

Między tabu a normalizacją. Społeczna percepcja menstruacji w Polsce

Raport z badań na populacji ogólnej



**More in
Common**
POLSKA

akcja  **menstruacja**

Urszula Karaś
Julia Kondratowicz
Agnieszka Bubak



Między tabu a normalizacją. Społeczna percepcja menstruacji w Polsce

Raport z badań na populacji ogólnej



Urszula Karaś
Julia Kondratowicz
Agnieszka Bubak

Tytuł:

Między tabu a normalizacją. Społeczna percepcja menstruacji w Polsce.

Autorki:

Urszula Karaś,
Agnieszka Bubak,
Julia Kondratowicz

Sugerowany sposób cytowania:

More in Common Polska na zlecenie: Akcja Menstruacja (2025).
Między tabu a normalizacją. Społeczna percepcja menstruacji w Polsce.

**Redakcja:**

Paulina Matuszewska

Grafika i skład:

Zofia Chamienia

O More in Common:

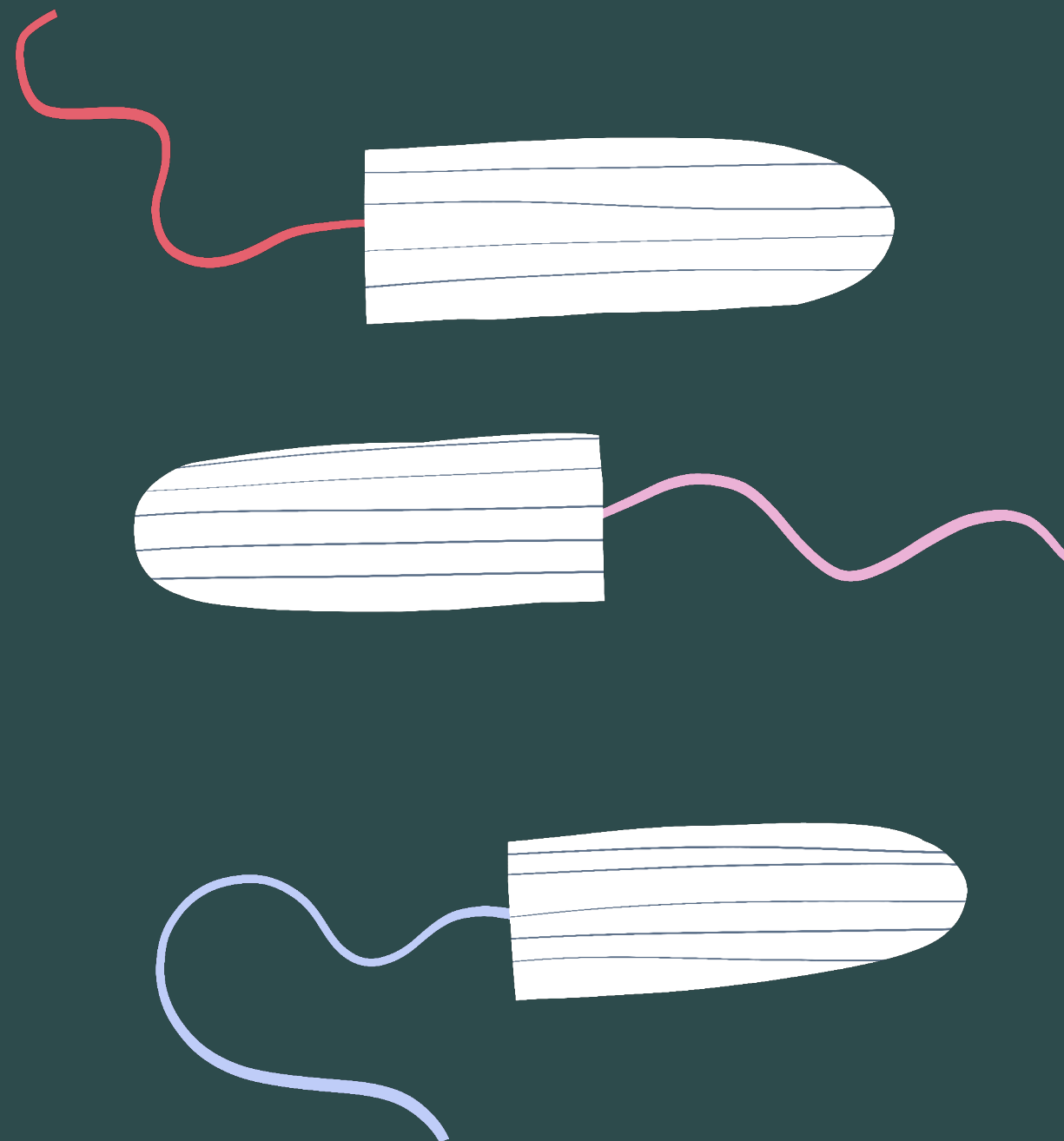
More in Common działa na rzecz wzmocnienia demokracji i obywatelskiej kultury dialogu oraz szuka rozwiązań redukujących polaryzację polityczną. Wierzymy, że mimo różnic to, co nas łączy, jest silniejsze od tego, co nas dzieli, a w myśleniu wspólnotowym, trosce o dobro wspólne i zdolności do dochodzenia do kompromisów drzemie większa siła niż w destrukcyjnych narracjach napędzających polaryzację. Dlatego dążymy do znalezienia płaszczyzn porozumienia, wierząc, że tylko zjednoczeni będziemy mogli wspólnie stawiać czoła najważniejszym wyzwaniom naszych czasów. Jesteśmy ponadpartyjną organizacją współpracującą z partnerami instytucjonalnymi z różnych dziedzin. Posiadamy zespoły w Stanach Zjednoczonych, Brazylii, Wielkiej Brytanii, Niemczech, we Francji i w Polsce. Nasze warszawskie biuro powstało w 2022 roku.

O Akcji Menstruacji:

Akcja Menstruacja od 2019 roku walczy z ubóstwem menstruacyjnym w Polsce. Specjalizujemy się we wspieraniu osób uczących się w ramach programu „Akcja Menstruacja w Twojej szkole”. Regularnie docieramy do kilkuset tysięcy nastolatków. Wierzymy w pomoc systemową oraz tworzenie długotrwałych i skutecznych rozwiązań problemu ubóstwa menstruacyjnego. Ważne jest dla nas, by każda potrzebująca osoba otrzymała pomoc dostosowaną do swoich potrzeb.

Autorki dziękują wszystkim osobom z Zespołu, które wspierały nas cennymi radami i krytycznymi uwagami na wszystkich etapach pracy nad badaniem oraz raportem: Zofii Włodarczyk, Annie Roguskiej, Dominice Gryf oraz Adamowi Traczykowi. Ponadto, szczególne podziękowania kierujemy do Emilii Kaczmarek oraz Pauliny Wasiluk, których doświadczenie oraz wiedza w zakresie wykluczenia menstruacyjnego były bezcenne.

Raport powstał na podstawie badań zrealizowanych w ramach programu Ministerstwa Edukacji Narodowej pod tytułem „Doposażenie szkół w środki higieny menstruacyjnej” w roku szkolnym 2024/2025.



SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI

1.	Wstęp i nota metodologiczna.....	7
	Główne wnioski	
2.	Siedem segmentów polskiego społeczeństwa.....	11
	Postępowi zapaleńcy	
	Pasywni liberałowie	
	Zawiedzeni samotnicy	
	Niezaangażowani normalsi	
	Spełnieni lokaliści	
	Dumni patrioci	
	Oddani tradycjonałiści	
3.	Przejawy ubóstwa menstruacyjnego.....	15
4.	Przejawy ubóstwa menstruacyjnego w Polsce	19
5.	Miesiączka jako sprawa społeczna	27
6.	Normalizacja miesiączki.....	31
7.	Co Polki i Polacy wiedzą o miesiączce?.....	37
8.	Rola szkoły w edukacji o miesiączce.....	43
	Lekcje o menstruacji – perspektywa rodziców	
9.	Przeciwdziałanie ubóstwu menstruacyjnemu.....	49
10.	Podsumowanie.....	55
11.	Nota metodologiczna.....	56
	Badanie ilościowe	
	Badanie jakościowe	
12.	Bibliografia.....	57
13.	Aneks.....	58

1.



WSTĘP I NOTA METODOLOGICZNA

WSTĘP I NOTA METODOLOGICZNA

Niniejszy raport powstał na podstawie badań ilościowych i jakościowych zrealizowanych w ramach programu Ministerstwa Edukacji Narodowej „Doposażenie szkół w środki higieny menstruacyjnej”, które miały na celu zrozumienie postrzegania menstruacji przez Polki i Polaków, ich przekonań dotyczących ubóstwa menstruacyjnego oraz określenie skali tego zjawiska w Polsce – zarówno w populacji ogólnej, jak i wśród dzieci oraz młodzieży szkolnej.

Ubóstwo menstruacyjne definiuje się jako ograniczony dostęp do środków menstruacyjnych, wynikający najczęściej z przyczyn ekonomicznych, ale też z braku odpowiednich warunków sanitarnych czy też braku edukacji dotyczącej miesiączki i innych pokrewnych jej zagadnień. Problem ten częściej dotyczy krajów globalnego południa ze względu na wyższy poziom ubóstwa, gorszy dostęp do infrastruktury sanitarnej, ograniczenia w edukacji oraz wysoki poziom stygmatyzacji miesiączki. Nie oznacza to jednak, że zjawisko to nie występuje w społeczeństwach zamożniejszych, w których obserwuje się stały wzrost nierówności ekonomicznych (OECD, 2014), utrzymujący się wysoki poziom ubóstwa (OECD, 2024) oraz – w dalszym ciągu – tabuizację tematu. Skala problemu ubóstwa menstruacyjnego w Polsce nie jest dokładnie znana. Według danych Kulczyk Foundation (2020) co piąta kobieta w Polsce czasem nie może pozwolić sobie na kupno produktów higienicznych potrzebnych w trakcie miesiączki. Oznacza to, że problem ten może dotyczyć nawet 500 tysięcy kobiet w naszym kraju. W celu uzyskania pełniejszego obrazu zjawiska ubóstwa menstruacyjnego w Polsce przeprowadziliśmy badanie ilościowe i jakościowe skupione wokół miesiączki, jej postrzegania przez społeczeństwo oraz oceny rozwiązań proponowanych w pilotażu Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Badanie ilościowe zostało zrealizowane na zlecenie More in Common Polska i Fundacji Akcja Menstruacja przez agencję Opinia24 w styczniu 2025 roku. Wzięło w nim udział 1500 osób. Próba ta składa się z dwóch grup – próby 1000 Polek i Polaków, reprezentatywnej pod względem płci, wieku oraz miejsca zamieszkania (w tym wielkości miejscowości, województwa oraz regionu), oraz, ze względu na skupienie badania wokół uczniów szkół, próby 500 rodziców dzieci w wieku 10–18 lat. Badanie zostało zrealizowane metodami CAWI (75%) i CAPI (25%). Wszystkie wywiady przeprowadzały wyłącznie kobiety, by zapewnić respondentkom możliwie największe poczucie komfortu i wykluczyć sytuację, w których będą rezygnowały z udziału w badaniu, aby uniknąć odpowiadania na pytania dotyczące miesiączki w obecności obcego mężczyzny. Wyniki prezentowane w raporcie uwzględniają połączoną próbę 1500 osób, która została odpowiednio zważona tak, by odzwierciedlała strukturę całej populacji. Część pytań zadana została jedynie miesiączkującym kobietom (N=548), część – jedynie rodzicom nastolatków (N=780). Odpowiednie informacje dotyczące respondentów znajdują się w stopce każdego z wykresów oraz w aneksie na końcu raportu.

Badanie jakościowe miało formę dziewięciu grup fokusowych przeprowadzonych online. W każdej z nich wzięło udział sześciu respondentów – rodziców dzieci w wieku od 10 do 16 lat, reprezentantów sześciu z siedmiu segmentów. Uczestnicy byli mieszkańcami różnych miast i miasteczek w całej Polsce (m.in. Warszawy, Włocławka, Gdańsk, Częstochowy, Skarżyska-Kamienna, Łowicz, Piotrków Trybunalski, Świętochłowice). Osiem z dziewięciu grup podzielono ze względu na płeć uczestników, aby precyzyjniej uchwycić indywidualne perspektywy badanych jako ojców i matek oraz osób z osobistym doświadczeniem menstruacyjnym i bez niego.

Pomimo najwyższych standardów realizacji badania oraz wszelkich starań włożonych w jego przygotowania, podejmowanie wrażliwych tematów – takich jak ubóstwo menstruacyjne – nieuchronnie wiąże się z pewnymi ograniczeniami. Ze względu na konieczność operowania zmienną gospodarstwa domowego, niemożliwe było dotarcie do osób żyjących w tak zwanym ukrytym ubóstwie skrajnym, czyli na przykład mieszkających w miejscach do tego nieprzeznaczonych (garaże, pustostany) lub w instytucjach takich jak schroniska dla osób w kryzysie bezdomności, domy samotnej matki, domy pomocy społecznej czy placówki pieczy zastępczej. Jak pokazuje profesor Ryszard Szarfenberg w raporcie Poverty Watch 2024, osoby te są jeszcze silniej narażone na różne formy ubóstwa – a więc również na ubóstwo menstruacyjne – w porównaniu z tymi, które żyją w mieszkaniach lub domach. Dzięki zastosowaniu metod CAWI/CAPI udało się jednak uwzględnić osoby uboższe oraz wykluczone cyfrowo na różnych poziomach.

Innym ograniczeniem jest również to, że miesiączka bywa przez niektóre kobiety postrzegana jako temat zbyt intymny, by omawiać go z obcą osobą. Może to wpływać zarówno na sposób udzielania odpowiedzi na niektóre pytania, jak na samą decyzję o udziale w badaniu. Zjawisko to ma szczególne znaczenie w kontekście oceny skali ubóstwa menstruacyjnego, do którego respondenci mogły nie chcieć się przyznać ze względu na wstyd związany z tym doświadczeniem. W celu zminimalizowania tego ryzyka zapewniliśmy respondentkom możliwie największy komfort podczas wywiadów twarzą w twarz, które były prowadzone wyłącznie przez kobiety.

Należy też zaznaczyć, że ubóstwo menstruacyjne nie posiada jednej spójnej definicji. Obejmuje ono różne aspekty – od ograniczonego dostępu do środków higienicznych potrzebnych w trakcie miesiączki (przede wszystkim ze względów finansowych), przez trudności emocjonalne, szczególnie dotkliwe dla dziewczynek wchodzących w okres dojrzewania, po brak wiedzy dotyczącej samej miesiączki, całego cyklu miesięczkowego oraz sposobów radzenia sobie z bólem podczas okresu. W niniejszym badaniu wzięliśmy pod lupę różnorodne ujęcia podejmowanego tematu i prezentujemy wyniki dotyczące każdego z obszarów oddzielnie. W ten sposób chcemy dać czytelnikom pełniejszy obraz ubóstwa menstruacyjnego, co – mamy nadzieję – przełoży się na wdrożenie najskuteczniejszych działań adresujących ten problem.

GŁÓWNE WNIOSKI

Ubóstwo menstruacyjne to realny, choć często niedostrzegalny problem społeczny, którego skutki dotyczą kobiet w różnym wieku i w wielu aspektach życia. Przejawia się ono nie tylko brakiem dostępu do podstawowych środków higienicznych, takich jak podpaski czy tampony, i koniecznością ich zastępowania nieprzystosowanymi do tego produktami (np. chusteczkami), lecz także koniecznością wyboru między zakupem artykułów higieny menstruacyjnej a zaspokojeniem innych podstawowych potrzeb. Problem ten wiąże się z poczuciem wstydu, co w konsekwencji ogranicza codzienne funkcjonowanie – zarówno indywidualne, jak i społeczne.

Zdecydowana większość Polek i Polaków popiera działania na rzecz ograniczenia ubóstwa menstruacyjnego wśród dziewczynek i dorosłych kobiet. Za systemowym zapewnieniem środków higienicznych w miejscach publicznych opowiada się 76% badanych. Jeszcze więcej, bo aż 81% osób w Polsce uważa, że produkty te powinny być dostępne w szkolnych toaletach na takich samych zasadach jak papier toaletowy.

Choć wiedza o miesiączce jest powszechna, zagadnienie to nadal bywa obarczone społecznym dyskomfortem i tabuizacją. Większość społeczeństwa (61%) uznaje, że okres to sprawa dotycząca wszystkich, niezależnie od płci, i że należy o nim rozmawiać, ale jednocześnie blisko jedna piąta wciąż czuje się skrępowana i unika tego tematu.

Szczególnie widoczne jest to wśród młodych mężczyzn, których wiedza i postawy wyraźnie odbiegają od ich rówieśniczek i reszty społeczeństwa. Część tych różnic może wynikać z braku osobistego doświadczenia, jednak rozbieżności w podejściu do menstruacji wpisują się w szerszy trend pogłębiających się różnic światopoglądowych między kobietami i mężczyznami, które niosą za sobą znaczące konsekwencje społeczne.

