

Hochschule Merseburg
Soziale Arbeit. Medien. Kultur.

Verführung im Spannungsfeld von Lust und Gewalt

–
Der Begriff der Verführung vor dem Hintergrund
von 'Consent'-Prinzipien Sexueller Bildung

Bachelorarbeit
Bachelor of Arts – Soziale Arbeit

Vorgelegt von: Nyke Boniatowsky

Erstgutachter*in: Heinz-Jürgen Voß
Zweitgutachter*in: Elisabeth Andreas

Abgabedatum: 10. August 2019

Inhalt

	Seite
1. Einleitung	1
2. Einordnung	3
3. Begrifflichkeiten.	5
4. Methodisches Vorgehen	7
5. Der Begriff der Verführung	13
5.1 Darstellung der Ergebnisse	13
5.2 Versuch einer Begriffsdeutung	24
6. Verführerinnen und Verführer	28
6.1 Darstellung der Ergebnisse	28
6.2 Verführung und Geschlecht	30
7. Verführung und Sexualität im Kontext von 'Consent'-Prinzipien	33
7.1 Ja heißt Ja - Eine Definition der 'Consent'-Prinzipien	33
7.2 Einvernehmlichkeit und sexuelle Verführung	33
7.2.1 Untersuchung der Prinzipien	34
7.2.2 Interpretation des Gesellschaftsbezugs	38
8. Fazit	40
9. Literaturverzeichnis	43
10. Grafik- und Tabellennachweis	45
11. Anhang	46
11.1 Artikelliste	46
11.2 Kollokationen	50
11.3 Eigenständigkeitserklärung	51

1. Einleitung

Die Verführung scheint als Begriff nahezu alltäglich. Nicht zuletzt durch die Werbeindustrie ruft sie uns schließlich beständig von Anzeigen aus zu, sich „[...] von der leichten Schokoladen Creme verführen [...]“ (Zitat: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG 2019) zu lassen, den Duft „[...] betörender Verführung [...]“ (Zitat: Parfümerie Douglas GmbH 2019) zu versuchen, oder gar das Gartenmöbel zu nutzen, das „[...] verführerisch geflochten [...]“ (Zitat: Rattan-Möbel, Korb-Möbel & Interiors Pforzheim 2019) ist. Hierbei scheint die Verführung Inhalt und Ziel zugleich zu sein, denn klar – auch zum Kauf sollen wir verführt werden. Je öfter man den Begriff liest, umso schwerer scheint dieser deutbar zu sein und desto schwerer lässt sich sagen, ob es um Lust und Freude oder Manipulation und Überlistung geht. Oder um beides zusammen. Eine Suche nach Synonymen macht die Doppeldeutigkeit des Begriffes noch klarer: Der Duden schlägt für Verführung einerseits Begriffe wie „Anziehungskraft, Attraktivität, [...]“ und „[...] Ausstrahlung [...]“ (Zitat: Dudenredaktion, 2019) vor, doch andererseits auch: „Anstiftung, Beeinflussung, [...]“ und „[...] Überredung [...]“ (Zitat: Dudenredaktion 2019). Und verführen meint einerseits „a) jemanden dazu bringen, etwas Unkluges, Unrechtes, Unerlaubtes gegen seine eigentliche Absicht zu tun; verlocken, verleiten“ (Zitat: Dudenredaktion 2019) und andererseits, „b) zum Geschlechtsverkehr verführen“ (Zitat: Dudenredaktion 2019).

In der Sexualität spielt die Verführung also auch eine Rolle, wenn es nicht sogar die erste Assoziation ist, die einem in den Sinn kommt – schließlich sind Werbetexte zu Verführung nicht selten von entsprechenden Bildern begleitet. Es stellt sich die Frage, welches Verständnis wir in der Sexualität von Verführung haben. Also ob jenes eher Synonymen von Attraktivität und Anziehungskraft gleichkommt, oder auch Beeinflussung und Überredung eine Rolle spielen.

Aktuelle feministische Strömungen fordern die Einvernehmlichkeit von sexuellem Kontakt an den 'Consent'-Prinzipien zu messen und diese in die Sexuelle Bildung aufzunehmen. Nach den 'Consent'-Prinzipien bedarf es für sexuelle Handlungen unter anderem immer eine ausdrückliche, informierte und freiwillige Zustimmung aller Beteiligten (Vgl.: Torenz 2019, Nr. 50). Wenn Verführung auch als eine Manipulation zu etwas verstanden werden kann, was eine Person eigentlich nicht beabsichtigt hat,

lässt sich die Einvernehmlichkeit von sexuellen Handlungen zu denen verführt wurde, hinterfragen.

Daher setzt sich die vorliegende Bachelorarbeit mit folgender Fragestellung auseinander: Wie stellt sich ein aktuelles Verständnis von dem Begriff Verführung im Kontext von Sexualität im deutschsprachigen Raum dar und ist es mit 'Consent'-Prinzipien der Sexuellen Bildung vereinbar? Die zugrundeliegende These ist, dass es verschiedene aktuelle Verständnisse des Wortes Verführung gibt und Auslegungen davon sich in direktem sexuellen Kontakt sowohl in konsensuellem Spiel miteinander, als auch an der Grenze sexualisierter Gewalt bewegen können.

Um diese Frage zu beantworten, soll durch eine Inhaltsanalyse ausgewählter Magazine einem aktuellen Begriffsverständnis der Verführung näher gekommen werden. Die 'Consent'-Prinzipien sollen des Weiteren den Referenzrahmen zur Überprüfung der Einvernehmlichkeit von Verführung im sexuellen Kontext bieten.

Die mögliche Diskrepanz zwischen verschiedenen Auffassungen des Verführungsbegriffs aufzuzeigen, könnte eine wichtige Aufgabe für die Sexuelle Bildung darstellen. Sowohl um sexualisierter Gewalt präventiv zu begegnen, als auch um über die lustvollen Seiten der Verführung in Dialog zu treten.

2. Einordnung

Nach der Definition des *Deutschen Berufsverbandes für Soziale Arbeit e.V. (DBSH)* ist es Aufgabe der Sozialen Arbeit, Menschen in ihrer Autonomie und Selbstbestimmung zu stärken, sowie die „[...] Prinzipien sozialer Gerechtigkeit, die Menschenrechte, die gemeinsame Verantwortung und die Achtung der Vielfalt [...]“ (Zitat: DBSH 2016) als Grundlage professionellen Handelns zu begreifen (Vgl.: DBSH 2016). Die dieser Bachelorarbeit zugrunde liegende Auseinandersetzung mit dem Begriff der 'Verführung' setzt sich zum Ziel, gelebte Sexualkultur besser zu verstehen um gemäß den Zielen der Profession, Handlungsbedarfe und -möglichkeiten aufzuzeigen. Die Sexuelle Bildung und die Soziale Arbeit werden hierbei als arbeitsteilige Disziplinen verstanden, auf die sich als Teildisziplinen der Pädagogik sowie als eigene Professionen bezogen werden soll (Vgl. Klein, Tuidier 2017, S. 7).

Die Sexuelle Bildung kann als Profession verstanden werden, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Menschen in ihrem lebenslangen Lern- und Werdensprozess der eigenen Sexualität zu begleiten. Die eigene 'Sexuelle Identität' stellt hierbei etwas Fluides dar, das zwar biologisch geprägt ist, sich aber beständig durch innere und äußere Prozesse sowie Auseinandersetzungen mit neuem Wissen und anderen Personen verändern kann (Vgl.: Sielert und Schmidt 2008, S. 12). Nach Sielert und Schmidt (2008) wird Sexualität daher insbesondere bei Erwachsenen vorrangig als eine *soziale* Tatsache verstanden. Tatsächlich entscheidet die Sozialisation eines Menschen, „[...] wie stark Lust erlebt wird, was sie hervorruft und auch, worauf sich das sexuelle Begehren ausrichtet [...]“ (Zitat: Sielert und Schmidt 2008, S. 13). Daher ist die Aushandlung darum, wie Sexualität in unserer Gesellschaft verstanden wird und Begriffe wie 'Verführung' gelebt werden, von Bedeutung für das Miteinander und die Profession der Sozialen Arbeit (Vgl.: ebd., S. 12-14).

Die Inhalte dessen, was in der Sexuellen Bildung gelehrt und verhandelt wird, müssen immer wieder hinterfragt werden und auf aktuelle Prozesse reagieren (Vgl. Klein, Tuidier 2017, S. 51-52). Daher soll diese Abschlussarbeit einen Beitrag zum inhaltlichen Diskurs der Sexuellen Bildung darstellen. Sielert weist jedoch auch darauf hin, dass keine „[...] Skandalisierung und Dramatisierung sexueller Problemlagen [...]“ (Zitat: Sielert, In: Klein, Tuidier 2017, S. 144) den Diskurs der Sexuellen Bildung bestimmen

sollten, da dies zu einer einschränkenden Moralisierung der Sexualkultur führen kann (Vgl.: ebd.). Daher soll diese Arbeit auch als Abwägung verstanden werden, inwieweit eine tiefere Thematisierung für Bildungskonzepte als nötig zu erachten ist.

Um entscheiden zu können, ob bei bestimmten Auslegungen des Begriffes 'Verführung' sexualisierte Gewalt begünstigt werden kann, braucht es einen Referenzrahmen, der die Grenzen der einvernehmlichen Sexualität auslotet. Hierfür ist es wichtig die Bachelorarbeit auch in den Kontext aktueller politischer Strömungen einzuordnen die sexualisierte Gewalt immer wieder neu diskutieren und Veränderungen im gesellschaftlichen Umgang fordern. Ein Kriterium dieser vorwiegend feministischen Bewegungen ist das Prinzip der Einvernehmlichkeit – im Englischen auch Prinzip des 'Consent' oder 'Affirmative Consent' genannt. Dieses legt im Umkehrschluss des notwendigen Einvernehmens nahe, dass sexualisierte Gewalt immer dann vorliegt, wenn keine die Kriterien (s. Kap. 7.1) erfüllende Zustimmung zu sexuellen Handlungen gegeben wurde (Vgl. Torenz 2019, S. 9). Torenz weist darauf hin, dass Beurteilungen anhand dieses Konzepts jedoch auch gesellschaftliche Gewaltverhältnisse verdecken können. Sie argumentiert, dass sich bei einer sozialisierten Sexualität vorgeprägte Subjekte gegenüberstehen, die nach erlernten Skripten bewerten und handeln. So können auch der ausdrücklichen Zustimmung zu sexuellen Handlungen soziale Zwänge immanent sein, die durch gesellschaftliche Machtverteilung geprägt sind (Vgl.: S. 55-56, 66-67). Dies gilt es in der vorliegenden Arbeit mitzudenken.

3. Begrifflichkeiten

Für das Konzept des 'Affirmative Consent' wird in dieser Arbeit der Begriff der '*Consent*'-Prinzipien verwendet. Da es in der deutschsprachigen Literatur keinen einheitlichen Begriff für das (Bildungs-)Konzept des einvernehmlichen Sex gibt und sich die englischsprachige Literatur relativ konform um den Begriff 'Consent' bewegt, soll mit der Titulierung '*Consent*'-Prinzipien der Versuch gemacht werden, eine sprachliche Brücke zu bauen. Die häufige Übersetzung 'Konsensprinzipien' scheint unzureichend, da *Konsens* im deutschen Sprachraum eher als „Übereinstimmung der Meinungen“ (Zitat: Dudenredaktion, 2019) verstanden wird, als dass es den Prozess aktiver Zustimmung meint. Daher wählen einige Autor*innen auch 'Ja heißt Ja', 'Zustimmungsprinzipien' oder 'Einvernehmlichkeitsprinzipien' als Übersetzung.

Sexualität wird in dieser Arbeit als Kategorie für eine Vielzahl sexueller Handlungen, Wünsche und Lebensarten von Menschen verwendet und orientiert sich an den Ausführungen zur 'Sexuellen Identität'. Als sexuelle Handlungen werden dabei all jene verstanden, die eine Person gezielt ausführt, um sexuellen Kontakt zu initiieren, sich selbst oder Anderen sexuelle Erregung zu verschaffen oder diese zu steigern. Sind diese Handlungen einvernehmlich mit allen beteiligten Personen, wird von einvernehmlichem Sex oder nur Sex gesprochen werden. Als sexualisierte Gewalt hingegen, gelten alle Handlungen im sexuellen Kontext, die gegen den artikulierten Willen einer Person geschehen. Hierbei wird von sexualisierter statt von sexueller Gewalt gesprochen, denn: „Sexualisierte Gewalt ist nicht durch Sexualität motiviert, sondern vielmehr das Feld auf dem Macht und Gewalt ausgetragen wird“ (Zitat: Klein, Tuidier 2017, S. 6). Zudem soll auf ein positives Bild von Sexualität hingewirkt werden, das nicht mit Bildern sexualisierter Gewalt verschwimmt. Dies geschieht in dem Bewusstsein, dass solch eine Trennung Sexualität in seiner Praxis auch verschleiern kann: Ein solches 'Othering' kann den Blick darauf verstellen, dass sexualisierte Gewalt unserer Sexualkultur immanent ist und gesellschaftliche Zwänge sich nicht immer in direkter Gewaltausübung ausdrücken (Vgl.: Torenz 2019, S. 78-79). Um dennoch eine Kategorisierung zu ermöglichen, soll der Begriff sexualisierte Gewalt in dieser Arbeit verwendet werden. Dies nützt zudem der Abgrenzung zu sexuellen Spielarten wie BDSM, die mitunter Formen von Gewaltausübung – demnach sexuelle Gewalt genannt,

wenn einvernehmlich – enthalten. Gerade diese stehen in Debatten um die 'Consent'-Prinzipien schnell in der Kritik und könnten als marginalisierte Gruppe in ihrer freigelebten Sexualität von Gesetzgebungen im Sinne des 'Consens' eingeschränkt werden (Vgl.: Craig 2014, S. 134). Diese sprachliche Grenze wird im Folgenden dennoch nicht in Bezug auf *jede* beschriebene Situation klar gezogen werden können, da diese im Sinne der Unvoreingenommenheit zunächst darauf untersucht werden muss, ob mitunter sexualisierte Gewalt vorliegt oder nicht.

Um die Sichtbarkeit aller Geschlechter zu gewährleisten, wird in dieser Arbeit mit dem sogenannten Gender-Sternchen '*' angezeigt, wo eine Personengruppe verschiedene, alle oder eine unbekannte Menge von Geschlechtern einschließt. Hierbei wurde das Gender-Sternchen gegenüber anderen möglichen Schreibweisen der geschlechtergerechten Sprache gewählt, da dies dem wissenschaftlichen Standard der Hochschule Merseburg entspricht. Wird von Männern*, Frauen*, Inter*, Trans*, NonBinary* oder weiteren geschlechtlichen Identitäten mit einem angehängtem Gender-Sternchen gesprochen, so signalisiert dies, dass von allen Menschen die Rede ist, die sich als solche identifizieren, als solche sozialisiert wurden oder als solche gelesen werden und daher entsprechende gesellschaftliche Erfahrungen machen.

Es ist darauf hinzuweisen, dass diese Arbeit sich dennoch an vielen Stellen mit einem (zumeist binär gedachten) Geschlechterverständnis von Männern und Frauen – welche dann bewusst ohne Gender-Sternchen ausgeschrieben werden – auseinandersetzt, die sich meist in einem heterosexuell gedachten (Begehrens-)Kontext gegenüberstehen. Dies ist durch das mehrheitlich cis- und heteronormative Gesellschaftsbild zu erklären, welches sich in den verwendeten Artikeln widerspiegelt. Die Quellen für diese Arbeit wurden aber auch bewusst eingegrenzt, da eine queere* Auseinandersetzung mit dem Begriff der 'Verführung' einen anderen Schwerpunkt für diese Arbeit setzen würde.

