GENDER
OPEN
REPOSITORIUM

Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag: utopisches Glücksversprechen oder emotionale Manipulation?

Mangione, Vanessa

2014

https://doi.org/10.25595/2650

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mangione, Vanessa: *Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag: utopisches Glücksversprechen oder emotionale Manipulation?*, in: Gender : Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, Jg. 6 (2014) Nr: 2, 39–53. DOI: https://doi.org/10.25595/2650.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: https://doi.org/10.3224/gender.v6i2.18124

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Vanessa Mangione

Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag: utopisches Glücksversprechen oder emotionale Manipulation?

Zusammenfassung

Der Beitrag befasst sich mit der Eventisierung und öffentlichen Inszenierung von Heiratsanträgen und den dort ausgespielten Machtverhältnissen der Geschlechter. Durch den Kapitalismus und die damit verbundene Veränderung des europäischen Konzepts der romantischen Liebe sowie die heutige Instabilität von Partnerbeziehungen entwickelte sich der öffentlich inszenierte Heiratsantrag. Anhand von vier populären Anträgen im Internet wird gezeigt, dass diese Art des Antrags das traditionelle Rollenmuster von Mann und Frau verstärkt.

Schlüsselwörter
Heiratsantrag, Romantik, Gender, Macht, Eventisierung, Inszenierung

Summary

The publicly enacted marriage proposal: romantic utopia or emotional manipulation?

This article deals with the popularity of publicly staged and enacted marriage proposals and the power relations between the sexes that they imply. It is argued that the instability of relationships and the emphasis on romantic love is a direct result of capitalism and the reason for the "eventization" of the proposal. Further, based on four example video clips, it will be demonstrated that this kind of proposal demands and emphasizes the traditional definition of gender roles and even poses a threat to women.

Keywords
marriage proposal, romantic, gender, power relations, spectacularization, staging

Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag ist ein immer beliebter werdendes Repräsentationsphänomen. Ein ursprünglich intimer Akt findet nun als Schauspiel in der Öffentlichkeit statt. Vor allem diese Inszenierung und der damit verbundene „romantische" Liebesbeweis des Mannes scheint heutzutage ProtagonistInnen und Publikum zu begeistern. In diesem Kontext ist der Begriff „romantisch" nicht klar definiert und bedeutet, wie im Folgenden diskutiert wird, im Rahmen der traditionellen Geschlechterrollen etwas jeweils Verschiedenes: Für den Mann kann er ein Mittel zur Selbstdarstellung sein, für die Frau birgt er die Gefahr der emotionalen Erpressung.

Eine einheitliche Definition des Begriffs der *romantischen Liebe* zu finden, ist fast unmöglich. Konsens liegt jedoch darauf, dass jeglicher Versuch über die Kulturepoche der europäischen Romantik laufen muss. KünstlerInnen im 18. und 19. Jahrhundert kritisierten, dass rationales Denken und passionierte Empfindungen als zwei nicht zu vereinbare Zustände diskutiert wurden. Diese Spaltung versuchten die romantischen KünstlerInnen in und durch ihre Werke zu überbrücken und aus einer gespaltenen eine heile Welt zu schaffen. Um dies zu erreichen, benutzten KomponistInnen, MalerInnen und DichterInnen Märchen und Mythen als Anregung und Inspiration für ihre Geschichten, in denen sie romantische Liebe und rationales Denken verbanden. Die KünstlerInnen kritisierten damit auch die sogenannte Konvenienzehe (eine Ehe basierend auf

Vernunft) und setzten sich stattdessen für die Liebesehe ein.[1] Wenn man heutzutage von Romantik oder romantischer Liebe spricht, so beinhalten diese Begriffe das Idyll der romantischen Kulturepoche. Eine romantische Geste scheint daher etwas Märchen- und Sagenhaftes zu sein, das heutzutage Ratio und Passion allerdings nicht mehr verbindet, sondern die romantische Liebe idealisiert und die Realität verklärt.[2]

Während moderne Beziehungen sowie die gegenwärtigen Konzepte von Liebe und Ehe bereits Fokus vieler wissenschaftlicher Studien sind (vgl. u. a. Luhmann: 1994; Illouz: 1997; Bauman: 2003), wurde das neue Kulturphänomen des öffentlich inszenierten Heiratsantrags bisher noch nicht wissenschaftlich untersucht. Daher hat dieser Beitrag das Anliegen, ein neues Forschungsfeld zu öffnen und sich explorativ dem öffentlich inszenierten Heiratsantrag zu nähern. Dies geschieht in zwei Teilen: Im ersten Teil wird der Frage nach der Definition und Funktion von Romantik nachgegangen und dargestellt, wie die moderne Konsumgesellschaft Romantik und hier insbesondere den Heiratsantrag zu einem Spektakel[3] werden lässt. Der zweite Teil widmet sich vier verschiedenen Online-Erscheinungsformen dieser Antragsform. Ausgewählt wurden vier Videoclips mit heterosexuellen Paaren, die sich bis auf einen einer hohen Beliebtheit bei Internet-NutzerInnen erfreuen.[4] Der erste Clip zeigt einen erfolgreichen, privat inszenierten Antrag. Der zweite Clip präsentiert einen gescheiterten Versuch auf einem Basketballplatz. Der dritte Antrag ist zweigeteilt: Zunächst gibt es ein dystopisches Szenario, dem ein positives Ende folgt. Und die vierte Präsentation ist einer der beliebtesten, meist kommentierten, professionell und öffentlich inszenierten Anträge samt Trauung.

Da zu diesem Thema noch keine Studien vorliegen, wird zur Analyse Material aus dem Internet mit herangezogen. Der öffentlich inszenierte Antrag ist ein beliebtes virtuelles Spektakel, vorwiegend wird er sogar für den Online-Auftritt gefilmt oder gar produziert. Mit dem Smartphone dokumentiert, wird er zeitnah ins Internet gestellt. Bisweilen schaffen es ausgewählte Anträge auch in die Nachrichten oder auf die Websites einiger Nachrichtenstationen (BBC; CNN; ABC). Das Internet wird also zum Verbreitungsmedium und zur Diskussionsplattform der modifizierten sozialen Praktik des Heiratsantrags.

Wie man(n) einen romantischen Antrag gestalten kann, erklären unzählige Websites. Die Website *weddix: Alles für Ihre Hochzeit*, die sich unter anderem auf Heirats-

1 Für ausführliche Diskussionen über das Liebeskonzept in der romantischen Epoche siehe u. a. McFarland: 1996; Beaty: 1971; McGann: 1985.

2 Für den Einfluss des romantischen Liebeskonzepts auf das moderne Konzept von romantischer Liebe siehe Luhmann: 1994; Tyrell: 1987.

3 Hierbei verwende ich den Begriff Spektakel, wie er im Oxford English Dictionary definiert wird. Als „1. a. A specially prepared or arranged display of a more or less public nature (esp. one on a large scale), forming an impressive or interesting show or entertainment for those viewing it." Und weiter: "2. A person or thing exhibited to, or set before, the public gaze as an object either (a) of curiosity or contempt, or (b) of marvel or admiration", Zugriff am 2. Mai 2014 unter http://han.sub.uni-goettingen.de/han/OxfordEnglishDictionary/www.oed.com/view/Entry/186057?rskey=v0q74N&result=1&isAdvanced=false.