Programy takie jak pilotaż Ministerstwa Edukacji Narodowej – zapewniający darmowe środki higieniczne w szkołach – cieszą się szerokim poparciem, niezależnie od podziałów. Ich dalszy rozwój i upowszechnienie są postrzegane jako ważny i potrzebny krok, który poprawi codzienny komfort menstruujących kobiet, pozwoli ograniczyć ubóstwo menstruacyjne w Polsce oraz przyczyni się do dalszej normalizacji tematu miesiączki w przestrzeni publicznej.

2.



SIEDEM SEGMENTÓW POLSKIEGO SPOŁECZEŃSKTA

SIEDEM SEGMENTÓW POLSKIEGO SPOŁECZEŃSKTA

W niniejszym badaniu posługujemy się siedmioma segmentami wyróżnionymi przez More in Common Polska w 2023 roku, szczegółowo opisanymi w raporcie „Zmęczona wspólnota”. Pozwalają one lepiej rozumieć polskie społeczeństwo i pokazują, że znany z przestrzeni publicznej podział naszego społeczeństwa na dwie skonfliktowane grupy nie odpowiada rzeczywistości. Wykorzystanie ich w tym badaniu pozwoliło sprawdzić, czy oraz w jaki sposób wyznawane wartości determinują sposób postrzegania miesięczki, a także jak postrzegane są korzyści i ograniczenia proponowanych rozwiązań przez przedstawicieli różnych segmentów społeczeństwa. Segmenty zostały wyodrębnione na podstawie badań ilościowych i jakościowych, łączących elementy socjologii, psychologii społecznej i politologii. Proces ich wyłaniania oparto na analizie wyznawanych wartości, fundamentów moralnych, tożsamości, wzorców zachowań społeczno-politycznych, a także orientacji wobec wspólnoty i świata zewnętrznego. Spojrzenie na polskie społeczeństwo przez pryzmat tak wyodrębnionych segmentów umożliwia lepsze jego zrozumienie niż analizy oparte wyłącznie na kategoriach demograficznych, jak wiek, płeć, wykształcenie czy preferencje polityczne.

Fundamenty moralne stanowią bardzo istotny element segmentacji. Opracowana przez Jonathana Haidta teoria zakłada, że ludzka moralność opiera się na wrodzonych, psychologicznych podstawach, które wpływają na nasze sądy moralne i rozumowanie. Choć te uniwersalne zasady są wspólne dla wszystkich, w różnych kulturach i przez różne osoby wykorzystywane są w odmienny sposób, co prowadzi do rozbieżności w moralnych punktach widzenia. Wyróżnia się pięć fundamentów: troski, sprawiedliwości, autorytetu, lojalności i czystości.

Fundament moralny troski jest związany z ochroną słabszych oraz zdolnością do odczuwania i dostrzegania bólu, a więc również współczuciem względem wszystkich cierpiących. Sprawiedliwość z kolei odzwierciedla przekonanie o naganności oszustwa oraz zasadności czerpania wzajemnych, równych korzyści z różnych interakcji i układów. Lojalność ma swoje źródło w długiej historii człowieka jako istoty plemiennej, zdolnej do tworzenia zmieniających się koalicji; leży u podstaw patriotyzmu i poświęcenia dla grupy. Fundament autorytetu odnosi się do hierarchicznego charakteru relacji społecznych, zakłada szacunek zarówno dla autorytetów, jak i dla tradycji. Czystość natomiast wywodzi się z unikania obrzydzenia i skażenia; osoby, dla których ma ona duże znaczenie, mogą dążyć do życia bardziej wzniosłego, mniej cielesnego, unikając wszystkiego, co uznają za nieczyste lub odrażające.

POSTĘPOWI ZAPALEŃCY

To zdecydowanie najbardziej liberalny ze wszystkich segmentów. Jego członkowie są otwarci, tolerancyjni, aktywni społecznie i politycznie. Opowiadają się między innymi za prawami mniejszości, rozdzieleniem Kościoła od państwa i ochroną klimatu. Zmiany zachodzące na świecie martwią ich, a przyszłość napawa lękiem, ale to nie zraża ich do działania. Religia nie jest dla nich kompasem moralnym, kierują się uniwersalnymi zasadami, w imię których gotowi są kwestionować zastane autorytety i hierarchie. Troska o słabszych oraz sprawiedliwość to dwa kluczowe dla nich fundamenty moralne.

PASYWNI LIBERAŁOWIE

Osoby należące do tego segmentu to indywidualiści skupieni na swoim osobistym i sukcesie. Na co dzień nie śledzą polityki ani nie angażują się w ruchy czy inicjatywy społeczne. Wychodzą z założenia, że w życiu należy polegać przede wszystkim na sobie; wspierają indywidualistyczny model gospodarczy, a od państwa oczekują jedynie braku nadmiernej ingerencji w codzienne życie. Akceptują nierówności społeczne, są raczej tolerancyjni, odrzucają tradycyjny podział ról między kobietami a mężczyznami i negatywnie oceniają rolę Kościoła katolickiego w Polsce.

ZAWIEDZENI SAMOTNICY

Zawiedzeni samotnicy czują się pozostawieni w tyle, nieszanowani i niesprawiedliwie traktowani. Myśl o przyszłości budzi w nich obawy, frustrację i bezsilność. Mają poczucie braku kontroli nad swoim życiem i ograniczonej sprawczości. Mimo bardzo niskiego poziomu satysfakcji z życia nie są zawistni – winy za swoją sytuację upatrują raczej w systemie i politykach niż w innych ludziach. Wrażliwi na nierówności cierpienie innych, w kwestiach obyczajowych lokują się mniej więcej w środku spektrum poglądów polskiego społeczeństwa, z lekką tendencją w stronę stanowisk liberalnych i lewicowych. Nie czują się reprezentowani politycznie, dlatego też nie biorą aktywnego udziału w życiu społecznym i politycznym.

NIEZAANGAŻOWANI NORMALSI

Reprezentanci tego segmentu skupiają się przede wszystkim na prywatnych aspektach życia, nie interesują się polityką, żyją obok niej. Rzadko śledzą wiadomości społeczno-polityczne, przez co w najmniejszym stopniu odczuwają skutki trwających sporów. Cenią spokój i zgodę. W wielu sprawach nie mają wyrobionego zdania, często jako swoje przyjmują stanowiska, które w danej chwili są najbardziej popularne. Ich orientacja ideologiczna ma lekko konserwatywny charakter.

SPEŁNIENI LOKALIŚCI

Są zadowoleni z życia i swoich osiągnięć. Wyróżnia ich lojalność wobec najbliższych i silne więzi z lokalnymi społecznościami. Czują się doceniani i szanowani przez innych. W obecnym status quo dostrzegają wiele zalet, dlatego nie zawsze chcą zmian, ale te ich nie przerażają. Większość z nich to osoby wierzące, ceniące tradycyjne wartości. Ich konserwatyzm jest jednak umiarkowany – charakterystyczne dla nich poczucie bezpieczeństwa sprawia, że są otwarci na nowe propozycje i odmienne perspektywy. Największe znaczenie ma dla nich fundament moralny troski, najmniejsze – fundament autorytetu.

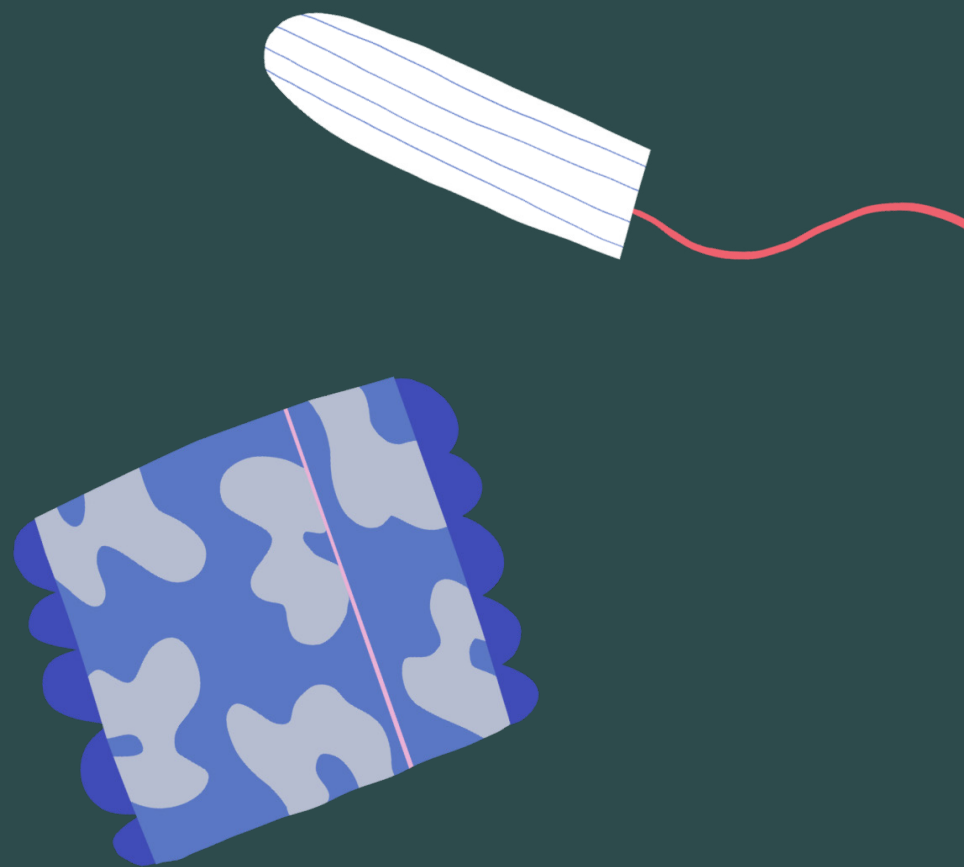
DUMNI PATRIOCI

Dumni patrioci cenią sobie wartości takie jak lojalność i posłuszeństwo. Ważne są dla nich wolność i niezależność, ale jednocześnie są przywiązani do silnego przywództwa. Nie ma jednego fundamentu moralnego, który determinowałby ich zachowanie. Struktura ich moralności jest mocno zróżnicowana, z dużym znaczeniem fundamentów autorytetu, czystości oraz sprawiedliwości. Charakteryzuje ich także poparcie dla dominacji silniejszych nad słabszymi oraz bardzo silna motywacja do utrzymania swojej wysokiej pozycji na tle innych grup. Reprezentanci tego segmentu to osoby zarówno o światopoglądzie konserwatywnym, jak i liberalnym.

ODDANI TRADYCJONALIŚCI

Identyfikują się jako osoby prawicowe, konserwatywne obyczajowo i popierające opiekuńczą funkcję państwa. Są dumni z polskości, bardzo religijni, związani z Kościołem katolickim, a wiara stanowi dla nich kompas moralny. Czują się bardzo dobrze reprezentowani politycznie i aktywnie wspierają preferowaną partię, konsekwentnie oddając nią głos w wyborach. Podobnie jak w przypadku Dumnych patriotów, ich struktura moralna jest zróżnicowana. Fundamenty, którymi kierują się na co dzień, to przede wszystkim czystość, sprawiedliwość i troska. Oddani tradycjoniści to najstarszy segment polskiego społeczeństwa, a z racji wieku – silnie sfeminizowany.

3.



PRZEBIAWY UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO

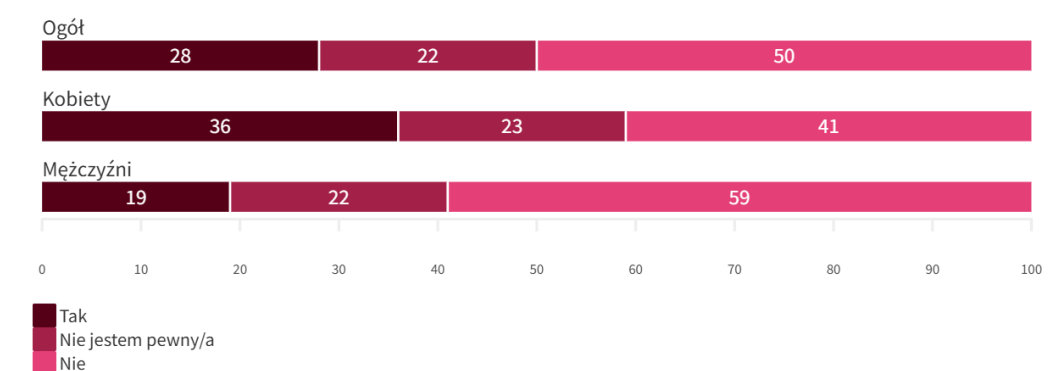
PRZEBIAWY UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO

Jednym z celów niniejszego badania było zmierzenie skali ubóstwa menstruacyjnego w Polsce i jego społecznej percepcji. Zgodnie z definicją wspomnianą we wstępie, ubóstwo menstruacyjne to ograniczony dostęp do podstawowych produktów potrzebnych w trakcie miesiączki, szczególnie ze względów finansowych. Sam termin ubóstwo menstruacyjne jest znany niewielkiemu odsetkowi społeczeństwa – słyszało o nim 28% badanych, 22% nie było pewnych, a 50% przyznało, że nigdy się z nim nie zetknęło. Pojęcie to częściej znają kobiety niż mężczyźni (36% wobec 19%).

WYKRES 1

ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA "UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO"

Czy słyszał(a) Pan/Pani o zjawisku takim jak ubóstwo menstruacyjne?



Source: CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Badania jakościowe wykazały, że dla części uczestników interpretacja terminu ubóstwa menstruacyjnego nie jest intuicyjna. Niektóre osoby, mimo braku wcześniejszej znajomości pojęcia, potrafiły je prawidłowo zrozumieć, u pozostałych natomiast wywoływało ono mylne skojarzenia – na przykład z mało obfitą miesiączką. Łącząc te obserwacje z wynikiem badania ilościowego, rekomendujemy, aby przy każdym użyciu tego sformułowania w mediach podawać jego definicję, co w dłuższej perspektywie pozwoli utrwalić jego powszechne rozumienie.

Sławek, 52 lata:

Ja słyszałem, ale kompletnie nie wiem, co to oznacza. Ale pojawiło się gdzieś w mediach. Mi przychodzi tylko na myśl jedna rzecz: że to są kobiety, które mają w trakcie miesiączki mało krwi. Tylko to mi przychodzi do głowy.

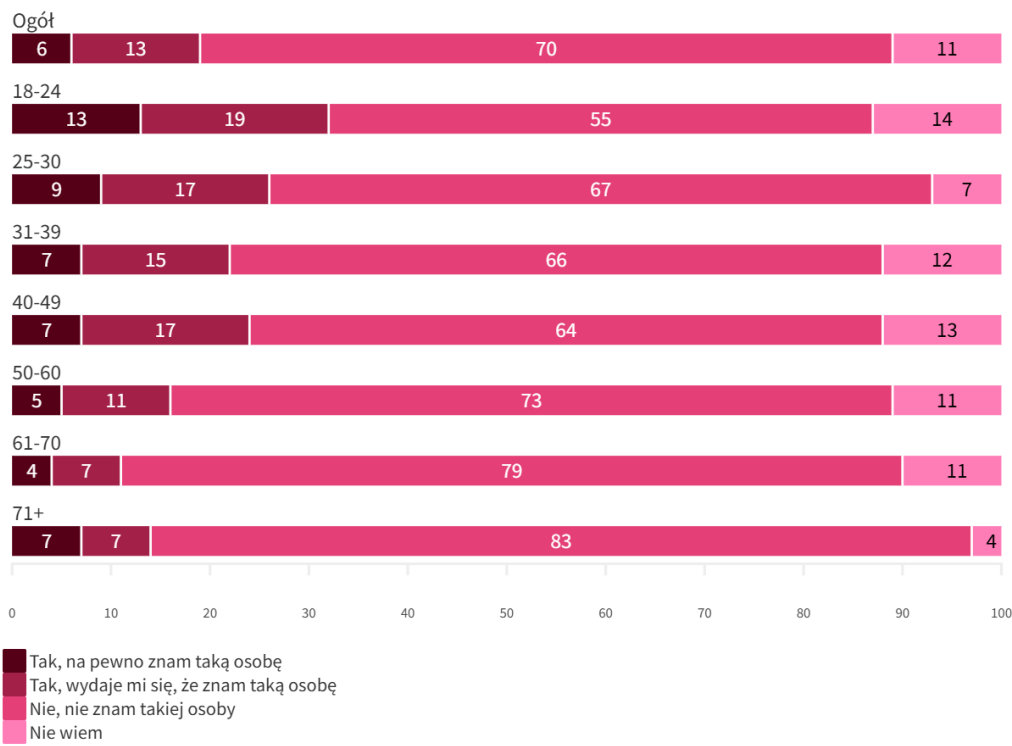
Kamila, 53 lata:

Tak, słyszałam, że ubóstwo menstruacyjne polega na tym, że są osoby, dziewczęta, kobiety, których nie stać na środki higieniczne.