4. Methodisches Vorgehen

Um ein aktuelles Verständnis des Begriffs 'Verführung' im deutschsprachigen Raum in Bezug zu 'Consent'-Prinzipien Sexueller Bildung setzen zu können, gilt es zunächst, sich aktuellen Deutungen von 'Verführung' anzunähern. Dieses Vorgehen begründet sich in der konstruktivistischen Annahme, dass Sprache durch die Bedeutungen die wir Wörtern geben Wirklichkeit(en) konstruiert (Vgl.: Kleve 2010, S. 83). Nach dieser Ansicht kann also die Art, wie in Medien über 'Verführung' gesprochen wird Aufschluss darüber geben, wie der Begriff verstanden und gelebt wird. Auch Sielerts (2017) Ausführungen zur 'Sexualkultur' legen diese Herangehensweise nahe: Unter 'Sexualkultur' versteht er alle symbolischen und sprachlichen Repräsentationen von Sexualität, wie sie individuell verwendet, verstanden, ausgetauscht und gelebt werden (Vgl. Sielert, In: Klein, Tuidler (Hrsg.) 2017, S. 135). Dies ist zwar bei jeder Person, jeder Beziehung und jedem sozialen Kontext verschieden, doch

„[...] existieren in der Umwelt einzelner Systeme makrosoziale Sexualkulturen, die von generellen gesellschaftlichen Entwicklungstendenzen abhängig sind und sich historisch herausbilden“ (Zitat: Sielert, In: Klein, Tuidler (Hrsg.) 2017, S. 135),

woraus sich ableiten lässt, dass auch aus der individuellen Verwendung von Begriffen wie 'Verführung' auf eine makrosoziale Sexualkultur geschlossen werden kann. In der verfügbaren deutschsprachigen Fachliteratur gibt es jedoch keine ausreichenden Darlegungen eines aktuellen Begriffsverständnisses. Daher wurde durch eine Inhaltsanalyse ausgewählter Magazine eine Grundlage für die Bearbeitung geschaffen. Die *Inhaltsanalyse* ist eine Methode, bei der fixierte Sprache als Kommunikationsform, in diesem Fall die der Magazine, analysiert wird. Inhaltsanalysen sind zielgerichtet und folgen der Überprüfung einer Hypothese. Vorgegangen wird systematisch und regelorientiert (Vgl.: Mayring 2010, S. 12-13). Nach Mayring gibt es hierbei drei grundlegende Verfahrensformen, an denen sich in dieser Forschungsarbeit orientiert wurde: Die *Frequenzanalyse*, eine Untersuchung darauf, wie häufig ein bestimmter Begriff in bestimmten Zusammenhängen vorkommt; *Valenz- und Intensitätsanalysen*, die den Zusammenhang in dem ein Begriff auftaucht auf einer Skala einordnen, (was bei der *Valenzanalyse*, in zwei Pole geschehen kann, oder in der *Intensitätsanalyse* nach einem mehrstufigen Modell); Und *Kontingenzanalysen*, bei denen Begriffe oder Textteile darauf untersucht werden sollen, ob sie häufig in einem gemeinsamen Kontext

auftauchen und dabei miteinander verbunden sind (Vgl. ebd. S. 13-16). Mit Hilfe dieser Methoden lassen sich die zu untersuchenden Artikel nach Häufigkeit oder Intensität bestimmter Aussagen Kategorien zuordnen, welche dann auf signifikante Häufungen bestimmter Merkmale hin beurteilt werden können (Vgl. ebd.).

Um mit diesen inhaltsanalytischen Methoden Magazinhalte auf das Verständnis von 'Verführung' hin zu untersuchen, braucht es zunächst ein geschlossenes Textkorpus. Dies meint eine abgeschlossene, in sich schlüssige Sammlung von Schriften, die auf die Hypothese hin untersucht werden kann (Vgl.: Mayring 2010, 52-53). Das Korpus dieser Inhaltsanalyse zum Begriff der 'Verführung' stellt sich aus einigen der reichweitestärksten Magazine in Deutschland (Vgl.: Institut für Demoskopie Allensbach, 2018) zusammen: Dem *Spiegel*, dem *Stern*, der *Men's Health* und der *Brigitte*.

Die Auswahl der Magazine *Der Spiegel* und *Stern* begründet sich darin, dass diese mit durchschnittlichen 5,54 (*Der Spiegel*) und 5,95 (*Stern*) Millionen Leser*innen pro Ausgabe im Jahr 2018, die auflagestärksten Magazine zum Zeitgeschehen darstellen (Vgl. ebd.) und somit auch immer wieder als Teil der deutschen Leitmedien eingeordnet werden (Vgl. Müller; Ligensa; Gendolla (Hrg.) 2009). In diesen Magazinen spiegeln sich also aktuelle gesellschaftliche Diskurse, die von einer breiten Masse aufgenommen, oftmals diskutiert und reproduziert werden, wodurch sie eine Grundlage bieten können, einem aktuellen Verständnis des Begriffs der 'Verführung' näher zu kommen. Die *Brigitte* sowie die *Men's Health* befinden sich mit durchschnittlichen 2,68 (*Brigitte*) und 0,94 (*Men's Health*) Millionen Leser*innen pro Ausgabe unter den reichweitestärksten binär-geschlechtsspezifischen Magazinen Deutschlands (Vgl. ebd.), was zusätzliche Informationen zu den zugeordneten Geschlechterrollen bieten soll.

Der Zugang zu den ausgewählten Texten erfolgt über das Programm *COSMAS II* des *Deutschen Referenzkorpus (DeReKo)*. Das *Deutsche Referenzkorpus* ist ein Projekt des *Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS)* aus Mannheim, einer Stiftung, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, deutsche Sprache zu dokumentieren und zu erforschen (Vgl.: Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS), 2019). Das Referenzkorpus setzt sich aus verschiedenen Teil-Korpora zusammen. Die Korpora geschriebener Gegenwartssprache bestehen aus deutschsprachigen Texten der neueren Vergangenheit sowie Gegenwart und stellen nach eigenen Angaben mit über 43 Milliarden Wörtern: „[...] die weltweit größte linguistisch motivierte Sammlung elektronischer Korpora [...]“ (Zitat: ebd.) für

diese Gruppe dar (Vgl.: ebd.). Verfügbar gemacht wird dies durch das Programm *COSMAS II*, welches der wissenschaftlich motivierten Nutzung frei zur Verfügung steht. Das Programm ermöglicht einen Zugang und eine Nutzungsoberfläche für die Korpara, mit Hilfe dessen sich die Texte nach eigenem Gebrauchswert sortieren und untersuchen lassen (Vgl.: ebd.).

Das *Deutsche Referenzkorpus* wurde mit Hilfe des Programms *COSMAS II* dazu genutzt, alle Artikel des Jahres 2018 der Magazine *Stern*, *Der Spiegel* und *Brigitte* auf die Begriffe 'Verführung', 'Verführerin', 'Verführer', 'verführbar', 'verführt', 'verführerisch' und 'Verführen' zu überprüfen und diese aufzulisten. Da das *Deutsche Referenzkorpus* über keine Artikel der *Men's Health* verfügt, wurden diese von der Internetseite des Magazins erhoben. Die jeweiligen Textstellen wurden mit dem sie umgebenden Textausschnitt in einzelne Textdateien übertragen, wo sie kategorisiert und ausgewertet werden konnten.

Zum Kategorisieren wurden einige A-priori-Kategorien, also schon vor Sichtung des Materials festgelegte und einige induktive – also am Material orientierte Kategorien, entwickelt (Vgl.: Kuckhartz 2018, S. 64-71). Die Kategoriedefinitionen orientieren sich an Kuckhartz (2018) und gestalten sich tabellarisch in 'Name der Kategorie', 'Inhaltliche Beschreibung', 'Anwendung der Kategorie', 'Beispiele für Anwendungen' und 'Abgrenzungen', wie sie im Anhang der Bachelorarbeit nachzuvollziehen sind (Vgl.: ebd., Abb. 9; S. 66-67). Zunächst wurden alle Textstellen in die A-priori-Kategorien 'Artikel' und 'Textstellen' sortiert, da es für weitere Kategorisierungen wichtig ist, die einzelnen Nennungen des Verführ-Wortstamms in separaten Dateien abzulegen. Eine sonst entstehende Dopplung mancher Artikel würde die Frequenzanalyse mit einem Analyseprogramm verfälschen. Darauf folgend wurden die Textstellen ebenso in die A-priori-Kategorien ihrer jeweiligen Zeitschriften sortiert sowie die Kategorien 'Artikel' und 'Textstellen' ebenfalls in die für die Analyse wesentlichen Kategorien 'Explizit Sexuell' und 'Andere' aufgeteilt – also danach ob die dargestellte Verführung im Text sich auf einen klar erkennbar sexuellen Kontext bezieht oder nicht. An dem Korpus der 'Anderes'-Artikel wurden dann induktiv weitere Unter-Kategorien erarbeitet. Wie Kuckhartz vorschlägt, wurde hierfür zunächst ein Großteil des Materials gesichtet, um erste Entscheidungen bezüglich der Kategorisierungen zu treffen. Anschließend wurde offen codiert, was bedeutet, dass zunächst keine Begrenzungen der Kategorien

festgelegt wurden. Dies bot die Grundlage für eine anschließende Abstrahierung in thematisch schlüssige Gruppen (Vgl. ebd., S. 86-94). So entstanden die dreizehn Kategorien: '(Ein-)Kauf', 'Aussehen', 'Essen/Getränke', 'Geld/Reichtum', 'Künstliche Intelligenz', 'Medizin', 'Musik', 'Politik', 'Religion', 'Selbstbild/Selbstdarstellung', 'Sprache/Literatur', 'Sucht' und 'Sonstiges', wie sie in der Vorstellung der Ergebnisse noch näher differenziert werden. All diese Kategorien, sowie 'Explizit Sexuell' und 'Andere' wurden daraufhin untersucht, worauf sich die Verführung im Text, nicht etwa der Text selbst, bezieht.

Um diese Kategorisierungen zu ermöglichen, kann die Forschungsmethode der Inhaltsanalyse nicht rein quantitativ vorgehen, da dies die Ergebnisse verzerren kann. Um Sprache zu analysieren und Kategorien zu bilden, bedarf es immer wieder qualitativer Überprüfungen und Rückbezug auf ein sprachliches Verständnis, das mit statistischen Methoden kaum erfasst werden kann (Vgl.: Mayring 2010, 20-25). Wie bei Kuckartz (2018) beschrieben, spielt die Hermeneutik, also die Fähigkeit des Verstehens und der Deutung von Texten, hierbei eine zentrale Rolle (Vgl.: Kuckartz 2018, S. 17-18). Nach ihm können Texte nicht induktiv erschlossen werden, sondern Leser*innen brauchen immer „[...] ein großes Vorwissen und Kontextualisierungswissen [...]“ (Zitat: ebd., S. 16) für ein wirkliches Verständnis von Geschriebenem. So ist auch die Kategorisierung bei dieser Analyse stark von persönlichen Interpretationen abhängig. Dies lässt die Methode jedoch nicht unwissenschaftlich werden, denn es „[...] kommt auch strikt quantitativ orientierte Forschung nicht ohne hermeneutische Überlegungen, also ohne Bedeutungsermittlung, aus [...]“ (Zitat: Kuckartz 2018, S. 21). Kuckartz formuliert einige Kernpunkte für hermeneutische Inhaltsanalysen, an denen sich auch diese Arbeit orientiert:

1. Sollten die Entstehungsbedingungen der Texte in die Verständniserwägungen mit einbezogen werden (Vgl.: ebd., S. 19): Alle ausgewählten Magazine der Untersuchung werden für den deutschsprachigen Markt gedruckt und verkauft. Die Artikel sind von 2018, also lässt sich bei dieser Interpretation im Folgejahr davon ausgehen, dass die Art wie Begriffe verwendet und verstanden werden sollen, sowie die gesellschaftlichen Ereignisse auf die Bezug genommen wird, entsprechend zugeordnet werden können. Ebenso ist mitzudenken, dass die Magazine zum Zeitgeschehen – *Der Spiegel* und *Stern* – insbesondere Bezug auf

gesellschafts- und politische Themen nehmen werden, während *Brigitte* und *Men's Health* sich als Lifestyle Zeitschriften eher direkt an ihre Leser*innen wenden und diese jeweils geschlechterhomogen imaginieren.

2. Sollten die Texte nach Kuckhartz in einem 'Hermeneutischen Zirkel', also wiederholt gelesen werden, wobei „[...] das Ganze aus dem Einzelnen und das Einzelne aus dem Ganzen zu verstehen“ (Zitat: Kuckhartz 2018, S. 18) ist. Durch die verschiedenen Durchgänge des Lesens kann das Verständnis exakter werden, sich näher an dem bewegen, was die*der Autor*in intendiert hat. Dies wird in dieser Arbeit durch das mehrfache Lesen umgesetzt sowie dadurch, dass Textstellen eines gemeinsamen Artikels nicht nur einzeln, sondern auch in Bezug zueinander gelesen werden.

3. Gilt es sich der hermeneutischen Differenz bewusst zu sein, also des Deutungsaufwandes der zwischen dem Text und seinem Verständnis liegt (Vgl.: ebd., S. 19). Um diese Differenz klein zu halten, wurden wie unter 1. beschrieben, Texte des letzten Jahres in deutscher Sprache ausgewählt und bei unverständlichen Textstellen Kontextwissen angeeignet.

4. Muss es das Ziel sein, die Texte richtig, also wie von Autor*innen intendiert, verstehen zu wollen, was eine Reflexion der eigenen (Vor-)urteile nötig macht (Vgl. ebd.: S. 20). So ist es ebenfalls wichtig, die vorangestellte Hypothese im Blick zu behalten, um einer Beeinflussung der Analyseergebnisse dahingehend entgegenzuwirken.

Wie Mayring beschreibt, werden zunehmend auch Computerprogramme zur Auswertung inhaltsanalytischer Forschung genutzt, da diese die schnelle Verarbeitung großer Texteinheiten ermöglicht (Vgl. Mayring 2010, S. 8). So wurde auch für diese Arbeit das Programm *AntConc* zur weiteren Auswertung verwendet. *AntConc* ist ein Analyseprogramm für Textkorpora, welches an der *Waseda Universität Tokio* von Laurence Anthony entwickelt wurde. Neben einer Vielzahl anderer Optionen ermöglicht es, den erstellten Textkorpus auf Häufigkeiten eines Begriffs (Frequenzanalyse), Zusammenhänge und gegenseitiges Bedingen von Begriffen (Kontingenz) und die Wahrscheinlichkeit des Zusammenfalls eines Begriffs mit anderen (Kollokationen) hin zu untersuchen (Vgl.: Droste 2012). Mit Hilfe dieses Programms wird eine

Frequenzanalyse der Grundbegriffe 'Verführung', 'Verführerin', 'Verführer', 'verführbar', 'verführt', 'verführerisch' und 'Verführen' für die gesamten Artikel vorgenommen. Ebenso wurden die beiden Kategorien 'Explizit Sexuell' und 'Andere' nach häufigsten Kollokationen analysiert.

Abschließend werden die 'Consent'-Konzepte nach einer Zusammenfassung von Rona Torenz vorgestellt (Vgl.: Torenz 2019, S. 50). Die Forschungsergebnisse der Inhaltsanalyse werden im Sinne einer Begriffsdefinition mit den sechs Kern-Prinzipien des Consent diskutiert. In einem abschließenden Fazit werden die Ergebnisse dargestellt und mögliche Handlungsbedarfe von Sozialer Arbeit und Sexueller Bildung eröffnet.

5. Der Begriff der Verführung

5.1 Ergebnisse

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse lassen sich zunächst in folgenden Grundwerten darstellen: Die drei Zeitschriften, deren Artikel im *Deutschen Referenzkorpus* untersucht wurden, stellten sich mit einer Gesamtzahl von 9.082 Artikeln für das Jahr 2018 dar, von denen 100 die gesuchten Begriffe 'Verführung', 'Verführerin', 'Verführer', 'verführbar', 'verführt', 'verführerisch' und 'Verführen' enthielten. Das sind etwa 1,10% der untersuchten Artikel. Für das Magazin *Men's Health* lässt sich die Gesamtzahl der Artikel nicht ermitteln, da diese von der Webseite der Zeitschrift erhoben wurden, auf welcher dazu keine Angaben gemacht werden. Auf der Webseite wurden 19 Artikel aus dem Jahr 2018 mit Treffern gefunden. Die Ergebnisse schlüsseln sich wie folgt auf:

Deutsches Referenzkorpus

Zeitschrift	Artikel Gesamt 2018	Artikel mit Treffern	Treffer
Stern	2522	29	33
Der Spiegel	5161	62	73
Brigitte	1399	9	11

Tabelle 1: DeReKo Artikel nach Zeitschriften

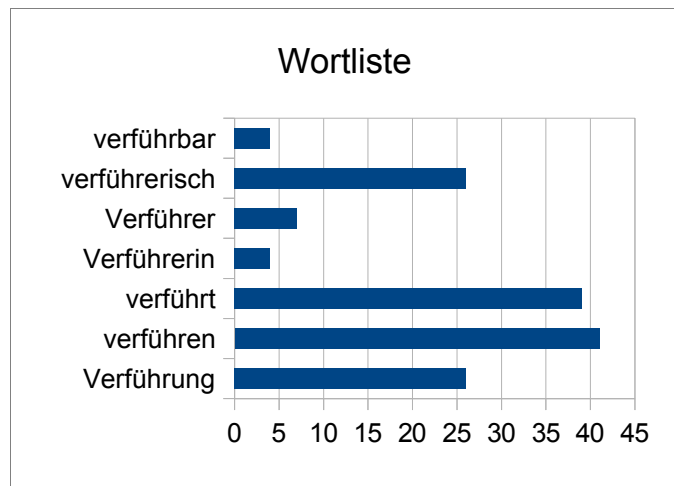
Men's Health.de

Zeitschrift	Artikel Gesamt 2018	Artikel mit Treffern	Treffer
Men's Health.de	-	19	30

Tabelle 2: Artikel Zeitschrift Men's Health

Das daraus entstandene 'Verführungs-Korpus' besteht also aus 147 Treffern in 119 Artikeln mit durchschnittlichen 1,24 Treffern des Begriffes pro Artikel mit Treffer. Die Titel der einzelnen Artikel sind im Anhang zu finden und für die Zitierung nummeriert.