4 Ich konzentriere mich hier auf die heterosexuelle Paarbeziehung, da ich unter anderem die Machtverhältnisse zwischen Männern und Frauen während des öffentlich inszenierten Antrags analysieren möchte. Interessanterweise sind viele gleichgeschlechtliche Anträge auf Youtube.com zu finden, während es nur sehr wenige gibt, bei denen Frauen Männern einen Antrag machen.

anträge spezialisiert hat, empfiehlt für einen erfolgreichen Antrag, diesen unvergesslich und romantisch zu gestalten. Dafür schlägt *weddix* unter der Überschrift „Unvergessliche Heiratsanträge" verschiedene Vorgehensweisen vor. Die ersten beiden Vorschläge lauten:

„Für alle Welt
Wer gleich aller Welt von seiner Liebe berichten will, spannt ein Bettlaken mit der bewussten Frage über die Haustür des Wunsch-Ehepartners. Oder er lässt einen Heissluftballon über ihrer (bzw. seiner) Wohnung schweben. Ein Bündel gasgefüllter Luftballons ist allerdings genauso geeignet und leichter zu organisieren – beispielsweise im weddix-Shop. Natürlich mit einer passenden Aufschrift, wie z. B.: ‚Gemeinsam in den siebten Himmel?', versehen. Ein Inserat in der Tageszeitung oder im Lieblings-Web-Portal des Partners wird sicher auch liebend gern mit einem ‚Ja' beantwortet werden. Solche Anträge sind gerade deshalb schön, weil sich Freunde, Verwandte und Bekannte mitfreuen dürfen.

‚Plakat frei' – im Mittelpunkt der Öffentlichkeit
Stellen Sie sich vor, Sie gehen morgens in die Arbeit und sehen direkt an Ihrem Weg ein überlebensgroßes Plakat von Ihrem Schatz, das Sie bittet: Heirate mich!
Sagen Sie es öffentlich und stellen Sie Ihrer Liebsten/Ihrem Liebsten die entscheidende Frage auf einem selbst gestalteten Plakat in Ihrer Stadt. Solche Plakatflächen sind nicht nur für große Werbekampagnen buchbar, sondern werden auch einzeln an Privatpersonen vermietet!"
(„Unvergessliche Heiratsanträge" o. J.)

Zwei Dinge sind in dieser Werbung besonders auffällig:

a) Es wird empfohlen, den Heiratsantrag öffentlich zu inszenieren (für alle Welt, im Mittelpunkt der Öffentlichkeit).
b) Verschiedene Konsumgüter scheinen für einen erfolgreichen und romantischen Antrag erforderlich/unausweichlich zu sein und sind sofort im *weddix*-Shop erhältlich.

Auch wenn es bei der Ausführung des Antrags zahlreiche Variationen gibt, lautet die wichtigste Empfehlung, ihn „unvergesslich" zu gestalten. Um dies zu erreichen, braucht man ZeugInnen, vor denen der Mann seine Liebe zur Frau beweisen kann. Dieser unvergessliche Liebesbeweis soll durch eine besonders ausgefallene und romantische Ausführung erreicht werden können.[5] Der Heiratsantrag ist längst zu einem Spektakel geworden, der durch seine Überspitzung als Ausdruck eines Glücksversprechens verstanden wird. Der traditionelle Grund und die Funktion des Antrags – Absicht und Wunsch, den Rest des Lebens mit einem bestimmten Menschen zu verbringen – werden überwiegend durch die Inszenierung und das daraus entstehende Spektakel in den Hintergrund gedrängt.

5 Diese Absicht ist auch auf den zahlreichen Websites zu erkennen, die sich mit dem Heiratsantrag beschäftigen und als Ratgeber fungieren. Sie betonen alle, dass ein erfolgreicher Antrag unvergesslich sein muss. Siehe z. B. www.merkur-online.de/service/heiraten/service/heiratsantrag-besten-tipps-schoensten-ideen-mm-1078591.html; www.paradisi.de/Freizeit_und_Erholung/Liebe_und_ Partnerschaft/Heiratsantrag/; www.menshealth.de/love/partnerschaft/der-richtige-heiratsantrag.13534.htm.

Den Antrag öffentlich zu gestalten und zu inszenieren, ist vor allem in den USA zu einer beliebten Mode geworden. Dort werden Anträge häufig in Sportstadien, Einkaufshäusern und in TV-Shows vollzogen, gefilmt und anschließend ins Internet, vorzugsweise auf die Plattform *Youtube*, gestellt. Wie nicht zuletzt Hollywood nahelegt, ist eine der ersten Fragen nach Verkündung der Verlobung oft: „Und? Wie hat er dich gefragt?" Nicht nur ist diese Frage geschlechtsspezifisch („Wie hat *er* dich gefragt?"), auch der Akt selbst dient als ein gutes Beispiel für die Performativität von Gender, da er das klassische Verständnis von Geschlechterrollen fordert und bestätigt. So erklärt Judith Butler, „performativity is not a singular act, but a repetition and a ritual, which achieves its effects through its naturalization in the context of the body, understood, in part, as a culturally sustained temporal duration" (Butler 1999: Preface xv). Folglich taucht die Frage „*Wer* hat *wen* gefragt?" nicht auf. Das traditionelle, westliche Gesellschaftsverständnis erwartet, dass der Mann bei dem Ritual des Heiratsantrags die Frage an die Frau richtet.

Dieses Verständnis wird bei der Frage nach dem *Wie* nicht reflektiert. Die interessierten Fragenden erwarten die Narration eines raffiniert ausgearbeiteten und äußerst romantischen Antrags. In tausenden von Fällen kann sich die/der Interessierte die Frage durch einen einzigen Klick bei *Youtube* selbst beantworten, genauso sprechen digitale Fotoalben bei *Facebook* für sich selbst. Dabei scheint die Öffentlichkeit und Inszenierung eines eigentlich intimen Moments ausdrücklich gewollt zu sein, wie derzeit 669 000 Clips unter der Suchmaske *romantic proposals* bei *Youtube* nahelegen. Von dort aus verbreiten sie sich in die Welt; die selbst gefilmten Clips werden von Millionen von Menschen gesehen und meist positiv kommentiert. Hier wird vor allem immer wieder hervorgehoben, wie romantisch solch ein Antrag ist. Diese öffentliche Ausrichtung der sozialen Praktik wird auch in europäischen Ländern immer öfter übernommen und, wie das Zitat von *weddix* andeutet, von hochzeitsausrichtenden Online-Ratgebern empfohlen.