6,5% badanych było pewnych, że zna osobę, która ma ograniczony dostęp do produktów higienicznych potrzebnych w trakcie miesiączki (8,2% kobiet i 4,6% mężczyzn), a kolejne 13% przypuszczało, że może znać taką osobę. Wśród respondentów podejrzewających znajomość kogoś zmagającego się z ubóstwem menstruacyjnym nie zaobserwowaliśmy różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami. Najczęściej znajomość osób doświadczających ubóstwa menstruacyjnego deklarowali młodzi dorośli w wieku 18–24 lata – w tej grupie aż 32% badanych uznało, że na pewno lub być może zna taką osobę. Co ciekawe, w tej grupie wiekowej nie zaobserwowaliśmy istotnych różnic ze względu na płeć. Taki wynik w najmłodszej grupie wiekowej wśród osób dorosłych może być wyrazem większej otwartości na rozmowy o miesiączce, a co za tym idzie – większą wiedzę o zjawisku ubóstwa menstruacyjnego. Może być to także związane z nierzadko trudną sytuacją finansową osób młodych, brakiem swobodnego dostępu do środków pieniężnych w domu rodzinnym czy niemożnością samodzielnego zarobkowania. Znacznie niższe wskazania wśród najstarszych respondentów mogą natomiast wynikać z tego, że wraz z wiekiem temat miesiączki stopniowo traci na znaczeniu w codziennym życiu.

WYKRES 2
ZNAJOMOŚĆ OSÓB DOŚWIADCZAJĄCYCH UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO

Czy zna Pan/Pani osobę, która ma ograniczony dostęp do produktów higienicznych potrzebnych w trakcie miesiączki, bo na przykład jej nie stać?



Source: CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Alan, 28 lat, Spełnieni lokaliści:

Ja się nie spotkałem, ani nawet z takim podejrzeniem, że komuś mogłoby grozić ubóstwo menstruacyjne.

Patrycja, 23 lata, Niezaangażowani normalni:

Ja znam tylko osoby, które musiały wybierać tańsze produkty, mimo że, na przykład, lepiej sprawdzały im się inne, te organiczne, niebielone.

Julia, 31 lat, Dumni patrioci:

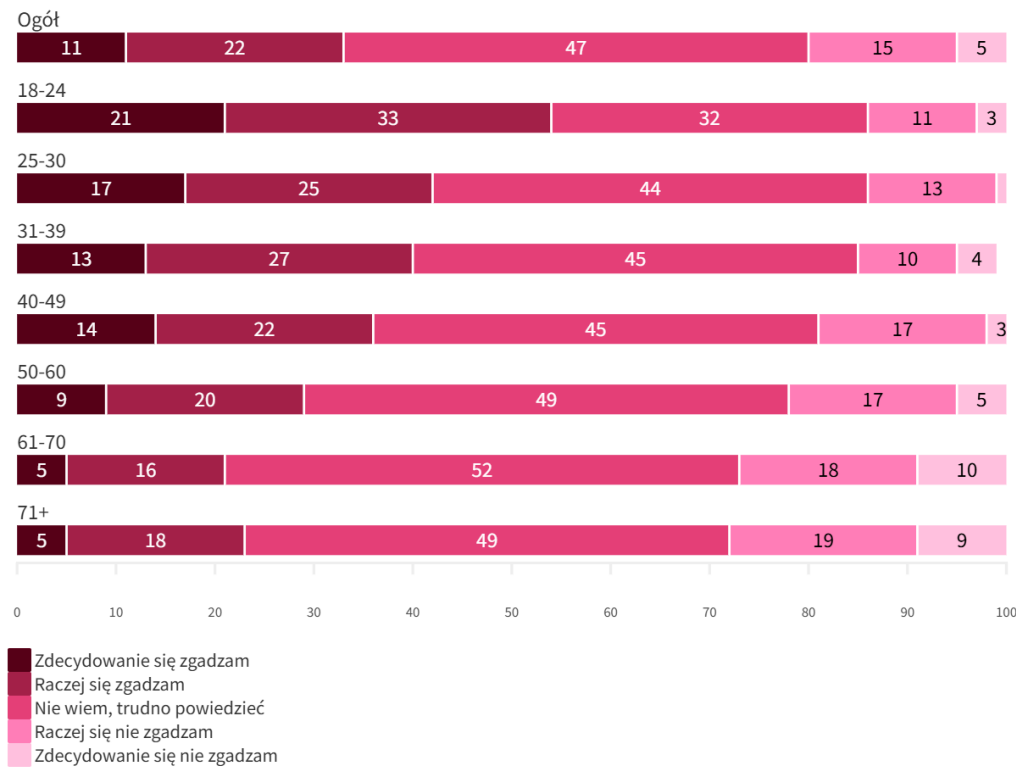
Ja o takich sytuacjach nie słyszałam i nie wiem, czy w ogóle usłyszę, bo to jest tak intymna sprawa i tak wstydlivy temat – w momencie, gdy cię nie stać i musisz chodzić dłużej [w jednej podpasce] – że chyba raczej nikt by się nie przyznał. Chyba że któraś z was po prostu słyszała, bo ja osobiście nie.

Znajomość osoby, która doświadcza lub może doświadczać ubóstwa menstruacyjnego, wiązała się z ogólną oceną skali tego problemu. Zdaniem 33% ogółu badanych ubóstwo menstruacyjne jest powszechnym problemem w Polsce, jednak wśród osób znających kogoś zmagającego się z tym problemem odsetek ten wynosił 64%. Ocena skali zjawiska różniła się w zależności od wieku – młodsze osoby częściej były przekonane o jego powszechności. Prawie połowie badanych trudno było jednak określić, jak częstym zjawiskiem w Polsce jest brak dostępu do produktów higieny menstruacyjnej.

WYKRES 3
POWSZECHNOŚĆ UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO W POLSCE

Jaki jest Pana/Pani stosunek do następujących stwierdzeń o miesiączce?

To, że niektóre kobiety nie mają pieniędzy na podstawowe produkty potrzebne w trakcie miesiączki, to powszechny problem w Polsce.



Source: CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Ewa, 31 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Ja myślę, że 80–90% społeczeństwa nie ma z tym najmniejszego problemu, czyli są osoby, które stać na to, żeby kupować podpaski jak najlepszej jakości, jak najzdrowsze przede wszystkim. Ale jest jakiś malutki ułamek osób, dla których niestety 20 zł miesięcznie to bardzo dużo, tym bardziej jeśli chodzi o dzieci.

4.



PRZEBIEG UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO W POLSCE

PRZEBIEG UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO W POLSCE

W celu dokładniejszego zbadania skali ubóstwa menstruacyjnego w Polsce część pytań skierowaliśmy wyłącznie do kobiet miesiączkujących.

Miesiączka wiąże się z koniecznością korzystania z produktów higienicznych. Obecnie środki te dostępne są w różnych formach – zarówno jedno-, jak i wielorazowych – w różnych przedziałach cenowych. Preferowanym produktem ochronnym podczas miesiączki dla większości respondentek były podpaski jednorazowe, wskazane przez 81% badanych. Na drugim miejscu znalazły się tampony, wybierane przez znacznie mniejszą część respondentek – 38%. Produkty wielokrotnego użytku, dostępne na rynku od stosunkowo niedawna, takie jak kubeczki menstruacyjne, podpaski wielorazowe czy majtki menstruacyjne, wskazało 2–4% badanych. Najmniej chętnie wykorzystywanymi podczas miesiączki produktami są lignina i wata.

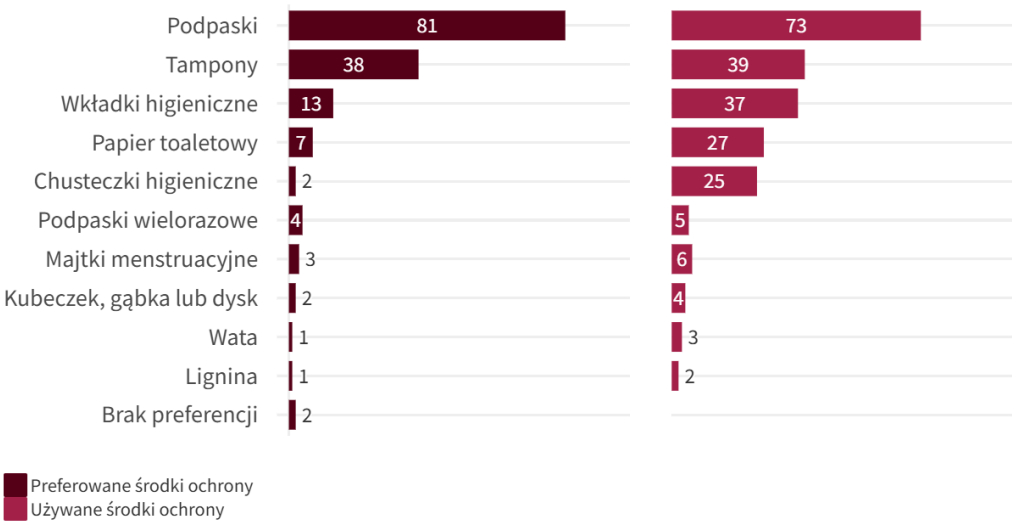
Co ważne, ponad połowie badanych (53%), tylko w ciągu ostatnich 3 miesięcy, zdarzyło się używać podczas miesiączki produktów, które nie były ich pierwszym – preferowanym – wyborem. Wśród artykułów faktycznie używanych znacznie częściej niż wśród produktów preferowanych znajdowały się te nieprzeznaczone stricte do ochrony podczas miesiączki, na przykład papier toaletowy czy chusteczki higieniczne. Tylko 7% miesiączkujących kobiet wskazało papier toaletowy jako preferowany produkt, jednak aż 27% zadeklarowało, że używało go do ochrony podczas miesiączki podczas ostatnich trzech miesięcy. Podobnie wygląda kwestia chusteczek higienicznych – preferuje je niewielki odsetek kobiet (2%), ale korzystała z nich aż jedna czwarta badanych.



WYKRES 4
PREFEROWANE A UŻYWANE ŚRODKI HIGIENICZNE

Jaki jest Pani preferowany rodzaj środków higienicznych używanych podczas okresu?

Proszę sobie przypomnieć ostatnie 3 miesiące: jakich środków higienicznych używała Pani do ochrony podczas wszystkich miesiączek w tym czasie?



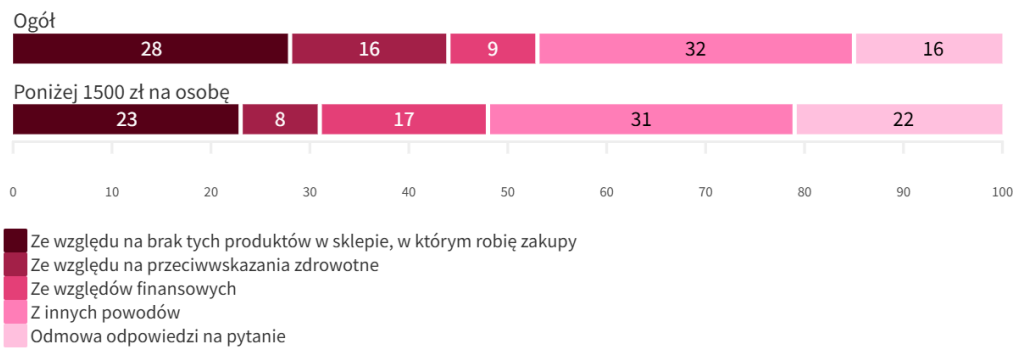
CAWI/CAPI, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

Istnieje zatem rozbieżność pomiędzy preferowanymi a używanymi środkami higienicznymi. Część powodów takiej sytuacji jest jasna: w przypadku 28% respondentek wynika to z braku preferowanych produktów w sklepie, w którym na co dzień robią zakupy. Pokazuje to, że pomimo coraz większej ogólnej dostępności różnych produktów na rynku, nie wszystkie są równie łatwo dostępne w zwyczajnych sklepach w Polsce. Dla kolejnych 16% przyczyną były kwestie zdrowotne, a 9% badanych w tej grupie przyznało, że wynika to z kwestii finansowych. Istotne jest, że kobiety z gospodarstw domowych, w których dochód na osobę wynosił poniżej 1500 zł miesięcznie, podawały względy finansowe prawie dwa razy częściej w porównaniu do średniej ogólnopolskiej. W tej grupie wyższy był również odsetek odmów odpowiedzi oraz wskazań „innych powodów”.

Niestety, ograniczenia metodologiczne badań ilościowych nie pozwoliły na uzyskanie pełnego wglądu w powody rozbieżności pomiędzy preferowanymi a używanymi środkami higienicznymi – 32% badanych na pytanie o przyczyny takiej sytuacji wybrało odpowiedź „z innego powodu”, a kolejne 16% odmówiło odpowiedzi. W tym pytaniu te dwie opcje uzyskały wysoki odsetek wskazań – wyższy niż w większości badań, które realizujemy. Pozwala nam to sformułować hipotezę, że część respondentek, z powodu wstydu, nie chciała bezpośrednio wskazywać względów finansowych i skorzystała z możliwości odmowy odpowiedzi lub zaznaczenia wariantu „inne powody”. Można przypuszczać, że odsetek kobiet, które ze względów finansowych korzystają podczas miesiączki z innych środków niż preferowane, wynosi więcej niż 9%.

WYKRES 5
POWÓD ROZBIEŻNOŚCI POMIĘDZY PREFEROWANYMI A UŻYWANymi ŚRODKAMI HIGIENICZNYMI

Z jakiego powodu używała Pani środków higienicznych innych niż preferowane lub nie tylko preferowanych w ciągu ostatnich trzech miesięcy?

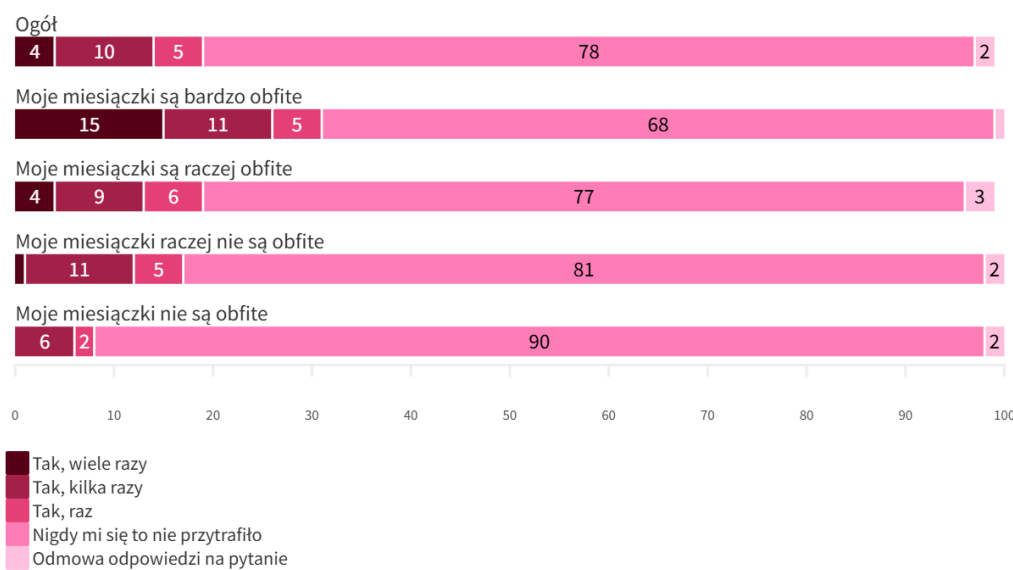


CAWI/CAPI, 15-29 stycznia 2025, N=298; dane dla kobiet miesiączkujących, których preferowane i używane środki higieniczne nie pokrywały się.

Rezygnacja z preferowanych produktów higienicznych potrzebnych w trakcie miesiączki może być uznawana za jeden z wymiarów ubóstwa menstruacyjnego, ponieważ nie pozwala na jej przebycie w pełnym komforcie. W naszym badaniu przyjrzelśmy się również innym wyznacznikom tego zjawiska, między innymi rezygnacji z zakupu produktów higienicznych na rzecz innych, pilniejszych wydatków. W takiej sytuacji co najmniej raz znalazło się 19% badanych miesiączkujących kobiet (w tym 14% – kilkakrotnie). Szczególnie często decyzję taką podejmowały kobiety o bardzo obfitych miesiączkach, które potrzebują więcej podpasek lub tamponów podczas jednego okresu. W tej grupie aż 31% respondentek przynajmniej raz zrezygnowało z zakupu potrzebnych produktów higienicznych, aby przeznaczyć środki finansowe na inne, bardziej potrzebne rzeczy.

WYKRES 6
REZYGNACJA Z ZAKUPU ŚRODKÓW HIGIENICZNYCH

Czy zdarzyło się Pani kiedykolwiek zrezygnować z zakupu produktów higienicznych wykorzystywanych podczas okresu w danym miesiącu, żeby kupić inne, bardziej potrzebne rzeczy?