Nebenstehende Grafik veranschaulicht die Häufigkeiten des Wortstammes „verführ-“ im gesamten Korpus. So ist ersichtlich in welchen Wortformen der Begriff in den Artikeln vorkommt.



Grafik 1: Häufigkeiten nach Wortstamm „verführ-“

Die Treffer gliedern sich in 'Verführen' (41 Mal), 'verführt' (39 Mal), 'Verführung' (26 Mal), 'verführerisch' (26 Mal), 'Verführer' (7 Mal), 'Verführerin' (4 Mal) und 'verführbar' (4 Mal).

Nachdem die Textstellen und Artikel dupliziert und in voneinander getrennten Ordnern abgelegt wurden, in welchen sie sowohl unter den Namen der jeweiligen Magazine, als auch in ihrer Gesamtheit abgespeichert wurden, wurden die Textstellen sowie die Artikel nach den Kategorien 'Explizit Sexuell' und 'Andere' sortiert.

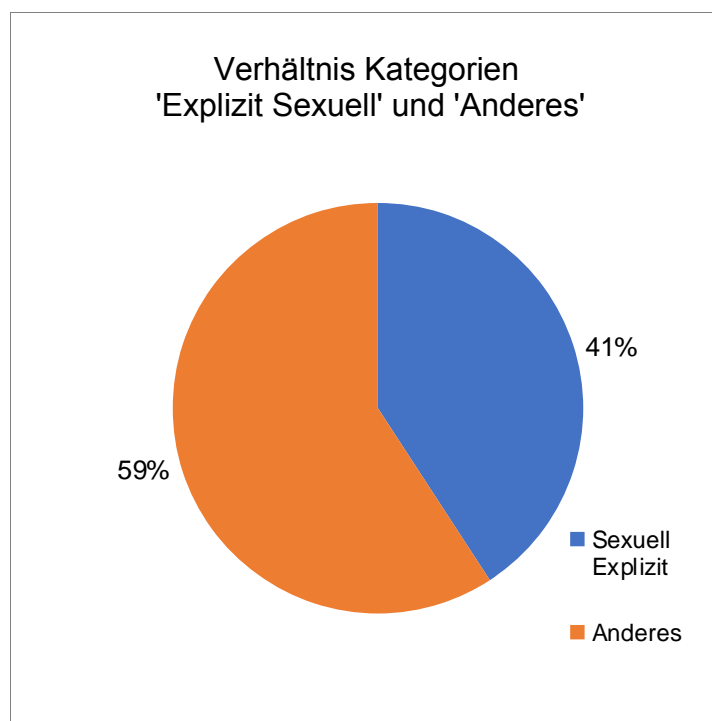
Die Kategorie 'Sexuell Explizit' umfasst alle Textstellen oder Artikel, in denen sich die dargestellte Verführung auf einen Gedanken, Wunsch oder eine Handlung der Sexualität bezieht – wenn also zu etwas Sexuellem oder sexualisierter Gewalt verführt wird. Dies kann klar als solches benannt werden : „*Wie besessen rückt sie ihrem Patienten auf die Pelle, macht sich (und ihm) vor, sie sei seine Frau, verführt ihn zum Sex [...]*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 105) oder sich aus dem umgebenden Textkontext erschließen, so wie es sich in dem Ausschnitt: „*Nach einer Anhörung [...] hatte sich die renommierte Genforscherin von einem attraktiven Unbekannten zu einer Führung durch die Kapelle und deren Krypta im Keller überreden - und sich von ihm verführen lassen*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 92) allein noch nicht aussagekräftig genug darstellt wozu verführt wird, dies jedoch durch den Titel: „*Quickie in der Krypta*“ (Zitat: ebd.) deutlich sexuell zu kategorisieren ist. Auch Satzteile wie „*zum Seitensprung verführen*“ (Zitat: Brigitte 2018, Nr. 1), „*Natürlich dürfe man nicht zum Belästiger werden. „Aber Verführung bedeutet auch, dass man Grenzen missachtet““* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 55) und „*Verführung beginnt schon lange vor der Schwelle zum Schlafzimmer*“

(Men's Health 2018, Nr. 22) lassen sich unter 'Explizit Sexuell' kategorisieren, da die Hermeneutik es mit Rückbezug auf ein sozialisiertes Sprachverständnis zulässt, die Begriffe 'Seitensprung', 'Belästiger' und 'Schlafzimmer' im Kontext als sexuelle oder sexualisierte Begriffe zu verstehen. Die Kategorie 'Explizit Sexuell' begrenzt sich dadurch, dass sie keine Artikel enthält die keinen Bezug zu Sexualität aufweisen oder bei denen das Verständnis der Textstellen keine klare Zuordnung zulässt. Alle Artikel, die nicht der Kategorie 'Explizit Sexuell' zugeordnet wurden, wurden unter 'Anderes' kategorisiert. Während die Textstellen als solche einzeln sortiert werden konnten, wurden Artikel als Ganzes den Kategorien zugeordnet. Enthielt ein Artikel mehrere Begriffe des Verführ-Wortstamms, wie:

„[...] Candy wird dank ihrer "parsifalschen Libido" von einem Einbrecher [...], einem walisischen Dichter [...], einem psychopathisch-patriotischen US-General [...], einem zen-buddhistischen Guru [...] und wer weiss von wem noch verführt. Was nur mag die Hautevolee Hollywoods dazu verführt haben, dem Trash-Film beizuwohnen?“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 46),

von denen manche als 'Sexuell Explizit', manche als 'Anderes' zu kategorisieren wären, wurden diese dupliziert und somit beiden Kategorien zugeteilt.

Von 147 Textstellen konnten 60 in den Kontext von Sexualität eingeordnet werden und 87 nicht, was einem Verhältnis von 40,82% zu 59,18% entspricht (s. Grafik 2). Artikel werden hier nicht gesondert aufgeführt da deren Sortierung nur dazu diente, die zugeordneten Textstellen mit dem Programm *AntConc* analysierbar zu machen.



Grafik 2: Rel. Verhältnis der Kat. Explizit Sexuell und Anderes

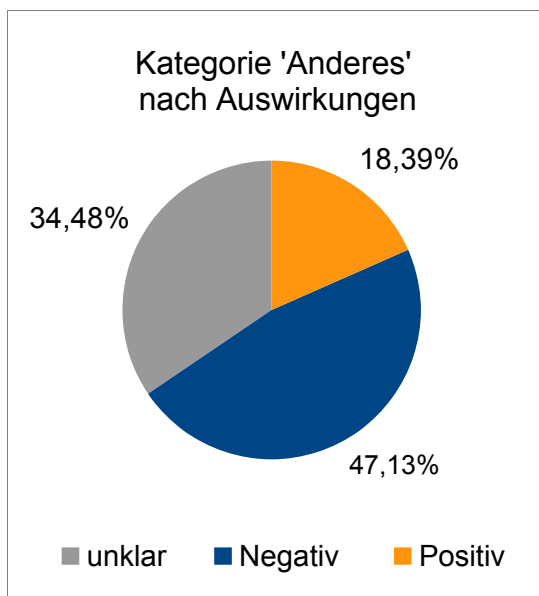
Des Weiteren wurden diese beiden Kategorien in einer Valenzanalyse jeweils noch in 'Positive Auswirkungen' und 'Negative Auswirkungen' kategorisiert. Textstellen bei denen keine Zuordnung in diese Kategorien möglich war, wurden hierbei unter 'Unklar' definiert.

Die Kategorie 'Positive Auswirkungen' beinhaltet alle Textstellen, bei denen anzunehmen ist, dass die dargestellte Verführung vorrangig positive Auswirkungen für die Person(en-Gruppe) die von der Verführung betroffen ist nach sich zieht. Hierbei ist ausschließlich die vermutete Meinung des Subjekts in Darstellung der Autor*innen zu beurteilen und keine äußeren Bewertungen des Sachverhalts. Positive Auswirkungen meint hierbei, dass die Verführung auf kurze oder lange Sicht vorrangig zum Vorteil sein wird und sich gegebenenfalls negative Auswirkungen wesentlich weniger bedeutsam ausprägen als die Positiven. So wird eine Textstelle wie: „*Die rhythmische Bewegung zu Musik verführt und verbindet – und kann sogar Kranken helfen*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 45) als positive Auswirkung von Verführung kategorisiert, da die Folgen der Verführung – in diesem Fall zur Musik – ausschließlich positiv dargestellt werden. Und auch eine Textstelle, die ein Literaturstück als „[...] *beängstigend und verführerisch zugleich* [...]“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 54) beschreibt, kann unter 'Positive Folgen' kategorisiert werden, da es im folgenden Absatz heißt: „[...] *dass man, am Ende angekommen, gleich wieder von vorn anfangen will*“ (Zitat: ebd.). Die positiven Folgen scheinen die negativen also zu überragen. Für die Kategorie 'Positive Auswirkungen' nicht geeignet sind Textstellen, in denen die Auswirkungen der Verführung unklar, vorrangig negativ oder (in etwa gleichwertig) sowohl negativ, als auch positiv zu bewerten sind.

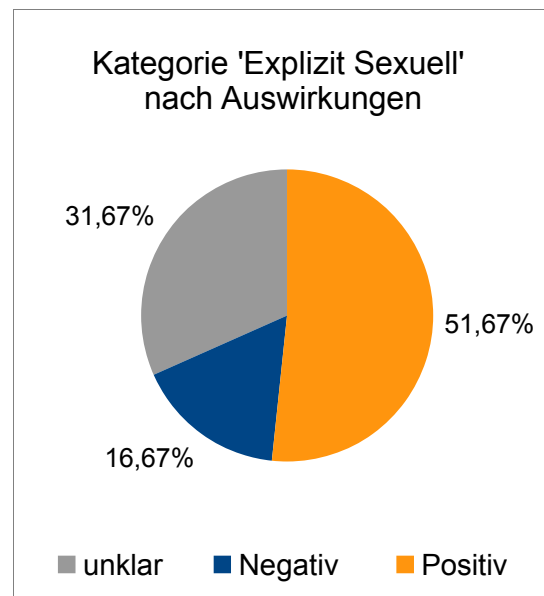
Den zweiten Pol der Valenzanalyse stellt die Kategorie 'Negative Auswirkungen' dar, welche alle Textstellen enthält, in denen sich die Auswirkungen der dargestellten Verführung für die betroffene Personengruppe als ausschließlich oder vorrangig negativ darstellt. So sind Sätze wie: „*Die Tatsache [...] verstellt den Blick auf die sexuelle Gemengelage, das Grapschen und das aufdringliche Verführen beim deutschen Film und Fernsehen heute*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 102), klar als negative Auswirkungen für die verführte Personengruppe zu deuten, während bei dem Satz: „[...] *Burger, Chips und Cola verführen immer mehr Menschen*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 29), erst durch die darauf folgenden Worte: „*Übergewicht ist die Folge – bei Arm und Reich:*

Diabetes ist in Indien längst keine Wohlstandskrankheit mehr“ (Zitat: ebd.) der negative Zusammenhang deutlich wird. Textstellen, wie: „Eine heranwachsende junge Frau werde demnach in der Regel wahrheitsgemäß als "Missbrauchsoffer" dargestellt; vergingen sich indes erwachsene Frauen an Halbwüchsigen, sei eher von "Verführung" die Rede“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 68), in denen es um die sexuelle 'Verführung' Minderjähriger geht, werden unter 'Negative Auswirkungen' kategorisiert, ungeachtet dessen, wie die minderjährige Person dies zu bewerten scheint. Nicht zu verwenden sind alle Textstellen, in denen die Auswirkungen der Verführung unklar, vorrangig positiv oder (in etwa gleichwertig) sowohl positiv, als auch negativ zu bewerten sind. Kann eine Textstelle weder in 'Positive Auswirkungen' noch in 'Negative Auswirkungen' eingeordnet werden, wird diese als 'Unklar' definiert.

In der Analyse der Textstellen ergibt sich in der Kategorie 'Explizit Sexuell' ein Ergebnis von 31 Textstellen, die unter 'Positive Auswirkungen', 10 unter 'Negative Auswirkungen' und 19 als 'Unklar' kategorisiert wurden. Entgegen dem ergibt die Kategorie 'Andere' mit 16 Textstellen unter 'Positive Auswirkungen', 41 'Negative Auswirkungen' und 30 'Unklar' ein ganz anderes Bild. Da sich die Kategorien mit 60 zu 87 Textstellen sehr unterschiedlich gegenüberstehen hilft es, die Prozentwerte wie in Grafik 3 dargestellt zu veranschaulichen:



Grafik 3: Rel. Verhältnis der Kat. Anderes nach Auswirkungen



Grafik 4: Rel. Verhältnis der Kat. Explizit Sexuell nach Auswirkungen

In der Kategorie 'Positive Auswirkungen' (s. Grafik 3 und 4) stehen die explizit-sexuellen Textstellen mit 51,67% denen mit 18,39% gegenüber, welche zuvor als 'Andere' kategorisiert wurden. Bei der Kategorie 'Negative Auswirkungen' stellen die explizit-sexuellen Textstellen mit 16,67% ebenfalls weniger als die Hälfte der in die Kategorie 'Anderes' mit 47,13% sortierten dar. Als 'unklar' wurden für die Kategorie 'Explizit Sexuell' 31,67% definiert, bei 'Andere' waren es 34,48%. Während die Kategorie 'Unklar', also bei 'Explizit Sexuell' und 'Anderes' ähnlich bleibt, tauschen die Kategorien 'Negative Auswirkungen' und 'Positive Auswirkungen' vom jeweiligen Größenverhältnis beinahe die Plätze.

Da das Themenfeld der als explizit-sexuell sortierten Textausschnitte als solches schon thematisch umrissen ist, wurden auch die als 'Andere' sortierten Textstellen weiter differenziert, um ein näheres Verständnis des Wortgebrauchs zu bekommen. Die Textausschnitte wurden in einem induktiven Verfahren thematisch kategorisiert, wie es in den Ausführungen zur Methodik beschrieben wird. Mit dieser Methode ließen sich 11 Kategorien herausarbeiten, übrige Texte wurden unter 'Sonstiges' geordnet. Die abstrahierten Themenfelder sind: '(Ein-)Kauf' (6 Textstellen), 'Aussehen' (7), 'Essen/Getränke' (6), 'Geld/Reichtum' (3), 'Künstliche Intelligenz' (5), 'Medizin' (2), 'Musik' (5), 'Politik' (19), 'Religion' (2), 'Selbstbild/Selbstdarstellung' (7), 'Sprache/Literatur' (7) und 'Sucht' (6). Unter 'Sonstiges' sind 12 Textstellen geordnet. Für diese Sortierung gilt, dass immer zunächst zu beurteilen ist, wozu verführt wird. Ist dies nicht bekannt oder uneindeutig, wird danach kategorisiert, wodurch verführt wird. Ausnahmen sind aufgeführt.

Die unter '(Ein-)Kauf' gefassten Textstellen beschreiben eine Verführung zum Kaufen: „Lassen Sie sich nicht von Beratern verführen, die Traumrenditen für Immobilien versprechen. Die Zinsen sind so niedrig, da müssen Sie zugreifen, sagen die“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 114). Die Kategorie beschreibt also Verführung zur Handlung des Kaufens von Waren und Dienstleistungen oder anderweitigem Geldausgeben, bei denen die verführte Person jene ist, die zum Kauf/Geld geben verführt wird. Diese Kategorie wird dadurch begrenzt, dass keine Textstellen zu verwenden sind, die zwar im Kontext von Themen des Kaufens auftauchen, bei denen die Verführung sich jedoch entweder auf etwas anderes bezieht oder es als unklar anzusehen ist, auf was sie sich bezieht. Die Verführung zum *Verkauf* soll in 'Geld/Reichtum' kategorisiert werden.

