

Menstruacja w Polsce: tabu, zabobony i stygmatyzacja

Brak informacji i rzetelnej wiedzy, poczucie wstydu i upokorzenia, liczne przesady, czy ograniczony dostęp do podpasek. Tak, to menstruacja w Polsce. Taki jest obraz, który wyłania się z wyników badań społecznych na temat postrzegania okresu, przeprowadzonych na zlecenie Kulczyk Foundation przez firmę badawczą Difference.

Kulczyk Foundation wspiera projekty dedykowane kobietom, mające na celu wzmocnienie ich pozycji w obliczu dyskryminacji i stygmatyzacji, jakich doświadczają w różnych dziedzinach życia zawodowego i społecznego. Fundacja kładzie szczególny nacisk na walkę z ubóstwem i wykluczeniem menstruacyjnym. Problem ten dotyka kobiet na całym świecie oraz negatywnie wpływa niemal na każdy aspekt ich życia.

Jak temat ten wygląda w Polsce? Firma badawcza Difference przeprowadziła na zlecenie Kulczyk Foundation badanie społeczne na temat postrzegania menstruacji w naszym kraju. Zostało ono zrealizowane w lutym 2020 roku i objęło terytorium całej Polski. Polegało zarówno na analizie ilościowej, jak i jakościowej. Tej pierwszej poddano wypowiedzi blisko półtora tysiąca osób, m.in. nastolatek, dorosłych kobiet, ale także mężczyzn. W analizie jakościowej wykorzystane zostały opinie ponad 90 osób, w tym m.in. ekspertek, nastolatek i dorosłych kobiet. W ten sposób badacze otrzymali obraz i skalę wykluczenia oraz ubóstwa menstruacyjnego w Polsce w zakresie ekonomicznym, społecznym i edukacyjnym.

Jak się okazuje, problem dotyczy kobiet na całym świecie, nawet tych, które mieszkają w krajach najbardziej rozwiniętych. Pojawia się on również w Polsce. Jak pokazuje badanie, **co piątej Polce zdarza się nie mieć środków na zakup odpowiednich podpasek**. To istotne nie tylko z materialnego punktu widzenia. Dostęp do artykułów higienicznych to przecież przede wszystkim zapewnienie kobietom i dziewczętom poczucia pewności siebie oraz umożliwienie kontynuowania edukacji także podczas menstruacji.

Wyniki badania pokazują też, że w polskim społeczeństwie miesiączka wciąż pozostaje obszarem kulturowego tabu. **42% badanych kobiet przyznało, że w ich rodzinnym domu o okresie nie mówi się lub nie mówiło wcale**. Pomimo deklaracji akceptacji faktu istnienia miesiączki jako zjawiska biologicznego, dla wielu kobiet wciąż pozostaje ona tematem wstydlivym, o którym się nie rozmawia.

Doświadczenie pierwszej miesiączki często obarczone jest wstydem, lękiem i samotnością. **Co trzecia nastolatka nie jest przygotowana na jej nadejście**. O okresie wciąż rozmawia się niewiele, a sposób, w jaki matki przygotowują swoje córki na jej nadejście, jest zwykle niewystarczający.

Co może być szczególnie zaskakujące, **w Polsce nadal funkcjonuje wiele mitów i stereotypów na temat menstruacji, które utwierdzają zarówno kobiety, jak i mężczyźni w błędnych przekonaniach, a tym samym utrwalają ich niewłaściwe postawy względem miesiączki**. Jak pokazały badania, prawie 30% kobiet uważa, że podczas okresu nie można zajść w ciążę, a co piąta wierzy, że w jego trakcie nie powinno się piec ciast czy kisić ogórków.

– *Musimy walczyć z tabu, stygmatyzacją i zabobonami dotyczącymi menstruacji obecnymi w Polsce. Miesiączka, oznaczająca gotowość na nowe życie, powinna być celebrowanym momentem. Niestety, zamiast tego jest przyczyną upokarzania kobiet na całym świecie. Trzeba z tym skończyć. Kobieta musi zrozumieć, że jest jedną wielką harmonią, szczęściem i sensem. I że wszystko, co jej się przydarza, jest dobre, gdy jest w zgodzie z naturą. I prawdziwi mężczyźni, którzy szanują naturę i drugiego człowieka, powinni wspierać naturę w kobiecie. To wsparcie powinno znaleźć odzwierciedlenie też w sferze ekonomicznej. Kobiety nie powinny płacić więcej za to,*

że są kobietami. Trzeba to zmienić – uważa Dominika Kulczyk, prezeska Kulczyk Foundation.

– W czasie koronawirusa większość działań skierowanych jest na walkę z pandemią, a przecież kobiety w tym czasie nie przestały miesiączkować! Sytuacja ekonomiczna wielu z nich pogorszyła się, więc problemy z kupnem podpasek czy tamponów są bardziej odczuwalne i nabierają jeszcze większego znaczenia. Dlatego ja i moja fundacja wspieramy projekty dedykowane kobietom, by wzmocnić ich pozycję w obliczu dyskryminacji i stygmatyzacji w różnych dziedzinach życia, także w związku z wykluczeniem menstruacyjnym – podkreśla Dominika Kulczyk.

[Zobacz szczegółowe wyniki badania](#)

Grafiki ilustrujące informację prasową znajdują się pod [tym linkiem](#)

Dominika Kulczyk

Przedsiębiorczyni, inwestorka i filantropka. Założycielka i prezeska Kulczyk Foundation - prywatnej fundacji rodzinnej, której podstawowym celem jest walka z problemami dyskryminacji dotyczącymi kobiety i dziewczynki na całym świecie. Poprzez działalność tego podmiotu wspiera i współpracuje z polskimi i międzynarodowymi organizacjami pozarządowymi, wdrażając zmiany społeczne oparte na zrównoważonych rozwiązaniach, które nazywa „Efektem Domina”. Jest także autorką ponad 60 filmów dokumentalnych, wyprodukowanych we współpracy z CNN International (w ramach „The CNN Freedom Project”) i TVN (serial dokumentalny „Efekt Domina”), poruszających problemy globalnej dyskryminacji i niesprawiedliwości. Zwolenniczka i propagatorka Celów Zrównoważonego Rozwoju, ustanowionych w 2015 r. przez Organizację Narodów Zjednoczonych (ONZ). Przewodnicząca Rady Nadzorczej Kulczyk Holding, Rady Nadzorczej Polenergia S.A., współzałożycielka Grupy Firm Doradczych Values. W 2018 r. za wybitne zasługi w działalności na rzecz dzieci została odznaczona Orderem Uśmiechu.

Kulczyk Foundation

Fundacja rodzinna założona w 2013 roku przez Grażynę Kulczyk, dr. Jana Kulczyka i Dominikę Kulczyk. Walczy z dyskryminacją i nierównością, dotyczącymi kobiety i dziewczynki na całym świecie. Celem jej działań jest budowa rzeczywistości pozbawionej ograniczeń ze względu na płeć. Fundacja współpracuje z partnerami społecznymi w różnych częściach naszego globu, inicjując zmiany wykorzystujące zrównoważone rozwiązania. Jak dotąd Kulczyk Foundation zrealizowała międzynarodowe projekty pomocowe w 63 krajach na 6 kontynentach. Prowadzi także działania edukacyjne i informacyjne (produkcja filmów dokumentalnych), zwracając uwagę na globalne i regionalne problemy społeczne. Liczba beneficjentów projektów Kulczyk Foundation to już ponad 600 tys. osób na całym świecie.

Dodatkowych informacji udziela:

Katarzyna Alińska
k.alinska@kulczykfoundation.org.pl
tel. +48 600 980 802