	17,5	70,7
	4	31	11,8	11,8	82,5
	5	30	11,4	11,4	93,9
	6	10	3,8	3,8	97,7
	Stimme voll zu	6	2,3	2,3	100,0
	Gesamt	263	100,0	100,0	

Faktorenanalyse

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Std.- Abweichung
Gesprächsqualität	263	5,2971	1,02042
Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A	263	4,1074	2,00562
Höflichkeit von Gesprächspartnerin A	263	4,5779	1,94424
Sympathie von Gesprächspartnerin A	263	4,8441	1,71699
Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen	263	5,0292	1,17409
Normativität	263	4,4049	2,20783
Descriptive Norms - Allgemein	263	4,6464	1,30521
Gültige Werte (listenweise)	263		

Gesprächsthema – Faktorenanalyse 1

KMO- und Bartlett-Test

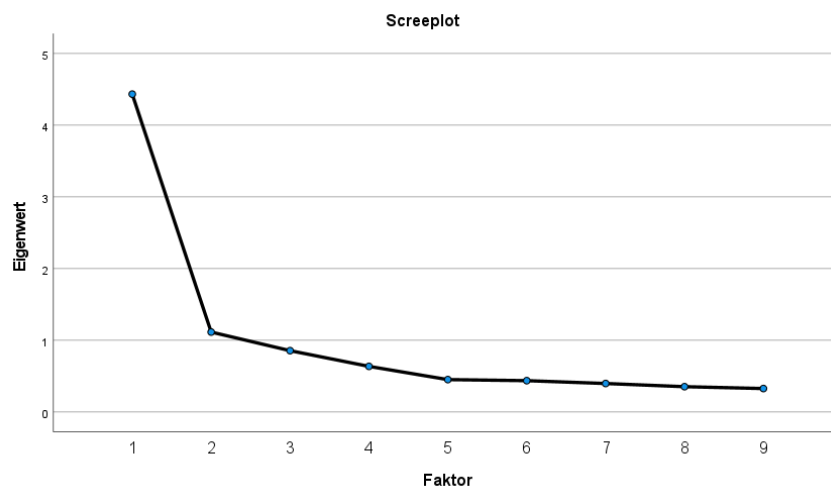
Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,886
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	961,894
	df	36
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion			Rotierte Summe der quadrierten Ladungen ^a Gesamt
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	
1	4,433	49,252	49,252	4,433	49,252	49,252	3,488
2	1,114	12,380	61,631	1,114	12,380	61,631	3,600
3	,855	9,497	71,128				
4	,636	7,062	78,190				
5	,451	5,013	83,203				
6	,436	4,848	88,051				
7	,397	4,407	92,458				
8	,352	3,915	96,373				
9	,326	3,627	100,000				

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

a. Wenn Komponenten korreliert sind, können die Summen der quadrierten Ladungen nicht addiert werden, um eine Gesamtvarianz zu erhalten.



Komponentenmatrix^a

	Komponente	
	1	2
Gesprächsqualität: Flüssig/Stockend	,809	,090
Gesprächsqualität: Offen/Zurückhaltend	,790	,171
Gesprächsqualität: Entspannt/Angespannt	,776	-,149
Gesprächsqualität: Reibungslos/Schwierig	,771	-,295
Gesprächsqualität: Persönlich/Unpersönlich	,714	,396
Gesprächsqualität: Verständlich/Missverständlich	,664	-,320
Gesprächsqualität: Konfliktfrei/Konfliktgeladen	,653	-,593
Gesprächsqualität: Tiefgehend/Oberflächlich	,603	,513
Gesprächsqualität: Informell/Formell	,465	,306

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

a. 2 Komponenten extrahiert

Mustermatrix^a

	Komponente	
	1	2
Gesprächsqualität: Tiefgehend/Oberflächlich	,842	,127
Gesprächsqualität: Persönlich/Unpersönlich	,791	-,052
Gesprächsqualität: Offen/Zurückhaltend	,614	-,313
Gesprächsqualität: Informell/Formell	,563	,012
Gesprächsqualität: Flüssig/Stockend	,546	-,401
Gesprächsqualität: Konfliktfrei/Konfliktgeladen	-,211	-,960
Gesprächsqualität: Reibungslos/Schwierig	,148	-,746
Gesprächsqualität: Verständlich/Missverständlich	,063	-,705
Gesprächsqualität: Entspannt/Angespannt	,294	-,610

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Rotationsmethode: Oblimin mit Kaiser-

Normalisierung.^a

a. Die Rotation ist in 12 Iterationen konvergiert.

Strukturmatrix

	Komponente	
	1	2
Gesprächsqualität: Persönlich/Unpersönlich	,815	-,419
Gesprächsqualität: Tiefgehend/Oberflächlich	,783	-,265
Gesprächsqualität: Offen/Zurückhaltend	,760	-,599
Gesprächsqualität: Flüssig/Stockend	,732	-,655
Gesprächsqualität: Informell/Formell	,557	-,249
Gesprächsqualität: Konfliktfrei/Konfliktgeladen	,236	-,863
Gesprächsqualität: Reibungslos/Schwierig	,495	-,815
Gesprächsqualität: Entspannt/Angespannt	,577	-,746
Gesprächsqualität: Verständlich/Missverständlich	,391	-,734

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.
Rotationsmethode: Oblimin mit Kaiser-Normalisierung.