'Aussehen' gestaltet sich als Kategorie durch Textstellen, in welchen von der Verführung durch das Aussehen bzw. die Gestalt von etwas oder jemandem die Rede ist. Dies zeigt sich in den Texten vor allem an Personen: „*Deshalb gebe ich zu: Ich bin verführt. Von ihr und von der stillen Wucht ihrer Schönheit*“ (Zitat Walser, in: Der Spiegel 2018, Nr. 73). Es kann jedoch auch von Objekten ausgehen: „*Süße Kreationen Französische Patisserie verführt auch das Auge*“ (Zitat: Brigitte 2018, Nr. 6). Letztere grenzt sich von der Kategorie 'Essen/Getränke' dadurch ab, dass die Verführung des Auges darauf hinweist, dass durch Aussehen verführt wird. Das 'auch' deutet vielleicht Geruch oder Geschmack an, wird jedoch nicht näher benannt. Außerdem begrenzt wird die Kategorie dadurch, dass die Verführung zu einer bestimmten Wahrnehmung des eigenen Aussehens oder der Selbstdarstellung dessen unter 'Selbstbild/Selbstdarstellung' zu kategorisieren ist.

Unter der Kategorie 'Essen/Getränke' sind alle Textstellen sortiert wie: „*[...] dann sei man nicht mehr so verführbar für zuckerhaltige Leckereien [...]*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 91), bei denen die Verführung von Lebensmitteln ausgeht bzw. von Dritten zum Verzehr solcher verführt wird. Verführt das Aussehen von Lebensmitteln, so ist dies unter 'Aussehen' zu kategorisieren.

Unter 'Geld/Reichtum' werden all jene Textausschnitte kategorisiert, bei denen zum Erlangen von Reichtum oder einer Mehrung von Geld verführt wird. Das bezieht sich sowohl auf das Glücksspiel: „*[...] sich von unrealistischen Gewinnaussichten verführen lassen [...]*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 40), als auch auf Arbeit: „*Viele Männer, verführt von der Verheissung schnellen Geldes, verschuldeten sich und schufteten unter schlimmsten Arbeitsbedingungen*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 51) oder durch den Verkauf: „*Die Botschaften anderer Verkaufsportale klingen ähnlich verführerisch*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 93). Bei letzterem wird nochmals deutlich, dass hierbei unterschieden werden muss, Wer verführt wird, da die Verführung zum Kaufen unter '(Ein-)Kauf' zu kategorisieren ist.

Die Kategorie 'Künstliche Intelligenz' beinhaltet alle Textstellen, bei denen die verführte Person(en-Gruppe) durch die Möglichkeiten der Nutzung künstlicher Intelligenz verführt wird. Dies äußert sich in dieser Kategorie zumeist als ein Abwägen des Für und Widere künstlicher Intelligenzen: So wird mit der 'Verführung' sowohl für die Vorteile

geworben: „Die Verheissungen der künstlichen Intelligenz sind daher bei jährlich über 10 000 Suizidopfern allein in Deutschland verführerisch“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 103), als auch gegen die Verwendung dieser Technik argumentiert: „Die Geschichte lehrt, dass wir verführbar sind und deshalb nur allzu bereit, künstlicher Intelligenz Entscheidungen zu überlassen, die wir selbst treffen sollten“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 31).

'Medizin' stellt sich als eine Kategorie dar, welche all jene Textstellen beinhaltet, bei denen durch Medizin: „Medikamente, die einem vorgaukeln, wieder gesund zu sein, verführen dazu, dass man seinen Körper überlastet und anschliessend noch kränker wird“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 28), oder zu Medizin: „Das riesige Angebot verführt die ahnungslosen Patienten, [...] Mehr als 40 Prozent von ihnen haben sich demnach bereits einmal homöopathisch behandeln lassen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 34) verführt wird. Besteht die Verführung in einer Medikamentensucht, ist dies unter 'Sucht' zu kategorisieren.

Die Kategorie 'Musik' beinhaltet Textstellen, bei denen Verführung sich als eine Musikalische darstellt. Also Verführung durch das Hören, Produzieren von oder Bewegen zur Musik: „Die rhythmische Bewegung zu Musik verführt und verbindet – und kann sogar Kranken helfen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 45).

'Politik' stellt mit 19 Textstellen die mit Abstand größte Kategorie des Korpus 'Andere' dar. Hierunter fallen alle Artikel, bei denen die Verführung politisch thematisiert oder motiviert ist. Dies kann Verführung durch Politiker*innen oder politische Organen sein: „Trumps offene Feindseligkeit gegenüber der EU können Deutschland und Frankreich dazu verführen, sich mit vollem Recht als Anführer des emanzipierten Europa zu fühlen [sic!]“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 33) sowie durch Personen oder anderweitige Institutionen der Gesellschaft, welche ein politisches Interesse verfolgen: „Der Vorsteher der großen Moschee von Cotabato warnt in Predigten und im Radio davor, sich von der Ideologie des IS verführen zu lassen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 47). Unter 'Politik' zu kategorisieren sind auch Textstellen zu politischen Handlungen: „Es könnte für sie in dieser Situation tatsächlich verführerisch sein, einen bilateralen Deal mit den USA zu machen“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 107) oder Aussagen: „Richtig ist, dass Angst als politischer Auslöser einfach stark wirkt und dass alle Parteien, die sich als

außerparlamentarische Bewegung verstehen oder gründen, verführt sind, über diese Angstschiene zu agieren“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 83). Hierbei gilt, dass die Verführung durch religiös motivierte Vereinigungen, die die Herrschaft über eine Region und/oder Menschen(-gruppe) zum Ziel haben, ebenfalls als politische Verführung kategorisiert werden, solange es sich um die Verführung zu Aussagen oder Taten handelt, die dieses Ziel zum Zweck haben.

Unter 'Religion' werden hingegen alle Textstellen kategorisiert, bei denen zu religiösen Aussagen und Handlungen verführt wird, sowie zu Handlungen und Aussagen, die als nicht-religiös bzw. vom Glauben abweichend bewertet werden. So schreiben die beiden einzigen Texte dieses Teil-Korpus: *„Nachdem er das Alte Testament durchforstet hatte, schrieb Epiphanius von Salamis triumphierend: »Nirgends diente eine Frau als Priesterin.« Und so müsse es bleiben, denn: »Das weibliche Geschlecht ist leicht verführbar, schwach und ohne viel Verstand.«“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 42) und *„Markus, Kapitel 9, Vers 42: Und wer einen dieser Kleinen, die an mich glauben, zum Bösen verführt, für den wäre es besser, dass ihm ein Mühlstein um den Hals gehängt und er ins Meer geworfen würde“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 90), wobei beide Texte sich mit dem christlichen Glauben auseinandersetzen, indem die Verführung sich als etwas negatives darstellt. Hierbei ist zu beachten, dass die Schuld an der (möglichen) Verführung einmal vom Verführenden und einmal vom Verführbaren getragen wird.

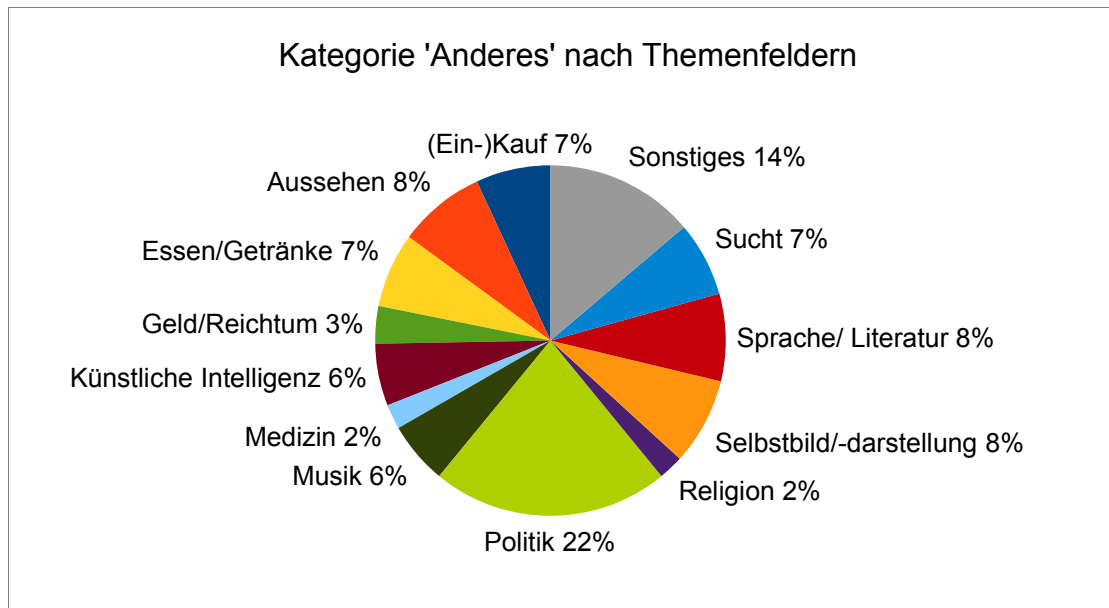
Unter die Kategorie 'Selbstbild/Selbstdarstellung' fallen alle Texte, bei welchen die adressierte Person(en-Gruppe) dazu verführt wird, ein bestimmtes Selbstbild zu haben: *„Zumindest verführt er dazu, nur noch den Erfolg sehen zu wollen“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 67) oder dies nach Außen zu tragen: *„In Zeiten von Instastorys und schnelllebiger Postings ist es oft viel zu verführerisch, auf gute Manieren zu pfeifen und all das in den digitalen Orbit zu pusten, was uns gerade durch den Kopf tapert. Das ist vielleicht menschlich, aber irgendwann auch leider unverzeihlich“* (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 15).

'Sprache/Literatur' beinhaltet alle Textstellen, bei denen Verführung sich als eine Verführung durch Sprache darstellt. Also 'Verführung' durch das Hören, Lesen oder Sprechen von bestimmten Inhalten, die Art wie Sprache verwendet wird oder durch Literatur. So kann es um die gesprochenen Worte einer Person gehen: *„[...] Begegnung*

mit einem Mörder und Psychopathen, dessen Worte selbst aus dem Gefängnis noch verführerisch klingen [...]“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 98) oder um die Beschreibung eines Buches: *„Im Grunde aber will ich alle Leser zu einer Reise und einem Besuch bei Wu verführen [...]*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 104).

'Sucht' beinhaltet alle Textstellen, bei der die adressierte Person(en-Gruppe) zum Konsumieren von Suchtmitteln verführt wird. Hierbei beschäftigen sich allein zwei Textstellen mit dem Thema Rauchen: *„Lange stand die E-Zigarette im Verdacht, die Jugend zu verführen“* (Zitat: Der Spiegel 2018) und drei mit Mediensucht: *„[...] als raunte der Computer ihm zu: Komm her, komm doch! Aber er lässt sich nicht verführen. Nie wieder will er da landen, wo er mal war: in der Sucht“* (Zitat: Stern 2018).

Unter 'Sonstige' sind all jene Textstellen des Korpus 'Andere' kategorisiert, welche sich nicht eindeutig in eine der zuvor beschriebenen Kategorien einordnen ließen. Dies sind zum einen solche Textstellen, bei denen sich die Verführung auf etwas Unklares bezieht: *„Süßes Gift – Wie die Zucker-Lobby uns belügt und verführt“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 32), welche zwar eindeutig mit Nahrungsmitteln in Verbindung zu bringen ist, jedoch unklar bleibt, wozu oder wodurch verführt werden soll. Zum anderen beinhaltet es aber auch Texte, für welche allein eine neue Kategorie zu eröffnen wäre, die mit nur einem Text letztendlich nicht aussage- oder interpretationsfähig wäre. So sind ihr auch Texte zugeordnet, bei denen sich die Verführung auf Freiheit: *„Aber natürlich ist da, bei den Gottkönigen des Geistes, auch immer die Verführung, sich noch ein bisschen mehr Freiheiten nehmen zu können“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 53), Voyeurismus: *„Damals, im August 1988, wurde drei Tage lang unter Extrembedingungen getestet, wie Voyeurismus eskaliert, wie verführerisch er wirkt“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 61), Erfolg *„Und nichts ist verführerischer als der Erfolg“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 73), Innovation *„Der Zoo in Philadelphia liess sich von ihm um 2012 zu solcher Innovationsfreude verführen [...]*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 77) oder Forschung: *„Wahrscheinlich würde sie ihn unwiderstehlich verführen: zum Weiterforschen“* (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 71) bezieht.



Grafik 5: Rel. Verteilung der Themenfelder in der Kategorie Anderes

Aus den Kategorisierungen des Korpus 'Andere' ergibt sich folgendes Bild: Den größten thematischen Teilbereich nimmt die 'Politik' mit 21,84% ein, darauf folgen 'Aussehen', 'Selbstbild/Selbstdarstellung' und 'Sprache/Literatur' mit je 8,05%, gefolgt von '(Ein-)Kauf', 'Essen/Getränke' und 'Sucht' mit jeweils 6,70%. 'Künstliche Intelligenz' folgt darauf mit 5,75% und anschließend 'Geld/Reichtum' mit 3,45%. Am geringsten vertreten sind die Kategorien 'Religion' und 'Medizin', welche jeweils nur 2,30% des Korpus 'Andere' von 87 Texten einnimmt. Die nicht näher differenzierbaren Artikel unter 'Sonstige' nehmen 13,79% ein (Vgl.: Grafik 5).

Des Weiteren wurden die Kategorien 'Explizit Sexuell' und 'Anderes' in einer Kontingenzanalyse mit Hilfe des Programms *AntConc* auf Kollokationen untersucht, wie es tabellarisch im Anhang nachzuvollziehen ist. Die Ergebnisse wurden mit den häufigsten Kollokationen aller Texte verglichen, um diese auf Abweichungen zu überprüfen. Dies ergab, dass der Begriff 'Frauen' in den explizit-sexuellen Textstellen im Vergleich signifikant häufiger auftaucht, weshalb in einem zweiten Schritt auch andere geschlechtliche Zuschreibungen vergleichend überprüft wurden. Es lässt sich feststellen, dass die Verführung in Textstellen der Kategorie 'Explizit Sexuell' deutlich häufiger die Nennung von Geschlechtern beinhaltet. Dies veranlasste eine genauere Analyse, welche unter 6.1 nachzuvollziehen ist.

5.2 Versuch einer Begriffsdeutung

Es lässt sich festhalten, dass der Begriff der 'Verführung' für eine Vielzahl von **Themen** Verwendung findet. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die Verführung sich zwar in mehr als einem Drittel der Fälle auf Sexualität bezieht, dies jedoch nicht die Mehrheit aller Verwendungen darstellt. Auch in der Erläuterung politischer Themen wird der Begriff häufig genutzt, sowie seltener für eine Fülle weiterer Themengebiete, wie es auch Vandervort (2013) für den Begriff 'seduction' in der Sprache des kanadischen Englisch beschreibt (Vgl. Vandervort 2013, S. 156).

Hierbei stehen die sexuell-expliziten Textausschnitte häufiger im **Begriffskontext** von geschlechtlichen Zuschreibungen und das passive Verb 'werden' findet auffällig häufig Anwendung. Dies könnte darauf hindeuten, dass geschlechtliche Zuschreibungen in diesem Zusammenhang besonders relevant sind, was unter 6.2 näher beleuchtet wird.

Trotz der verschiedenen Anwendungsgebiete stellen sich die **Situationen**, in denen Menschen verführt werden (sollen) zumeist ähnlich dar: Es werden Ausgangslagen beschrieben, in denen eine Person(en-Gruppe) etwas auf eine bestimmte Art betrachten, empfinden oder sich verhalten könnte, wobei eine Option durch die angewendete Verführung besonders nahe gelegt wird. So können Menschen durch Musik zum Tanzen bewogen werden (Vgl.: Der Spiegel 2018, Nr. 45), durch Populismus dazu eine bestimmte Partei zu wählen (Vgl.: Der Spiegel 2018, Nr. 108) und sanfte Berührungen an den Fingern können zum Sex (Vgl.: Men's Health 2018, Nr. 20) verführen. Solche Verführungsversuche werden dadurch zur vollzogenen Verführung, dass die verführte Person sich dieser Option hingibt (Vgl. hierzu auch Vandervort 2013, S. 156).

An dieser Stelle wird deutlich, dass der Akt der Verführung immer **einen aktiven und einen passiven Part** beinhaltet: Die verführte Person(-en-Gruppe) wird sprachlich in einen passiven Kontext gerückt, das 'Verführt werden' lässt darauf schließen, dass eine weitere Person oder Sache beteiligt ist, die die Verführung ausübt.