1 Konsum der Romantik

Romantische Liebe ist eine idealisierte Form der Liebe. Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann definiert in seinem Werk *Liebe als Passion* Liebe als ein „symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium" (Luhmann 1994: 9). Er versteht Liebe nicht als Emotion, sondern als einen Kommunikationscode, der intime Beziehungen bildet. Dieser Code unterliege verschiedenen Bedeutungswandlungen, die „auf ihre jeweilige Gesellschaft und auf deren Veränderungstrends reagieren" (Luhmann 1994: 24). So sei das Konzept von Liebe über die Jahrhunderte hinweg immer wieder neu bedingt worden. Die romantische Liebe sei ein modernes Konzept und Produkt der Aufklärung, in welcher soziale Beziehungen neu definiert wurden. Dieses neue Konzept der Liebe unterscheide sich vor allem in seiner Beziehung zur Ehe von den vorherigen. Während die höfische Liebe (*passion amour*) sich außerhalb ehelicher Beziehungen vollzog/abspielte, verlangte das neue romantische Konzept Liebe als Basis für die Ehe.

Eva Illouz greift Luhmanns Verständnis von einem Liebescode auf, der auf gesellschaftliche Veränderungen reagiert, und beginnt ihre Untersuchung der romantischen Liebe dort, wo Luhmanns endet: im beginnenden, vom Kapitalismus regulierten

20. Jahrhundert. Sie diskutiert in *Consuming the Romantic Utopia* (1997), dass durch den Kapitalismus und die sich schnell verbreitende Konsumgesellschaft Idee und Funktion von Liebe verändert wurden. Längst gebe es einen Zusammenhang zwischen Liebe und Marktwirtschaft. Illouz erklärt, dass dieser Zusammengang durch die Kraft von Kultur entstehe, Emotionen zu konstruieren, zu interpretieren oder – nach Luhmann – zu codieren und deren Funktionen zu beeinflussen (Illouz 1997: 1ff.)[6]. Romantische Liebe, so Illouz, wurde mit dem Aufkommen des Kapitalismus und der Konsumkultur mehr und mehr zu einer Ware, die konsumiert werden kann. Illouz spricht hier von zwei zusammenhängenden Prozessen: „the romantification of commodities und „the commodification of romance". Ersteres bezieht sich auf „the way in which commodities acquired a romantic aura in early twentieth-century movies and advertising imagery" (Illouz 1997: 26). Zweiteres beschreibt „the ways in which romantic practices increasingly interlocked with and became defined as the consumption of leisure goods and leisure technologies offered by the nascent mass market" (Illouz 1997: 26). Zu Beginn des 20. Jahrhundert kam es zu einer zunehmenden Idealisierung von Liebe und Paarbeziehungen. Illouz schreibt dies der dominanten Darstellung von romantischer Liebe in den Massenmedien zu, wie Romanen, Magazinen, Werbung und populären Liedern. Sie erklärt, dass vor allem Hollywood zu einer „economic and cultural arena" (Illouz 1997: 51) wurde, die das Bild der idealisierten romantischen Liebe in der westlichen Welt bestimmte. „Mass culture did not create the ideal of romance, nor did it inspire it in the actors of the period. What it did do, however, was transform the old romantic ideal into a 'visual utopia' that combined elements of the 'American dream' (of affluence and self-reliance) with romantic fantasy" (Illouz 1997: 31).

Dieses Konzept der romantischen Liebe sowie dessen Visualisierung dominieren auch heute noch. Illouz sieht den Grund dafür darin, dass die Menschen versuchen, aus einer Welt, die von Bürokratie und Technologie beherrscht wird, auszubrechen; es wird nach einem „romantic utopia" (Illouz 1997: 26) gesucht. Um dem Leben einen romantischen Glanz zu geben, werden bestimmte Waren und Dienstleistungen, denen eine sakralische (romantische) Aura zugewiesen wurde, aktiv konsumiert (z. B. rote Rosen, Pralinen, Champagner). Als Konsequenz sieht sie, dass, „the romantification of commodities" und „the commodification of romance" heutzutage Hand in Hand gehen (Illouz 1997: 25ff.). Demnach ist die romantische Liebe zu einem käuflichen Produkt geworden, das ein utopisches Liebesbild bietet.

Durch gesellschaftliche Veränderungen wird nicht nur der Code Liebe verändert, sondern er hat auch direkte Einwirkungen auf Intimbeziehungen. In *Die Flüchtige Moderne* (2003) diskutiert Zygmunt Bauman, dass wir in einer unbeständigen Zeit leben, in der es keine Ordnung, stabilen Gesellschaftsformen und soliden Institutionen gebe. Er beschreibt die flüchtige Moderne als einen ständigen Prozess der Relationierung und Anordnung von Bedürfnissen und Beziehungen, in denen Stabilität nicht erreicht werden kann. In Bezug auf den Liebescode oder das Konzept von Liebe sieht Bauman ebenfalls einen Zusammenhang zwischen diesem sowie Kapitalismus und Konsumver-

6 Illouz bezieht sich hier auf Clifford Geertz's Definition von Kultur als „historically transmitted pattern of meanings embodied in symbols, a system of inherited conceptions expressed in symbolic forms by means of which men […] communicate, perpetuate, and develop their knowledge about and attitudes toward life" (Geertz, zitiert nach Illouz 1997: 5).

halten. Moderne Beziehungen seien ein Ausdruck der „Kommodifizierung und Konsumifizierung im Bereich menschlicher Partnerschaften“ (Bauman 2003: 108). „Die ganze Welt, einschließlich anderer Menschen“, werde zu „einem Container voller Wegwerfobjekte, zum einmaligen Gebrauch bestimmt“ (Bauman 2003: 191). Bei Intimität ginge es heutzutage darum:

> „Befriedigung von einem gebrauchsfertigen Produkt [Partner/in] zu erlangen; entspricht das Vergnügen nicht den Erwartungen und Versprechungen des Beipackzettels oder schwindet der Spaß mit der Zeit, kann man sich auf den Verbraucherschutz berufen und die Scheidung einreichen. Es gibt keinen Grund, sich weiter mit einem minderwertigen oder veralteten Produkt abzugeben, statt in den Regalen nach einer ‚neuen und verbesserten' Version Ausschau zu halten." (Bauman 2003: 93)

Durch den neuen, durch Kapitalismus beeinflussten Code der Liebe muss die Flüchtigkeit von Beziehungen, das Wissen um die Zerbrechlichkeit und Austauschbarkeit, überwunden werden. Hierbei spielt der Liebesbeweis eine wichtige Rolle, der utensilisiert wird „to affirm [...] the choice of a mate“ (Illouz 1997: 8). Dieser Liebesbeweis „reaffirms the supremacy of the individual“ (Illouz 1997: 10). Einer dieser Liebesbeweise ist der öffentlich inszenierte und übersteigert romantische Heiratsantrag. In der Öffentlichkeit fungiert er als Bestätigung der Ernsthaftigkeit und Aufrichtigkeit von Gefühlen und soll Vertrauen in deren Beständigkeit verleihen. Er dient als Beweis der Liebe und ist zum Sinnbild eines utopischen Glücksversprechens geworden. Gleichzeitig hebt er den Partner aus der Anonymität der Masse heraus und dient als Subjektbestätigung. Illouz erklärt: „contemporary romantic love remains deeply entrenched in the tradition affirming the disorderly individual against the well-regulated group“ (Illouz 1997: 10). Der Angst vor der Verfremdung wird ein stark individualisiertes Spektakel durch den öffentlich inszenierten Heiratsantrag entgegengestellt.