Gesprächsthema – Faktorenanalyse 2

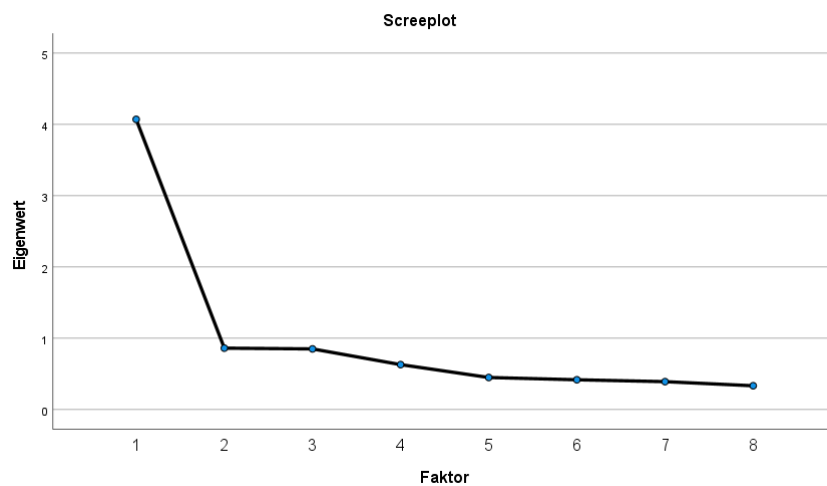
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,884
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	798,174
	df	28
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	4,071	50,885	50,885	4,071	50,885	50,885
2	,861	10,757	61,642			
3	,850	10,623	72,265			
4	,629	7,868	80,133			
5	,449	5,612	85,745			
6	,417	5,212	90,958			
7	,391	4,882	95,840			
8	,333	4,160	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
Gesprächsqualität: Flüssig/Stockend	,821
Gesprächsqualität: Offen/Zurückhaltend	,804
Gesprächsqualität: Entspannt/Angespannt	,762
Gesprächsqualität: Reibungslos/Schwierig	,744
Gesprächsqualität: Persönlich/Unpersönlich	,744
Gesprächsqualität: Tiefgehend/Oberflächlich	,643
Gesprächsqualität: Verständlich/Missverständlich	,640
Gesprächsqualität: Informell/Formell	,490

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Aufmerksamkeit

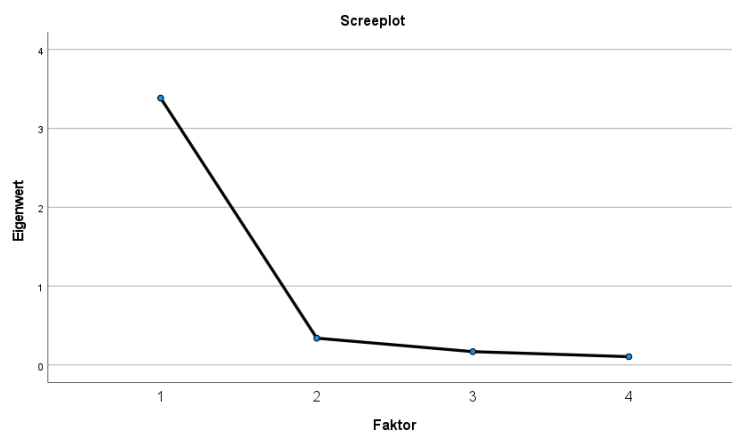
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,853
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	1008,156
	df	6
	Signifikanz nach Bartlett	< ,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,384	84,610	84,610	3,384	84,610	84,610
2	,340	8,510	93,120			
3	,169	4,235	97,355			
4	,106	2,645	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
Eindruck A: ...schien aufmerksam zuzuhören	,948
Eindruck A: ...war auf das Gespräch fokussiert	,944
Eindruck A: ...schien sich auf das Gespräch einzulassen	,927
Eindruck A: ...wirkte während des Gesprächs angeregt	,857

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Höflichkeit

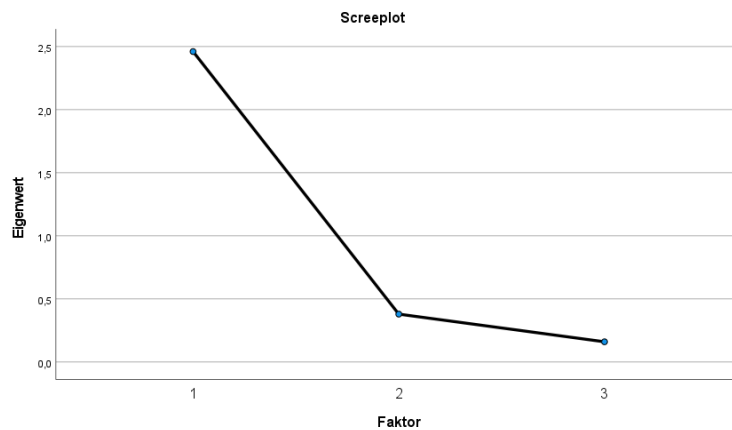
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,704
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	494,351
	df	3
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	2,460	82,012	82,012	2,460	82,012	82,012
2	,379	12,648	94,660			
3	,160	5,340	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
Eindruck A: ...hat sich höflich verhalten	,941
Eindruck A: ...hat sich der Situation entsprechend verhalten	,913
Eindruck A: ...scheint ein anständiger Mensch zu sein	,861

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Sympathie

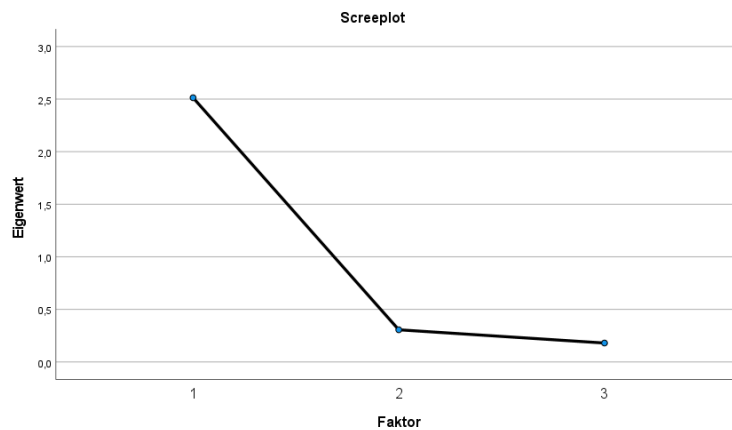
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,739
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	513,534
	df	3
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	2,513	83,775	83,775	2,513	83,775	83,775
2	,306	10,210	93,985			
3	,180	6,015	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
Eindruck A: ...ist mir sympathisch	,933
Eindruck A: ...macht einen freundlichen Eindruck	,922
Eindruck A: ...scheint sich für die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu interessieren	,890