Sich von jemandem oder etwas, wie durch Musik, Populismus oder Berührungen zu einer Handlung bewegen zu lassen, scheint eine der verführten Person selbst obliegende **Entscheidung**. Dennoch stellt es die Wahl einer Handlungsoption dar, zu welcher die verführte Person beeinflusst wurde. Unklar bleibt demnach, ob die verführte Person(en-Gruppe) sich auch ohne Verführung für diese Option entschieden hätte, Vandervort schreibt dazu: „In seduction, the choice made by a seducee may or may not be one a

prudent rational person might make in the whole of the circumstances“ (Zitat: Vandervort 2013, S. 156). Eine Entscheidungsmöglichkeit darüber, einer Verführung überhaupt erst ausgesetzt zu sein oder nicht, stellen die untersuchten Texte zumeist nicht dar.

Dass die Verführung keine wirkliche Entscheidung zulässt, sondern diese ein **Ausgeliefert- oder Erlegensein** der folgenden Handlungen darstellt, wird zwar in wenigen Textstellen benannt, scheint hier jedoch eher eine Instrumentalisierung der Verführung aufzuzeigen um einen eigentlich aktiven Part zu verschleiern. So wird in einem Text beispielsweise beschrieben, dass Wähler*innen einer politischen Gruppierung zu dieser Entscheidung verführt seien, was ihnen eigene Aktivität abspricht und die Gruppierung in einem schwächeren Licht darstellt: „*Der Staat hat seine Bürger vernachlässigt, die Bürger wiederum vermeiden Steuern und lassen sich von Populisten verführen*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 50). Oder es soll dem Entlasten des eigenen Fremdgehens dienen, wenn die Sexualpartnerin als Verführerin beschrieben wird: „[...] *beichtigen Sie auch nicht die One-Night-Stand-Partnerin als böse Verführerin*“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 24). Letzteres kann nach Sielert auch eine typische Handlung sexueller Kommunikation sein: Es dient dem „[...] Schutz der Privatsphäre, wenn nicht alles gesagt wird, was empfunden wurde [...]“ (Zitat: Sielert, In: Klein, Tuidier 2017, S. 141), denn „[...] oft gescholtene vage Begriffe wie 'Liebesspiel' oder 'Miteinander schlafen' stehen für eine semantische Offenheit, die private Offenbarungsängste minimieren kann“ (Zitat: ebd.). Doch mitunter wird sogar sexualisierte Gewalt mit der angeblichen Verführung durch aufreizende Kleidung gerechtfertigt (Vgl.: Torenz 2019, S. 49), was auch geschlechtsspezifische Machtpositionen der Verführung widerspiegeln kann, wie sie unter 6.2 beschrieben werden. Es soll im Folgenden also von einer Beeinflussung ausgegangen werden, welche zwar durch immanente Zwänge zu Entscheidungen nötigen kann, jedoch nicht als Reiz an sich ein machtloses Erlegensein auslöst, dessen sich nicht erwehrt werden kann.

Die **Auswirkungen** dieser beeinflussten Entscheidung stellen sich verschieden dar. Hier ist ein signifikanter Unterschied von den explizit-sexuellen zu anderen Textausschnitten zu interpretieren: Während bei den explizit-sexuellen Textstellen knapp die Hälfte unter 'Positive Auswirkungen' kategorisiert werden konnte, sind es bei den Anderen knapp

mehr als die Hälfte, die unter "negative Auswirkungen" gefasst werden könnte. So stehen sich die Auswirkungen der beiden Korpora in ihren Prozentsummen bei beinahe gleicher Anzahl unklarer Textstellen konträr gegenüber. Daraus lässt sich schließen, dass sexuelle Verführung in einem aktuellen Sprachgebrauch vorwiegend als positiver Vorgang gesehen wird, während es für andere Themenfelder oft etwas negatives darstellt.

Aus den als 'Negative Auswirkungen' kategorisierten Textstellen lässt sich noch Näheres zu den **Umständen** der Verführung schließen: Da negative Folgen von Handlungen in der Regel nicht intendiert werden, ist davon auszugehen, dass die verführte Person(en-Gruppe) die Folgen ihrer Handlungen nicht absehen konnte. Dies wird in manchen Texten als allgemeine Unwissenheit dargestellt: „*Das riesige Angebot verführt die ahnungslosen Patienten*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 34). In anderen wird den Verführten durch das Adjektiv 'verführbar' ein gewisser Hang zu diesen Handlungen zugeschrieben, die sich auch als eine Form von Naivität oder gar Dummheit deuten ließen: „*Das weibliche Geschlecht ist leicht verführbar, schwach und ohne viel Verstand*“ (Zitat Der Spiegel 2018, Nr. 42). Die 'Verführbarkeit' scheint auch einer Person(en-Gruppe) zugeordnet zu werden, die zwar um das Risiko von negativen Auswirkungen weiß, doch jene bewusst ignoriert um sich einem positiv bewerteten Moment dennoch hinzugeben (so beispielsweise in Kategorie 'Sucht'). Dies kann auch darauf hindeuten, dass das Eingehen auf Verführung oft als eine impulsive, weniger rationale Entscheidung gesehen wird.

So ließe sich für die Verführung zu Handlungen mit negativem Ausgang feststellen, dass diese von einem Mangel an Informationen, rationalem Entscheidungsvermögen oder -willen beeinflusst sind. Dies ließe sich vermutlich auch für jede andere Form der Entscheidung mit negativem Ausgang für das handelnde Subjekt festhalten, wird jedoch durch die Verführung mit aktiven und passiven Akteur*innen in Verbindung gesetzt: Der verführende Part hat aktiv einen Mangel an Informationen, rationalem Entscheidungsvermögen oder -willen hervorgerufen, was dafür gesorgt hat, dass der verführte Part auf die Option eingegangen ist. Ob der aktive Part dies beabsichtigt hat oder der passive Part durch eigene Uninformiertheit oder Impulsivität diese Verführbarkeit selbst zu verantworten hat, steht hierbei nicht fest.

In den unter 'Positive Auswirkungen' kategorisierten Textausschnitten ist es als unklar anzusehen, ob die verführte Person(en-Gruppe) die Konsequenzen der Handlungen ermessen kann, zu denen sie verführt wird. Hier übt der aktive Part dennoch eine Beeinflussung aus, indem dieser selbst als attraktive Option eine Anziehung ausübt: „[...] *nichts ist verführerischer als der Erfolg*“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr.73), die positiven Auswirkungen der Handlungsoption als attraktiv hervorstellt „[...] *sich jeden Tag etwas Neues einfallen [lassen], um den Partner zu verführen*“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 22) oder Vorbehalte aus dem Weg räumt: „*Was eine Frau in so einer Situation braucht, ist ein Mann, der ihr die präsexuellen Hemmungen nimmt*“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 12). Das Eingehen des passiven Parts stellt sich hierbei in vielen Textstellen als eine lustvolle Hingabe dar, wie es in den Kategorien 'Explizit Sexuell', 'Sprache/Literatur', 'Musik' oder 'Essen' mit positiven Auswirkungen zu nachzuvollziehen ist und was ebenfalls auf eine weniger rationale Entscheidung hindeutet.

So lässt sich sowohl für Verführungen mit positiven als auch mit negativen Auswirkungen festhalten, dass der aktive den passiven Part durch die Attraktivität einer bestimmten Handlungsoption in seiner Entscheidung beeinflusst. Die Attraktivität kann der Option immanent sein oder durch das Informieren über oder Vorenthalten von bestimmten Informationen zu der Option hergestellt werden. Auf Verführung einzugehen, stellt sich zumeist als eine wenig rationale, oft impulsive Entscheidung dar.

6. Verführerinnen und Verführer

6.1 Ergebnisse

Im Folgenden sollen die Ergebnisse zu geschlechtsspezifischen Rollen in Bezug auf Verführung vorgestellt werden.

Die Begriffe 'Verführer' und 'Verführerin' tauchen je 7 und 4 Mal auf. Andere Geschlechter werden gar nicht benannt. Die Textstellen, in welche die Begriffe eingebettet sind, stellen sich wie folgt dar:

Verführer	Verführerin
„[...] wirkt Elon Musk, der Flammenwerfer, plötzlich wie der letzte glaubwürdige Weltverbesserer. Musk trägt keine Maske. Er ist ein grundehrlicher Verführer“ (Zitat: Nr. Der Spiegel 2018, 89)	„Doch tritt sie nie als Verführerin auf, sondern immer als Parodie einer solchen. Räkelt sie sich beim Singen lasziv hinterm Mikrofonständer, dann tut sie es mit übergroßer Gestik und Mimik“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 59).
„Seine Gegner denunzierten ihn derweil als "Verführer der Frauen", als "selbst ernannten Messias" oder "medizinischen Freibeuter". War Tronchin in Wahrheit ein Schaumschläger, nahe an der Hochstapelei?“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 66)	„[...] ihre Filme waren solche Kassenschlager, dass die Einnahmen zeitweise die Exporterlöse von Renault überstiegen. Sie hiessen: "Und ewig lockt das Weib" oder "Une ravissante idiote", auf Deutsch nur unzulänglich übersetzt mit "Die Verführerin". Einer hiess auch: "Das Gänseblümchen wird entblättert". Nicht nur die Filmtitel muten, im Augenblick vielleicht mehr denn je, schrill anachronistisch an“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 64).
„Bei den anderen ist es Wut auf nationalistisch beseelte Verführer, die vor lauter Sehnsucht nach vergangenem Ruhm die Zukunft eines ganzen Landes verspielen“ (Zitat: Der Spiegel, Nr. 75)	„Kommen Sie ihr nicht mit Alkohol als Ursache und bezichtigen Sie auch nicht die One-Night-Stand-Partnerin als böse Verführerin“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 24)
„Er probt seine Künste als Verführer, er geht mit ihr am Ende des grossen Erntefestes, bei dem ordentlich getrunken wurde, im ersten Tagesdämmer zu den Treibhäusern“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 86)	„Die Elterngeneration freilich hat in der Person seiner älteren Verführerin Mrs. Robinson (Anne Bancroft) kaum weniger Angst; Angst vor dem Verlust letzter Jugendlichkeit und Attraktivität“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 87)
„Die Uni ist kein Platz für Verführer.“ Gemeint sind die regimiekritischen Demonstranten“ (Zitat: Der Spiegel, Nr. 48)	
„In der Komödie "Der Verführer lässt schön grüssen", die 1967 für fünf Oscars nominiert war, liess Lewis Gilbert den jungen Michael Caine als dreisten Charmebolzen mit der Kamera flirten“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 62)	
„Ihre Strategie: Der Verführer macht sich zum Verführten, er stellt sich passiv – obwohl er die treibende Kraft ist“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 12)	

Tabelle 3: Textbelege Verführerin und Verführer

- Verführerinnen werden hierbei unter anderem beschrieben als: *lasziv räkelnd, lockend, entblättern, böse, um Jugendlichkeit und Attraktivität bemüht.*
- Während Verführer mit Wörtern beschrieben werden wie: *Flammenwerfer, Weltverbesserer, glaubhaft, gründlich, nationalistisch beseelt, sich nach Ruhm sehrend, Zukunft verspielend, probend, regimekritisch, dreist, flirtend, aktiv.*

Ein Blick auf die Kontingenzanalyse der Korpora 'Sexuell Explizit' und 'Andere' (s. 11.2) ermöglicht zudem einen genaueren Blick auf die Rollen von Männern und Frauen. Hier wird deutlich, dass insbesondere für die sexuell-expliziten Texte eine größere Häufigkeit der geschlechtsspezifischen Begriffe 'Frau', 'Frauen' und 'Mann' vorkommt, wobei 'Frauen' besonders signifikant ist.

Die Kollokation 'Frauen' wird mit 9 Mal am häufigsten mit dem Verführ-Wortstamm genannt. Darauf folgt 'Frau' mit 5, 'Männer' mit 4 und 'Mann' mit 2 Nennungen:

Frauen	Männer	Frau	Mann
„Männer scheinen allerdings stärker verführbar als Frauen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 70).	„Männer scheinen allerdings stärker verführbar als Frauen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 70).	„[...] mehrere Frauen versuchen ihn zu verführen, eine weitere Frau will ihn abknallen [...]“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 118).	„Viele Frauen empfinden es als besonders verführerisch, wenn der Mann ihr Gesicht beim Kuss behutsam umfasst – wie im Film eben“ (Men's Health 2018, Nr. 21).
„Verführer der Frauen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 66).	„Und auch Flirt und Verführung sind weiterhin nicht verboten - Männer sollen nur dazu angehalten werden, sich bei der Verführung nicht wie ein Arschloch zu benehmen“ (Zitat: Brigitte 2018, Nr. 8).	„Ihre Frau soll sie häufiger Verführen?“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 16).	„Verführen tue der Mann aber immer seltener. Aus Angst. Und wegen des "Gender-Mainstreaming", sagt Leimbach. "Der Mann verweiblicht. Die Frau vermännlicht. Ich lehre hier das komplette Gegenteil!“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 55).
„Viele Frauen empfinden es als besonders verführerisch, wenn der Mann ihr Gesicht beim Kuss behutsam umfasst“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 21).	„Viele Männer, verführt von der Verheissung schnellen Geldes, verschuldeten sich und schufteten unter schlimmsten Arbeitsbedingungen“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 51).	„Wenn Sie eine Frau verführen wollen, ist das Wichtigste ohnehin, dass Sie selbstbewusst und authentisch auftreten – mit oder ohne Matte auf der Brust“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 19).	
„Wollen Frauen ins Bett verführt werden?“ (Men's Health 2018, Nr. 13).		„Wurden sie schon von einer reifen Frau verführt?“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 27).	

Frauen	Männer	Frau	Mann
„Wie verführt man reife Frauen?“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 27).		„Wie besessen rückt sie ihrem Patienten auf die Pelle, macht sich (und ihm) vor, sie sei seine Frau, verführt ihn zum Sex“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 105).	
„So verführt man reife Frauen“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 27).			
„Sie werden sehen: Die Liebste kommt bald ganz von alleine und will Sie verführen. >>> 6 Methoden, Frauen richtig scharf zu machen“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 13).			
„[...] mehrere Frauen versuchen ihn zu verführen [...]“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 118).			
„Und die meisten Frauen wollen nicht selbst verführen, sondern verführt werden“ (Zitat: Der Spiegel 2018, Nr. 55).			

Tabelle 4: Textbelege nach Geschlechtern (Singular/Plural)

Hier wird deutlich: In den insgesamt 19 Textstellen werden Frauen 10 Mal als die verführte Person(en-Gruppe) dargestellt. Männer 7 Mal, 2 Mal Beide.

6.2 Verführung und Geschlechterrollen

Zunächst lässt sich feststellen, dass sowohl personelle, als auch verallgemeinernde Aussagen über Geschlechterrollen im Kontext von Verführung fast ausschließlich im Zusammenhang mit Sexualität fallen und sich dort cis- und heteronormativ darstellen (Vgl.: 6.1). Dies lässt vermuten, dass geschlechtlichen Rollenerwartungen in diesem Bereich eine besonders große Bedeutung zugeschrieben wird und diese von heterosexuellen Normierungen betroffen sind.

Diese Rollenerwartungen stellen sich für Verführerinnen und Verführer, Frauen und Männer in den Ergebnissen als verschieden dar: Die Verführung durch Frauen wird meist in passiven Bildern geschildert – sie verführt den Mann durch Aussehen und Frohlockung (Vgl.: ebd.). Der Mann hingegen wird als aktiver Part dargestellt, der flirtend und risikobereit verführt (siehe: ebd.). Auch wird Frauen häufiger die Rolle der verführten Person angedacht. Diese geschlechtsspezifische Zuschreibung zeigt sich auch an anderen Stellen: So wird in zwei Texten explizit beschrieben, dass der Mann als solcher den aktiven Part der Verführung übernimmt, oder sogar übernehmen sollte und Frauen dies erwarten (Vgl.: Der Spiegel 2018, Nr. 101, Men's Health 2018, Nr. 12). Hier könnten sich sogenannte Sexuelle Skripte zeigen, wie sie Torenz beschreibt: Der (Sexual-)kultur immanente Rollenerwartungen, die die Subjekte verinnerlicht haben und dementsprechend erwarten und handeln (Vgl.: Torenz 2019, S. 67). Diese Annahme bestätigt auch Brückner, die diesen Zustand im historischen Werden der Sexualkultur begründet:

„Im traditionellen Geschlechterarrangement ist Erotik stark geschlechterspezifisch konnotiert, indem aktives Begehren dem Manne zugeordnet wird und der Frau passive Hingabe [...]“ (Zitat: Brückner, In: Klein, Tuidor 2017, S. 48).

Diese Dynamik lässt sich selbst an Textstellen beobachten, wo Versuche einer Rollenumkehr unternommen werden, jenes Geschlechterverhältnis jedoch trotzdem klar in Skripten von Aktiv und Passiv verwurzelt bleibt:

„Dazu sollten Sie ihre Lust auf subtile Art und Weise ködern. Steigen Sie nackt vor ihr aus der Dusche, flüstern Sie ihr ins Ohr, dass sie heute sehr gut aussieht oder werfen Sie ihr Blicke zu. Darüber hinaus machen Sie aber keine Verführungsversuche. Sie werden sehen: Die Liebste kommt bald ganz von alleine und will Sie verführen“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr.13).