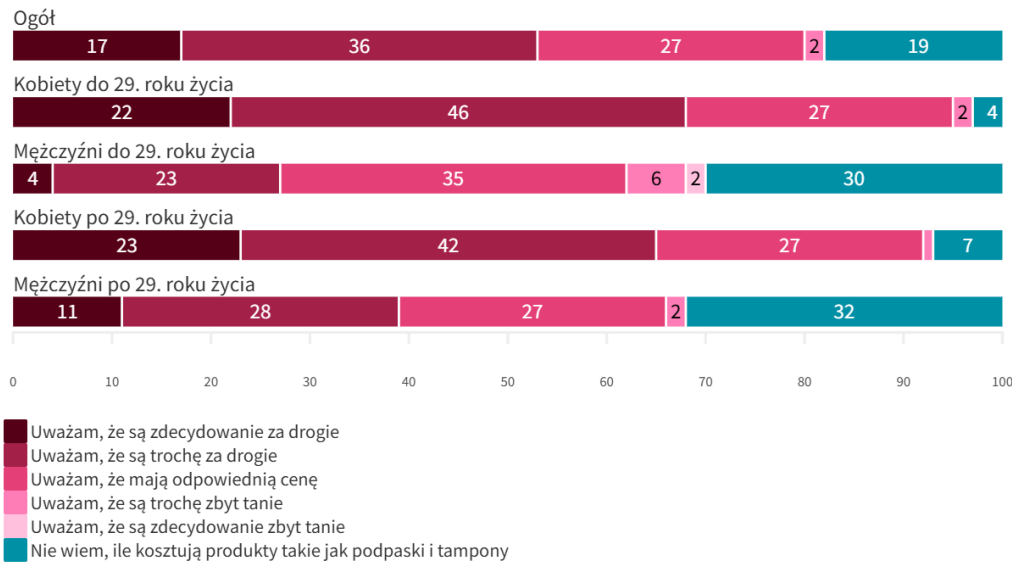


CAWI/CAPI, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

Rezygnacja z zakupu podpasek i tamponów jest bezpośrednio związana z przekonaniem panującym wśród Polek i Polaków, że produkty te są zbyt drogie. Tak uważa 53% społeczeństwa – 66% kobiet i 38% mężczyzn. Mężczyźni jednak ponad czterokrotnie częściej niż kobiety przyznawali, że nie wiedzą, ile kosztują artykuły tego typu. Szczególną uwagę zwraca stanowisko młodych mężczyzn, którzy najrzadziej wyrażali opinię, że podpaski i tampony są zbyt drogie (27%) oraz stanowili jedyną grupę, w której pojawiła się odpowiedź „Takie produkty są zdecydowanie za tanie”, choć nie była ona popularna (2%). Ich brak wiedzy na temat miesięczki, o czym piszemy w dalszej części raportu, a także cen produktów stosowanych podczas menstruacji może utrudniać wzajemne zrozumienie między młodymi kobietami i mężczyznami, a w konsekwencji – budowanie relacji między nimi.

WYKRES 7
CENA PRODUKTÓW HIGIENICZNYCH

Które ze zdań najlepiej oddaje Pana/Pani zdanie na temat ceny produktów higienicznych, takich jak podpaski i tampony?

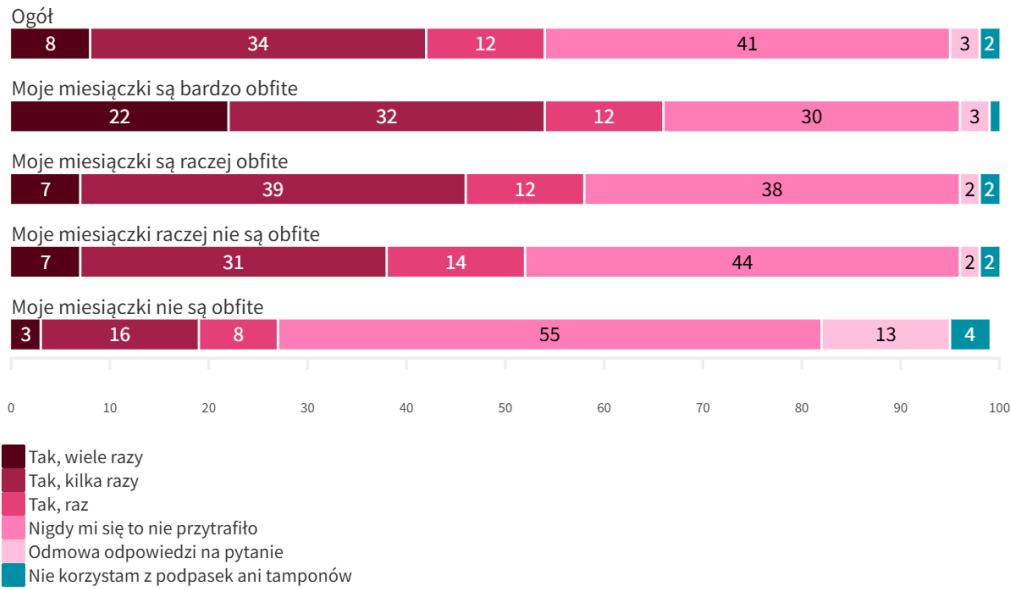


CAWI/CAPİ (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Jeszcze bardziej powszechne niż rezygnacja z zakupu potrzebnych produktów higienicznych jest korzystanie z nich zbyt długo. Jest to niepokojący wzorzec zachowania wśród kobiet, ponieważ może prowadzić do rozwoju infekcji oraz wiąże się z dużym dyskomfortem. Ponad połowa badanych (56%) kobiet przynajmniej raz używała podpaski lub tamponu dłużej, niż było to dla nich komfortowe. Dla 9% menstruujących jest to dość częste doświadczenie – takie sytuacje zdarzały się im wielokrotnie. Najczęściej dotyczy to kobiet o bardzo obfitych miesiączkach, ale również wśród tych, których krwawienie jest mniej intensywne, wspomniany problem występuje często. Co ciekawe, nie zaobserwowaliśmy żadnych różnic ze względu na dochód na osobę w gospodarstwie domowym, co oznacza, że status ekonomiczny nie ma istotnego wpływu na częstotliwość występowania tego zjawiska.

WYKRES 8
KORZYSTANIE Z PRODUKTÓW HIGIENICZNYCH
DŁUŻEJ NIŻ KOMFORTOWO

Czy zdarzyło się Pani korzystać z podpaski albo tamponu dłużej, niż czuła się Pani komfortowo?



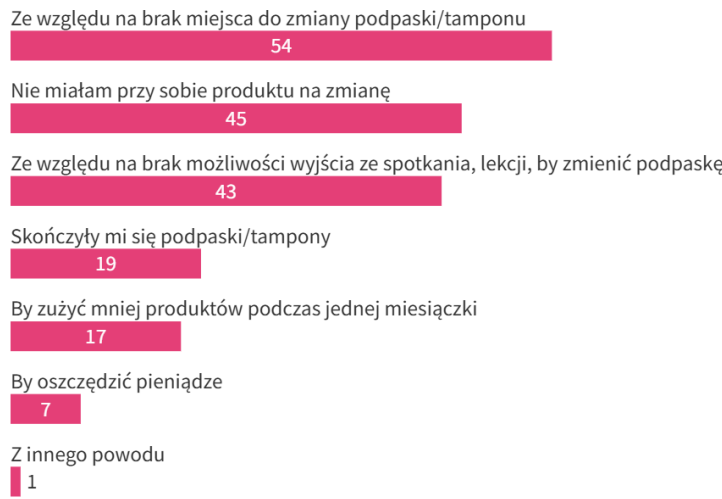
CAWI/CAPİ, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

Powszechność zbyt długiego użytkowania produktów higienicznych można wyjaśnić, analizując główne powody korzystania z podpasek i tamponów poza granicami komfortu. Najczęściej wskazywanymi przez badane przyczynami były: brak miejsca do zmiany podpaski lub tamponu (54%), brak odpowiedniego produktu przy sobie (46%), brak możliwości wyjścia ze spotkania lub lekcji (43%). Są to sytuacje, które mogą przydarzyć się każdej osobie, bez względu na status ekonomiczny. Ograniczony dostęp do artykułów higienicznych, niedostateczna liczba powszechnie dostępnych toalet, czy niewystarczające zrozumienie ze strony innych osób – szczególnie przełożonych lub nauczycieli oraz współpracowników – sprawiają, że kobiety zmuszone są, by działać w sposób szkodliwy dla swojego zdrowia i higieny. Wśród respondentek, które przyznały, że używają produktów higienicznych dłużej, niż jest to dla nich komfortowe, aż 17% wskazało chęć ograniczenia zużycia produktów, a 7% – potrzebę oszczędności finansowych.

WYKRES 9
PRZYCZYNY KORZYSTANIA Z PRODUKTÓW HIGIENICZNYCH
DŁUŻEJ NIŻ KOMFORTOWO

Dlaczego zdecydowała się Pani na korzystanie z produktów higienicznych dłużej?

Proszę wskazać wszystkie pasujące odpowiedzi.



CAWI/CAP1, 15-29 stycznia 2025, N=292; odpowiedzi od kobiet, które zadeklarowały, że zdarzyło im się korzystać z produktów higieny menstruacyjnej dłużej niż komfortowo.

Kolejnym wymiarem ubóstwa menstruacyjnego jest rezygnacja z wcześniej zaplanowanych, codziennych aktywności – takich jak pójście do szkoły, pracy, na zajęcia sportowe czy spotkania towarzyskie – podczas okresu. Aż 74% menstruujących kobiet choć raz zrezygnowało z tego rodzaju planów ze względu na ból. 36% przynajmniej raz podjęło taką decyzję z powodu wstydu, a 42% – przez brak dostępu do produktów higieny menstruacyjnej. Najczęściej takie decyzje podejmowały kobiety o bardzo obfitych miesiączkach oraz najmłodsze respondentki (do 30. roku życia). Wycofanie się z życia społecznego w czasie miesiączki jest więc powszechnym doświadczeniem, które dotyka nawet jednej trzeciej kobiet w wieku rozrodczym. Szczególnie niepokojące są absencje w szkole i pracy spowodowane dolegliwościami oraz ograniczonym dostępem do odpowiednich produktów higienicznych. Zapewnienie łatwego dostępu do podpasek i tamponów, szerzenie wiedzy o sposobach radzenia sobie z bólem miesięczkowym oraz normalizowanie tematu i doświadczenia menstruacji są niezbędne, aby ograniczyć negatywne konsekwencje zarówno dla jednostek, jak i dla całego społeczeństwa.

Dominika, 39 lat:

Ja mam bardzo obfite okresy i po prostu jest tak, że ja na basenie pracuję na kasach i na przykład jak przychodzi weekend i jest dużo ludzi, ja nie mogę zejść z kasy, żeby zmienić tę podaskę. No i teraz dla mnie to jest dyskomfort [...] biorę zapasowe legginsy ze sobą do pracy, zapasowe majtki i tak dalej, no bo ja nie wiem, czy będę mogła zejść z tej kasy, czy nie będę mogła.

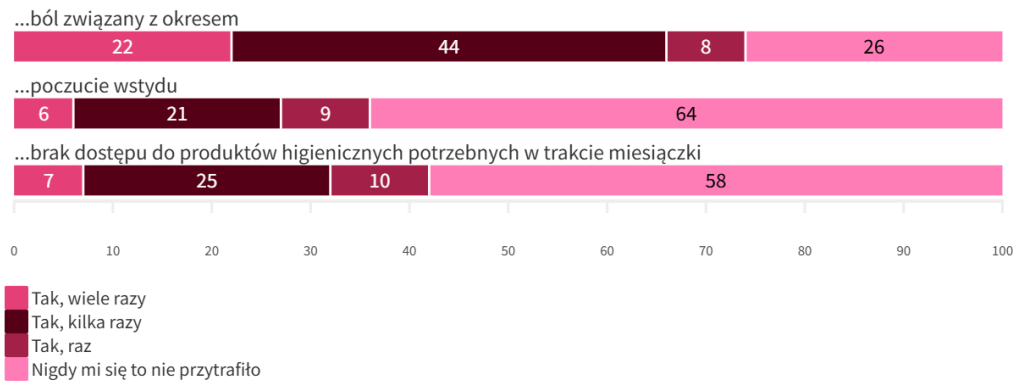
Jola, 55 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Ja sobie jakoś dam radę, ale córce kupuję te najlepsze i ja je stawiam, żeby właśnie ona nie czuła się gorzej, żeby po prostu mogła sobie wziąć do szkoły, ładnie to rozpakować, takie eleganckie, estetyczne, cienkie.

Zuzanna, 48 lat, Dumni patrioci:
Ja miałam taką koleżankę w szkole średniej, która jak założyła podaskę rano w domu, to chodziła przez cały dzień w niej.

WYKRES 10
REZYGNACJA Z AKTYWNOŚCI PODCZAS OKRESU

Czy zdarzyło się Pani zrezygnować z wcześniej zaplanowanych aktywności - np. w pracy, w szkole, zajęć sportowych, spotkań ze znajomymi - ze względu na...?



CAWI/CAP1, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.



5.



MIESIĄCZKA JAKO SPRAWA SPOŁECZNA

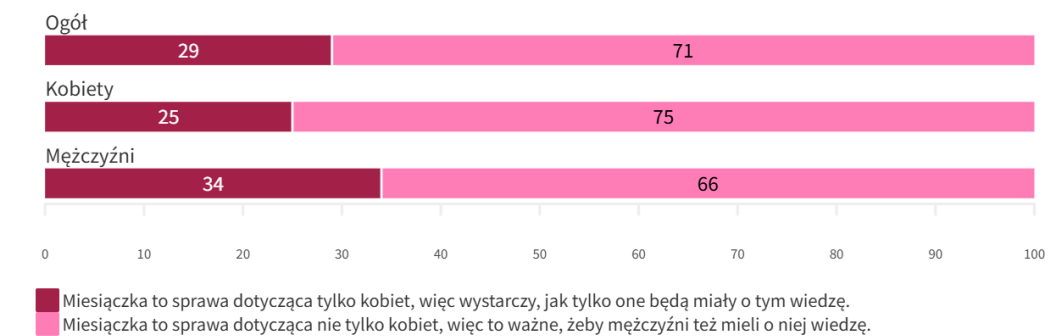
MIESIĄCZKA JAKO SPRAWA SPOŁECZNA

Choć w przestrzeni publicznej wciąż można natknąć się na przekonanie, że miesiączka to wyłącznie „kobieca sprawa”, zdecydowana większość Polek i Polaków uważa inaczej. Zdaniem aż 71% badanych menstruacja dotyczy nie tylko kobiet, dlatego ważne jest, by mężczyźni również posiadali wiedzę na jej temat. Kobiety wyrażają ten pogląd częściej niż mężczyźni (75% wobec 66%), choć w obu grupach dominuje stanowisko o społecznym wymiarze tego zjawiska. Odmiennej opinii jest 29% badanych, którzy uważają, że miesiączka dotyczy jedynie kobiet i wystarczy, że tylko one będą miały o niej wiedzę.

WYKRES 11

MIESIĄCZKA JAKO KWESTIA DOTYCZĄCA NIE TYLKO KOBIET

Z którym ze stwierdzeń zgadza się Pan/Pani bardziej?

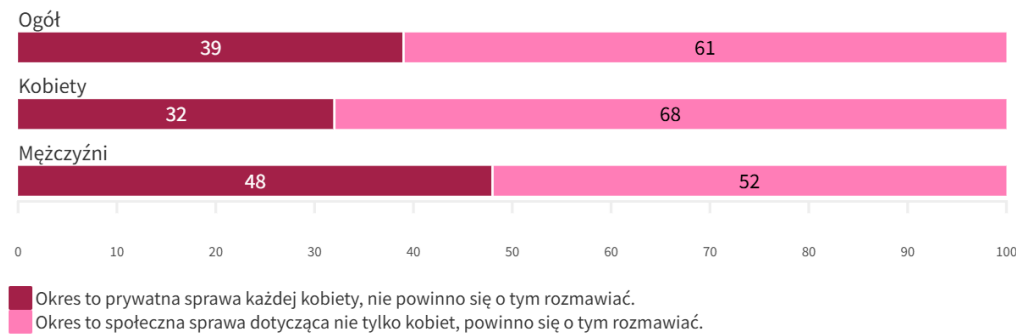


CAWI/CAP1 (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Nieco mniej powszechne, ale wciąż dominujące, jest przekonanie, że o miesiączce powinno się mówić publicznie – że jest to temat społeczny, a nie wyłącznie prywatna sprawa kobiet. Taką opinię wyraża 61% badanych. Potrzeba rozmowy o menstruacji i jej obecności w przestrzeni publicznej częściej deklarowana jest przez kobiety niż przez mężczyzn (68% wobec 52%). Pokazuje to po raz kolejny, że traktują one ten temat jako codzienny i normalny oraz wierzą, że ich komfort zwiększyłby się, gdyby zagadnienie to było odbierane tak samo przez innych.

WYKRES 12
OKRES JAKO KWESTIA PRYWATNA I SPOŁECZNA

Z którym ze stwierdzeń zgadza się Pan/Pani bardziej?



CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Potwierdzenie takiego postrzegania menstruacji znaleźliśmy również w badaniu jakościowym. Zarówno kobiety, jak i mężczyźni zwracali uwagę na potrzebę popularyzacji wiedzy o menstruacji bez względu na płeć. Choć świadomość samego istnienia tego zjawiska jest powszechna, wciąż istnieje silne zapotrzebowanie na bardziej rzetelną edukację w tym temacie, aby doświadczenie menstruacji było lepiej rozumiane.

