

Matthias Wörther

Tinaaaa! Was kosten die Kondome? Unterrichtspraktische Überlegungen zu AIDS-Spots (1993)

(Veröffentlicht in: Katechetische Blätter Nr. 11/1993, S.793-795)

Wenn einer der Aids-Aufklärungs-Spots der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) allgemein bekannt geworden ist, dann sicherlich der, in dem ein verschämter Jüngling möglichst unauffällig Kondome kaufen möchte, an der Kasse aber das Pech hat, daß sie nicht mit dem Preis ausgezeichnet sind. Das ruft bekanntlich jenen schrillen Ruf der Kassiererin hervor, der zum geflügelten Wort geworden ist: "Tinaaaa! Wat kosten die Kondome?"

Der besagte Spot gehört zu der Reihe von Aids-AufklärungsProduktionen der BzgA, die seit längerem gesammelt als VHSVideokassette mit einem Begleitheft erhältlich sind ("Fernseh-, Kino-Spots und Video-Clips zur AIDS-Aufklärung der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung 1987 - 1990", Bestell-Nr.: 99250000, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Ostmerheimer Straße 200, 51109 Köln). Die Kassette umfaßt die TV-Spots 1987/88 (10 Spots), 1989/90 (10 Spots), vier Video-Clips und die fünf Kino-Spots von 1989.

Bei den von der AV-Medienzentrale durchgeführten einwöchigen Lehrerfortbildungen in Gars/Inn zum Thema: "Ethisch handeln in einer von Medien geprägten Gesellschaft" haben wir einzelne dieser Spots wiederholt erfolgreich eingesetzt, um sowohl Fragen der Gestaltung als auch der inhaltlichen Aussage zu behandeln. Immer kam es mit den verschiedenen Gruppen von Religionslehrern und Religionslehrerinnen zu kontroversen Diskussionen über Form und Nutzen dieser Spots, ihre Wirkung auf Jugendliche und vor allem auch zu Auseinandersetzungen über deren "Botschaft": Stellen sie nicht eine Verengung der AidsProblematik auf den Satz "Kondome schützen" dar und stehen in Widerspruch zur Lehre der Kirche?

Auf dem Hintergrund dieser Erfahrung stellt sich die Frage, ob nicht auch ein Einsatz der Spots im Religionsunterricht sinnvoll wäre. Gedacht ist dabei im wesentlichen an Klassen ab der 11. Jahrgangsstufe. Ich möchte im folgenden ein paar Vorschläge machen, welche Möglichkeiten sich bieten.

1) Warum überhaupt Aids-Spots im Unterricht? Und warum gerade die von der BzgA?

a) Liebe und Sexualität sind in allen Lehrplänen Thema. Im Zusammenhang dieses Lehrplaninhalts Informationen über Aids zu geben und eine Auseinandersetzung mit den Konsequenzen dieser Krankheit im Blick auf Freundschaften und Beziehungen wie auf grundsätzliche Lebenseinstellungen zu führen, ist eine zwingende Notwendigkeit.

b) Zwar ist das zentrale (und legitime) Interesse des Gesundheitsministeriums die Eindämmung einer sich seuchenartig verbreitenden Krankheit (deshalb die pragmatische Betonung des Schutzeffektes von Kondomen), aber es ist ein Vorurteil, es ginge den Spots um das risikofreie und verantwortungslose Ausleben der Sexualität. Sie transportieren eine Ethik der Verantwortung in den Beziehungen

zwischen Mann und Frau, die allerdings (wie sollte es in einer pluralen Gesellschaft auch anders sein) nicht in allen Punkten "kirchlich" ist.

c) Durch ihre Kürze, pointierte Aussage und professionelle Gestaltung stellen die Spots ein optimales Unterrichtsmedium dar: Sie motivieren und reizen zum Widerspruch, sie entsprechen den Sehgewohnheiten der Schüler und Schülerinnen und sie sind optimal in die Dramaturgie von Unterrichtsstunden einzubinden.

2) Schaut man die ganze Reihe der Spots durch, stellt man schnell fest, daß nur ein Teil davon für einen Unterrichtseinsatz von Interesse ist. Zwar kann man nicht sicher gehen, daß die einschlägigen Informationen über die Krankheit Aids und ihre Übertragung bei älteren Schülern allgemein bekannt sind, aber Spots wie "Kinderspielplatz", "Professor Montagnier", "Freizeitcenter" oder "Krankenhaus", die in der Hauptsache Fakten über die Krankheit mitteilen, wirken in ihrem "aufklärenden" Impetus heute antiquiert. Andere richten sich an bestimmte Zielgruppen, und kommen deswegen nicht in Frage: "Sprachlos" (ein Ehepartner ist fremdgegangen), "Ich will noch was vom Leben haben" (sexuelle Beziehungen im Alter). Von Interesse sind drei Gruppen der Spots:

- a) Diejenigen, in denen Aids-Infizierte zu Wort kommen ("Das Gespräch", "Herr Trost", "Integration")
- b) Diejenigen, in denen es um Verantwortung in Beziehungen geht ("Disco-Flirt", "Mädchen in der S-Bahn", "Verliebt", "Treue" u.a.)
- c) Der Musik-Clip "Keine Angst vor Berührung"

3) Je nach Zielsetzung des Unterrichts läßt sich eine Reihe von Einsatzmöglichkeiten der Spots realisieren:

- a) Man verwendet einen der Spots als offenen Einstieg in die Aidsproblematik: Wie gefällt euch der Spot? Was wißt ihr über Aids? Was denkt ihr über Aids?, um dann, je nach Stand der Klasse, Grundinformationen zu geben, für Fragen zur Verfügung zu stehen oder die Thematik unter ethischen Gesichtspunkten anzugehen
- b) Die Spots der Gruppe II stellen die Aids-Problematik in den Horizont partnerschaftlichen und verantwortlichen Handelns in Beziehungen. Sie können von der rein pragmatischen Einstellung "Kondome schützen" zu ethischen Fragestellungen und damit auch zur Auseinandersetzung mit der kirchlichen Sexuallehre weiterführen. Spots wie "Treue" oder "Verliebt" bieten Ansatzpunkte für ein Gespräch über das, was eine gute Beziehung ausmacht und welchen Stellenwert die Sexualität in ihr besitzen sollte.
- c) Viele Spots eignen sich auch für grundsätzliche Diskussionen über Wertvorstellung in Kirche und Gesellschaft. Woran soll man sich halten? Woran will man sich halten? Woran hält man sich tatsächlich? Welche Wertvorstellungen akzeptiert man, welche nicht? Welchen Autoritäten glaubt man, welchen nicht? Und warum? Man kann davon ausgehen, daß ein größerer Teil der Jugendlichen kirchliche Vorgaben hinsichtlich der Sexualität, vor allem auch was die

Empfängnisverhütung und die Verwendung von Kondomen betrifft, nicht akzeptiert.

d) Die Spots der Gruppe I richten den Blick auf von Aids bereits Betroffene. Neben der Warnung "Gib Aids keine Chance" fordern sie zu Toleranz, Hilfsbereitschaft und Solidarität mit den Infizierten auf. Angesichts des wachsenden Drucks auf bestimmte Gruppen der Gesellschaft, seien es nun die Ausländer, die Homosexuellen oder eben die Aids-Opfer, gewinnt auch dieser Aspekt der Thematik neue Brisanz.

e) Der Spot "Keine Angst vor Berührung" wählt für seine Botschaft "Nichtausgrenzung von HIV-Infizierten" die Form des Videoclips, also ein Genre, das bei Schülern sehr beliebt ist. Die Musikerzählung bedient sich einer Bildsprache, die auch von der Produktwerbung her bekannt ist. Bei kritischen Schülern könnte dieser Clip auch gegen seine Intention funktionieren: Seine Klischeehaftigkeit fordert dazu heraus, ein realistischeres Bild der Wirklichkeit zu zeichnen.

4) Immer für einen Lacher und einen witzigen Einstieg gut ist der Spot "Der Supermarkt". Wer ihn noch nicht kennt, amüsiert sich, und wer ihn schon kennt, freut sich über das Wiedersehen. Wie gesagt: "TINAAAA"

5) Die BzgA plant, die Nachfolgestaffeln der Aids-Aufklärungssspots, die ab 1991 gesendet wurden oder im Kino zu sehen waren, ebenfalls zu veröffentlichen. Die Kassette wird voraussichtlich im Herbst 1993 erhältlich sein, so daß dann auch das neuere Material für den Unterricht zur Verfügung steht.