Hier ließe sich vermuten, dass in einer sich verändernden Sexualkultur zwar andere Geschlechterverhältnisse angestrebt werden, ein Wandel jedoch noch nicht gelingt. Begründen könnte sich dies darin, dass die Subjekte in allen Bereichen des Lebens so stark in gesellschaftliche Machtverhältnisse eingebettet sind, dass auch Erwartungen und Handlungsweisen in der Sexualität sich nur schwer verändern lassen. Auch in diesem Beispiel zeigt sich eine ähnlich misslungene Rollenumkehr:

„Ihre Strategie: Der Verführer macht sich zum Verführten, er stellt sich passiv – obwohl er die treibende Kraft ist. Da ist etwas größer, stärker als sein eigener Wille, ach, die Liebe, die Lust,

die Leidenschaft. Welche Frau kann da widerstehen? Was eine Frau in so einer Situation braucht, ist ein Mann, der ihr die präsexuellen Hemmungen nimmt. Durch so etwas wie: "Komm schon, trau dich!" Wie Sie jedoch wissen, hat dieser Text schon damals nicht funktioniert, als Papi wollte, dass seine Kleine im Freibad vom Dreier springt. Fangen Sie es cleverer an, indem Sie einfach nach einer Situation fragen, in der sich die Schöne etwas getraut hat“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 12)

Interessant ist hierbei zudem, dass die Frau in infantiler Weise dargestellt wird, während die Männerrollen darin bestehen, ihr helfen zu wollen, sich selbst Dinge zuzutrauen. Selbst als im selben Text eine infantile Männerrolle auftaucht; „*Spielen Sie den unerfahrenen Jungen, der von einer erfahrenen Frau die Liebe lernt. Sprechen Sie mit Ihrer Partnerin ab, was sie der männlichen Jungfrau beibringen soll*“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 12), wird jene jedoch als schauspielend markiert und ändert somit nichts an den Machtpositionen.

Diese Beschreibungen von Tricks und Schauspielerereien zeigen auch, dass die sexuelle Zuwendung der Frau ein wertvolles Gut zu sein scheint, welches der Mann um jeden Preis erhalten möchte. Auch die signifikant häufiger auftauchenden Kollokationen von 'Frauen' und 'Frau' in Zusammenhang mit Verführung im Vergleich zu 'Mann' oder 'Männer' (Vgl.: 5.1) legt dies nahe. So steht die Frau im Zentrum einer Mehrheit der oben beschriebenen Textstellen, egal ob sie verführt werden soll oder selbst verführt (Vgl.: ebd.). Wobei das Verführt-werden jedoch für beide Geschlechter als erstrebenswerter dargestellt wird (Vgl.: ebd.).

Nach Bückner besteht trotz geschlechtsspezifischer Erwartungen in der gemeinsam gelebten Sexualität eine Chance, andere Rollen erfahrbar zu machen und eigene Skripte zu hinterfragen: „*Sie ermöglicht für Männer die Erfahrung der passageren Hingabe des eigenen Körpers und für Frauen die passagere Inbesitznahme des fremden Körpers in das eigene Geschlechterbild, falls diese Vorstellung nicht zu große Ängste auslöst*“ (Zitat: Brückner, In: Klein, Tuidor 2017, S. 48). Und solche Versuche spiegeln sich auch in Textstellen wie dieser wieder: „*Lassen Sie Ihre Partnerin lieben, Sie rühren dabei keine Hand. Ihre Liebste soll Sie verführen, denn es ist ein Beweis von sexueller Reife, Liebe auch empfangen zu können*“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 14). Auch Torenz beschreibt, dass Geschlechterrollen zwar stark durch Machtverhältnisse und daraus resultierenden Sexuellen Skripten geprägt sind, sich aber dennoch nicht immer entsprechend der Stereotype verhalten wird (Vgl.: Torenz 2019, S. 66).

7. Verführung und Sexualität im Kontext von 'Consent'-Prinzipien

7.2 Ja heißt Ja – Eine Definition der 'Consent'-Prinzipien

Wie Rona Torenz in ihrem Buch: *Ja heißt Ja? Feministische Debatten um einvernehmlichen Sex* beschreibt, wird in Deutschland erst seit etwa zehn Jahren über die 'Einvernehmlichkeits-Prinzipien' gesprochen (Vgl.: Rona Torenz 2019, S. 57). Wesentlich länger hingegen werden diese als 'Affirmative Consent' von Feminist*innen in den USA verhandelt (Vgl.: ebd., S. 50). Dort entstanden bereits 1990 die folgenden Prinzipien, welche nach Torenz bis heute für Auseinandersetzungen um einvernehmlichen Sex bestimmend sind:

„(1) Ausdrücklichkeit: Zustimmung muss im Vorhinein kommuniziert werden. Nonverbale Zeichen der Zustimmung oder eine safe-word-policy müssen im Voraus verbal vereinbart werden. [...] (2) Verantwortungsverlagerung: Die Person, die eine sexuelle Handlung initiiert, trägt [...] die Verantwortung, die Zustimmung von allen Beteiligten einzuholen. (3) Voraussetzungenfreiheit: Konsens muss für jede sexuelle Aktivität erneut eingeholt werden. [...] (4) Informiertheit: Alle Beteiligten müssen wissen, wozu konkret Zustimmung gegeben wird. [...] (5) Zustimmungsfähigkeit: Alle beteiligten Personen müssen einwilligungsfähig sein. [...] (6) Freiwilligkeit: Die Zustimmung muss freiwillig, ohne Druck und Zwang gegeben werden“ (Zitat: Rona Torenz 2019, S. 50).

7.3 Einvernehmlichkeit und sexuelle Verführung

Zunächst lässt sich feststellen, dass die erhobenen Daten darauf hinweisen, dass die Verführung zu Sexualität zumeist positive Auswirkungen auf die verführte Person hat (Vgl.: 5.1). Dies ist nicht gleichzusetzen mit der Einvernehmlichkeit aller Handlungen im Sinne der 'Consent'-Prinzipien, deutet jedoch darauf hin, dass Verführung in diesem Kontext eher positiv bewertet wird.

Eine Verführung stellt wie unter 5.2 beschrieben eine Situation dar, in welcher eine Person(en-Gruppe) sich für oder gegen eine bestimmte Handlungsoption entscheiden kann. Diese Option ist für die Person(en-Gruppe) besonders attraktiv und kann somit als die Entscheidung beeinflussend verstanden werden. Die Attraktivität kann aktiv von der

Option selbst ausgehen, oder von jemandem oder etwas aktiv hergestellt werden, um die Beeinflussung zu bewirken. Eine Verführung wird dadurch zu einer solchen, dass sich die verführte Person auf die Handlungsoption einlässt, zu welcher sie beeinflusst wurde. Sich auf eine Option einzulassen zu der man verführt wurde, wird oft als eine impulsive oder zumindest weniger rationale Entscheidung dargestellt. Die Entscheidung darüber einem Verführungsversuch überhaupt erst ausgesetzt zu sein, stellen die Texte zumeist nicht dar (Vgl.: 5.2).

Im Folgenden soll untersucht werden, ob Situationen, in denen eine Person zu sexuellen Handlungen verführt wird, nach den 'Consent'-Prinzipien (Vgl.: 7.1) als einvernehmlich gelten können. Untersucht werden jene Situationen, in denen eine Person aktiv von einer anderen verführt wird. Ist eine Person durch das Aussehen des Gegenübers, den Reiz von luststeigernden Handlungen oder anderen Attributen zu Sex verführt, an denen die andere Person kein aktives Zutun hat, wird dies nicht in die Betrachtung mit einbezogen. Dies begründet sich darin, dass dem verführten Individuum hier entgegen einer Logik des Ausgeliefert- und Erlegenseins eigene Bewertungsmacht zugesprochen wird (Vgl.: 5.2). Aus diesen Überlegungen ergeben sich zwei Kern-Momente, welche auf ihre Einvernehmlichkeit hin untersucht werden können: Zum einen, ob die Beeinflussung im Sinne der Verführung zu einer sexuellen Handlung, diese noch einvernehmlich macht. Zum anderen, ob das unfreiwillige Ausgesetztsein eines Verführungsversuches bereits eine Grenzüberschreitung darstellt.

7.3.1 Untersuchung der Prinzipien

Das erste Consent-Prinzip legt fest, dass *vor* jeder sexuellen Handlung eine ausdrückliche Zustimmung aller Beteiligten eingeholt werden muss (Vgl.: 7.1, Torenz 2019, S. 50). Ob diese Einwilligung vor den sexuellen Handlungen gegeben wird zu denen verführt wurde lässt sich nur bedingt an der Verführung selbst festmachen, da diese sowohl vor, während als auch nach der Verführung zu den darauf folgenden sexuellen Handlungen gegeben werden kann. Insofern die Textstellen im Kontext von Verführung jedoch Einblick in das konkrete Zustandekommen von sexueller Interaktion zulassen, lässt sich zumeist kein Einholen von ausdrücklicher Einvernehmlichkeit feststellen. Nur in wenigen Textstellen wird dieses Thema explizit angesprochen:

„Wenn Ihre Partnerin einem Sexspiel nicht zustimmt, sollten Sie das immer akzeptieren. Schlagen Sie ihr ein mögliches Herantasten vor oder legen Sie diese Fantasie erst einmal beiseite. Es gibt schließlich noch genug andere Spielarten“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 22).

Torenz beschreibt jedoch auch, dass nonverbales Einverständnis zu Unrecht aus dem ersten Consent-Prinzip ausgeschlossen wird, da dies mehr der kulturellen Praxis in anderen Lebensbereichen gleichkommt (Vgl.: Torenz 2019, S. 80). Doch auch nonverbale Kommunikation zum Einverständnis findet nur selten Erwähnung: *„Falls du kein Fan von großen Worten bist, verführe sie doch beim nächsten Ausflug einfach langsam. Du wirst dann recht schnell merken, ob sie mitspielt oder eher nicht“ (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 18).* Hier lässt sich also keine einheitliche Aussage für die sexuelle Verführung festhalten, dennoch weißt die Nicht-Benennung des Einholens von Einverständnis darauf hin, dass dem Prozess im Sinne der Consent-Prinzipien keine große Bedeutung zugeordnet wird. Dies gilt für Einverständnisse vor, während oder nach der Verführung zu darauf folgenden sexuellen Handlungen, doch ebenso ist darauf hinzuweisen, dass Verführung *selbst* sexuelle Handlungen enthalten kann (Vgl.: Men's Health 2018, Nr. 21). Enthält der Verführungsversuch eine sexuelle Handlung, wäre also vorher das Einvernehmen einzuholen, wie es für Verführungsversuche aber zumeist nicht beschrieben wird.

Das zweite Consent-Prinzip beschreibt, dass jene Person, die einen sexuellen Austausch initiiert, für das Einholen des Einverständnisses aller weiteren Beteiligten verantwortlich ist (Vgl.: Vgl.: 7.1, Torenz 2019, S. 50). Es lässt sich ebenso wie für das erste Prinzip an Hand der Untersuchung zumeist nicht feststellen, ob und wer dieser Pflicht nachkommt. Ebenso lässt sich jedoch auch die Frage stellen, ob die verführende Person bei einer Verführung dieser Aufgabe angemessen nachkommen könnte, da sie ja jene ist, die die Beeinflussung zu Gunsten der sexuellen Interaktion ausübt. Neben möglichen anderen Machtpositionen (wie Geschlecht, Klasse, Hautfarbe, Ability und Alter, die auch intersektoral zusammenfallen können (Vgl.: Torenz 2019, S. 43)), ist bei der Verführung durch die ausgeübte Beeinflussung eindeutig von einer Hierarchie auszugehen, die sich nicht zuletzt im aktiv und passiv des Verführens und Verführt-Werdens ausdrückt (Vgl.: Torenz 2019, S. 65). Hier wäre gemäß des ersten Consent-Prinzips *vor* der Verführung ein Einverständnis einzuholen.

Das dritte Consent-Prinzip verlangt dies jedoch vor jeder neuen sexuellen Handlung (Vgl.: 7.1, Torenz 2019, S. 50). Fraglich bleibt dadurch, ob dies für sexuelle Handlungen nach der vollzogenen Verführung und über welche nicht zuvor Einverständnis kommuniziert wurde, noch möglich ist. Diese Problematik zeigt sich auch in einer Textstelle, welche als Einzige die situative Zustimmung benennt und hinterfragt:

„Die ehrliche Variante: Wenn Sie es mal ausprobieren wollen, sollten Sie Ihre Freundin nicht erst 30 Sekunden davor fragen, ob Sie auf ihr Gesicht spritzen dürfen. Im Eifer des Gefechts könnte Sie zustimmen, ohne wirklich einverstanden zu sein. Sprechen Sie lieber in einer ruhigen Minute mit ihr, ob sie es sich vorstellen könnte“, (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 10).

Das vierte Prinzip des Consent setzt die umfassende Informiertheit aller Beteiligten sexueller Handlungen voraus (Vgl.: 7.1, Torenz 2019, S. 50). Dies ist besonders interessant, da zuvor festgestellt wurde, dass der Verführung ein weniger rationales als impulsives Verhalten zugeordnet, sowie Beeinflussung ausgeübt wird. So lässt sich zum einen fragen, ob ein umfassendes Informieren von der verführenden Person gewollt ist oder dies aus Gründen der Unzuträglichkeit zur Attraktivität der intendierten sexuellen Interaktion vermieden wird. Zum anderen ist fraglich, ob die verführte Person sich der Verführung bewusst ist und somit die Beeinflussung in ihre Entscheidung einkalkulieren kann.

Die untersuchten Textstellen zeigen, dass eine Mehrzahl der Auswirkungen von sexueller Verführung sich für die verführte Person als positiv darstellen. Somit ist zumeist nicht davon auszugehen, dass die verführende Person mit Absicht entgegen des Willens der verführten Person agiert, anders als es mitunter in anderen Kategorien beschrieben wird. Dennoch heißt dies nicht, dass die Verführenden Informationen mitunter nicht vorenthalten, um beispielsweise von ihrer aktiven Position abzulenken, wie es unter 6.2 beschrieben wird. Dies stellt – positive Auswirkungen hin oder her – in Frage, ob die verführte Person sich auch mit vollem Wissen um die Situation und damit auch die Verführung ebenso entschieden hätte (Vgl.: Vandervort 2013, S. 156).

Jane E. Larson beschreibt in ihrem Text: „Women Understand so Little, They Call My Good Nature 'Deceit' ": A Feminist Rethinking of Seduction“, dass das Lügen bzw. das Vorenthalten bestimmter Informationen zu Gunsten von sexueller Interaktion als nicht weniger gewalttätig anzusehen ist als andere Wege, Druck und Zwang auszuüben (Vgl.:

Larson 1990, S. 414):

„Although commentators hesitantly agree that gaining sexual cooperation by fraud is as culpable as other forms of deceptive appropriation that are already (and uncontroversially) unlawfull [...]“
(Zitat: Larson 1990, S. 413)

Somit kann nur eine Verführung als einvernehmlich angesehen werden, bei der die verführte Person um den Vorgang weiß und die Situation umfassend abschätzen kann.

Dies könnte auch die Möglichkeit bergen, Verführung als gemeinschaftliches Spiel zu betrachten, bei dem einvernehmlich eine Person die Macht des Beeinflussens ausüben und damit spielen darf, solange dies den Vereinbarungen entspricht. Ob dies noch den Kriterien von weniger rationalem, eher impulsiven Verhalten entspricht, ist allerdings fraglich.

Das fünfte Consent-Prinzip stellt die Zustimmungsfähigkeit der beteiligten Personen dar. Diese zeigt sich wie für jede andere sexuelle Situation auch bei der Verführung in Alter und Zurechnungsfähigkeit der Person. Hierbei lässt sich nur die Möglichkeit der Zustimmungsfähigkeit aufgrund eines Mangels an Informationen gesondert infrage stellen, wie es zuvor bereits diskutiert wurde..