Grzesiek, 24 lata, Pasywni liberałowie/Postępowi zapaleńcy:

To jest jakaś naturalna rzecz, która, no okej, chłopców nie spotka, ale przecież chłopcy będą żyć razem z dziewczynami i według mnie powinni być świadomi, że u dziewczyn coś takiego jest. I to nie jest powód, żeby je obrażać czy uważać, że to jest coś obrzydliwego, żeby robić jakąś otoczkę wokół tego. Tylko żeby wiedzieli i traktowali to jako naturalną rzecz.

Wojciech, 40 lat, Spełnieni lokaliści:

Według mnie to nie jest tylko sprawa kobieca. [...] I to nie tylko jeżeli jest się w związku, ale też można być kolegą, można być ojcem, można być bratem kobiety. I jak gdyby to zrozumienie [...] i takie niedemonizowanie tego w żadną stronę, czyli ani niemówienie, że „no nie, to nic takiego”, ale też, żeby w drugą stronę to nie poszło – żeby właśnie nie zrobić z tej miesiączki tego „kija”, że kobieta się nie nada, bo raz w miesiącu ma trudne dni, to wtedy będzie emocjonalna na przykład albo coś takiego, no bo takie rzeczy też ludzie mówią.

Ewa, 31 lat, Zawiedzeni samotnicy:

No właśnie to mam na myśli – edukację mężczyzn. No i nie mówię tylko o pierwszych klasach szkoły, ale też w liceum. Wszyscy już wkraczają w dorosłość i faktycznie może od swoich dziewczyn czegoś się dowiadują, ale takie wytłumaczenie, że to naprawdę nie jest nic nadzwyczajnego, że to nie jest jakiś temat, z którego można się śmiać czy można go wytykać palcami, ale żeby oni też zrozumieli [...], bo myślę, że nikt nam bardziej nie pomoże niż gdzieś tam nasza najbliższa osoba, czyli nasz mężczyzna – żeby on też zrozumiał. [...] Ale też później w pracy – kolega z pracy, przecież ja nie będę edukować kolegi z pracy, z czym wiąże się mój okres i dlaczego dzisiaj się zachowuję tak, a nie inaczej, więc myślę, że musi być szeroko pojęta edukacja i to nie tylko dziewczynek.

Społeczny charakter miesiączki – postrzeganie jej jako kwestii, która dotyczy nie tylko kobiet, ale także innych osób – znajduje odzwierciedlenie w powszechnie deklarowanym przez kobiety poczuciu wsparcia podczas okresu. Ponad połowa respondentek (56%) może liczyć na pomoc swojego otoczenia w tym czasie. Co ważne, jedynie 12% nie zgadza się z tym stwierdzeniem, a odsetek ten jest bardzo podobny wśród reprezentantek wszystkich siedmiu segmentów naszego społeczeństwa. Wyniki te pokazują, że miesiączka jest tematem budzącym zrozumienie i troskę otoczenia w sposób niemal uniwersalny, co potwierdzają również wypowiedzi uczestników badania jakościowego.

Stanisław, 29 lat, Dumni patrioci:

Zazwyczaj wspierałem ją [moją dziewczynę] dużymi ilościami czekolady. Tak więc raczej pod te dni miałem zaplanowany taki czas odpoczynku, żeby spędzić razem czas, jakoś wychillować, kupić jakieś tam ulubione przekąski, coś obejrzeć i raczej tak na spokojnie. Albo jakieś właśnie leki przeciwbólowe, jakie trzeba, bo też się zdarzało właśnie, albo rozkurczowe. To każdy przechodzi inaczej.

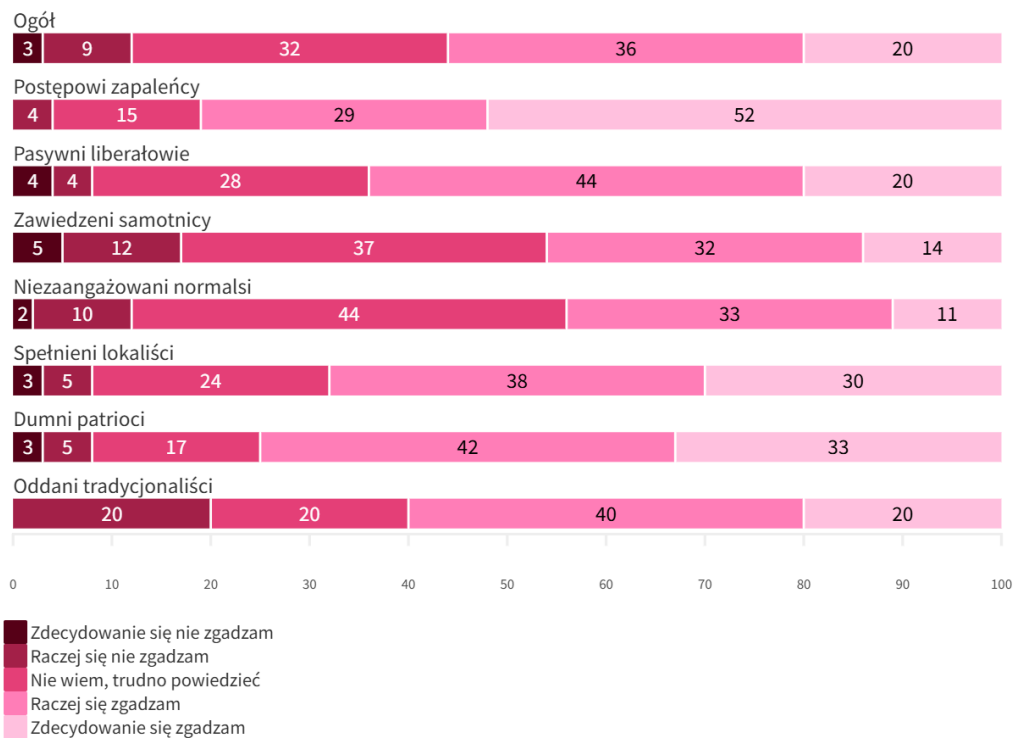
Damian, 23 lata, Spełnieni lokaliści:

Może dlatego, że rozumiemy już to, co kobieta może przeżywać w tym okresie i staramy się jej właśnie pomóc... U mnie w domu na przykład mój tata, jak moja mama miała okres, to nie chcę powiedzieć, że był olewający, ale taki po prostu, że no ma swoje dni i muszę dać jej spokój. I po prostu jakby zero kontaktu, żeby nie drażnić ani nic. No a ja mam zupełnie inny pogląd – bo owszem, żeby nie drażnić, ale żeby też kobieta czuła, że jestem i może się zwrócić o pomoc.

WYKRES 13
WSPARCIE PODCZAS OKRESU

W jakim stopniu zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami?

Możę liczyć na wsparcie swojego otoczenia, kiedy mam okres.



CAWI/CAPI, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

6.



NORMALIZACJA MIESIĄCZKI

NORMALIZACJA MIESIĄCZKI

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni, którzy wzięli udział w grupach fokusowych, często zauważali zmianę w podejściu do okresu, która dokonała się na przestrzeni ich życia. Porównując własny czas dojrzewania z doświadczeniami swoich dzieci, podkreślali, że dla młodszych pokoleń temat ten jest znacznie mniej wstydlivy. Także analizując ewolucję swojego podejścia do menstruacji, dostrzegali postępującą normalizację miesiączki.

Franciszek, 47 lat, Pasywni liberałowie/Postępowi zapaleńcy:

Z tematem trzeba się obyć. Ja w pracy miałem przeważnie większość kobiet i tam gadaliśmy o różnych tematach, o miesiączkach i tam nie było żadnego tematu tabu. Czasami koleżanka przekazała, i to cytuję, „Krysi nie będzie, bo ją krew zalała w autobusie”. I to było tak normalne dla każdego. Nikt się tam nie zdenerwował. Nie było to dziwne. No i gadamy, tak jak tutaj koleżanka mówi, im człowiek starszy, tym ten temat jest taki bardziej oczywisty i tam nie ma co się tym martwić.

Julia, 31 lat, Dumni patrioci:

Gimnazjum to był najgłupszy okres, to właśnie wtedy chłopaki się śmiali, uważam, że wtedy nie było chyba aż takiej edukacji, też okres nie był takim tematem powszechnym, tylko inaczej... Dzisiaj jest to tak na porządku dziennym, że dla chłopaków to jest chyba norma. Nawet mój brat też, pamiętam, że wychowany z taką ilością kobiet, to nawet jak miał 13-14 lat, to dla niego to już była norma, że kobieta ma okres i też sobie z tego nigdy nie śmieszkował ani nic. Także uważam, że dzisiaj to jest o wiele łatwiejszy temat. Chłopaki raczej nie dokuczają. Ja też w klasie mojej córki nie usłyszałam, żeby były jakiegokolwiek docinki. Córka też mi nigdy nie wspomniała, że koledzy tam dokuczali czy coś takiego.

Zuzanna, 48 lat, Dumni patrioci:

[Jak byłam dzieckiem, to] zabobon był, że kobieta, która ma miesiączkę, no to coś tam się nie uda. W sensie na przykład kiszenie kapusty albo ogórków. I mój tata mówi tak: jesteś sama czy we dwie? A ja: co? On: No masz ciotę? My też byłyśmy we dwie córki, miał żonę, więc no... Takich określeń używał, dosłownie. Sama jesteś czy we dwie? Czy z ciotką przyszłaś? Jak jesteś z ciotką, dziękuję, nie chcę, żeby mi się zepsuła kapusta.

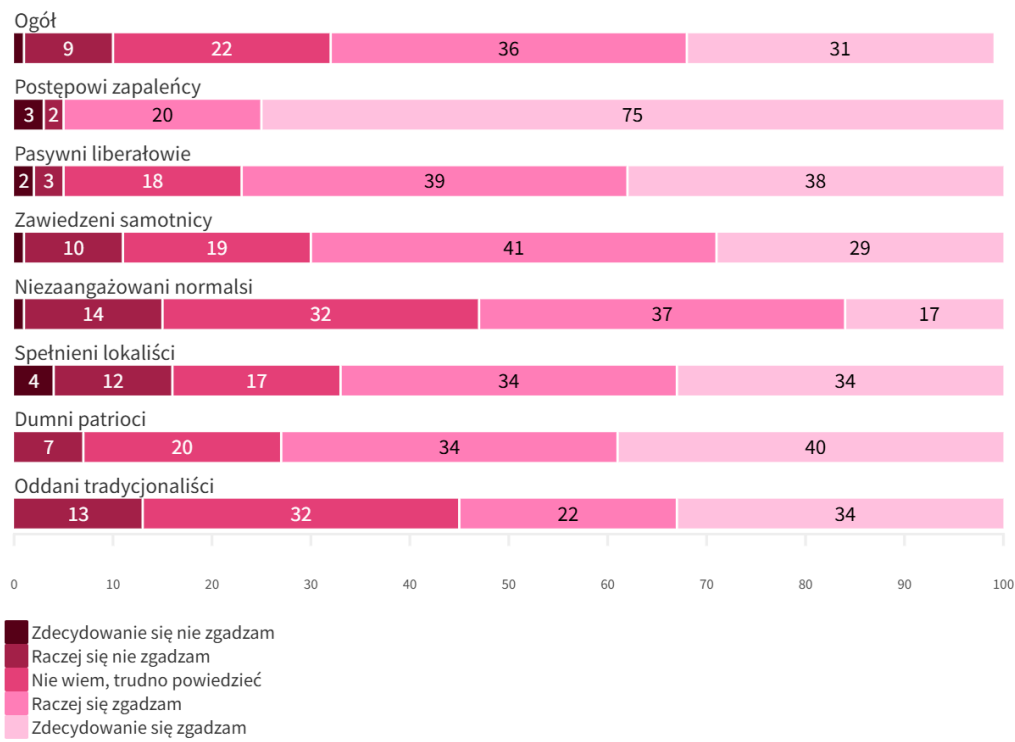
Obecnie wśród kobiet często pojawia się irytacja związana ze sposobem, w jaki przedstawia się i określa miesiączkę – jako coś wstydlivego. Aż 67% miesiączkujących kobiet deklaruje, że takie podejście wywołuje u nich zdenerwowanie. Co istotne, odczucie to występuje u ponad połowy reprezentantek każdego z siedmiu wyodrębnionych przez nas segmentów polskiego społeczeństwa. Dane te pokazują, że – bez względu na wyznawane wartości czy fundamenty moralne – istnieje potrzeba, aby menstruacja była postrzegana jako normalny element codzienności kobiet w Polsce. Uczucie wstydu nie wynika z ich własnego stosunku do okresu, lecz jest narzucone społecznie, co z kolei wywołuje irytację i sprzeciw.

Agnieszka, 52 lata, Niezaangażowani normalsi:

Tak, to jest po prostu coś normalnego, tak jak się kupuje, no nie wiem, masło czy chleb. To jest naturalna rzecz, to nie jest nic z kosmosu. To nie mają tego wyjątkowe osoby, tylko każda kobieta, więc nie powinno to być jakimś tematem tabu ani tematem do wstydu, to coś naturalnego.

WYKRES 14
OKRES JAKO WSTYDLIWY TEMAT

W jakim stopniu zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami?
Denerwuje mnie, że ludzie robią z okresu coś wstydliwego.

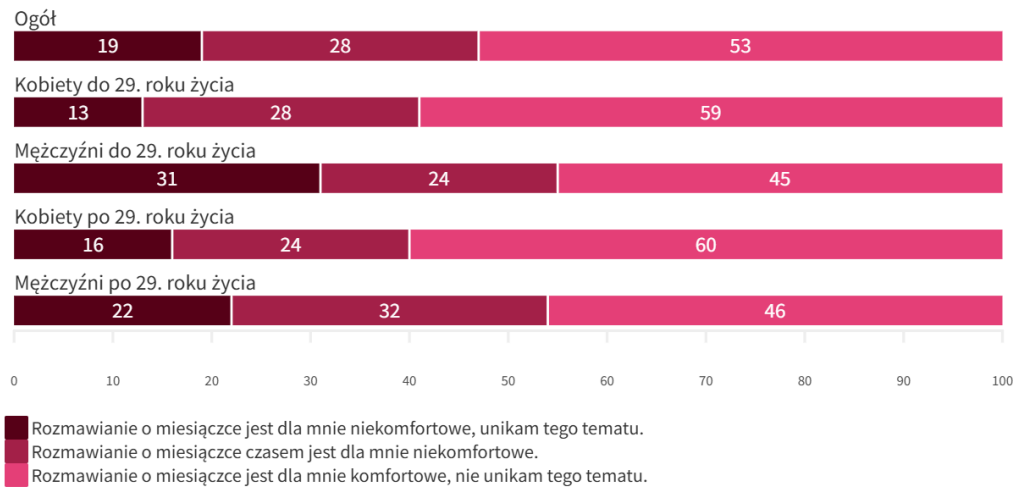


CAWI/CAPİ, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

Zmiana w kierunku normalizacji miesiączki widoczna jest również w emocjach, które towarzyszą rozmowom na jej temat. Nieco ponad połowa społeczeństwa (53%) deklaruje, że czuje się swobodnie, rozmawiając o menstruacji, i nie unika tego tematu. Odmienne uważa 19% badanych – dla nich poruszanie tej kwestii wiąże się z dyskomfortem, dlatego starają się jej unikać. Dla pozostałych to, czy odczuwają dyskomfort, zależy od okoliczności. W odpowiedziach otwartych często wskazywano sytuacje takie jak bycie w większej grupie, obecność słabo znanych osób, rozmowa w towarzystwie mężczyzn lub nadmierna liczba szczegółów. Grupą, która odczuwa największy dyskomfort podczas rozmowy o miesiączce, są młodzi mężczyźni – 31% z nich przyznało, że właśnie z tego powodu unika tego tematu. Wynik ten po raz kolejny potwierdza istnienie istotnych różnic w postrzeganiu miesiączki pomiędzy młodymi mężczyznami a kobietami.

WYKRES 15
DYSKOMFORT PRZY ROZMOWIE O OKRESIE

Które ze zdań lepiej oddaje Pana/Pani stosunek do rozmawiania o miesiączce?



CAWI/CAPİ (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Stopniowa normalizacja miesiączki widoczna jest również w języku oraz w reakcjach, jakie on wywołuje. Polki i Polacy w większości mają obojętny stosunek wobec określeń używanych w odniesieniu do menstruacji (47%). Drugą najczęściej wybraną odpowiedzią na pytanie o opinię na temat eufemizmów takich jak „ciotka” czy „te dni” było stwierdzenie: „Denerwuje mnie to, uważam, że należy nazywać rzeczy po imieniu” (38%). Pogląd ten był szczególnie popularny wśród kobiet, co koresponduje z innymi wynikami wskazującymi na ich irytację próbami przedstawiania okresu jako tematu wstydliwego. Eufemistyczne określenia preferuje jedynie 15% Polek i Polaków. Ponownie młodzi mężczyźni częściej niż inne grupy uważają, że o menstruacji nie należy mówić wprost, choć nawet wśród nich odsetek ten nie jest wysoki – zgadza się z nim 22% mężczyzn poniżej 30. roku życia. Co ciekawe, wraz z wiekiem ta preferencja maleje. Na podstawie badania jakościowego możemy przypuszczać, że z czasem temat miesiączki również dla mężczyzn staje się zwyczajny i przestają odczuwać w związku z nim speszzenie czy wstyd. Ponownie widoczna jest jednak wyraźna różnica pomiędzy młodymi kobietami a młodymi mężczyznami. To rozbieżność, która może negatywnie wpływać na relacje między tymi grupami – o czym pisaliśmy już we wcześniejszej części raportu.

