

Geschützter Sex:

Wie ein Professor seine Studenten für Kondome begeisterte

Elliot Aronson ist Professor der Psychologie und lehrte unter anderem schon an der Universität von Kalifornien in Santa Cruz. Als er damals erfuhr, dass seine Studenten ein, nun ja, laxes Sexualleben pflegten, machte er sich Sorgen, einige könnten sich dabei mit AIDS infizieren.

Wie auf jedem Campus wurde auch in Santa Cruz viel geflirtet, es gab viele wechselnde Paare, die hatten auch recht amourösen Sex – und auch viel ungeschützten ohne Kondom.

Also fragte sich Aronson, wie er es wohl anstellen könnte, dass seine Studenten – trotz aller Leidenschaft – mehr auf ihre Gesundheit achten würden. Im Grunde gab es ja nur zwei Möglichkeiten:

- Entweder die Studierenden würden weniger Sex haben oder
- sie würden dabei öfter Kondome benutzen.

Zu der Geschichte muss man allerdings wissen, dass sich Aronson schon sein ganzes Berufsleben damit beschäftigt hat, wie man Menschen dazu bringt, Gewohnheiten grundlegend zu ändern.

Die Erkenntnisse, die er und seine Kollegen dabei gewonnen haben, fließen regelmäßig in Empfehlungen ein, wie man etwa bessere (und auch wirksame) Neujahrsvorsätze trifft, dauerhaft abnimmt oder ein besserer Mensch wird.

Nahezu reflexartig entschied sich Aronson zunächst für die Variante Abschreckung: Wie bei Anti-Raucher-Kampagnen dachte er, Schockbilder von AIDS-Kranken würden die Studenten aufrütteln.

Er verteilte Flugblätter, hielt Vorträge über die Risiken von ungeschütztem Sex. Die Studenten waren anfangs auch tatsächlich geschockt.

Dennoch stieg der Anteil derjenigen, die hernach beim Beischlaf ein Kondom benutzen wollten, nur von 17 Prozent auf 19 – also praktisch gar nicht.

Also Plan B: positive Konditionierung.

Der Einsatz von Kondomen galt auf dem Campus als klassischer Liebestöter, eine unwillkommene Unterbrechung der ungezügelten Annäherung.

Also dachte sich der Professor sich: Wenn die Studenten Pornofilme sehen würden, in denen die Darsteller vorher mit Lust und Wonne Kondome überstreifen, ändert sich das.

Aronson seinen Forschungsfokus nun in die Rotlichtszene, besuchte zwielichtige Videoverleiher, lieh sich zig Filme aus und blieb auf der Suche

nach ein paar brauchbaren Kondom-Szenen. Er selbst sagt, dass das die härteste Forschungsarbeit seit langem gewesen sei...

Aus lauter Frust entschied er sich schließlich, selbst zur Kamera zu greifen und einen solchen Streifen zu drehen. Er fragte ein Paar aus einem Schauspielspielkurs der Uni und drehte mit ihnen eine verhuschte 6-Minuten-Szene unter Milchglas, er wollte damit ja nicht wirklich Kasse machen.

Wie abgesprochen fragte die Hauptdarstellerin mitten im Vorspiel: „Und? Hast du es dabei?“ Der Hauptdarsteller holte daraufhin ein Kondom aus der Tasche, sie öffnete die Verpackung lasziv mit ihren Zähnen und stülpte ihm das Gummi über.

Der Rest war so wie immer: Bang-Bang-Uh-Uh-Ah-Ah. Ein paar Stellungswechsel. Höhepunkt. Alles recht sexy, wie Aronson fand.

Aber umsonst: Das Sexfilmchen fiel beim Publikum durch. Die Zuschauer verstanden zwar die Botschaft, hatten danach aber allenfalls einmal geschützten Sex. Nachhaltig wirkte der Film nicht. Kondome galten auch weiterhin als kompliziert und abtörnend.

Erst jetzt wählte Aronson schließlich die dritte und erfolgreiche Variante: Er machte die Studenten zu Botschaftern.

Genauer gesagt, warb er Studenten an, damit diese Videos drehten, die zum Beispiel Schüler über die Gefahren von AIDS aufklären sollten. Oder er ließ sie Vorträge halten, mit der Begründung, damit womöglich Leben zu retten.

Kurzum: Er entwickelte eine Kampagne, bei der die Studenten eine Botschaft verkünden mussten, die sie selber so bisher gar nicht gelebt hatten.

Wissenschaftlich ausgedrückt könnte man auch sagen: Er erzeugte bei seinen Probanden kognitive Dissonanzen.

Zu Deutsch: ein schlechtes Gewissen.

Und tatsächlich, es wirkte: Wer öffentlich für Kondome warb und weiterhin ungeschützt blieb, kam sich heuchlerisch vor – und nutzte nun ebenfalls Kondome.

Auch sechs Monate später, als Aronson seine Probanden noch einmal interviewen ließ, stellte sich heraus, dass bis zu 70 Prozent der Studenten, die Aufklärungsvideos gedreht hatten, bei jedem Geschlechtsverkehr Kondome benutzten. Ein voller Erfolg.

Auch andere Studien bestätigen diese Ergebnisse. So konnte etwa der Psychologe Jeff Stone von der Universität von Arizona in Tucson nachweisen, dass Leute, die den Nutzen von Sonnencremes zum Schutz vor Hautkrebs öffentlich priesen, diese auch selber gewissenhaft einsetzten.

Damit dieser psychologische Trick jedoch funktioniert, sind zwei Dinge essenziell:

- Die Menschen müssen glauben, dass ihre Botschaft (ihr Vorsatz, ihr Zweck) wirklich wichtig und richtig ist
- Sie müssen spüren, dass ihre Heuchelei negative soziale Auswirkungen haben könnte. Andernfalls ist es ihnen ziemlich schnuppe.

Für den Alltag heißt das: Der Wandel gelingt nur in kleinen Schritten, aus denen neue Gewohnheiten werden müssen. Die schlechten kriegt man weg, indem man sie durch andere, bessere verdrängt. Ist der erste Schritt aber erst gemacht, folgen weitere meist von ganz allein.

Das bestätigen auch Studien des US-Psychologen Roy Baumeister: In seinem Experiment wollte er, dass seine Studenten künftig gesünder lebten. Doch statt lange Vorträge über gesunde Ernährung zu halten, ließ er sie lediglich zwei Monate lang Hanteln stemmen.

Effekt: Die Teilnehmer waren danach nicht nur fitter, sondern aßen auch gesünder, tranken weniger Alkohol, studierten gewissenhafter und räumten zu Hause sogar häufiger auf. Wer einmal angefangen hatte, bewussten auf nur eine Gewohnheit zu achten, achtete auch auf sein restliches Verhalten.