Als das sechste und letzte Prinzip des Consent wird die Freiwilligkeit zur sexuellen Handlung benannt. Wie zuvor argumentiert, ist die Freiwilligkeit einer sexuellen Handlung infrage zu stellen, wenn die Entscheidung dazu auf einem Mangel an Informationen und anderweitiger Beeinflussung beruht. Doch selbst bei einer informierten und zur Beeinflussung eingewilligten Verführung kann die Freiwilligkeit mitunter nicht gegeben sein. Dies begründet sich in den Machtpositionen der interagierenden Subjekte, welche wie in allen anderen Lebensbereichen auch die Sexualkultur und jeweilige Skripte prägen. Diese Skripte können dazu beitragen, dass Personen auch zu Handlungen einwilligen die sie eigentlich nicht wünschen, weil die gesellschaftliche Erwartung an Person und Rolle einen zwanghaften Druck ausüben kann (Vgl.: Torenz 2019, S. 66-69). So beschreibt Torenz:

„Ähnliches lässt sich für Sex innerhalb intimer Beziehungen feststellen. Aushandlungen von Zustimmung sind hier ebenso beeinflusst von sozialen Normen, die ein Einverständnis mit ungewollten Handlungen begünstigen. Frauen berichten, dass sie aus der Annahme, in einer (heterosexuellen) Beziehung müsse man in einer bestimmten Frequenz Sex haben, mit ihrem Freund schlafen, auch wenn sie keine Lust dazu haben“ (Zitat: Torenz 2019, S. 68).

Dies betrifft ebenso Männer, die sich „[...] beispielsweise unter Druck gesetzt fühlen, Sex zu initiieren, um ihre Männlichkeit zu beweisen, da männliche Sexualität [...] als aktiv, begehrend und aggressiv konstruiert wird“ (Zitat: Torenz 2019, S. 69), wie es sich auch unter 6.2 dargestellt hat.

Somit lässt sich insgesamt infrage stellen, inwiefern die Consent-Prinzipien ohne eine Veränderung von Machtpositionen und Rollenzuschreibungen in allen Lebensbereichen zum Feststellen zwangsfreier Zustimmung dienen können. Dennoch können sie als hilfreich angesehen werden, sexuelle Normen und Skripte zu bemerken und zu hinterfragen.

Für die Verführung gilt, dass diese ihrer Definition nach zunächst nicht als einvernehmlich im Sinne der Consent-Prinzipien verstanden werden kann. Neben möglichen anderen Faktoren sorgt die Beeinflussung der verführten Person für ungleiche Machtverhältnisse und lässt die Freiwilligkeit einer Zustimmung infragestellen. Dies gilt insbesondere, wenn vor einem Verführungsversuch zumeist keine Einwilligung eingeholt wird.

7.3.2 Interpretation des Gesellschaftsbezugs

Das durch mangelnde Einvernehmlichkeit Grenzüberschreitungen entstehen können, wird in zwei Textstellen anhand von Beschreibungen der Film- und Fernsehwelt aufgezeigt: Zum einen in der Beschreibung eines Films: „*Wie besessen rückt sie ihrem Patienten auf die Pelle, macht sich (und ihm) vor, sie sei seine Frau, verführt ihn zum Sex*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 105) und zum anderen wird allgemein „[...] *das Grapschen und das aufdringliche Verführen beim deutschen Film und Fernsehen heute*“ (Zitat: Stern 2018, Nr. 102) kritisiert. Dies könnte auch als eine Kritik an der medialen Aufbereitung einer sexualkulturellen Praxis verstanden werden, welche diese reproduziert und verbreitet.

Auf der anderen Seite scheint die sexuelle Verführung zumeist positiv bewertet zu werden und in einigen Artikeln wird sich mitunter gegen die Dramatisierung derselben gewehrt. Dies kommt in zwei Artikeln der Brigitte zur Sprache, wobei zum einen die Aussage der Schauspielerin Joan Collins dargestellt wird: „*Die Konsenskultur bediene ein Maß von politischer Korrektheit, das verrückt sei – wo denn da die Kunst der*

Verführung bleibe?!“, zum anderen die von Svenja Flasspöhler, deren Meinung nach – und der von einigen französischen Schauspielerinnen – angestrebt wird:

„[...]#MeToo sollte ja nun gerade nicht das Verharren, sondern der Ausbruch aus einer Opferrolle sein. Und auch Flirt und Verführung sind weiterhin nicht verboten - Männer sollen nur dazu angehalten werden, sich bei der Verführung nicht wie ein Arschloch zu benehmen“
(Zitat: Brigitte 2018, Nr. 8).

An dieser Textstelle könnten sich zum einen sexuelle Skripte vom verführenden Mann und der verführten Frau zeigen, zum anderen stellt es aber auch eine Abwehrhaltung gegen ebensolche dar, welche aktiv und passiv klar konnotieren. Im Sinne des Konzepts der 'Mittäterinnenschaft' kann sich hier auch zeigen, wie gewaltförmige Verhaltensweisen auf beiden Seiten mit jeweiligen Rollenerwartungen verwoben sind (Vgl.: Torenz 2019, S. 42-43) und Frauen die Erwartungshaltung an verführende Männer mitgestalten, anstatt diesen ausgeliefert zu sein. Dies stellt die Grundordnung der Machtverhältnisse jedoch nicht in Frage.

So bleibt die Vorstellung das Frauen verführt werden wollen und Männer den aktiven Part übernehmen sollten Teil des sexuellen Skriptes, welches mitunter das Übergehen von Grenzen als Strategie beschreibt: Einerseits als ein Austesten von Optionsspielräumen *„Manchmal muss man zu weit gehen, damit man weiss, wie weit man gehen kann. Ihre Strategie: Der Verführer macht sich zum Verführten [...]“* (Zitat: Men's Health 2018, Nr. 12), andererseits als kalkuliertes Risiko, das zur Annäherung nötig scheint: *„Aber Verführung bedeutet auch, dass man Grenzen missachtet. Ins Risiko geht. Und die meisten Frauen wollen nicht selbst verführen, sondern verführt werden“* (Zitat: Leimbach, In: Der Spiegel 2018, Nr. 55).

So lässt sich ebenfalls festhalten, dass die Verführung und dessen Einvernehmlichkeit gesellschaftlich kontrovers diskutiert werden und eng mit Erwartungen an Geschlechterrollen verbunden sind. Es scheint, dass der Wunsch nach lustvollem und weniger rationalem Verhalten, dem Informieren und Abwägen nach den Consent-Prinzipien vorgezogen wird (Vgl.: Torenz 2019, S. 79).

8. Fazit

Im Zuge dieser Arbeit wurde durch die Inhaltsanalyse von Magazinen der Versuch unternommen, sich aktuellen Begriffsverständnissen von sexueller Verführung im deutschsprachigen Raum anzunähern und daraufhin zu untersuchen, ob jene das Zustandekommen von einvernehmlichem Sex beschreiben oder mitunter sexualisierte Gewalt begünstigen können.

Die Auswertung der Inhaltsanalyse zeigt, dass Verführung in einer Vielzahl von Themen Verwendung findet, wobei sich bei mehr als einem Drittel ein sexueller Kontext feststellen lässt. Trotz der Varietät dieser Themen, kann die Verführung in einem gemeinsamen Kern zusammengefasst werden: Die Verführung beschreibt den Akt einer Beeinflussung, welche von einem aktiven Part dahingehend ausgeübt wird, dass ein passiver Part sich für eine bestimmte Handlungsoption entscheidet. Diese Beeinflussung wird durch die Attraktivität oder Attraktiv-Machung der Option ausgeübt. Es ist nicht davon auszugehen, dass die verführte Person der Verführung im Sinne einer Zwangsläufigkeit der folgenden Handlungen erlegen ist, dennoch ist es fraglich, inwieweit die Beeinflussung Druck auf die Person ausüben kann. Eine Entscheidungsfreiheit darüber, einem Verführungsversuch überhaupt erst ausgesetzt zu sein, stellt sich zumeist nicht dar.

Für die sexuelle Verführung lässt sich des Weiteren feststellen, dass die Rollen von aktiv und passiv stark in ein cis- und heteronormatives Geschlechterbild eingebettet sind. So steht die sexuelle Zuwendung der Frau hin zum Mann oftmals im Mittelpunkt des Begehrens, wobei dem Mann die aktive Rolle des Verführers und der Frau die Passive, die der Verführten, zugeordnet wird. Selbst in Versuchen einer Rollenumkehr scheint dieses Normativ dadurch aufrecht erhalten zu werden, dass nur vermeintlich die Rollen getauscht werden, oder die Frau durch passive Attribute verführt.

Um den Begriff des Weiteren auf sexuelles Einvernehmen zu prüfen, wurde dieser den Prinzipien des 'Consent' gegenübergestellt und diskutiert. Hierbei ließ sich feststellen, dass bewusst ausgeübte Verführung, im Sinne der Prinzipien nur dann einvernehmlich sein kann, wenn die Zustimmung noch vor der beeinflussenden, und mitunter selbst sexuelle Handlungen enthaltenden Verführung eingeholt wird. Hierbei ist es Aufgabe

der verführenden Person, die Zustimmung vor jeder neuen sexuellen Handlung zu erfragen, was die Möglichkeit der Vorabbesprechung ebenso fraglich macht, wie die unvoreingenommene Antwort der verführten Person. Des Weiteren ist auch die umfassende Informiertheit der verführten Person zu hinterfragen, da die Attraktivität oder Attraktiv-Machung der Handlungsoption Informationen vorenthalten oder verschleiern kann. Dies kann sich entsprechend auch auf die Einwilligungsfähigkeit auswirken. Ebenso ist die Freiwilligkeit der durch eine Verführung zu Stande gekommenen sexuellen Handlungen als zweifelhaft anzusehen, da die durch Manipulation entstehende Machthierarchie einen die Entscheidung beeinflussenden Druck auf die verführte Person ausüben kann. Hier ist jedoch darauf hinzuweisen, dass dieser Druck ebenso durch alle anderen Formen von Machthierarchien ausgeübt werden kann, die der Gesellschaft und somit auch der Sexualkultur immanent sind.

Als Antwort auf die Forschungsfrage dieser Bachelorarbeit lässt sich also feststellen, dass die sexuelle Verführung eine Beeinflussung zugunsten sexueller Zuwendung darstellt, welche sich aufgrund der daraus resultierenden Machtdifferenz nicht mit den Consent-Prinzipien vereinbaren lässt, sofern dies nicht zuvor abgesprochen wurde.

Die Hypothese, dass Auslegungen des Begriffs 'Verführung' mitunter sexualisierte Gewalt begünstigen können, kann nur bedingt verifiziert werden: So sind gewaltförmige Konstrukte der Sexualkultur immanent und die Verführung stellt in Beeinflussung sowie Machtgefällen Eine davon dar. Darüber hinaus scheint dies jedoch nicht wesentlich ausgeprägter zu sein als in anderen sexuellen Interaktionen und wird in seinen Auswirkungen vorrangig positiv gewertet.

Es wurde deutlich wie bedeutend gesellschaftliche Machtpraxen sind und wie weitreichend diese sich in den privaten Raum erstrecken. Ungleiche Machtpositionen üben alltäglich direkte und indirekte Gewalt aus, indem sie wiederholend zur Norm erhoben und reproduziert werden.

Für die Soziale Arbeit ergeben sich folgende Handlungsbedarfe: Es gilt, insbesondere subtil wirkende gesellschaftliche Machtverhältnisse stärker in den Blick zu nehmen und durch das Aufdecken und Benennen von Normierungen sichtbar zu machen. Diskriminierungen und Reproduktion von Gewalt ist auf allen Ebenen entgegenzuwirken und vor allem in die Reflexion der eigenen Arbeit einzubeziehen. Für die

Sexuelle Bildung bedeutet dies, dass Angebote zur reflexiven Beschäftigung mit geschlechtsspezifischen Rollenerwartungen als notwendig und bedeutend erachtet werden können. Diese sollten jedoch als Teil von Veränderungsbestrebungen in allen Lebensbereichen verstanden werden, die die gesamtgesellschaftlich wirkenden Mechanismen nachhaltig verändern wollen. Die Auseinandersetzung mit Verständnissen von Verführung könnte hierbei ein methodisches Angebot sein, ist aber auch als eines von vielen Themen anzusehen, unter welchen sich ungleiche Rollenzuschreibungen beobachten lassen.

Verführung sollte nicht skandalisiert werden, da dies nicht dem mehrheitlich positivem Begriffsverständnis entsprechen würde und im Sinne von Opfer-Täter-Zuschreibungen Geschlechterrollen reproduzieren und erhalten könnte. Stattdessen bietet die Verführung die Möglichkeit sowohl positiv als auch negativ wahrgenommene Aspekte von sexueller Interaktion zu besprechen und zu reflektieren. So kann die Verführung nach Unterlagen des *Institut für Sexualpädagogik (ISP)* auch als eine Kompetenz betrachtet werden (Vgl.: Institut für Sexualpädagogik ISP), mit der Einzelpersonen die Dynamiken der gemeinsam gelebten Sexualität in ihren Liebesbeziehungen positiv beeinflussen können. Ebenso liegt in einer Bewusstwerdung und Besprechung von Machtdifferenzen die Möglichkeit, sich in einer Umkehrung dessen auszuprobieren und andere Rollen erfahrbar zu machen (Vgl.: Brückner, In: Klein; Tuidor (Hrsg.)). Die Consent-Prinzipien können hierbei als Ressource genutzt werden, um sich über Rollen, Grenzen und Einvernehmen bewusst zu werden und diese angemessen zu besprechen. Dies kann einen Ausblick auf die Weiterentwicklung der Sexuellen Bildung im Sinne von neuen Inhalten und Methoden darstellen. Um die Bedeutungen und Auswirkungen von Verführung jedoch noch differenzierter beurteilen zu können, müsste das Konzept der Verführung noch genauer erforscht werden. Insbesondere eine kulturgeschichtliche Herleitung scheint interessant. Diese könnte sich eingehend mit Hegemonien auseinandersetzen und in Bezug zu anderen Themenfeldern der Verführung beleuchten.

Aktuell stellt wirkliches sexuelles Einvernehmen nach den Consent-Prinzipien ein Privileg dar, da dies von einer Situation ausgehen müsste, in welcher sich zwei Subjekte nahezu befreit von Herrschaftsverhältnissen gegenüberstehen (Vgl.: Bosiljevac 2013, In: Torenz 2019, S. 56). Darauf sollten die Soziale Arbeit und die Sexuelle Bildung gemeinsam hinwirken.

9. Literaturverzeichnis

- Craig, Elaine: Capacity to Consent to Sexual Risk. *New Criminal Law Review: An International and Interdisciplinary Journal*, Vol. 17, No. 1 (Winter 2014), pp. 103-134 URL: <https://www.jstor.org/stable/10.1525/nclr.2014.17.1.103>
- Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e.V. (DBSH): Deutschsprachige Definition Sozialer Arbeit. URL: <https://www.dbsh.de/profession/definition-der-sozialen-arbeit/deutsche-fassung.html> (Abrufdatum: 22. Juli 2019)
- Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG: Wölkchen „-30% Kalorien“ Schokolade. URL: <https://www.oetker.de/unsere-produkte/woelkchen/woelkchen-30-kalorien-schokolade.html> (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Droste, Katrin (2012); geringfügig Überarbeitet von Herrmann, Berenike (2013): *AntConc*. URL: <http://litre.uni-goettingen.de/index.php/AntConc> (Abrufdatum: 24.05.2019)
- Dudenredaktion (o. J.): „Konsens“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Konsens> (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Dudenredaktion (o. J.): „Verführung“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Verfuehrung> (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Dudenredaktion (o. J.): „verführen“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/verfuehren> (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Institut für Demoskopie Allensbach: Auszug AWA 2018. Basistabelle Printmedien. URL: https://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA2018/Codebuchausschnitte/AWA2018_Band_Medien_Basistabelle_Printmedien.pdf (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Institut für Sexualpädagogik: *Die Verführung*.
- Parfümerie Douglas GmbH: Absolu Eau de Parfum (EdP) Giorgio Armani. URL: https://www.douglas.de/Sale-Herrend%C3%BCfte-Giorgio-Armani-Code-Homme-Absolu-Absolu_product_063543.html?trac=de.10r.Prudsys...Products.000001&sourceRef=ext:prudsys (Abrufdatum: 15.05.2019)
- Rattan-Möbel, Korb-Möbel & Interiors Pforzheim: Design Gartenmöbel Basket Sonnenliege. URL: <http://www.looms.de/rattan-loom-und-korb-moebel/1263/design-gartenmoebel-basket-sonnenliege> (Abrufdatum: 15.05.2019)