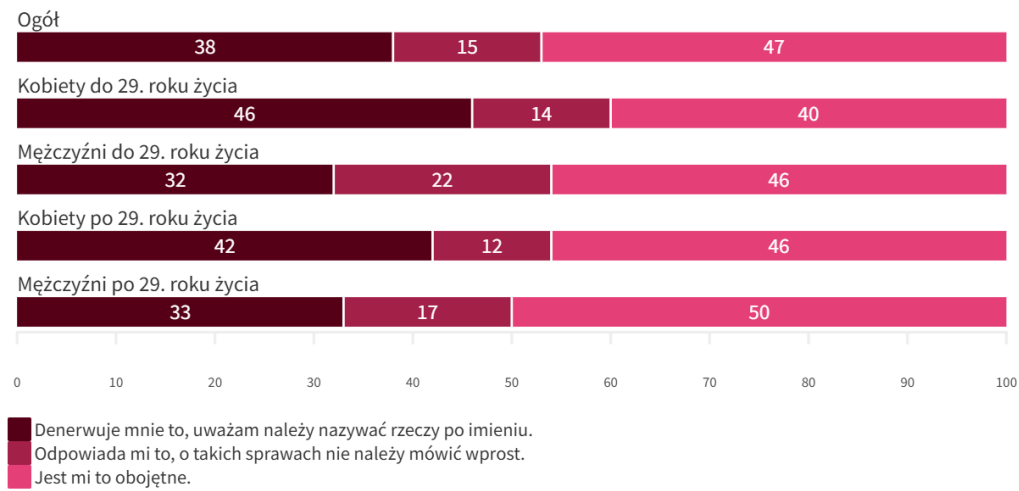
Weronika, 29 lat, Dumni patrioci:

Wydaje mi się, że niektórzy używają takich określeń, bo po prostu dla nich w jakimś stopniu używanie słowa „miesiączka” albo „okres” jest jakieś zawstydzające, takie bardzo intymne i chyba po prostu wolą używać jakichś innych, śmiesznych określeń, typu „ciocia” albo „gorsze dni”, [...] czegoś wokół tego sugerującego, ale nie wprost.

WYKRES 16

UŻYWANIE EUFEMIZMÓW

Niektórzy nie mówią „okres”, „miesiączka”, „menstruacja”, a zamiast tego używają takich określeń jak „ciotka”, „te dni”. Które z poniższych zdań najlepiej opisuje Pana/Pani stosunek do takiego zachowania?



CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

O używane słowa dotyczące miesiączki pytaliśmy również w badaniu jakościowym. Określenia takie jak „ciotka” czy „te dni” były znane większości uczestników, jednak w codziennym języku posługuje się nimi niewiele osób. Podobnie słowo „menstruacja” rzadko pojawia się w codziennych rozmowach. Zdecydowana większość badanych, mówiąc o menstruacji używa określeń „okres” oraz „miesiączka”.

Alina, 43 lata:

Dla mnie to jest po prostu okres.

Zuzanna, 48 lat, Dumni patrioci:

Ja lubię słowo miesiączka.

Jan, 50 lat:

Podobnie jak u innych, tak samo okres, miesiączka, wymiennie te dwa słowa funkcjonują.

Halina, 41 lat:

U mnie w domu jak rozmawiam z córką, to nie mówię, że mam menstruację. Nigdy takiego słowa nie używamy. Zawsze albo okres, albo miesiączkę, ale najczęściej, że okres.

Julia, 31 lat, Dumni patrioci:

U mnie mąż często jak widzi napiętą sytuację przed, to mówi, że gorsze dni się zbliżają. Czasami tak. I też w sumie nie używa słowa ani miesiączka, ani okres, jak pyta, czy już jest, czy nie ma. Tyle właśnie, że gorsze dni.

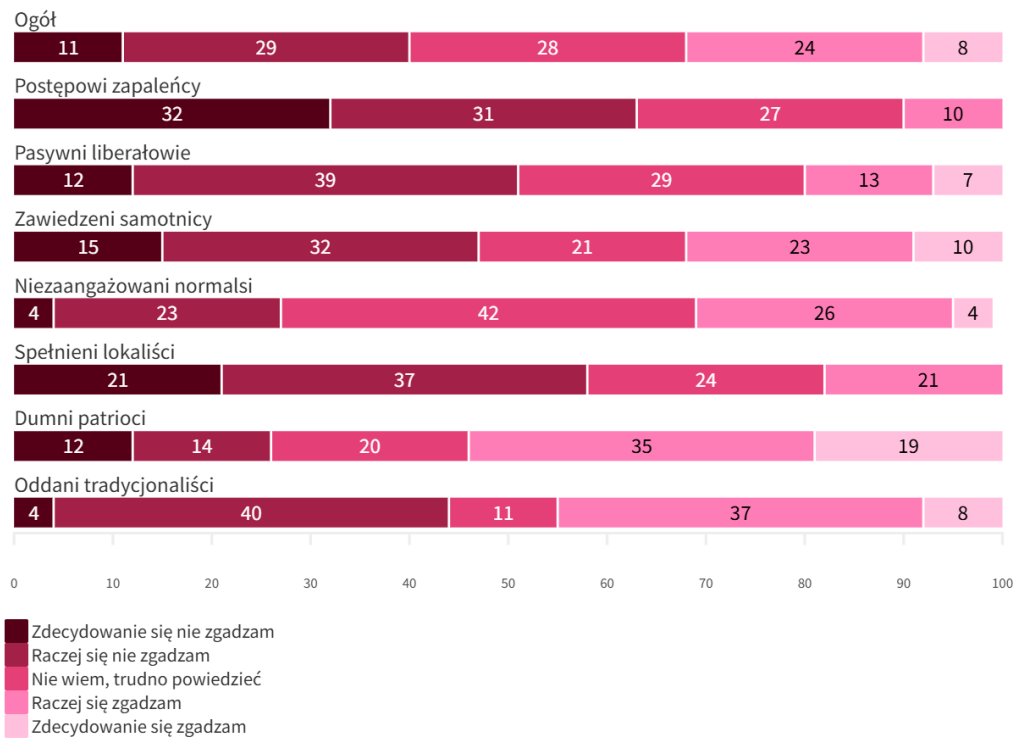
Na poziomie komunikacji menstruacja coraz rzadziej jest postrzegana jako temat tabu – większość osób nie czuje skrępowania w rozmowach na ten temat, irytuje je natomiast przedstawianie jej jako czegoś wstydliwego. Niegdyś popularne eufemizmy takie jak „ciotka” czy „te dni” stopniowo odchodzą w zapomnienie. Jednak, gdy pytaliśmy o praktyki i zachowania związane z miesiączką, prawie jedna trzecia kobiet przyznała, że podczas okresu stara się ukryć ten fakt przed innymi. Najczęściej dotyczy to kobiet należących do segmentów Dumnych patriotów (54%) i Oddanych tradycjonalistów (45%). W obu tych grupach fundament moralny czystości odgrywa ważną rolę, co dobrze tłumaczy ich postawę. Z kolei kobiety należące do Postępowych zapaleńców zdecydowanie częściej od przedstawicielek innych segmentów deklarują, że nie czują potrzeby ukrywania miesiączki, co jest spójne z ich silnie liberalnym podejściem. Widać więc, że choć zdecydowana większość kobiet twierdzi, że miesiączka nie jest tematem do wstydu, część z nich wciąż odczuwa presję, by ukrywać fakt miesiączkowania. Normalizacja menstruacji postępuje na poziomie komunikacji, lecz w praktyce nie znalazła jeszcze pełnego odzwierciedlenia w codziennych zachowaniach i postawach społecznych.

WYKRES 17

UKRYWANIE OKRESU

W jakim stopniu zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami?

Kiedy mam okres, robię wszystko, żeby nikt o tym nie wiedział.



CAWI/CAPI, 15-29 stycznia 2025, N=548; dane dla kobiet miesiączkujących.

7.

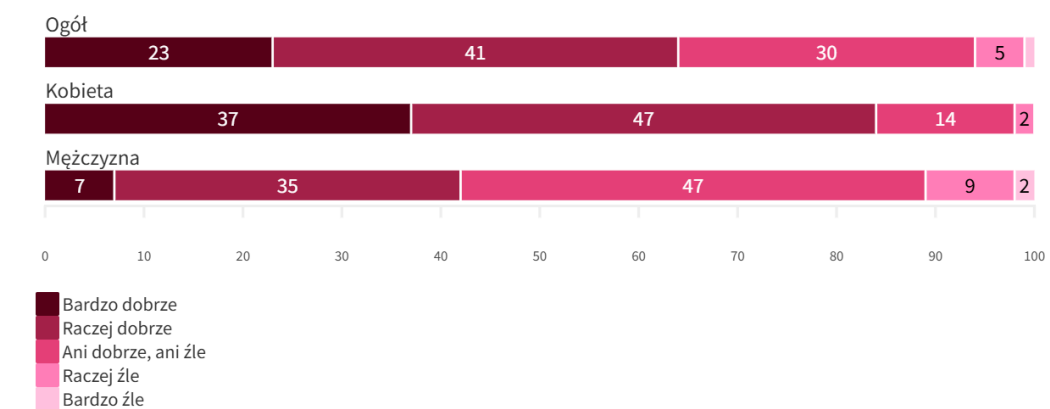
CO POLKI I POLACY WIEDZĄ O MIESIĄCZCE

CO POLKI I POLACY WIEDZĄ O MIESIĄCZCE

Jak wynika z wcześniejszej części raportu, Polki i Polacy chcą, aby miesiączka była postrzegana jako naturalne zjawisko, pozbawione tabu. Ważnym krokiem w tym kierunku jest powszechna wiedza na temat menstruacji. Obecnie 64% badanych ocenia swoją wiedzę o miesiączce pozytywnie – 23% bardzo dobrze, a 41% raczej dobrze. Widoczne są jednak wyraźne różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami w tej kwestii.

WYKRES 18
OCENA WIEDZY O MIESIĄCZCE

Jak ocenia Pan/Pani swoją wiedzę na temat miesiączki?



CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Wysoka samoocena poziomu wiedzy nie oznacza jednak, że Polki i Polacy faktycznie dysponują pełnymi i rzetelnymi informacjami na temat menstruacji. W społeczeństwie wciąż funkcjonuje wiele stereotypów na ten temat, które nie znajdują potwierdzenia w nauce. Każdy z mitów wymienionych w kwestionariuszu był znany co najmniej połowie badanych. Najbardziej rozpowszechnione jest przekonanie, że podczas okresu kobiety nie panują nad swoimi emocjami – z tym twierdzeniem choć raz zetknęło się 73% badanych. Pozostałe trzy – wyolbrzymianie dolegliwości, wykorzystywanie miesiączki jako wymówki do unikania pracy oraz nieracjonalne myślenie w tym czasie – zna mniej więcej połowa badanych. Tego rodzaju stereotypy są zdecydowanie najbardziej rozpowszechnione wśród najmłodszej grupy wiekowej, w której każdy z nich był znany przynajmniej dwóm trzecim jej przedstawicieli.

WYKRES 19

ROZPOWSZECHNIENIE MITÓW NA TEMAT MIESIĄCZKI

Czy zdarzyło się Panu/Pani spotkać z następującymi przekonaniem na temat zachowania kobiet w czasie okresu?



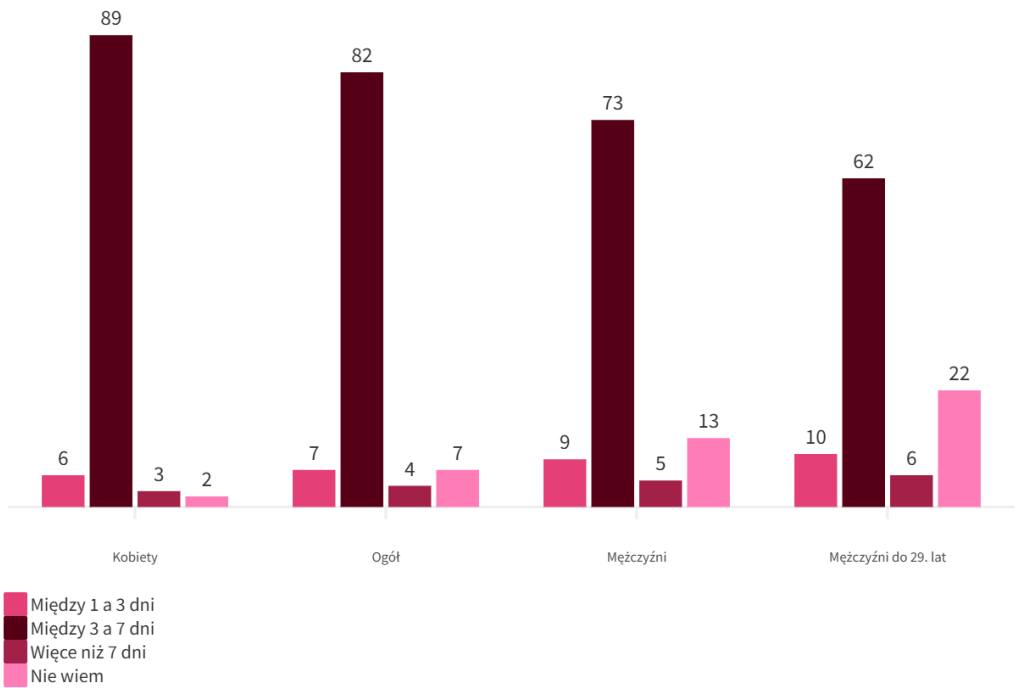
CAWI/CAP1 (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=83; dane dla grupy wiekowej 18-24 lata.

Różnice w poziomie wiedzy między kobietami a mężczyznami są widoczne nie tylko w deklaracjach, ale również w pytaniu sprawdzającym znajomość faktów. Wśród uczestniczek badania jedynie 2% nie wiedziało, ile zazwyczaj trwa miesiączka. Wśród mężczyzn odsetek ten wynosił 13%. Najmniejszą wiedzę w tym zakresie wykazali się młodzi mężczyźni – niemal jedna czwarta z nich nie potrafiła określić przeciętnej długości okresu.

WYKRES 20

CZAS TRWANIA OKRESU

Ile dni Pani/Pana zdaniem zazwyczaj trwa miesiączka?



CAWI/CAP1 (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

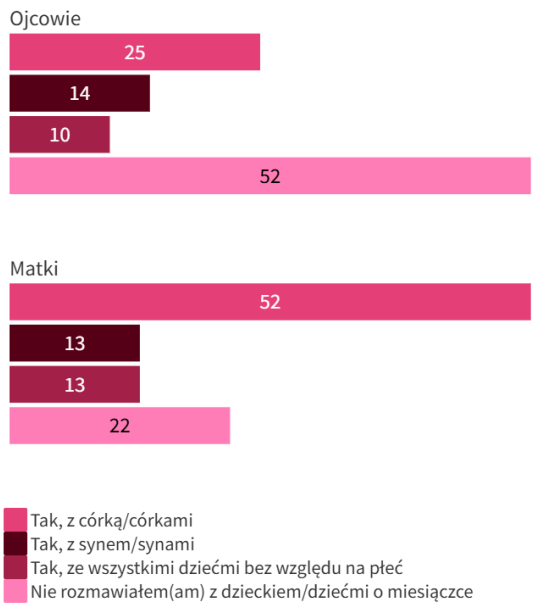
Rozbieżności w poziomie wiedzy wynikają zarówno z osobistego doświadczenia menstruacji, jak i z nierównego podejścia do edukacji chłopców i dziewczynek w tym zakresie. Ponad połowa rodziców chłopców w wieku 10–18 lat (55%) przyznała, że nie rozmawiała z synami o miesiączce. Dla porównania, wśród rodziców dziewczynek odsetek ten wynosi jedynie 22%.

Rozmowy o menstruacji z dziećmi, niezależnie od ich płci, znacznie częściej prowadzą matki – deklaruje to 78% z nich. Wśród ojców taką rozmowę odbyła mniej niż połowa (49%).

WYKRES 21

ROZMOWA Z DZIECKIEM O OKRESIE

Czy rozmawiał(a) Pan/Pani ze swoim nastoletnim dzieckiem lub ze swoimi nastoletnimi dziećmi o miesiączce?



CAWI/CAP1, 15-29 stycznia 2025, N=780; dane dla rodziców dzieci w wieku 10-18 lat.