Phillip Vannini hat sich mit dem Heiratsantrag in der heutigen Zeit beschäftigt. In seinem Artikel „Will You Marry Me? Spectacle and Consumption in the Ritual of Marriage Proposals“ (Vannini 2004) bespricht er den Einfluss der modernen Konsumgesellschaft auf den Heiratsantrag am Beispiel von Heiratsantrag-Erzählungen aus dem Internet, die er als repräsentativ versteht (Vannini 2004: 170). Auch er argumentiert, dass Beziehungen stark von der Konsumkultur beeinflusst werden und deren Regulierung sich auf zwischenmenschliche Beziehungen übertragen ließe. Wie der Titel schon verrät, versteht Vannini den Heiratsantrag als ein symbolisches Ritual. Dieses Ritual werde von sozialen AgentInnen, die sozial akzeptierte Rollen annehmen, aufgeführt. Hierbei verweist er auf Erving Goffmans Werk *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Goffman vertritt die Meinung, dass soziale Interaktionen auf einer dramaturgischen Basis beruhen und die Konstruktion des Ichs theaterähnliche Strategien verfolge. „Social actors enact their performances to mange and provide their audiences with impressions that meet the desired goals of the actor“ (Goffman, zitiert nach Vannini 2004: 174). Vannini greift diesen Ansatz auf: „Goffman argues that individuals are social actors concerned with the modes of self-presentation they choose to employ, and their meaning in the broader social context“ (Vannini 2004: 174). Folglich verstehen Goffman und Vannini soziale Interaktionen als eine Aufführung (Vannini 2004: 174). Die Idee der dramaturgischen Identitätsbestimmung weiter verfolgend, argumentiert Vannini, dass der Heiratsantrag wie ein Theaterstück aufgebaut sei, das unabhängig

davon, ob es öffentlich oder privat sattfinde, ein „special event" darstelle (Vannini 2004: 177).

Um die Öffentlichkeitsform des Antrags zu erklären, bezieht Vannini sich auf Guy Debords *The Society of the Spectacle,* in dem Debord diskutiert, dass durch den sich noch immer ausbreitenden und verstärkenden Kapitalismus „pseudoneeds" in Konsumgesellschaften kreiert werden und „such consumption needs to be spectacular in order to court and seduce the consumer" (Debord, zitiert nach Vannini 2004: 175). Durch die enge Verbindung von Liebe und Paarbeziehungen auf der einen und die Logik des Kapitalismus auf der anderen Seite werden diese Regulatoren auf den Heiratsantrag übertragen. Um Liebe konsumieren zu können oder zu wollen, muss sie spektakulär sein, oder – wie im Falle des Heiratsantrags – spektakulär präsentiert werden, um die KonsumentInnen zu umwerben und zu verführen.

Vannini widmet sich auch dem Aufbau des öffentlich inszenierten Antrags und erkennt eine gewisse Regelmäßigkeit innerhalb der „components [that] constitute each [marriage proposal] narrative" (Vannini 2004: 173), zum Beispiel den häufigen Begriff „popping the question".

„The word 'popping', often used in this context, evokes the idea of a sharp sound, a blast, a loud surprise. Such surprise is far from being limited to the members of the couple. The loud surprise is often a show, a spectacle staged for the amusement of an audience. Members of such an audience may include uninvolved bystanders such as those who walk by a gigantic city square billboard featuring the image of a man asking for his girlfriend's hand, and audience members who play a confederate role or be acquaintances of the couple." (Vannini 2004: 174)

Bei dieser Beschreibung werden die wesentlichen Komponenten des „neuen" Antrags genannt. Als Show benötigt er eine bestimmte Kulisse, die immer häufiger in der Öffentlichkeit (Sportstadien, TV-Shows, Einkaufszentren, Restaurants, Vergnügungsparks …) angesiedelt ist, einen Schock- und Überraschungseffekt sowie ein Publikum. Auch dürfen bestimmte Güter, die mit einem Heiratsantrag in Verbindung gebracht werden (rote Rosen, Champagner, ein Diamantring), nicht fehlen. Sich auf Goffman beziehend, ergänzt Vannini den Begriff „front", „that part of the individual's performance which regularly functions in a general and fixed fashion to define the situation for those who observe the performance" (Goffman, zitiert nach Vannini 2004: 174). Diese „front" erscheint/tritt auf in einer bestimmten Umgebung oder Kulisse, wie bereits oben genannt, und präsentiert sich „[in a certain] 'manner' in which the role should be played" (Vannini 2004: 180). Die Rolle, die ein Mann bei einem Heiratsantrag spielen soll, ist klar definiert: „the man should present a 'sensitive' front, a front that reveals his romantic and emotionally expressive side" (Vannini 2004: 180).[7] Leider beschränkt Vannini sich in seiner Untersuchung auf die Struktur des neuen Heiratsantragrituals und berücksichtigt nicht die Risiken, z. B. emotionale Erpressung, die diese öffentliche Inszenierung für eine Frau birgt. Ein weiteres Problem verbirgt sich bereits in der Frage: „Willst du *meine* Frau werden?" Dieser Sprechakt stilisiert die Frau nicht nur zu einem Besitzobjekt, sondern demonstriert, dass davon ausgegangen wird, dass ein Mann eine Frau besitzen kann. Gleichzeitig verweist er auf den Narzissmus des Fragestellers, der annimmt, dass eine Frau nicht nur besessen

7 Auch Vannini geht von einer geschlechterspezifischen Rollenverteilung aus, bei der der Mann bzw. der männliche Part der Antragsteller ist.

werden kann, sondern besessen werden will. Obwohl die englische Formulierung „Will you marry me?“ diesen Besitzanspruch und männlichen Narzissmus nicht in dem Maße widerspiegelt, wie es die deutsche tut, zeigt die folgende Analyse, dass beides in dieser Form des Aktes enthalten ist.

2 Vier Beispiele des öffentlich inszenierten Heiratsantrags

2.1 Isaac und Amy

Einer der beliebtesten und oft zitierten Anträge ist der von Isaac und Amy. Der Clip beginnt mit einer Einleitung: „On Wednesday, May 23, 2012, I told my girlfriend, Amy, to meet me at my parents' house. When she arrived I had stationed my brother to sit her on the back of a Honda CRV with some headphones on. He ‚wanted to play her a song'“ (Lamb 2012).[8]

Danach sieht man, wie vor Amy immer mehr FreundInnen und Familienmitglieder auftauchen, die zu Bruno Mars' Lied „Marry You“ ihre Lippen bewegen sowie kleine Performances und Tänze aufführen, bis sich am Ende insgesamt 60 Leute vor Amy, die noch immer im offenen Kofferraum, nach hinten guckend, sitzt, zusammengefunden haben, einschließlich einer Marschkapelle und Amys Familie, die dank Skype auf verschiedenen Laptops anwesend sein kann. Am Ende bleibt das Auto stehen, die Menge teilt sich und zeigt Isaac, der auf Amy zu und vor ihr auf ein Knie geht, ihr den Antrag stellt und Amy den Antrag annimmt.

Die Perspektive des gefilmten Antrags ähnelt Amys Sicht, da die Kamera sich hinter ihr befindet. Dadurch wird eines sehr deutlich: der beengende Raum, in dem sie sich befindet. Gleichzeitig wird sie bedrängt. Während FreundInnen und Verwandte sich frei im Raum bewegen und immer wieder auf die im Kofferraum sitzende Amy zugehen, werden klare Achsen gebildet. Als Gemeinschaft, die aus Amys Vertrauten besteht, kommen sie geschlossen auf sie zu und verkünden so, drängend und beengend, das gemeinschaftliche Verlangen nach einer Annahme des Antrags.

Am 29. Mai 2012, vier Tage nach dem Event, wurde dieser Antrag nicht nur bereits 5 Millionen Mal aufgerufen, sondern schaffte es sogar ins Fernsehen. Amy und Isaac wurden in die *Today Show*, eine der bekanntesten und beliebtesten Morgensendungen der USA, eingeladen. Dort wurde Isaacs Antrag als einer der „most creative marriage proposals [you] have ever seen“ („Fiancee ‚floored'“ 2012) deklariert und ging in die Geschichte des öffentlich inszenierten Antrags als „first lib-dup proposal“ ein. Die erste Frage, die die Moderatorin Isaac stellt, ist: „First off, Isaac, do you want to apologize to all men now waiting because they've got to now propose to their girls like this?“ („Fiancee ‚floored'“ 2012). Als nach dem Grund der „big production“ gefragt wird, antwortete Isaac: „I just felt like she deserved something like this“ („Fiancee ‚floored'“ 2012).

8 Bei diesem Lied handelt es sich um Bruno Mars' „Marry You“, das, so scheint es, mittlerweile zur inoffiziellen Hymne des inszenierten Heiratsantrags geworden ist, da es in unzähligen Clips als begleitende Musik gespielt wird.

Diese Kommentare weisen auf zwei verschiedene Aspekte hin. Erstens impliziert die Moderatorin, dass es einen Konkurrenzkampf gäbe, in dem die Antragsteller, hier vergeschlechtlicht als „Männer", um die beste, romantischste und kreativste Idee, einen Antrag zu stellen, wetteifern. Dass der Antrag besonders spektakulär und aufwendig ausgearbeitet sein muss, wird dadurch bestätigt. Die Moderatorin mutmaßt, dass „all men" – zumindest diejenigen, die in nächster Zeit vorhaben, sich ihrer Liebsten zu erklären, einen Vergleich mit Isaacs Produktion nicht bestehen könnten. Die Äußerung lässt auch vermuten, dass es bei dem Heiratsantrag nicht mehr nur um die Verbalisierung der Absicht und den Wunsch geht, den Rest des Lebens mit einem bestimmten Menschen zu verbringen. Der Sprechakt selbst, obwohl Teil des Antrags, rückt in den Hintergrund; vordergründig geht es um das Spektakel, das keine weiteren Erklärungen benötigt. Zweitens bestätigt Isaac die Funktion des spektakulären Antrags als Subjektbestätigung; Amy hat diese Inszenierung *verdient* und durch den Antrag kann er ihr gleichzeitig seine Liebe beweisen. Durch diese Art der Inszenierung wird *Liebe* messbar gemacht, verschiedene Anträge können verglichen und so gegeneinander aufgewertet werden. Die Art des Antrags lässt Rückschlüsse auf die Intensität und Beständigkeit der Liebe zu. Liebt ein Mann seine Partnerin weniger, wenn er ihr beim gemeinsamen Abendessen die Frage ohne Publikum stellt?

Während es die Absicht des Antrags ist, die Liebe des Mannes zu seiner Partnerin auszudrücken sowie sie und seine Liebe in den Mittelpunkt zu stellen, wird der Blick durch die Inszenierung von ihnen (Liebe und Frau) genommen. Obwohl die Bestätigung des Gegenübers, wie Illouz überzeugend diskutiert, ein wichtiger Teil des modernen Romantikverständnisses ist, zeigt sich hier ein Paradox, das sich nicht auflösen lässt. Denn anstatt Liebe und Partnerin zu bestätigen, bestätigt ein Mann sich durch die Inszenierung nur selbst. Er beweist ihr durch die Geste nicht, wie wichtig sie ihm ist, sondern wie toll er ist.

Dass es zu einer Verlagerung der Intention kommt, zeigt der weitere Verlauf des Interviews. Wenige Tage nach dem Einstellen des Clips ins Internet erreichten das Paar Glückwünsche aus der ganzen Welt. Bezeichnenderweise beglückwünschten die Kommentare Isaac zu seiner romantischen Ader und Amy, dass sie einen so großartigen Verlobten hat. Auch der Sänger des verwendeten Liedes, Bruno Mars, meldete sich. Am 25. Mai drückte er seine Glückwünsche via Twitter aus: „Congrats to Isaac Lamb and the future Mrs.. I don't think I could've made a better music video for this song. Thank you" („Fiancee ‚floored'" 2012). Ein Gruß, der Amy keine eigene Identität zuspricht, sondern sie nur über ihren Status als Isaacs zukünftige Ehefrau definiert. Als Curry Isaac auf Mars' Nachricht ansprach, antwortete dieser: „That was the most exciting moment I think, for me, I mean, Bruno Mars liked the video!" („Fiancee ‚floored'" 2012). Durch diese Aussage bekundet Isaac, dass die öffentliche Aufmerksamkeit, besonders von Berühmtheiten, für ihn wertvoller ist als das Ja seiner Partnerin.

2.2 Der abgelehnte Antrag

Eine besonders beliebte Form des öffentlichen Heiratsantrags in den USA ist die Halbzeit während eines Sportevents. In der Mitte des Feldes und oft vor tausenden von Zuschauern geht der Mann vor der Frau auf die Knie und bittet sie um ihre Hand. Das

Risiko: Bei einer negativen Antwort wird der Werber in aller Öffentlichkeit gedemütigt. Wenn der Antrag aber erfolgreich ist, erwartet den dann Verlobten eine doppelte Belohnung; nicht nur hat er der Welt bestätigen können, wie romantisch er ist, sondern er wird sofort bejubelt. Hunderte oder sogar tausende von Fremden erklären ihn zum Gewinner. Dies kann sogar als eine Imitation des Spielers, der das Spiel gewonnen hat, verstanden werden. Aber nicht alle öffentlichen Anträge sind auch erfolgreich. Neben den „romantic marriage proposal"-Clips, gibt es einige, die erfolglose Anträge festhalten. Unter dem Titel „Top 5 Marriage Proposal Fails", der über 5 Millionen Klicks hat, wurden die „most embarrassing"-Ablehnungen zusammengefasst. Gleich der erste gescheiterte Antrag ist ein gutes Beispiel, um die Gefahren, die mit einem solchen öffentlichen Antrag verbunden sind, zu diskutieren.

Der Clip präsentiert einen Heiratsantrag auf dem Spielfeld eines Basketballspiels während der Halbzeit. Zwei Kommentatoren (K1 und Jerry) begleiten den Ablauf des plötzlichen Antrags. K1: „There is a little marriage proposal going on mid court right now, Jerry". Die Kamera zoomt aufs Spielfeld. Dort kniet ein Mann vor einer stehenden, etwas erschrocken wirkenden Frau. Die Kommentaroren fahren fort: Jerry: „I really can't imagine doing that, you know? That's … that's under pressure, isn't it?" Man hört die Menge jubeln, als der Mann mit seiner nicht zu hörenden Rede fertig ist, den Ring herauszieht und offensichtlich *die* Frage stellt. Hierbei ist nicht eindeutig, wen Jerry „under pressure" sieht, den Mann oder die Frau. Dass wahrscheinlich der Mann gemeint ist, geht aus den folgenden Kommentaren hervor. Man hört Jerry sagen: „You know, I am just waiting for once for the [girl] to say no, ok? You know, that would be …" K1 lässt Jerry diese Idee nicht zu Ende ausführen und wirft schnell ein: „But she *has* to say yes there! She might say no as soon as they walk off the court." Inzwischen hat sich das Szenario verändert. Es ist deutlich zu erkennen, dass die Frau nicht von der romantischen Geste überwältigt ist, sondern mit ihrem noch immer knieenden Partner diskutiert. Jerry springt ein: „Oh, I think she is saying, „I can't do this right now! I really do like you a lot but let's just be friends. " K1 ergänzt: „Oh, look at this … Wow!" Nun ist es für die ZuschauerInnen ersichtlich, dass der Antrag abgelehnt wurde. Um ihren Unmut darüber zum Ausdruck zu bringen, buhen sie lautstark, während die Kamera zeigt, wie die Frau erst gehend und dann rennend das Spielfeld verlässt. Dann schwenkt die Kamera zum Antragsteller zurück. Er wird von dem Maskottchen zum Spielrand begleitet, wo man ihm ein Bier gibt; während immer wieder lachende und mit dem Kopf schüttelnde Spieler eingeblendet werden.

Auffällig in diesem Clip sind die Zuordnung des Drucks sowie die Platzierung von ProtagonistIn und AntagonistIn der Erzählung des Heiratsantrags. Wenn die Kommentatoren auf den Druck verweisen, der auf dem Mann in so einer Situation liegt, werden die Frau und die Rolle, in die sie gezwungen wird, völlig ausgeblendet. Der Mann weiß um den Druck, dem er sich aussetzt, bevor er öffentlich auftritt. Die Frau jedoch wird der Situation, dem Druck und der Öffentlichkeit unvorbereitet und plötzlich ausgesetzt. Während der Mann sich aktiv für dieses Szenario entscheidet, ist die Frau unwissend und kann das Szenario nicht mitbestimmen. Eine Ablehnung durch die Frau und die damit verbundene Demütigung für den Mann ist zwar eine mögliche Variante, jedoch erscheint sie für den Antragssteller als auch für das Publikum als unwahrscheinlich. Der Kommentator gibt das richtige Verhalten der Frau bei einer Ablehnung des Antrags

vor: Sie soll in der Öffentlichkeit den Schein wahren und später, in einem privaten Moment und ohne Publikum – ihr Ja-Wort zurücknehmen. Die Erwartungshaltung des Publikums wird enttäuscht und es sanktioniert das Verhalten der Frau: Als die Frau beginnt, mit dem Antragsteller zu diskutieren, werden aus den anfänglichen „Aww"-Rufen lautstarke „Buh"-Rufe. Es ist offensichtlich, dass für Männer und Frauen eine unterschiedliche Moral herrscht. Die ZuschauerInnenerwartung und die Erzählung vom utopischen Glücksversprechen müssen erfüllt werden, sonst wandelt sich das Liebesobjekt des Protagonisten und Sympathieträgers augenblicklich in die herzlose Antagonistin um. Die Tatsache, dass der Mann die Frau mit seiner öffentlichen Frage unter Druck setzt und sie vorführt, wird ausgeblendet. Die Option der Ablehnung wird ihr nicht zugestanden. Sie hat die Pflicht, so legen es die Kommentare und die Reaktionen des Publikums nahe, vor der Öffentlichkeit so zu tun, als würde sie den Antrag annehmen, um den Antragsteller nicht zu brüskieren. In diesem Fall kann man durchaus von einer emotionalen Manipulation und von einer emotionalen Erpressung durch den Antragsteller sowie das Publikum sprechen. Wer sich nicht an diese Regeln hält, wird bestraft – im Clip wird die Frau ausgebuht und rennt vom Spielfeld. Frauen werden durch den öffentlich inszenierten Antrag also dazu gezwungen, „Ja" zu sagen.

Die emotionale Manipulation und Erpressung durch Antragsteller und Öffentlichkeit überschreitet bei dem öffentlich inszenierten Antrag eine Schwelle. In einem (Online-)Artikel zu diesem Thema wird die Psychologin Glenn Wilson zitiert. Sie ist besorgt darüber, dass manche Männer die ZuschauerInnenerwartung und den öffentlichen Druck bewusst benutzen, um ihre Partnerin zu einem „Ja" zu zwingen. „It's possible that some men think that this will pile pressure upon her and increase the likelihood of getting a positive response that she must think that he really loves her if he goes to this extent of trouble and trickery" (Bosworth 2012). Dadurch werde die Art der Reaktion künstlich in eine positive Richtung gedrängt, da es für die Frau nur einen einzigen Reaktionsbereich gebe: „There is tremendous social and public pressure behind the woman to say 'yes' […]. If she says 'no' so publicly it's difficult to revise that response later […]. There's a danger that the guy will get the right response for the wrong reason. It does put her on the spot" (Bosworth 2012).

2.3 Die Durchbrechung des utopischen Glücksversprechens

Einige der Anträge spielen ganz bewusst mit dem Schockeffekt. Der bekannteste Fall, der im September 2012 ins Internet gestellt wurde und über den in einigen Nachrichtensendern berichtet wurde (vgl. Dolak 2012), ist der Antrag von Alexey Bykov. Bykov engagierte einen Filmregisseur, ein VisagistInnen-Team und einen Stuntman, um seinen Tod durch einen Autounfall vorzutäuschen. Als seine Freundin Irina Kolokov, mit der er sich vorher an diesem Ort verabredet hatte, ankommt, erwartet sie ein Autounfall-Szenario und ein Krankenwagen, in dem der blutüberströmte Bykov liegt. Dort wird ihr der Tod ihres Freundes mitgeteilt. Als sie weinend zusammenbricht, springt der vermeintlich Tote auf und versucht, ihr einen Antrag zu machen. In dem Video sieht man Kokolov sichtlich erschüttert und heftig weinend weggehen, hinter ihr Bykov mit Blumen und einem goldenen Herzluftballon in der Hand. Kokolov stößt den mit falschem Blut bedeckten und bandagierten Bykov von sich fort und kann sich sichtlich nicht be-

ruhigen. In diesem Moment explodieren die Feuerwerkskörper, doch Kokolov hält nicht inne, sondern weint bitterlich weiter und versucht, sich aus Bykovs Umarmung zu lösen. Als es Bykov schließlich gelingt, Kolokov so weit zu beruhigen, dass er ihr den Antrag machen kann und vor ihr niederkniet, hält Kolokov ihm lachend die ausgestreckte rechte Hand entgegen („Fake Death Marriage Proposal" 2012).

Als Bykov nach dem Grund seiner extremen Aktion angeprochen wird, antwortet er: „I wanted her to realize how empty her life would be without me and how life would have no meaning without me [...] I think it worked. But I promise it's the last time" (Zimmerman 2012).

Der Antrag verbreitete sich mit rasender Geschwindigkeit im Internet, wurde jedoch sehr negativ kommentiert. Viele Äußerungen verweisen darauf, dass Bykovs Aktion wenig mit Romantik und viel mit Geschmacklosigkeit und Narzissmus zu tun hat. Auch wurde das Verhalten Kolokovs kommentiert: Statt sich von Bykov trösten zu lassen, um dann freudestrahlend seinen Antrag zu akzeptieren, hätte sie sofort die Beziehung beenden und gehen sollen.

Der Clip ist einer der extremsten Anträge, die online zu finden sind. Die Vortäuschung des Todes geht über den gewünschten Überraschungseffekt hinaus. Der emotionale Zusammenbruch der Frau ist das Resultat. Auch hier liegt der Fokus nicht auf dem Heiratsantrag selbst, noch auf der Affirmation oder Negation der Frau, sondern einzig auf der Inszenierung. Zugleich wird die Bestätigung des Gegenübers durch eine romantische Geste, wie Illouz es beschreibt, verzerrt. Bykov äußert sich eindeutig über die Absicht seiner Inszenierung: Er will von seiner Freundin bestätigt werden, es war nicht seine Absicht, *sie* zu bestätigen. Es geht ihm also um eine reine Subjektvergewisserung und nicht um eine Subjektbestätigung. Das Druckmittel – Aufzeigen, wie ein Leben ohne ihn für die Frau wäre – wird zur Annahme des Antrags eingesetzt.

Interessant ist, dass die bereits diskutierten Clips millionenfach angesehen wurden, Bykovs Clip kommt jedoch auf nur 29 652 Klicks („Fake Death Marriage Proposal" 2012). Es wäre interessant zu erforschen, was das Publikum stört. Gibt es ein Muster des öffentlich inszenierten Antrags, das eingehalten werden muss? Durchbricht die dystopische Inszenierung das utopische Glücksversprechen? Ändert sich die Qualität der emotionalen Manipulation und Erpressung in diesem Clip? Warum wird die Manipulation der Emotionen hier erkannt und als negativ empfunden? Auch die narzisstische Selbstinszenierung wird hier kritisiert, während sie bei den anderen Anträgen nicht benannt wurde.

2.4 Die Show *Mobbed*

Ein beliebter Bestandteil von öffentlichen emotionalen Inszenierungen ist der Flashmob. Dabei werden scheinbar unbeteiligte Fremde durch eine Performance, zum Beispiel eine Tanz- oder Gesangsnummer, in die nach und nach immer mehr vermeintliche ZuschauerInnen mit einstimmen, in die Show integriert. Hierbei variieren die Zahlen von einer kleinen Gruppe bis zu einem Mob, der aus tausenden Teilnehmenden bestehen kann. Der Produktionswert des *überraschenden* Showeffekts des Flashmobs, aber auch die Beliebtheit der inszenierten Heiratsanträge wurden erkannt und von dem amerikanischen Sender *Fox* zusammengebracht. In der Show *Mobbed* bedient man sich der Flashmobs, um persönliche Nachrichten möglichst spektakulär zu verkünden. Das Gan-

ze wird mit verstecken Kameras aufgenommen. Am 31. März 2011 wurde die erste Sendung, die eigentlich als einmalige Sondersendung gedacht war, ausgestrahlt und von 10,8 Millionen ZuschauerInnen gesehen. Dieser Erfolg überstieg alle Erwartungen und der Sender entschied, mit der Show in Serie zu gehen (Ng 2011). Bezeichnender Weise inszenierte diese erste Show einen Heiratsantrag, der sogleich in eine Trauung überging.

Die Show beginnt damit, dass Justin Davis und seine Freundin Nikki Marquez in einem Kaufhausrestaurant gezeigt werden. Eine Nikki Marquez unbekannte Frau kommt an ihren Tisch und beschuldigt Justin Davis lautstark, sie betrogen zu haben. Wütend kippt sie ihm ein Glas Wasser ins Gesicht und stürmt davon. Marquez, bereits sichtlich unter Schock, verlangt eine Erklärung und fängt an zu weinen. Nach einiger Zeit und einer Diskussion mit angeblichen Sicherheitsleuten setzt Musik ein und Gäste des Restaurants sowie die Security beginnen zu tanzen und zu singen. Nikki Marquez wird durch das Kaufhaus in einen Hof geführt. Immer mehr Menschen schließen sich singend und tanzend dem Zug an und bieten verschiedenste Performances. Im Hof tanzen hunderte von Menschen um die Frau herum, CheerleaderInnen und Blaskapelle eingeschlossen. Die Menschenmasse teilt sich und Justin, jetzt im Anzug, kniet nach einer kleinen Tanzeinlage vor einer sichtlich emotional überforderten und weinenden Nikki nieder und bittet sie um ihre Hand. Die Frau nimmt, überwältigt und weinend, den Antrag unter dem Jubel der Menge an. Im nächsten Moment verkündet der Antragsteller, dass die Hochzeit sofort stattfinden wird. Die Musik beginnt erneut, FreundInnen und Verwandte kommen aus ihren Verstecken und die Frau wird wieder von der tanzenden Menge, die ihr ein schlecht sitzendes Hochzeitskleid überstülpt, zum Ort der Trauung gebracht. Wenige Minuten später sind die beiden verheiratet.

Deutlicher als die anderen Anträge ist dieser wie ein Theaterstück orchestriert. Das Stück beginnt mit einem Konflikt und spielt, ähnlich wie bei Bykov, mit einem dystopischen Szenario. Auch hier wird mit Verlustängsten gespielt, dem vermeintlichen Betrug des Mannes, um die Emotionen zu steigern. Der Konflikt wird aber schnell aufgelöst. Die passive Rolle der Frau während eines öffentlichen Antrags wird deutlich – emotional überfordert, wird Nikki Marquez von Station zu Station geführt, ohne einen Moment innehalten zu können, um die Situation aufzunehmen. Die Weiterführung der Annahme des Antrags zur Trauung ist hier das beängstigendste Szenario. Die Frau hat keine Gelegenheit, ihre Zustimmung zur Trauung zu geben. In dem Moment, in dem ihr das Vorhaben verkündet wird, tauchen Familie und FreundInnen, die im Gegensatz zu ihr Festkleidung tragen, auf und demonstrieren so die familiäre Zustimmung zur Trauung. Dies erinnert sehr an patriarchalische Familientraditionen, bei welchen die Tochter, oft gegen ihren Willen, verheiratet wird. Auch die absolute Passivität der Braut erinnert an diese Traditionsmuster. Sie hat keinerlei Mitspracherecht bei der Organisation ihrer Hochzeit, auch das Brautkleid kann sie sich nicht selbst aussuchen. Verweint, der Mascara verschmiert und mit übergestülpten, nicht ordentlich geschlossenem Kleid wird sie zum Altar geführt. Seit der Eröffnungsszene im Restaurant sind keine 15 Minuten vergangen. Dieser Clip wurde unter dem Titel „The Best Wedding Proposal Ever“ über 18 Millionen Mal angeklickt.