- Vellguth, Jens: Qualitätsjournalismus für Ihren Werbeerfolg. Der Spiegel. URL: <https://spiegel.media/assets/downloads/DER-SPIEGEL-Basis.pdf> (Abrufdatum: 23.05.2019)
- Gruner + Jahr GmbH: Stern. Leserschaft. URL: <https://www.gujmedia.de/print/portfolio/stern/leserschaft/>
- Gruner + Jahr GmbH: Brigitte. Leserschaft. URL: <https://www.gujmedia.de/print/portfolio/brigitte/leserschaft/>
- Klein, Alexandra; Tuidler, Elisabeth (Hrsg.): Sexualität und Soziale Arbeit. Grundlagen der Sozialen Arbeit, Band 40. Schneider Verlag Hohengehren, Baltmannsweiler 2017
- Kleve, Heiko: Konstruktivismus und Soziale Arbeit. Einführung in Grundlagen der systemisch-konstruktivistischen Theorie und Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden, 2010 (4. Auflage)
- Kuckartz, Udo: Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim 2018 (4. Auflage)
- Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS): Ausbau und Pflege der Korpora geschriebener Gegenwartssprache. DAS DEUTSCHE REFERENZKORPUS – DeReKo. URL: <http://www1.ids-mannheim.de/kl/projekte/korpora/> (ABRUFDATUM: 24.05.2019)
- Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS): Das IDS stellt sich vor. URL: <http://www1.ids-mannheim.de/tuer.html> (Abrufdatum: 24.05.2019)
- Mayring, Phillipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag. Weinheim und Basel, 2010 (11. Auflage)
- Motor Presse Hearst GmbH & Co KG: Mediadaten Print. Zielgruppe. URL: <https://www.menshealth.de/mediadaten>
- Müller, Daniel; Ligensa, Annemone; Gendolla, Peter (Hrsg.): Leitmedien. Konzepte – Relevanz – Geschichte, Band 2. transcript Verlag. Bielefeld, 2009
- Torenz, Rona: Ja heißt Ja? Feministische Debatten um einvernehmlichen Sex. Schmetterling Verlag. Stuttgart, 1. Auflage 2019
- Vandervort, Lucinda: Sexual Consent as Voluntary Agreement: Tales of “Seduction” or Questions of Law? New Criminal Law Review: An International and Interdisciplinary Journal , Vol. 16, No. 1 (Winter 2013), pp. 143-201

10. Grafik- und Tabellennachweis

Tabellen

Tabelle 1: DeReKo Artikel nach Zeitschriften, S. 13

Tabelle 2: Artikel Zeitschrift Men's Health, S. 13

Tabelle 3: Textbelege Verführerin und Verführer, S. 28

Tabelle 4: Textbelege nach Geschlechtern (Singular/Plural), S. 29-30

Grafiken

Grafik 1: Häufigkeiten nach Wortstamm „verführ-“, S. 14

Grafik 2: Grafik 2: Rel. Verhältnis der Kat. Explizit Sexuell und Anderes, S. 15

Grafik 3: Rel. Verhältnis der Kat. Anderes nach Auswirkungen, S. 17

Grafik 4: Rel. Verhältnis der Kat. Explizit Sexuell nach Auswirkungen, S. 17

Grafik 5: Grafik 5: Rel. Verteilung der Themenfelder in der Kategorie Anderes, S. 23

11. Anhang

11.1 Artikelliste

Eine Liste aller für die Untersuchung verwendeten Artikel, nach Dateinamen alphabetisch sortiert.

Nr.	Name des Artikels	Name der Datei (alphabetisch)	Treffer	Zuordnung
1	Braucht jede lange Beziehung mal einen Seitensprung?	Brigitte/Aug18.1	1	'Explizit Sexuell'
2	Tschüss Besserwisser	Brigitte/Jan18.1	1	'Anderes'
3	Der Schriftsteller, der vielleicht Elena Ferrante ist	Brigitte/Jan18.2	1	'Anderes'
4	Beim Geld setzt der Verstand aus	Brigitte/Jan18.3	1	'Anderes'
5	Leserbriefe	Brigitte/Jul18.1	1	'Anderes'
6	Alle Jungs an Bord?	Brigitte/Nov18.1	1	'Anderes'
7	Happy Hour	Brigitte/Okt18.1	1	'Anderes'
8	»Das Besondere ist, dass wir immer noch drüber reden«	Brigitte/Sep18.1	3	'Explizit Sexuell'
9	Andere Welten	Brigitte/Sep18.4	1	'Anderes'
10	Sexfilm vs. Realität: Das sind die 5 größten Porno-Lügen	Men'sHealth/Aug18.1	1	'Explizit Sexuell'
11	So gefährlich ist Shisha-Rauchen wirklich	Men'sHealth/Aug18.2	1	'Anderes'
12	Erregende Sprüche: So reden Sie eine Frau zum Orgasmus	Men'sHealth/Aug18.4	2	'Explizit Sexuell'
13	Was Frauen gefällt: Diese Dinge wollen Frauen wirklich im Bett	Men'sHealth/Dez18.1	3	'Explizit Sexuell'
14	Sex-Abenteuer: Diese 7 erotischen Abenteuer werden Männer nie vergessen	Men'sHealth/Dez18.2	2	'Explizit Sexuell'
15	Social-Fails: Diese Postings entlarven Männer als Idioten	Men'sHealth/Feb18.1	1	'Anderes'
16	So funktioniert Sex während der Periode	Men'sHealth/Jan18.1	1	'Explizit Sexuell'
17	Mehr Sex in der langen Beziehung: Wie Sie Ihr Sexleben wieder auffrischen	Men'sHealth/Jul18.1	1	'Explizit Sexuell'
18	Outdoor-Sex: Das sind die besten 10 Orte für heisse Höhepunkte im Freien	Men'sHealth/Jun18.1	1	'Explizit Sexuell'
19	Brusthaare bei Männern: So viel Brustpelz finden Frauen noch sexy	Men'sHealth/Jun18.2	1	'Explizit Sexuell'
20	Erogene Zonen: Diese geheimen Hotspots bei Frauen sollten Sie kennen	Men'sHealth/Jun18.3	1	'Explizit Sexuell'
21	Zungenspiele: Wie Sie Frauen mit Ihrer Zunge um den Verstand bringen	Men'sHealth/Mär18.1	4	'Explizit Sexuell'
22	Diese aufregenden Sexspiele sollte jeder Mann ausprobiert haben	Men'sHealth/Mär18.2	2	'Explizit Sexuell'

23	5 Trainingsprinzipien, mit denen Sie brechen können	Men'sHealth/Mär18.3	1	'Anderes'
24	Fremdgehen beichten: So gestehen Sie einen Seitensprung	Men'sHealth/Mär18.4	1	'Explizit Sexuell'
25	One-Night-Stand-Tipps: So lernen Sie Frauen für einen One-Night-Stand kennen	Men'sHealth/Nov18.1	2	'Explizit Sexuell'
26	Potenzmittel für Frauen: So steigern Sie die Sexlust Ihrer Partnerin	Men'sHealth/Nov18.2	1	'Explizit Sexuell'
27	Reife Frauen: Warum der Sex mit erfahrenen Frauen besser ist	Men'sHealth/Okt18.2	3	'Explizit Sexuell'
28	So werden Sie Ihre Erkältung schnell wieder los	Men'sHealth/Sep18.1	1	'Anderes'
29	Zurück zum Curry	Spiegel/Apr18.1	1	'Anderes'
30	Unberechenbarkeit der Liebe	Spiegel/Apr18.2	1	'Explizit Sexuell'
31	»Wir überlassen den Maschinen die Kontrolle, weil sie so grossartig sind«	Spiegel/Apr18.3	2	'Anderes'
32	Ab in die Küche!	Spiegel/Apr18.5	1	'Anderes'
33	"Europa ist futsch"	Spiegel/Aug18.1	1	'Anderes'
34	Die Macht der Heiler	Spiegel/Aug18.2	1	'Anderes'
35	Sie auch	Spiegel/Aug18.3	1	'Explizit Sexuell'
36	Für immer jung	Spiegel/Aug18.4	1	'Explizit Sexuell'
37	Nachrede	Spiegel/Dez18.1	1	'Anderes'
38	Eine Abrechnung	Spiegel/Dez18.2	1	'Anderes'
39	»Warum gehen nicht irgendwann die Alarmglocken an?«	Spiegel/Dez18.3	1	'Anderes'
40	Schutzlos	Spiegel/Dez18.4	1	'Anderes'
41	Alles im Fluss	Spiegel/Dez18.5	1	'Anderes'
42	Die Gefährtin	Spiegel/Dez18.6	1	'Anderes'
43	Gemischte Gefühle	Spiegel/Dez18.7	1	'Explizit Sexuell'
44	"Als wären wir Hostessen"	Spiegel/Feb18.1 Kopie	1	'Explizit Sexuell'
45	Göttlicher Groove	Spiegel/Feb18.2	3	'Anderes'
46	"Parsifalsche Libido"	Spiegel/Feb18.5	2	'Explizit Sexuell' 'Anderes'
47	Prinz des Lichts	Spiegel/Jan18.1	1	'Anderes'
48	Verliebt in die Märtyrer	Spiegel/Jan18.3	2	'Anderes'
49	Abrechnung mit den Raubtierjahren	Spiegel/Jan18.5	1	'Explizit Sexuell'
50	"Die Zeiten erfordern Alarmismus"	Spiegel/Jul18.1	1	'Anderes'
51	Hölle im Dschungel	Spiegel/Jul18.2	1	'Anderes'
52	überwintern in Zeiten von Trump	Spiegel/Jul18.3	1	'Anderes'
53	Dunkle Seite der Vergötterung	Spiegel/Jul18.4	1	'Anderes'
54	Mandala-Literatur	Spiegel/Jul18.5	1	'Anderes'

55	Wann ist ein Mann ein Mann?	Spiegel/Jun18.1	4	'Explizit Sexuell'
56	"Nadia zieht durch"	Spiegel/Jun18.5	1	'Anderes'
57	Die neue Welt-Unordnung	Spiegel/Jun18.6	1	'Anderes'
58	Hauptsache, unmöglich	Spiegel/Jun18.7	1	'Explizit Sexuell'
59	Die Bundesbabs	Spiegel/Mai18.1	1	'Explizit Sexuell'
60	Das wird man ja wohl noch singen dürfen	Spiegel/Mai18.2	1	'Anderes'
61	Ein deutscher Sommer	Spiegel/Mär18.1	1	'Anderes'
62	LEWIS GILBERT, 97	Spiegel/Mär18.2	1	'Explizit Sexuell'
63	Künstliches Shoppen	Spiegel/Mär18.3	1	'Anderes'
64	Eine weltberühmte Unbekannte	Spiegel/Mär18.4	1	'Explizit Sexuell'
65	Nichts Neues im Kopf?	Spiegel/Mär18.5	1	'Anderes'
66	Dr. Schönling	Spiegel/Mär18.6	1	'Explizit Sexuell'
67	Ausser Kontrolle	Spiegel/Mär18.7	1	'Anderes'
68	"Weil Mutti so schlimm war"	Spiegel/Mär18.8	1	'Explizit Sexuell'
69	Fehlender Beweis	Spiegel/Mär18.9	1	'Anderes'
70	»Dieser Mist verdirbt uns alle!«	Spiegel/Nov18.1	1	'Anderes'
71	Summen im Zickzack	Spiegel/Nov18.2	1	'Anderes'
72	In der Hölle der Corona	Spiegel/Nov18.3	1	'Anderes'
73	Die stille Wucht der Frau Merkel	Spiegel/Nov18.4	2	'Anderes'
74	Maschinen ohne Moral	Spiegel/Nov18.5	1	'Anderes'
75	Irren ist englisch	Spiegel/Nov18.6	1	'Anderes'
76	Jugend dampft	Spiegel/Nov18.7	1	'Anderes'
77	Gute Nacht, Gorilla	Spiegel/Nov18.8	1	'Anderes'
78	Mädchenhafter Liebreiz	Spiegel/Nov18.9	1	'Anderes'
79	Zitate	Spiegel/Nov18.10	1	'Anderes'
80	Fest im Griff	Spiegel/Okt18.1	1	'Anderes'
81	Flammenwerfer	Spiegel/Okt18.2	1	'Anderes'
82	JENSEITS VON EDEN	Spiegel/Okt18.3	1	'Explizit Sexuell'
83	»Der Traum, dass alle grün denken, ist nicht mein Traum«	Spiegel/Okt18.4	1	'Anderes'
84	Keine Revolution	Spiegel/Okt18.5	1	'Anderes'
85	Schmerzfrei spenden	Spiegel/Sep18.1	1	'Anderes'
86	Die Profilerin	Spiegel/Sep18.2	2	'Explizit Sexuell'
87	Im Pool von Pasadena	Spiegel/Sep18.4	2	'Explizit Sexuell'
88	»Kehrt nicht auch das Böse, wenn man es lässt, eines Tages zurück?«	Spiegel/Sep18.6	1	'Anderes'
89	Helden	Spiegel/Sep18.7	1	'Anderes'
90	Weg mit dem Zölibat	Spiegel/Sep18.8	1	'Anderes'
91	MEHR SPORT WAGEN	Stern/Apr18.1	1	'Anderes'

92	Quickie in der Krypta	Stern/Apr18.2	1	'Explizit Sexuell'	
93	WIE WERDE ICH MEINEN ALTEN LOS?	Stern/Apr18.3	1	'Anderes'	
94	Wahnsinns Beute	Stern/Aug18.1	1	'Anderes'	
95	Verführerische Kurven	Stern/Aug18.2	2	'Anderes'	
96	WIR SIND SÜCHTIG	Stern/Dez18.1	2	'Anderes'	
97	Klein, aber tückisch	Stern/Dez18.3	1	'Anderes'	
98	LIEBE LESERINNEN UND LESER	Stern/Feb18.1	1	'Anderes'	
99	LIEBE LESERINNEN UND LESER	Stern/Feb18.2	1	'Anderes'	
100	Mein Körper	Stern/Feb18.3	2	'Explizit Sexuell'	
101	LIEBE LESERINNEN UND LESER	Stern/Feb18.4	1	'Anderes'	
102	Vom Thron gestossen	Stern/Jan.18.2	2	'Explizit Sexuell'	
103	DIE ROBOTER KOMMEN	Stern/Jan18.3	1	'Anderes'	
104	Herr Wu packt aus	Stern/Jul18.1	1	'Anderes'	
105	Für immer jetzt	Stern/Jul18.2	1	'Explizit Sexuell'	
106	"EIN PEGIDA-VERSTEHER? DAS WEISE ICH WEIT VON MIR"	Stern/Jul18.3	1	'Anderes'	
107	"Trump verachtet Schwächlinge"	Stern/Jul18.4	1	'Anderes'	
108	"DAS FÜHRT ZU NICHTS GUTEM"	Stern/Jul18.5	1	'Anderes'	
109	"Was passiert, wenn Maschinen intelligenter werden als wir selbst?"	Stern/Jun18.1	1	'Anderes'	
110	DIE HÜLLE DES LEBENS	Stern/Jun18.2	1	'Anderes'	
111	LIEBER UNGEMÜTLICH	Stern/Mai18.1	1	'Anderes'	
112	Bömmel-Pop	Stern/Mär18.1	1	'Anderes'	
113	DIE WAHRHEIT ...	Stern/Nov18.1	1	'Anderes'	
114	DIE SIEBEN CHANCEN AUF REICHTUM	Stern/Nov18.2	1	'Anderes'	
115	Mein schwarzer Freitag	Stern/Nov18.3	1	'Anderes'	
116	IN HELD WIRD 50	Stern/Okt18.1	1	'Explizit Sexuell'	
117	DAS REICHT FÜR VIELE KEHLEN	Stern/Okt18.2	1	'Anderes'	
118	BUCH	Stern/Sep18.1	1	'Explizit Sexuell'	
119	"HÖRT AUF, ÜBER TERRORISMUS ZU REDEN"	Stern/Sep18.2	1	'Anderes'	
Gesamt		Artikel:	Treffer	'Explizit Sexuell':	'Anderes':
		119	147	40	80

11.2 Kollokationen

Die 10 ranghöchsten Kollokationen des „Verführ-“Wortstamms (5 Wörter davor, 5 Wörter danach – Rang nach Frequenz):

Rang	Alle Texte		'Explizit Sexuell'		'Anderes'	
	Wort	Frequenz	Wort	Frequenz	Wort	Frequenz
1	und	41	sie	21	und	26
2	die	38	die	18	zu	22
3	der	38	der	18	die	22
4	sie	35	und	15	der	20
5	zu	31	werden	9	ist	17
6	von	23	von	9	von	15
7	ist	19	frauen	9	sie	14
8	sich	17	zum	9	sich	11
9	das	17	es	8	das	10
10	zum	16	als	8	er	9

Kollokationen der Geschlechtszuschreibungen im „Verführ-“Wortstamm (5 Wörter davor, 5 Wörter danach – Rang nach Frequenz):

Wort	'Explizit Sexuell'		'Anderes'		Alle Texte	
	Rang	Frequenz	Rang	Frequenz	Rang	Frequenz
Frauen	8	9	347	1	23	10
Frau	22	5	-	-	51	5
Mann	43	3	-	-	88	3
Männer	183	1	87	2	89	3

11.3 Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift