

Ein Leserinnenbrief von Michèle Meyer, Aids-Aktivistin, zur neuen «love-life»-Kampagne für die Gesamtbevölkerung des Bundesamts für Gesundheit BAG und der Aidshilfe Schweiz AHS gegen HIV und andere sexuell übertragbare Infektionen (STI).

Die Kampagne «love-life, don't regret» dient nicht der Aufklärung, sondern allenfalls der Ausgrenzung. Unter dem Deckmantel der Vielfalt und Aufklärung werden Schuld und Sühne, «Sex sells» und Desinformation bzw. Information nur gegen Bekenntnis verkauft.

«Liebe dein Leben und bereue nichts» bedient Schuld und Sühne im Namen der Prävention. Wider allen Erfahrungen, Empfehlungen und den eigenen Leitlinien wird auf Moralität und Ausgrenzung und Selbstentwertung gesetzt. Das ist weder förderlich für das Testverhalten noch für einen offenen Umgang mit der eigenen Infektion und ist darum ein Stolperstein auf dem Weg zur Reduktion der Neuansteckungen. Dafür öffnet es aber dem Leugnen von Risikoverhalten und der gemeinsamen Verantwortung Tür und Tor.

Die Botschaft liest sich für Menschen mit HIV oder nahe am Risiko: Bereue, ein Leben lang! Und wenn nicht, helfen wir nach. Im Menschenbild der Verantwortlichen hat es keinen Platz für Menschen mit HIV und Aids, die ihr Leben lieben und nicht bereuen. Menschen, die vielleicht jahrelang mit Schuld gekämpft haben, innen wie aussen, werden zurück auf den angestammten Platz verwiesen. Denn die Schmutzigen und Schuldigen gehören nicht dazu. Wo bleibt da die Vielfalt? Dieselben Verantwortlichen bei Bund und Aidshilfe beklagen immer wieder, dass sich die Vorurteile gegenüber Menschen mit HIV hartnäckig halten und die Verbreitung von HIV begünstigen. Allerdings vornehmlich dann, wenn es darum geht, Gelder für Projekte zu bewilligen bzw. Spendengelder für die «armen Diskriminierten» zu sammeln.

Sex sells. Ginge es um das reale Risiko, zum Beispiel beim Sex zwischen Frauen, wären Sextoys, Menstruation und verletzte Sexualpraktiken das Thema. Die Kampagne bedient aber im besten Fall Heterofantasien. Die Begründung, dass auch bisexuelle und lesbische Frauen vielleicht Sex mit Männern hätten und darum ein kleines Risiko bestünde, ist ein untauglicher Versuch, die dargestellte Botschaft zu erklären. Denn selbst dann ist ein Kondom zwischen zwei Frauen doch eher selten angezeigt. Von Sexualpraktiken der Frauen, die Sex mit Frauen haben, dem realen Risiko einer HIV-Ansteckung und von «harm reduction» durch Fingerlinge, Handschuhe und Dentaldams scheinen Roger Staub (BAG) und Daniel Seiler (AHS) noch nie etwas gehört zu haben. Wäre's nicht zum Heulen, wäre's zum Lachen. Ganz nebenbei wird auch noch die Verräterinnen-Rolle der Frauen, die nicht ausschliesslich Sex mit Frauen haben, bedient. Der Vorwurf, dass nur sie das Virus in die Frauengemeinschaften bringen, ist so althergebrachte wie schmerzhaft und erst noch falsch. Die Kampagne zeigt Frauen, die mit Frauen Sex haben, Männer mit Männern und Frauen mit Männern und umgekehrt; immer schön nur paarweise, möglichst ästhetisch, Keiner zu dick, keine zu dünn, zu hässlich, nicht eine She-He, kein He-She, keine Menschen mit physischen Gebrechen etc. Vielfalt? Nein, Sex sells. Nicht nur Vorurteile, Ressentiments und Heterofantasien werden bedient, neu wird der Bigotterie gehuldigt: «Macht was ihr wollt, aber bitte sauber, denn das ist sexy.» Dazu passt der Aufruf, sich selbst für den guten Zweck filmen und fotografieren lassen, was natürlich etwas ganz anderes ist als Soft-Pornographie oder Sexting.

Un courrier de lectrice de Michèle Meyer, militante antisida sur la nouvelle campagne «love life» contre le VIH et les autres infections sexuellement transmissibles (IST) de l'Office fédéral de la Santé Publique (OFSP) et de l'Aide Suisse contre le Sida (ASS), destinée à toute la population.

La campagne «love life, don't regret» ne donne pas d'explications, mais génère éventuellement de l'exclusion. Sous couvert de diversité et d'éducation sexuelle, on vend de la culpabilité et de l'incitation à expier, du «sex sells» et de la désinformation – ou de l'information seulement contre de la confession.

«Vis ta vie et ne regrette rien» se sert de la culpabilité et de l'expiation au nom de la prévention. A l'encontre de toutes les expériences, recommandations et lignes directrices de chacun-e, cette campagne met l'accent sur une attitude moralisatrice, sur l'exclusion et la dépréciation de soi-même. Ce qui n'encourage ni le recours aux tests ni à une manière ouverte de gérer sa propre infection, et constitue ainsi un obstacle sur le chemin vers la réduction des primo-infections. Mais cela laisse le champ libre à la négation des comportements à risque et de la responsabilité partagée.

Pour des personnes vivant avec le VIH ou qui prennent des risques, cela donne: regrettez, toute votre vie durant! Et sinon, nous vous y inciterons. Dans l'image de l'humanité qu'ont les responsables de la campagne, il n'y a pas de place pour les personnes qui vivent avec le sida ou le VIH, qui aiment leur vie et qui ne regrettent rien. On remet à leur place habituelle des gens qui se sont peut-être battus pendant des années contre la culpabilité, intérieure tout comme extérieure. Car les Salis et les Coupables ne font pas partie de l'humanité. Où est la diversité là-dedans? Les mêmes responsables à la Confédération et à l'AHS se plaignent fréquemment que les préjugés à l'encontre des personnes séropositives sont tenaces et favorisent la propagation du VIH. Surtout aux moments où il s'agit de voter des subventions pour des projets ou de collecter de l'argent pour les «pauvres discriminé-e-s».

Sex sells. S'il s'agissait du risque réel, par exemple dans les rapports sexuels entre deux femmes, il faudrait thématiser les sextoys, la menstruation et les pratiques sexuelles comportant des risques de blessures. Mais la campagne s'occupe au mieux des fantasmes des hétéros. La justification qui dit que des femmes lesbiennes et bisexuelles pourraient avoir des rapports sexuels avec des hommes, et qu'ainsi il pourrait y avoir un petit risque, est une tentative ratée pour expliquer le message. Car même dans ce cas, un préservatif entre deux femmes n'est que rarement la solution. Apparemment, Roger Staub (OFSP) et Daniel Seiler (AHS) n'ont jamais entendu parler des pratiques sexuelles des femmes qui font l'amour avec des femmes, du risque réel d'une infection par le VIH et de la réduction des dommages/«harm reduction» par l'usage de doigts, gants et digues dentaires. Si ce n'était pas à pleurer, il y aurait de quoi rire... En passant, cela renforce aussi l'image de «traîtresse» des femmes qui ne font pas l'amour exclusivement avec des femmes. Ce reproche – d'être les seules à amener le virus dans le milieu des femmes – est aussi vieux que douloureux, en plus d'être faux. La campagne montre des femmes qui font l'amour avec des femmes, des hommes avec des hommes, des femmes avec des hommes et vice-versa; toujours par deux, si possible esthétisé. Aucun qui est trop gros, aucune qui est trop maigre, trop laide, aucune She-He, aucun He-She, pas une personne avec des handicaps physiques, etc. Diversité? Non, sex sells. On ne se sert pas seulement des préjugés, des ressentiments et des fantasmes hétérosexuels, depuis peu on s'adonne aussi à la bigoterie: «Faites ce que vous voulez, mais, s'il vous plaît, de manière propre, car c'est sexy.» Cela va avec l'appel pour se faire filmer ou photographier, pour la bonne cause, ce qui est bien évidemment très différent de la pornographie soft ou d'un sexto.