3 Zusammenfassung

Die Veröffentlichung und Eventisierung von Heiratsanträgen wird nicht nur als romantischer Liebesbeweis betrachtet, sondern verstärkt traditionelle Machtstrukturen. Der Mann spielt weiterhin den aktiven Part, er ist der Wählende, während die Frau abwarten muss, bis sie gewählt wird. Darüber hinaus kann der öffentliche Raum als Druckmittel und zur emotionalen Manipulation von Seiten des Mannes genutzt werden, um eine (vermeintlich) sichere Ja-Antwort zu bekommen. Kann die Frau jedoch dem Druck und der emotionalen Manipulation widerstehen, so schreitet die Gemeinschaft ein und verurteilt ihre Entscheidung lautstark. Die neuen Medien, durch die die Clips schnell verbreitet werden können, spielen bei der Verfestigung und Verbreitung dieser traditionellen Rollenmuster eine tragende Rolle

Wie in der Einleitung bereits angesprochen, ist hier das Verständnis der „romantischen" Liebe ein wichtiges Stichwort. Offensichtlich muss eine genauere Definition und Funktion des Begriffs noch gefunden werden. Denn statt der Bestätigung des Gegenübers geht es bei dem öffentlich inszenierten Heiratsantrag hauptsächlich um Selbstbestätigung des Mannes. Die Idee von romantischer Geste ist stark verzerrt und betitelt Handlungen, die teilweise Manipulation und Erpressung genannt werden können.

Literaturverzeichnis

Bauman, Zygmunt. (2003). *Flüchtige Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Beaty, Frederick L. (1971). *Light From Heaven: Love in British Romantic Literature*. Dekalb: Northern Illinois UP.

Bosworth, Mark. (2012). „Why do some people propose in public?" *BBC*. Zugriff am 28. September 2013 unter www.bbc.co.uk/news/magazine-17628279.

Butler, Judith. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.

Debord, Guy. (1977). *The Society of the Spectacle*. Detroit, MI: Black and Red.

Dolak, Kevin. (2012). Russian Man Stages Own Death Before Proposing to Girlfriend. *abc NEWS*. Zugriff am 5. September 2013 unter http://abcnews.go.com/International/russian-man-stages-death-proposing-girlfriend/story?id=17160468.

Fake Death Marriage Proposal. (2012). Zugriff am 10. Oktober 2013 unter www.youtube.com/watch?v=Lf-gZ0dr9so.

Fiancee ‚floored' by ‚incredible' lip-dub proposal. (2012). Zugriff am 4. September 2013 unter www.today.com/video/today/47597548#47597548.

Goffman, Erwing. (1959). *The Presentation of the Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor Books.

Illouz, Eva. (1997). *Consuming the Romantic Utopia: Love and Cultural Contradictions of Capitalism*. Los Angeles: University of California Press.

Lamb, Isaac. (2012). Isaac's live lip-dup proposal [Video]. Zugriff am 8. September 2013 unter www.youtube.com/watch?v=5_v7QrIW0zY.

Luhmann, Niklas. (1994). *Liebe als Passion: Zur Codierung von Intimität*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

McFarland, Thomas. (1996). *Paradoxes of Freedom: The Romantic Mystique of a Transcendence*. Oxford: Oxford UP.

McGann, Gerome. (1985). *The Romantic Ideology: A Critical Investigation*. Chicago: Chicago UP.

Ng, Philiana. (2011). Fox Orders Howie Mandel's 'Mobbed' to Series. *The Hollywood Reporter*. Zugriff am 5. Juni 2013 unter www.hollywoodreporter.com/live-feed/fox-orders-howie-mandels-mobbed-173996.

Tyrell, Hartmann. (1987). Romantische Liebe: Überlegungen zu ihrer „quantitativen Bestimmtheit". In Dirk Baecker, Jürgen Markowitz, Rudolf Stichweh, Hartmann Tyrell & Helmut Willke (Hrsg.), *Theorie als Passion* (S. 570–599). Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Unvergessliche Heiratsanträge. (O. J.). Zugriff am 25. August 2013 unter www.weddix.de/ratgeber-heiratsantrag-unvergessliche-heiratsantraege.html.

Vannini, Phillip. (2004). Will You Marry Me?: Spectacle and Consumption in the Ritual of Marriage Proposals. *The Journal of Popular Culture*, *38*(1), 169–185.

Zimmerman, Neetzan. (2012). Before Proposing to Girlfriend, Man Fakes His Own Death to Show Her How Meaningless Life Would Be Without Him. *Gawker.com* . Zugriff am 7. September 2013 unter http://gawker.com/5940288/before-proposing-to-girlfriend-man-fakes-his-own-death-to-show-her-how-meaningless-life-would-be-without-him.

Webseitenverzeichnis

Der richtige Heiratsantrag und andere Lebens-FAQs. Zugriff am 22. April unter www.menshealth.de/love/partnerschaft/der-richtige-heiratsantrag.13534.htm.

Heiratsantrag: Die besten Tipps und schönsten Ideen. Zugriff am 22. April 2014 unter www.merkur-online.de/service/heiraten/service/heiratsantrag-besten-tipps-schoensten-ideen-mm-1078591.html.

Heiratsantrag: Von originell bis romantisch kann der Antrag für ein gemeinsames Leben ausfallen. Zugriff am 22. April 2014 unter www.paradisi.de/Freizeit_und_Erholung/Liebe_und_Partnerschaft/Heiratsantrag/.

The Best Wedding Proposal Ever. Zugriff am 3. Juni 2013 unter www.youtube.com/watch?v=eJWlavnM6b0.

Top 5 Marriage Proposal Fails. Zugriff am 26. Juli 2013 unter www.youtube.com/watch?v=22ec8o7p2bI.

Weddix. Alles für Ihre Hochzeit! Heiratsantrag – tolle Tipps und romantische Anträge. Zugriff am 25. August 2013 unter http://www.weddix.de/ratgeber-heiratsantrag.html.

Zur Person

Vanessa Mangione, M. A., 1982, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Englischen Seminar, Georg-August Universität Göttingen. Arbeitsschwerpunkte: Women Writers, Eighteenth-Century Novels, Gender.

Kontakt: Wiesenstraße 2, 37073 Göttingen

E-Mail: vmangio@gwdg.de