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Beziehung

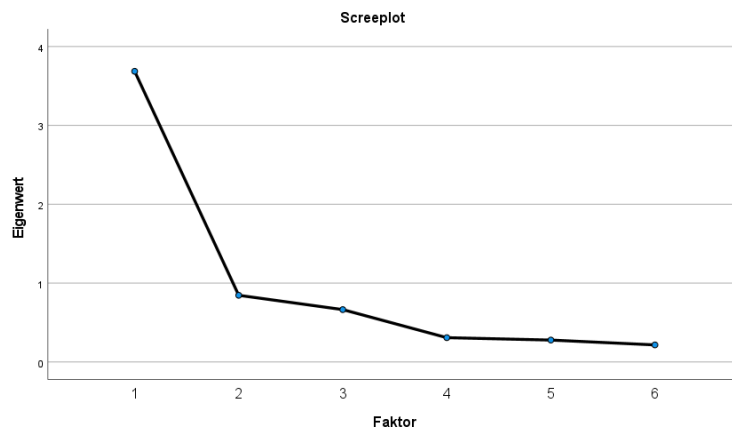
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,878
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	843,929
	df	15
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,686	61,441	61,441	3,686	61,441	61,441
2	,846	14,096	75,537			
3	,664	11,073	86,610			
4	,309	5,142	91,752			
5	,278	4,635	96,387			
6	,217	3,613	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

	Komponente 1
Beziehung: ...stehen sich nahe	,887
Beziehung: ...fühlen sich einander verbunden	,882
Beziehung: ...sind gute Freundinnen	,868
Beziehung: ...wirken als würden sie einander vertrauen	,858
Beziehung: ...haben auf Augenhöhe miteinander gesprochen	,644
Beziehung: ...wirken distanziert	,467

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Injunktive Normen

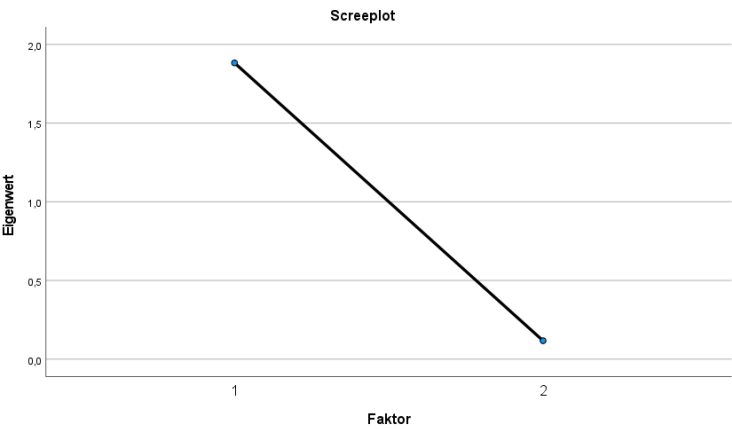
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	393,682
	df	1
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	1,883	94,141	94,141	1,883	94,141	94,141
2	,117	5,859	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
NO01: Andere Personen würden das Verhalten von Gesprächspartnerin A als angemessen empfinden	,970
NO01: Gesprächspartnerin A hat sich während des Gesprächs angemessen verhalten	,970

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Deskriptive Normen

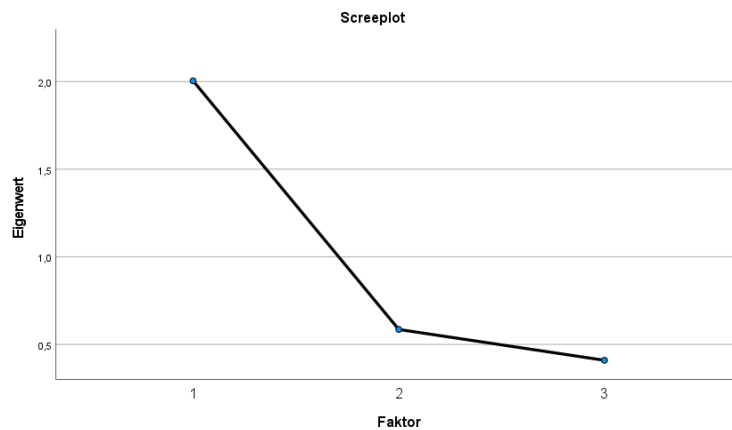
KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,670
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	190,386
	df	3
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	2,005	66,819	66,819	2,005	66,819	66,819
2	,586	19,523	86,342			
3	,410	13,658	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.



Komponentenmatrix^a

Komponente	
1	
Descriptive norms: Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden	,861
Descriptive norms: Ich beobachte häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden	,789
Descriptive norms: Das Verhalten, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden, ist typisch für die Personen in meiner Umgebung	,800

Extraktionsmethode:
Hauptkomponentenanalyse.

a. 1 Komponenten extrahiert

Reliabilitätsanalyse

Skala: Gesprächsqualität

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,856	8

Skala: Aufmerksamkeit

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,938	4

Skala: Höflichkeit

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,885	3

Skala: Sympathie

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,900	3

Skala: Beziehung

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,863	6

Skala: Injunctive Norms

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,937	2

Skala: Descriptive Norms

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	263	100,0
	Ausgeschlossen ^a	0	,0
	Gesamt	263	100,0

a. Listenweise Löschung auf der Grundlage aller Variablen in der Prozedur.

Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,747	3

Hypothesenprüfung H1a-H1d

t-Test Gesprächsqualität

Gruppenstatistiken

	Phubbing	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Gesprächsqualität	Nein	130	5,6154	,88984	,07804
	Ja	133	4,9859	1,04669	,09076

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
Gesprächsqualität	Varianzen sind gleich	3,392	,067	5,249	261	<,001	<,001	,62948	,11992
	Varianzen sind nicht gleich			5,259	256,100	<,001	<,001	,62948	,11970

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisier ter ^a	Punktschätzu ng	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Gesprächsqualität	Cohen's d	,97233	,647	,399	,895
	Hedges' Korrektur	,97514	,646	,398	,892
	Glass' Delta	1,04669	,601	,348	,853

- a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.
 Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.
 Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.
 Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test Aufmerksamkeit

Gruppenstatistiken

	Phubbing	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A	Nein	130	5,5942	1,56737	,13747
	Ja	133	2,6541	1,13055	,09803

Test bei unabhängigen Stichproben									
Levene-Test der Varianzgleichheit				t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz		Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
						Einseitiges p	Zweiseitiges p		r
Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A	Varianzen sind gleich	8,212	,004	17,476	261	<,001	<,001	2,94010	,16823
	Varianzen sind nicht gleich			17,413	234,339	<,001	<,001	2,94010	,16884

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A	Cohen's d	1,36405	2,155	1,850	2,458
	Hedges' Korrektur	1,36798	2,149	1,844	2,451
	Glass' Delta	1,13055	2,601	2,203	2,994

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test Höflichkeit

Gruppenstatistiken

		Phubbing	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Höflichkeit von Gesprächspartnerin A	Nein		130	6,0000	1,47678	,12952
	Ja		133	3,1880	1,19719	,10381

Test bei unabhängigen Stichproben									
Levene-Test der Varianzgleichheit				t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz		Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
						Einseitiges p	Zweiseitiges p		r
Höflichkeit von Gesprächspartnerin A	Varianzen sind gleich	,005	,946	16,981	261	<,001	<,001	2,81203	,16560
	Varianzen sind nicht gleich			16,941	247,966	<,001	<,001	2,81203	,16599

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Höflichkeit von Gesprächspartnerin A	Cohen's d	1,34267	2,094	1,792	2,394
	Hedges' Korrektur	1,34655	2,088	1,787	2,387
	Glass' Delta	1,19719	2,349	1,975	2,719

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test Sympathie

Gruppenstatistiken

	Phubbing	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Sympathie von Gesprächspartnerin A	Nein	130	5,7872	1,56237	,13703
	Ja	133	3,9223	1,31674	,11418

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz		Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
						Einseitiges p	Zweiseitiges p		
Sympathie von Gesprächspartnerin A	Varianzen sind gleich	,606	,437	10,476	261	<,001	<,001	1,86487	,17802
	Varianzen sind nicht gleich			10,456	251,724	<,001	<,001	1,86487	,17836

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisier er ^a	Punktschätzu ng	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Sympathie von Gesprächspartnerin A	Cohen's d	1,44338	1,292	1,025	1,557
	Hedges' Korrektur	1,44754	1,288	1,022	1,552
	Glass' Delta	1,31674	1,416	1,119	1,710

a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.

Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.

Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.

Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test Beziehung

Gruppenstatistiken

	Phubbing	N	Mittelwert	Std.- Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen	Nein	130	5,3731	1,10978	,09733
	Ja	133	4,6930	1,14111	,09895

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler r
Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen	Varianzen sind gleich	,376	,540	4,898	261	<,001	<,001	,68009	,13884
	Varianzen sind nicht gleich			4,900	260,994	<,001	<,001	,68009	,13880

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen	Cohen's d	1,12573	,604	,356	,851
	Hedges' Korrektur	1,12898	,602	,355	,848
	Glass' Delta	1,14111	,596	,343	,847

- a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.
 Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.
 Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.
 Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

t-Test injunktive Normen

Gruppenstatistiken

		N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Normativität	Nein	130	6,2154	1,20229	,10545
	Ja	133	2,6353	1,37087	,11887

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit					
		F	Sig.	T	df	Signifikanz		Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler
						Einseitiges p	Zweiseitiges p		r
Normativität	Varianzen sind gleich	2,786	,096	22,497	261	<,001	<,001	3,58005	,15914
	Varianzen sind nicht gleich			22,530	258,005	<,001	<,001	3,58005	,15890

Effektgrößen bei unabhängigen Stichproben

		Standardisierter ^a	Punktschätzung	95% Konfidenzintervall	
				Unterer Wert	Oberer Wert
Normativität	Cohen's d	1,29030	2,775	2,434	3,112
	Hedges' Korrektur	1,29402	2,767	2,427	3,103
	Glass' Delta	1,37087	2,612	2,213	3,006

- a. Der bei der Schätzung der Effektgrößen verwendete Nenner.
 Cohen's d verwendet die zusammengefasste Standardabweichung.
 Hedges' Korrektur verwendet die zusammengefasste Standardabweichung und einen Korrekturfaktor.
 Glass' Delta verwendet die Standardabweichung einer Stichprobe von der Kontrollgruppe.

Zusatz – deskriptive Normen

Statistiken

		Descriptive Norms - Allgemein	Descriptive norms: Ich erlebe es häufig, dass andere Personen während eines Gesprächs mit mir ihr Smartphone verwenden	Descriptive norms: Ich beobachte häufig, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden	Descriptive norms: Das Verhalten, dass Personen in Anwesenheit anderer Personen ihr Smartphone verwenden, ist typisch für die Personen in meiner Umgebung
N	Gültig	263	263	263	263
	Fehlend	0	0	0	0
Mittelwert		4,6464	4,30	5,72	3,92
Median		5,0000	5,00	6,00	4,00
Modus		5,00	5	6	5
Std.-Abweichung		1,30521	1,754	1,324	1,694
Minimum		1,33	1	1	1
Maximum		7,00	7	7	7

Hypothesenprüfung H2a-H2d

Varianzanalyse Gesprächsqualität

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Gesprächsqualität

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	5,5541	,91758	67
	Tiefgründig	5,6806	,86188	63
	Gesamt	5,6154	,88984	130
Ja	Oberflächlich	4,9191	1,00064	68
	Tiefgründig	5,0558	1,09621	65
	Gesamt	4,9859	1,04669	133
Gesamt	Oberflächlich	5,2343	1,00841	135
	Tiefgründig	5,3633	1,03274	128
	Gesamt	5,2971	1,02042	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Gesprächsqualität	Basiert auf dem Mittelwert	1,194	3	259	,313
	Basiert auf dem Median	1,217	3	259	,304
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1,217	3	242,657	,304
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	1,248	3	259	,293

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Gesprächsqualität

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Gesprächsqualität

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	27,190 ^a	3	9,063	9,557	<,001	,100
Konstanter Term	7387,964	1	7387,964	7790,461	<,001	,968
Phubbing	26,064	1	26,064	27,484	<,001	,096
Gesprächsthema	1,137	1	1,137	1,199	,275	,005
Phubbing * Gesprächsthema	,002	1	,002	,002	,966	,000
Fehler	245,619	259	,948			
Gesamt	7652,266	263				
Korrigierte Gesamtvariation	272,808	262				

a. R-Quadrat = ,100 (korrigiertes R-Quadrat = ,089)

Varianzanalyse Aufmerksamkeit

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	5,7761	1,54793	67
	Tiefgründig	5,4008	1,57701	63
	Gesamt	5,5942	1,56737	130
Ja	Oberflächlich	2,6434	,97096	68
	Tiefgründig	2,6654	1,28413	65
	Gesamt	2,6541	1,13055	133
Gesamt	Oberflächlich	4,1981	2,03057	135
	Tiefgründig	4,0117	1,98242	128
	Gesamt	4,1074	2,00562	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A	Basiert auf dem Mittelwert	3,102	3	259	,027
	Basiert auf dem Median	1,679	3	259	,172
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	1,679	3	212,381	,172
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	2,482	3	259	,061

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	572,870 ^a	3	190,957	102,816	<,001	,544
Konstanter Term	4463,502	1	4463,502	2403,257	<,001	,903
Phubbing	565,541	1	565,541	304,501	<,001	,540
Gesprächsthema	2,050	1	2,050	1,104	,294	,004
Phubbing * Gesprächsthema	2,593	1	2,593	1,396	,238	,005
Fehler	481,033	259	1,857			
Gesamt	5490,938	263				
Korrigierte Gesamtvariation	1053,903	262				

a. R-Quadrat = ,544 (korrigiertes R-Quadrat = ,538)

Varianzanalyse Höflichkeit

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	6,0846	1,44173	67
	Tiefgründig	5,9101	1,51953	63
	Gesamt	6,0000	1,47678	130
Ja	Oberflächlich	3,2059	1,23389	68
	Tiefgründig	3,1692	1,16685	65
	Gesamt	3,1880	1,19719	133
Gesamt	Oberflächlich	4,6346	1,96776	135
	Tiefgründig	4,5182	1,92502	128
	Gesamt	4,5779	1,94424	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Höflichkeit von Gesprächspartnerin A	Basiert auf dem Mittelwert	,157	3	259	,925
	Basiert auf dem Median	,287	3	259	,835
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	,287	3	203,852	,835
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	,207	3	259	,892

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	520,885 ^a	3	173,628	95,784	<,001	,526
Konstanter Term	5542,021	1	5542,021	3057,329	<,001	,922
Phubbing	518,633	1	518,633	286,111	<,001	,525
Gesprächsthema	,732	1	,732	,404	,526	,002
Phubbing * Gesprächsthema	,312	1	,312	,172	,678	,001
Fehler	469,489	259	1,813			
Gesamt	6502,222	263				
Korrigierte Gesamtvariation	990,374	262				

a. R-Quadrat = ,526 (korrigiertes R-Quadrat = ,520)

Varianzanalyse Sympathie

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	5,8657	1,59551	67
	Tiefgründig	5,7037	1,53468	63
	Gesamt	5,7872	1,56237	130
Ja	Oberflächlich	3,9363	1,23151	68
	Tiefgründig	3,9077	1,40992	65
	Gesamt	3,9223	1,31674	133
Gesamt	Oberflächlich	4,8938	1,71746	135
	Tiefgründig	4,7917	1,72166	128
	Gesamt	4,8441	1,71699	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Sympathie von Gesprächspartnerin A	Basiert auf dem Mittelwert	,694	3	259	,556
	Basiert auf dem Median	,471	3	259	,703
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	,471	3	211,478	,703
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	,525	3	259	,665

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	229,512 ^a	3	76,504	36,499	<,001	,297
Konstanter Term	6189,600	1	6189,600	2952,996	<,001	,919
Phubbing	227,934	1	227,934	108,745	<,001	,296
Gesprächsthema	,596	1	,596	,284	,594	,001
Phubbing * Gesprächsthema	,292	1	,292	,139	,709	,001
Fehler	542,875	259	2,096			
Gesamt	6943,778	263				
Korrigierte Gesamtvariation	772,386	262				

a. R-Quadrat = ,297 (korrigiertes R-Quadrat = ,289)

Varianzanalyse Beziehung

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	5,3682	1,20274	67
	Tiefgründig	5,3783	1,01123	63
	Gesamt	5,3731	1,10978	130
Ja	Oberflächlich	4,6593	1,13238	68
	Tiefgründig	4,7282	1,15792	65
	Gesamt	4,6930	1,14111	133
Gesamt	Oberflächlich	5,0111	1,21663	135
	Tiefgründig	5,0482	1,13196	128
	Gesamt	5,0292	1,17409	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen	Basiert auf dem Mittelwert	,532	3	259	,661
	Basiert auf dem Median	,412	3	259	,744
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	,412	3	248,708	,744
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	,472	3	259	,702

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	30,568 ^a	3	10,189	7,983	<,001	,085
Konstanter Term	6657,657	1	6657,657	5215,816	<,001	,953
Phubbing	30,330	1	30,330	23,761	<,001	,084
Gesprächsthema	,103	1	,103	,080	,777	,000
Phubbing * Gesprächsthema	,057	1	,057	,044	,833	,000
Fehler	330,597	259	1,276			
Gesamt	7013,056	263				
Korrigierte Gesamtvariation	361,165	262				

a. R-Quadrat = ,085 (korrigiertes R-Quadrat = ,074)

Varianzanalyse injunktive Normen

Deskriptive Statistiken

Abhängige Variable: Normativität

Phubbing	Gesprächsthema	Mittelwert	Standardabweichung	N
Nein	Oberflächlich	6,3358	1,11256	67
	Tiefgründig	6,0873	1,28747	63
	Gesamt	6,2154	1,20229	130
Ja	Oberflächlich	2,6397	1,30397	68
	Tiefgründig	2,6308	1,44773	65
	Gesamt	2,6353	1,37087	133
Gesamt	Oberflächlich	4,4741	2,21369	135
	Tiefgründig	4,3320	2,20796	128
	Gesamt	4,4049	2,20783	263

Levene-Test auf Gleichheit der Fehlervarianzen^{a,b}

		Levene-Statistik	df1	df2	Sig.
Normativität	Basiert auf dem Mittelwert	1,594	3	259	,191
	Basiert auf dem Median	2,035	3	259	,109
	Basierend auf dem Median und mit angepaßten df	2,035	3	252,384	,109
	Basiert auf dem getrimmten Mittel	1,755	3	259	,156

Prüft die Nullhypothese, dass die Fehlervarianz der abhängigen Variablen über Gruppen hinweg gleich ist.

a. Abhängige Variable: Normativität

b. Design: Konstanter Term + Phubbing + Gesprächsthema + Phubbing * Gesprächsthema

Tests der Zwischensubjekteffekte

Abhängige Variable: Normativität

Quelle	Typ III Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.	Partielles Eta-Quadrat
Korrigiertes Modell	844,598 ^a	3	281,533	168,584	<,001	,661
Konstanter Term	5141,552	1	5141,552	3078,809	<,001	,922
Phubbing	840,225	1	840,225	503,134	<,001	,660
Gesprächsthema	1,089	1	1,089	,652	,420	,003
Phubbing * Gesprächsthema	,943	1	,943	,564	,453	,002
Fehler	432,525	259	1,670			
Gesamt	6380,250	263				
Korrigierte Gesamtvariation	1277,124	262				

a. R-Quadrat = ,661 (korrigiertes R-Quadrat = ,657)

Regressionsanalyse

Gesprächsqualität

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Gesprächsqualität

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			Sig. Änderung in F
						Änderung in F	df1	df2	
1	,194 ^a	,038	,027	1,00673	,038	3,391	3	259	,019
2	,195 ^b	,038	,023	1,00846	,000	,113	1	258	,737
3	,196 ^c	,039	,020	1,01026	,000	,084	1	257	,773

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	10,310	3	3,437	3,391	,019 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	262,499	259	1,014		
	Gesamt	272,808	262			
2	Regression	10,425	4	2,606	2,563	,039 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	262,384	258	1,017		
	Gesamt	272,808	262			
3	Regression	10,510	5	2,102	2,060	,071 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	262,298	257	1,021		
	Gesamt	272,808	262			

a. Abhängige Variable: Gesprächsqualität

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	4,804	,378		12,703	<,001
	Geschlecht	,076	,122	,038	,620	,536
	Alter	,015	,005	,187	3,030	,003
	höchster Bildungsabschluss	-,037	,072	-,031	-,513	,608
2	(Konstante)	4,715	,461		10,220	<,001
	Geschlecht	,079	,123	,040	,644	,520
	Alter	,016	,005	,197	2,882	,004
	höchster Bildungsabschluss	-,036	,072	-,031	-,497	,620
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,017	,049	,023	,337	,737
3	(Konstante)	4,677	,481		9,720	<,001
	Geschlecht	,080	,123	,040	,646	,519
	Alter	,016	,005	,200	2,883	,004
	höchster Bildungsabschluss	-,034	,073	-,029	-,472	,637
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,011	,052	,016	,214	,830
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,013	,046	,020	,289	,773

a. Abhängige Variable: Gesprächsqualität

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,023 ^b	,337	,737	,021	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,025 ^b	,389	,698	,024	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,020 ^c	,289	,773	,018	,768

a. Abhängige Variable: Gesprächsqualität

b. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Aufmerksamkeit

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			Sig. Änderung in F
						Änderung in F	df1	df2	
1	,059 ^a	,003	-,008	2,01372	,003	,299	3	259	,826
2	,061 ^b	,004	-,012	2,01729	,000	,084	1	258	,772
3	,096 ^c	,009	-,010	2,01573	,005	1,401	1	257	,238

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	3,636	3	1,212	,299	,826 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	1050,267	259	4,055		
	Gesamt	1053,903	262			
2	Regression	3,979	4	,995	,244	,913 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	1049,924	258	4,069		
	Gesamt	1053,903	262			
3	Regression	9,673	5	1,935	,476	,794 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	1044,230	257	4,063		
	Gesamt	1053,903	262			

a. Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	3,831	,756		5,064	<,001
	Geschlecht	-,158	,245	-,040	-,644	,520
	Alter	,005	,010	,031	,489	,625
	höchster Bildungsabschluss	,075	,144	,033	,522	,602
2	(Konstante)	3,678	,923		3,984	<,001
	Geschlecht	-,152	,246	-,039	-,618	,537
	Alter	,006	,011	,039	,565	,572
	höchster Bildungsabschluss	,077	,145	,033	,534	,594
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,029	,098	,020	,291	,772
3	(Konstante)	3,362	,960		3,502	<,001
	Geschlecht	-,149	,246	-,038	-,606	,545
	Alter	,008	,011	,054	,767	,444
	höchster Bildungsabschluss	,090	,145	,039	,622	,534
	Dauer der Smartphone-Nutzung	-,015	,105	-,010	-,139	,889
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,108	,091	,084	1,184	,238

a. Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,020 ^b	,291	,772	,018	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,080 ^b	1,213	,226	,075	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,084 ^c	1,184	,238	,074	,768

a. Abhängige Variable: Aufmerksamkeit von Gesprächspartnerin A

b. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Höflichkeit

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			Sig. Änderung in F
						Änderung in F	df1	df2	
1	,052 ^a	,003	-,009	1,95278	,003	,237	3	259	,870
2	,095 ^b	,009	-,006	1,95039	,006	1,637	1	258	,202
3	,134 ^c	,018	-,001	1,94525	,009	2,364	1	257	,125

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	2,714	3	,905	,237	,870 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	987,660	259	3,813		
	Gesamt	990,374	262			
2	Regression	8,941	4	2,235	,588	,672 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	981,433	258	3,804		
	Gesamt	990,374	262			
3	Regression	17,888	5	3,578	,945	,452 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	972,487	257	3,784		
	Gesamt	990,374	262			

a. Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	4,008	,734		5,463	<,001
	Geschlecht	,030	,238	,008	,126	,900
	Alter	,001	,009	,007	,118	,906
	höchster Bildungsabschluss	,112	,140	,050	,800	,424
2	(Konstante)	3,356	,892		3,760	<,001
	Geschlecht	,054	,238	,014	,228	,820
	Alter	,007	,010	,045	,650	,516
	höchster Bildungsabschluss	,120	,140	,054	,858	,392
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,121	,095	,089	1,279	,202
3	(Konstante)	2,960	,926		3,195	,002
	Geschlecht	,058	,237	,015	,245	,807
	Alter	,010	,011	,064	,914	,361
	höchster Bildungsabschluss	,137	,140	,061	,975	,331
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,067	,101	,049	,668	,505
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,135	,088	,108	1,538	,125

a. Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,089 ^b	1,279	,202	,079	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,125 ^b	1,890	,060	,117	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,108 ^c	1,538	,125	,095	,768

a. Abhängige Variable: Höflichkeit von Gesprächspartnerin A

b. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Sympathie

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			Sig. Änderung in F
						Änderung in F	df1	df2	
1	,069 ^a	,005	-,007	1,72281	,005	,411	3	259	,745
2	,081 ^b	,007	-,009	1,72453	,002	,483	1	258	,488
3	,103 ^c	,011	-,009	1,72434	,004	1,056	1	257	,305

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	3,658	3	1,219	,411	,745 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	768,729	259	2,968		
	Gesamt	772,386	262			
2	Regression	5,093	4	1,273	,428	,788 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	767,294	258	2,974		
	Gesamt	772,386	262			
3	Regression	8,233	5	1,647	,554	,735 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	764,153	257	2,973		
	Gesamt	772,386	262			

a. Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	4,576	,647		7,071	<,001
	Geschlecht	-,162	,210	-,048	-,775	,439
	Alter	,004	,008	,032	,515	,607
	höchster Bildungsabschluss	,079	,124	,040	,639	,524
2	(Konstante)	4,263	,789		5,403	<,001
	Geschlecht	-,151	,211	-,045	-,716	,474
	Alter	,007	,009	,053	,760	,448
	höchster Bildungsabschluss	,083	,124	,042	,669	,504
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,058	,084	,048	,695	,488
3	(Konstante)	4,029	,821		4,906	<,001
	Geschlecht	-,148	,211	-,044	-,705	,481
	Alter	,009	,009	,066	,931	,353
	höchster Bildungsabschluss	,092	,124	,047	,745	,457
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,026	,090	,022	,294	,769
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,080	,078	,073	1,028	,305

a. Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,048 ^b	,695	,488	,043	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,080 ^b	1,207	,228	,075	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,073 ^c	1,028	,305	,064	,768

a. Abhängige Variable: Sympathie von Gesprächspartnerin A

b. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Beziehung

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			Sig. Änderung in F
						Änderung in F	df1	df2	
1	,189 ^a	,036	,025	1,15953	,036	3,208	3	259	,024
2	,190 ^b	,036	,021	1,16164	,000	,060	1	258	,807
3	,214 ^c	,046	,027	1,15790	,010	2,669	1	257	,104

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	12,939	3	4,313	3,208	,024 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	348,226	259	1,345		
	Gesamt	361,165	262			
2	Regression	13,020	4	3,255	2,412	,050 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	348,145	258	1,349		
	Gesamt	361,165	262			
3	Regression	16,598	5	3,320	2,476	,033 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	344,567	257	1,341		
	Gesamt	361,165	262			

a. Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	3,860	,436		8,862	<,001
	Geschlecht	,337	,141	,147	2,390	,018
	Alter	,005	,006	,055	,885	,377
	höchster Bildungsabschluss	,116	,083	,086	1,393	,165
2	(Konstante)	3,786	,531		7,123	<,001
	Geschlecht	,340	,142	,148	2,397	,017
	Alter	,006	,006	,062	,904	,367
	höchster Bildungsabschluss	,117	,083	,086	1,400	,163
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,014	,057	,017	,244	,807
3	(Konstante)	3,535	,551		6,411	<,001
	Geschlecht	,342	,141	,149	2,422	,016
	Alter	,007	,006	,082	1,182	,238
	höchster Bildungsabschluss	,127	,083	,094	1,524	,129
	Dauer der Smartphone-Nutzung	-,020	,060	-,025	-,338	,735
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,085	,052	,114	1,634	,104

a. Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,017 ^b	,244	,807	,015	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,105 ^b	1,620	,107	,100	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,114 ^c	1,634	,104	,101	,768

a. Abhängige Variable: Beziehung zw. Gesprächspartnerinnen

b. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Injunktive Normen

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Normativität

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			
						Änderung in F	df1	df2	Sig. Änderung in F
1	,089 ^a	,008	-,004	2,21184	,008	,684	3	259	,563
2	,100 ^b	,010	-,005	2,21368	,002	,569	1	258	,451
3	,146 ^c	,021	,002	2,20524	,011	2,979	1	257	,086

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	10,032	3	3,344	,684	,563 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	1267,092	259	4,892		
	Gesamt	1277,124	262			
2	Regression	12,822	4	3,206	,654	,624 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	1264,301	258	4,900		
	Gesamt	1277,124	262			
3	Regression	27,308	5	5,462	1,123	,348 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	1249,816	257	4,863		
	Gesamt	1277,124	262			

a. Abhängige Variable: Normativität

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	3,348	,831		4,030	<,001
	Geschlecht	,156	,269	,036	,580	,563
	Alter	,010	,011	,061	,970	,333
	höchster Bildungsabschluss	,104	,159	,041	,653	,514
2	(Konstante)	2,912	1,013		2,875	,004
	Geschlecht	,172	,270	,040	,638	,524
	Alter	,014	,012	,083	1,198	,232
	höchster Bildungsabschluss	,109	,159	,043	,686	,493
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,081	,108	,052	,755	,451
3	(Konstante)	2,408	1,050		2,293	,023
	Geschlecht	,177	,269	,041	,658	,511
	Alter	,018	,012	,105	1,490	,138
	höchster Bildungsabschluss	,130	,159	,051	,818	,414
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,013	,115	,008	,110	,913
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,172	,100	,122	1,726	,086

a. Abhängige Variable: Normativität

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,052 ^b	,755	,451	,047	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,124 ^b	1,885	,061	,117	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,122 ^c	1,726	,086	,107	,768

a. Abhängige Variable: Normativität

b. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflussvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

Deskriptive Normen

Aufgenommene/Entfernte Variablen^a

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter ^b	.	Einschluß
2	Dauer der Smartphone-Nutzung ^b	.	Einschluß
3	Eigenes Phubbing-Verhalten ^b	.	Einschluß

a. Abhängige Variable: Descriptive Norms - Allgemein

b. Alle gewünschten Variablen wurden eingegeben.

Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers	Änderung in R-Quadrat	Statistikwerte ändern			
						Änderung in F	df1	df2	Sig. Änderung in F
1	,262 ^a	,069	,058	1,26680	,069	6,376	3	259	<,001
2	,371 ^b	,138	,125	1,22122	,069	20,694	1	258	<,001
3	,548 ^c	,300	,287	1,10232	,162	59,661	1	257	<,001

a. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

ANOVA^a

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	30,698	3	10,233	6,376	<,001 ^b
	Nicht standardisierte Residuen	415,638	259	1,605		
	Gesamt	446,336	262			
2	Regression	61,560	4	15,390	10,319	<,001 ^c
	Nicht standardisierte Residuen	384,776	258	1,491		
	Gesamt	446,336	262			
3	Regression	134,055	5	26,811	22,065	<,001 ^d
	Nicht standardisierte Residuen	312,282	257	1,215		
	Gesamt	446,336	262			

a. Abhängige Variable: Descriptive Norms - Allgemein

b. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung

d. Einflußvariablen : (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung, Eigenes Phubbing-Verhalten

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	6,449	,476		13,553	<,001
	Geschlecht	,021	,154	,008	,134	,893
	Alter	-,017	,006	-,168	-2,761	,006
	höchster Bildungsabschluss	-,278	,091	-,185	-3,064	,002
2	(Konstante)	4,998	,559		8,945	<,001
	Geschlecht	,075	,149	,029	,503	,616
	Alter	-,004	,007	-,043	-,663	,508
	höchster Bildungsabschluss	-,260	,088	-,173	-2,969	,003
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,270	,059	,294	4,549	<,001
3	(Konstante)	3,872	,525		7,375	<,001
	Geschlecht	,086	,135	,034	,638	,524
	Alter	,004	,006	,038	,647	,518
	höchster Bildungsabschluss	-,214	,079	-,142	-2,695	,008
	Dauer der Smartphone-Nutzung	,117	,057	,127	2,039	,042
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,385	,050	,460	7,724	<,001

a. Abhängige Variable: Descriptive Norms - Allgemein

Ausgeschlossene Variablen^a

Modell		Beta In	T	Sig.	Partielle Korrelation	Kollinearitätsstatistik Toleranz
1	Dauer der Smartphone-Nutzung	,294 ^b	4,549	<,001	,272	,801
	Eigenes Phubbing-Verhalten	,502 ^b	8,940	<,001	,486	,873
2	Eigenes Phubbing-Verhalten	,460 ^c	7,724	<,001	,434	,768

a. Abhängige Variable: Descriptive Norms - Allgemein

b. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter

c. Einflußvariablen im Modell: (Konstante), höchster Bildungsabschluss, Geschlecht, Alter, Dauer der Smartphone-Nutzung