Kluczowa rola kobiet w przekazywaniu wiedzy o okresie potwierdziła się również w odpowiedzi na pytanie o to, skąd Polki i Polacy pozyskują zazwyczaj informacje. Kobiety zostały wskazane jako najczęstsze źródło wiedzy zarówno przez respondentki (49%), jak i respondentów (59%). Istotną funkcję edukacyjną pełni także szkoła (33%) – choć nie oznacza to, że temat menstruacji jest tam omawiany w sposób wyczerpujący. Duże znaczenie ma internet (31%), a w przypadku kobiet ważnym źródłem informacji są również wizyty u lekarza.

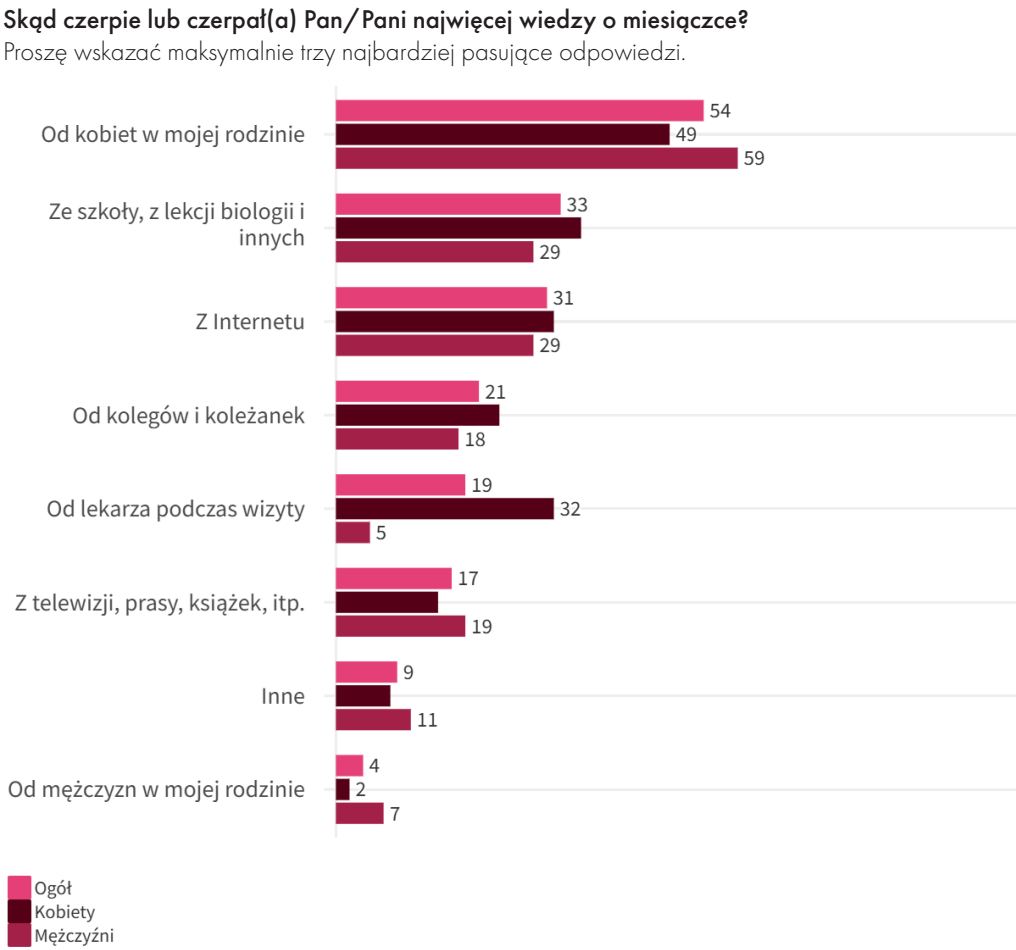
Agnieszka, 52 lata, Niezaangażowani normalisi:

Ja pamiętam [kiedy dowiedziałam się o okresie]. Ja miałam to szczęście, że akurat moja mama zaczęła ze mną rozmawiać, jak jeszcze nie miałam okresu i to akurat było bardzo fajne, bo nie byłam po prostu zdziwiona [kiedy się pojawił]. Miałam tylko 9 lat, więc mama wcześniej zaczęła ze mną o tym rozmawiać. Nie było to dla mnie jakimś szokiem.

Zofia, 25 lat, Zawiedzeni samotnicy:

[Ja dowiedziałam się od] sióstr – na pewno. To było związane z tym, że często źle się czuły. Pamiętam, że było mówione o tym, że omdlewają, po prostu słabe samopoczucie, te bóle takie wzmożone, więc ten temat po prostu był w domu. Bardziej w obrębie kobiecej części rodziny.

WYKRES 22
ŹRÓDŁA WIEDZY O MIESIĄCZCE



CAWI/CAP1 (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.



8.



ROLA SZKOŁY W EDUKACJI O MIESIĄCZCE

ROLA SZKOŁY W EDUKACJI O MIESIĄCZCE

Szkoła jest drugim najczęściej wskazywanym źródłem informacji o miesiączce zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Podkreśla to znaczenie edukacji formalnej w kształtowaniu świadomości i postaw społecznych wobec zdrowia i ciała. Jako instytucja szkoła cieszy się również zaufaniem i stanowi przestrzeń, w której młodzież może zdobyć rzetelną wiedzę na temat menstruacji.

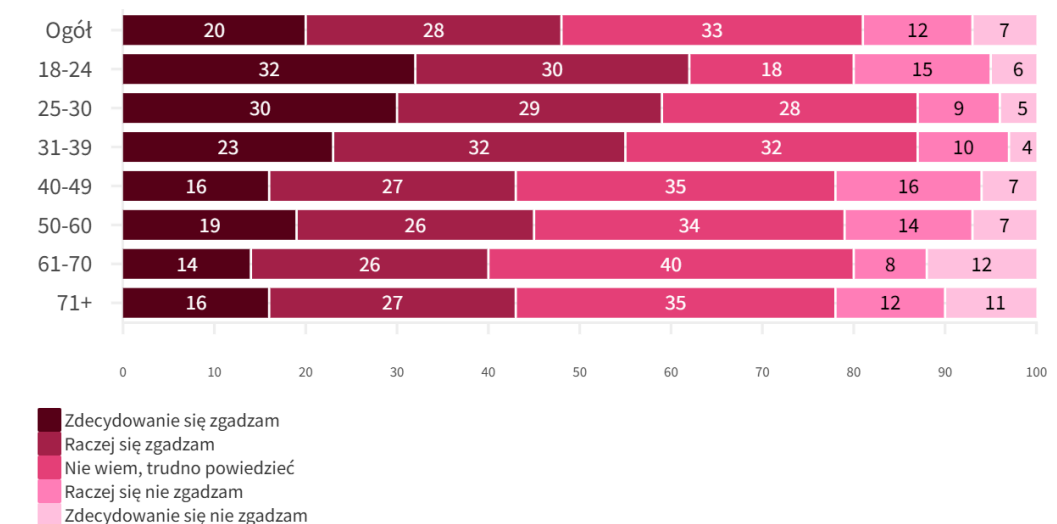
Nie oznacza to jednak, że – zdaniem Polek i Polaków – system edukacji spełnia tę rolę w sposób zadowalający. Aż 48% badanych chciałoby dowiedzieć się więcej o miesiączce właśnie w szkole. Największą potrzebę zdobywania wiedzy na ten temat w szkole zadeklarowali najmłodsi respondenci: w grupie wiekowej 18–24 lat – 62%, w grupach 25–30 oraz 31–39 lat – odpowiednio 59% i 55%. Pokazuje to, że osoby, które niedawno ukończyły szkołę i mają świeże doświadczenie obowiązującego programu nauczania, szczególnie dostrzegają brak dostatecznej edukacji w tym zakresie. Rozpowszechnienie mitów na temat miesiączki w tej grupie tym bardziej potwierdza, jak istotne jest przekazywanie dokładnej, merytorycznej wiedzy.

WYKRES 23

CHĘĆ ZDOBYCIA WIEDZY O OKRESIE W SZKOLE

Jaki jest Pana/Pani stosunek do następujących stwierdzeń o miesiączce?

Chciałbym/chciałabym dowiedzieć się więcej o miesiączce w szkole.



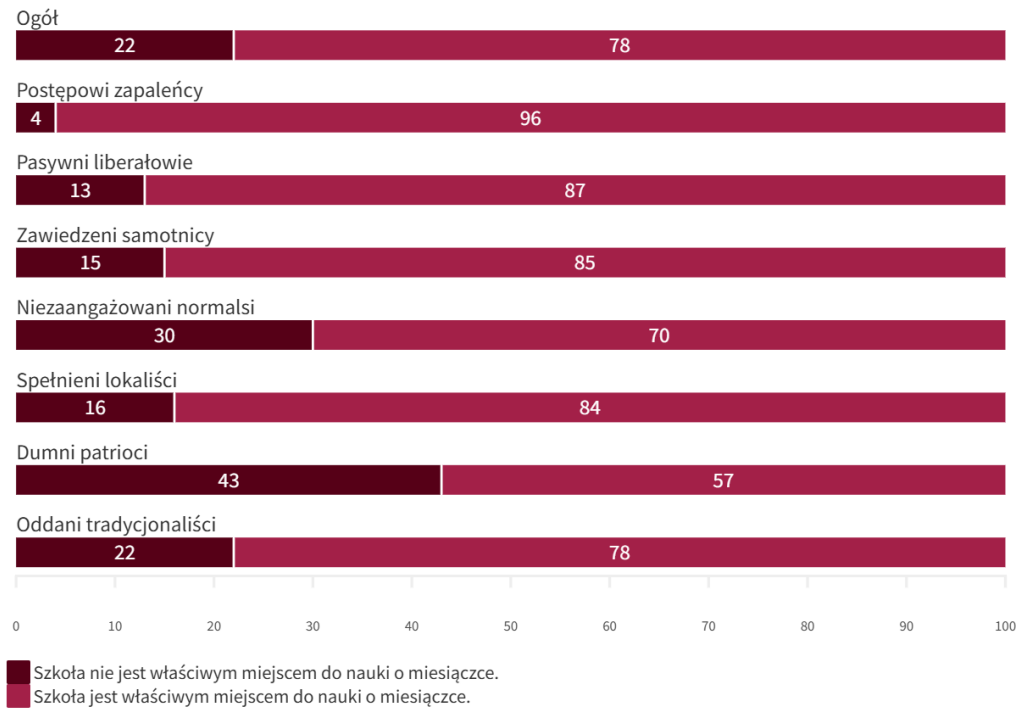
CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Instytucje edukacji obowiązkowej postrzegane są jako optymalne miejsce do omawiania tematyki związanej z menstruacją. Aż 77% badanych uważa, że to właściwa przestrzeń do nauki o miesiączce – zgodnie twierdzą tak przedstawiciele wszystkich siedmiu segmentów polskiego społeczeństwa. Poparcie dla obecności tego zagadnienia w szkole było też widoczne podczas wywiadów z rodzicami dzieci w wieku szkolnym.

Sławek, 52 lata:
Moim zdaniem szkoła jest tutaj świetnym miejscem. Ja jestem zwolennikiem, żeby robił to nauczyciel – nauczyciel biologii, przyrody.

WYKRES 24
SZKOŁA JAKO WŁAŚCIWE MIEJSCE DO NAUKI O MIESIĄCZCE

Z którym ze stwierdzeń zgadza się Pan/Pani bardziej?



CAWI/CAP (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Akceptacja dla obecności tematu miesiączki w szkole łączy się z szeroko popieranym przekonaniem, że gdyby młodzież uczyła się o miesiączce w szkole, otrzymałaby o niej rzetelną wiedzę. Taką opinię wyraziło 78% badanych i większość wszystkich segmentów.

Szkoła jako instytucja cieszy się więc dużym zaufaniem społecznym. Najmniej wątpliwości co do jakości przekazywanej w niej wiedzy mają Postępowi zapaleńcy – tylko 5% z nich uważa, że edukacja o menstruacji w szkole nie byłaby rzetelna. Największy sceptycyzm wyrażają Dumni patrioci – 44% tego segmentu nie zgadza się, że szkoła zapewniłaby właściwe treści. Może to wynikać z przekonania, że temat menstruacji powinien pozostać w sferze prywatnej, zarezerwowanej dla rodziny, lub że nie nadaje się do publicznego omawiania – zgodnie z wartościami opartymi na fundamencie moralnym czystości.

Interesująco na tym tle wypadają Oddani tradycjonaliści – segment najbardziej konserwatywny, charakteryzujący się najsilniejszym przywiązaniem do fundamentu moralnego czystości. Nie wyrażają oni znaczących zastrzeżeń wobec propozycji wprowadzenia tematu miesiączki do szkół. Może to wynikać z ich własnych doświadczeń – to najstarszy segment polskiego społeczeństwa, którego przedstawiciele w młodości prawdopodobnie nie otrzymywali wystarczających informacji o menstruacji ani w domu, ani w szkole, z powodu silnej tabuizacji tematu. Dla nich szkolna edukacja może być postrzegana jako skuteczny sposób przekazywania wiedzy, szczególnie w sytuacji, gdy rodzice mogą nie czuć się komfortowo w rozmowach o miesiączce lub nie dysponują uporządkowaną wiedzą na jej temat.

Kamila, 53 lata, Pasywni liberałowie/Postępowi zapaleńcy:

[Takie zajęcia] zdecydowanie powinny być w szkole. Słuchajcie, nie wszyscy rodzice przekażą taką wiedzę. Możemy to oceniać różnie, możemy się śmiać, ale może ktoś po prostu nie ma odwagi rozmawiać o tym ze swoimi dziećmi. Trzeba to zrozumieć też. Więc tak czy inaczej, ja jestem zdania, że dom najpierw, ale szkoła też powinna takie zajęcia prowadzić.

Marcin, 55 lat, Niezaangażowani normalni:

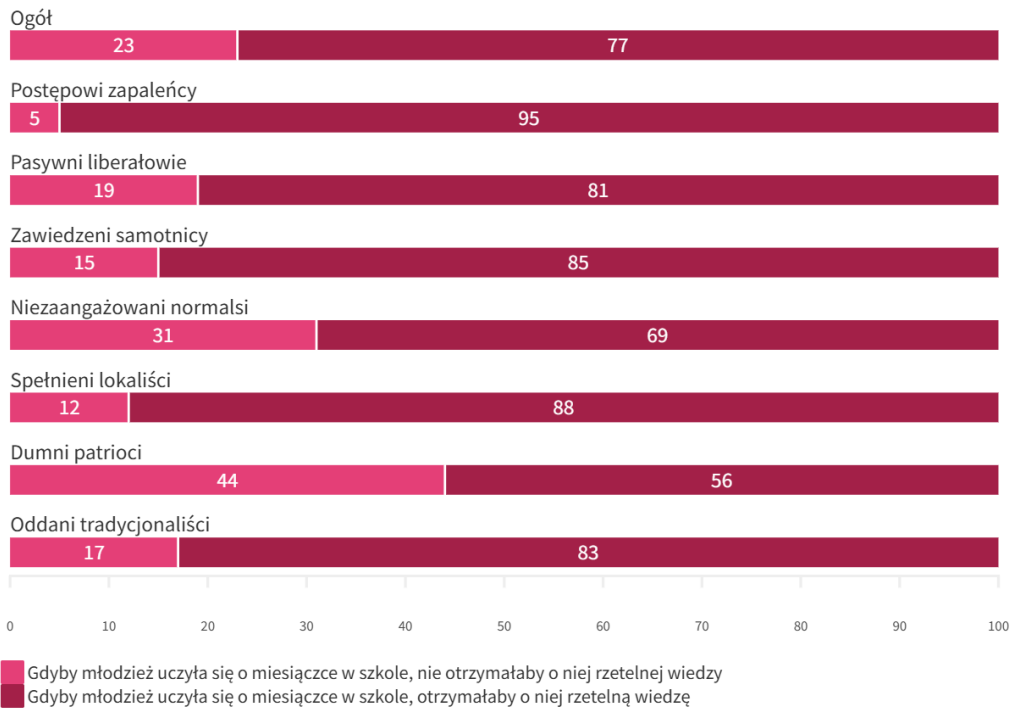
Ja uważam, że w szkole jak najbardziej powinno być. Ale jednocześnie to nie może być tak, żeby tylko w szkole było. Moim zdaniem to powinny być takie komponenty nawzajem się uzupełniające. W domu też należy na ten temat rozmawiać. Potrzebna jest też szczerza rozmowa między rodzicami a dziećmi. Nie można wszystkiego zrzucić na szkołę.

Zofia, 25 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Wiadomo, mama też jest ważna, żeby o tym mówiła, żeby ogólnie panowała taka atmosfera, że to nie jest nic nadzwyczajnego, to jest po prostu normalna rzecz, etap w naszym życiu, który po prostu u każdej kobiety nastąpi, prędzej czy później. Ale w szkole też uważam, że warto, żeby ten temat był poruszany i żeby nie robiono z tego takiego tematu tabu, żeby też chłopcy po prostu wiedzieli, jak to wszystko wygląda, jak przebiega, żeby nie było śmieszkowania i robienia sobie żartów.

WYKRES 25
ZAUFAŃIE DO RZETELNOŚCI DO NAUKI O MIESIĄCZCE W SZKOLE

Z którym ze stwierdzeń zgadza się Pan/Pani bardziej?

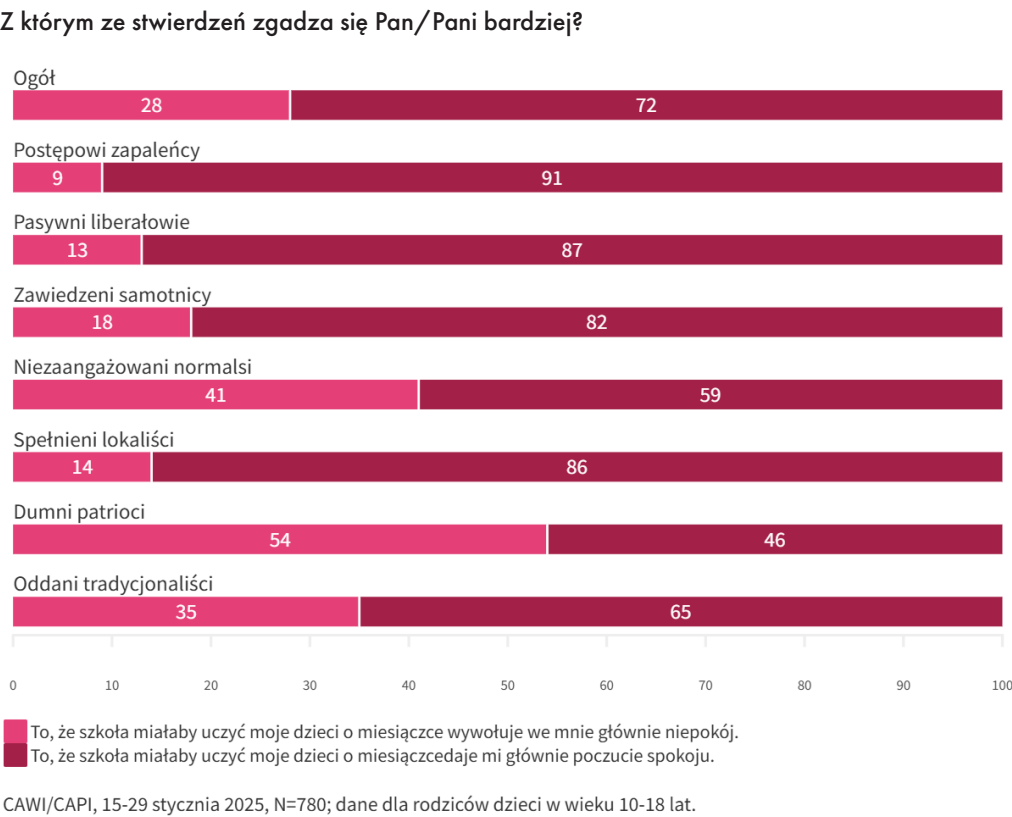


CAWI/CAP (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

LEKCJE O MENSTRUACJI – PERSPEKTYWA RODZICÓW

W namyśle nad rolą szkoły w procesie uczenia o miesiączce szczególnie ważna jest perspektywa rodziców dzieci w wieku szkolnym, których podopieczni bezpośrednio doświadczaliby zmian w programie nauczania. Dla większości rodziców to, że szkoła miałaby uczyć ich dzieci o miesiączce, jest źródłem spokoju. Tak uważa 72% badanych – 73% matek i 71% ojców. Z kolei u 28% perspektywa prowadzenia w szkole zajęć o menstruacji wywołuje niepokój – najczęściej dotyczy to osób należących do segmentów Dumnych patriotów, Niezaangażowanych normalsów oraz Oddanych tradycjonalistów.

WYKRES 26
EMOCJE RODZICÓW WOBEC EDUKACJI O MIESIĄCZCE W SZKOLE



Wątpliwości rodziców dotyczące wprowadzenia do szkół zajęć poświęconych menstruacji koncentrowały się przede wszystkim na zakresie przekazywanej wiedzy oraz jej dostosowania do wieku uczniów. Część rodziców obawiała się, że edukacja mogłaby wykraczać poza temat miesiączki i obejmować zagadnienia związane z seksualnością, tożsamością płciową czy płcią kulturową. Choć pewne obawy prezentowali wszyscy rodzice, bez względu na przynależność do segmentów, to jednak nie kwestionowali oni konieczności nauczania o miesiączce w szkole.

Podczas wywiadów jakościowych dokładniej dopytaliśmy rodziców o to, jak ich zdaniem powinna wyglądać edukacja o okresie. Wszyscy rozmówcy zgadzali się, że zagadnienie to powinno znaleźć miejsce w programie szkolnym, ale różnili się opiniami co do formy oraz etapu, na którym miałyby zostać wdrożone. Wielu wskazywało na potrzebę normalizacji tematu, zwłaszcza wśród chłopców, dla których jest on mniej znany. Część rodziców uważała, że cel ten najlepiej byłoby realizować na lekcjach wspólnych dla obu płci, inni natomiast wskazywali, że zajęcia powinny być prowadzone oddzielnie, aby ograniczyć skrępowanie i wstyd. Pojawiały się również propozycje modelu mieszanego – część lekcji w formie koedukacyjnej, aby normalizować temat, a część w podziale na grupy, by zapewnić swobodę zadawania pytań i ułatwić udział bardziej nieśmiałym uczniom.

W toku naszych rozmów z rodzicami pojawiały się różne opinie co do tego, kto powinien prowadzić zajęcia. Z jednej strony rodzice zauważali, że nauczycielki i nauczyciele szkolni często nie są wystarczająco dobrze przygotowani do edukacji o miesiączce, a z drugiej obawiali się, że edukatorki i edukatorzy z zewnątrz mogliby wprowadzać treści nacechowane politycznie lub światopoglądowo.

Igor, 21 lat, Niezaangażowani normalsi:

Ja myślę, że zajęcia powinny być łączone, żeby nie robić z tego jakiejś wielkiej rzeczy. Potem jeszcze jakieś szepty, że chłopaki będą się tutaj ciekawić, co dziewczyny tam mówiły. No i [łączone zajęcia] będą takie, żeby nie robić z tego wielkich rzeczy, tylko pokazać, że to jest normalna rzecz.

Agata, 39 lat, Dumni patrioci:

Zajęcia tylko na ten temat mogłyby być wstydliwe. Gdyby to była, tak jak teraz, lekcja biologii, tylko może dziewczynki troszkę wcześniej i osobno, chłopcy – ósma klasa, myślę, że to jest też dobry czas, żeby im o tym powiedzieć, ale osobno, na osobnej lekcji, jakoś zrobić podział na grupy, wytłumaczyć, powiedzieć, żeby się nie śmiali, żeby zrozumieli, troszkę dojrżeli w tej kwestii, tak podejść do nich poważnie, jak już do takich dorastających osób.

Antoni, 45 lat:

Ja uważam, że część zajęć powinna być koedukacyjna. Tylko nie oszukujmy się, my, chłopcy, dojrzewamy trochę później niż dziewczynki. Część, jak najbardziej, powinna być dostosowana do zajęć koedukacyjnych, ale myślę, że jakieś szczegóły techniczne [...] to raczej kierowałbym na zajęcia oddzielne dla dziewczynek, a dla chłopców coś innego, już troszkę w innym aspekcie. Ale generalnie [przekazywanie] samej wiedzy, takiej jak najbardziej ogólnej [...], uważam, że powinno być to częściowo koedukacyjne.

Zofia, 25 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Trzeba jakoś tak skonkretyzować, że chodzi typowo o ten temat miesiączki, żeby nie było to w formie jakiegoś wykładu, że ktoś przyjdzie i wygłasza swoje poglądy, bo wiadomo, że poglądy każdy ma różne. Nawet jeśli to byłby psycholog, który powinien być bezstronny w większości aspektów, to każdy ma jednak swoje wtłoczone zasady i normy. Ogólnie uważam, że ciężko byłoby taką osobę znaleźć, żeby to nie był ktoś ani prawicowy, ani lewicowy, żeby znaleźć jakiś taki złoty środek.

9.

PRZECIWDZIAŁANIE UBÓSTWU MENSTRUACYJNEMU

PRZECIWDZIAŁANIE UBÓSTWU MENSTRUACYJNEMU

Jednym z celów pilotażu, w ramach którego zrealizowane zostało niniejsze badanie, było rozpoznanie skali ubóstwa menstruacyjnego w Polsce i podjęcie działań zmierzających do jego eliminacji, szczególnie wśród młodzieży. Temu zagadnieniu poświęcony został osobny raport „Okres w szkolnej ławce: Postrzeganie menstruacji przez dzieci i młodzież”. Polki i Polacy zdecydowanie popierają inicjatywy przeciwdziałające temu zjawisku – nawet jeśli nie posługują się jego specjalistyczną nazwą. Aż 68% badanych uznaje, że brak środków na podstawowe produkty potrzebne podczas miesiączki to poważny problem, którym należy się zająć. Tylko 8% respondentów nie podziela tego poglądu.

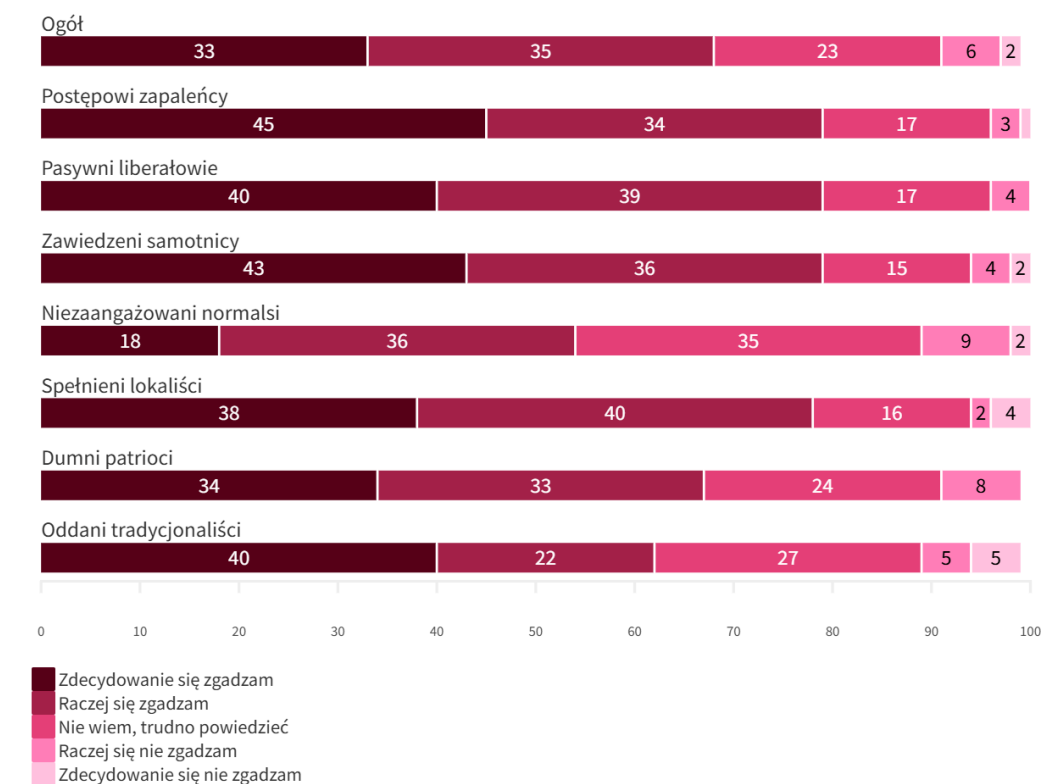
Zastanawiające jest jednak, dlaczego niemal co czwarta osoba badana nie ma zdania na ten temat. W przypadku Niezaangażowanych normalsów może to wynikać z koncentracji na życiu rodzinnym i braku zainteresowania sprawami społecznymi, ale w innych grupach trudno o podobne wytłumaczenie – tymczasem odsetek takich osób pozostaje wysoki. Być może zjawisko ubóstwa menstruacyjnego jest wciąż zbyt zmarginalizowane, a rozmowy na jego temat – zbyt nowe, by wielu Polaków i Polek miało szansę wyrobić sobie o nim zdanie. Możliwe też, że brak świadomości skali problemu utrudnia ocenę. Tak jak pisałyśmy w rozdziale dotyczącym ubóstwa menstruacyjnego, zdecydowanej większości badanych trudno jest określić, jak powszechnym problemem jest brak dostępu do produktów higieny menstruacyjnej w Polsce.

WYKRES 27

ROZWIĄZANIE KWESTII UBÓSTWA MENSTRUACYJNEGO

Jaki jest Pani stosunek do następujących stwierdzeń o miesiączce?

To, że niektóre kobiety nie mają pieniędzy na podstawowe produkty potrzebne w trakcie miesiączki, jest poważnym problemem, którym należy się zająć.



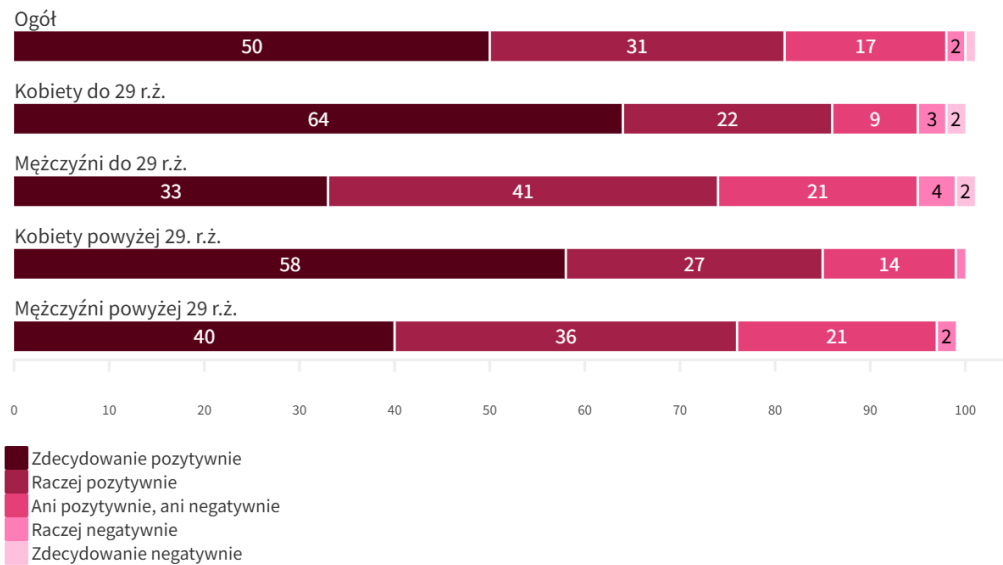
CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Biorąc pod uwagę powszechne przekonanie o wadze problemu, nie dziwi wysoka akceptacja dla idei udostępniania darmowych środków higienicznych w miejscach publicznych. Aż 81% badanych ocenia takie działania pozytywnie, a jedynie 2% jest im przeciwnych. Podobnie zdecydowana większość respondentów (76%) zgadza się ze stwierdzeniem, że środki higieniczne takie jak podpaski i tampony powinny być dostępne w miejscach publicznych tak samo jak papier toaletowy. To wyraźny sygnał, że rozwiązania poprawiające codzienność menstruujących kobiet spotykają się z szerokim poparciem społecznym.

Co istotne, wśród osób, które już korzystały z takich rozwiązań, odsetek pozytywnych ocen sięga 96%, co dodatkowo potwierdza ich skuteczność w praktyce.

WYKRES 28
OCENA DARMOWEJ DOSTĘPNOŚCI PRODUKTÓW HIGIENICZNYCH
W MIEJSCACH PUBLICZNYCH

Coraz częściej zdarza się, że w toaletach w miejscach publicznych dostępne są darmowe produkty higieniczne takie jak podpaski i tampony. Jak ocenia Pan/Pani takie działania?



CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

Podczas wywiadów fokusowych rozmawialiśmy z rodzicami dzieci uczęszczających do szkół, w których wprowadzono darmowe podpaski i tampony – w ramach programów organizacji pozarządowych, z inicjatywy szkoły, uczniów lub samych rodziców. W każdym z przypadków rozwiązanie to było oceniane pozytywnie. Rodzice podkreślali jego szczególne znaczenie w sytuacjach, gdy dziewczynki zapomniały zaopatrzyć się w potrzebne środki higieny lub miesięczka pojawiła się niespodziewanie – z tym doświadczeniem spotykają się najczęściej. W dalszej kolejności dostrzegali także zalety tego rozwiązania w przeciwdziałaniu ubóstwu menstruacyjnemu.

Kuba, 45 lat, Niezaangażowani nomalsi:

Jak najbardziej, jestem za. Zawsze się ktoś z kobiet może się coś niespodziewanego wydarzyć. Zresztą też chodzi o takie sytuacje, kiedy niektórych dziewczyn nie stać na kupienie, wstydzą się. Myślę, że taka dostępność w szkole, przy takich skrzynkach, jest jak najbardziej na plus.

Rodzice podkreślali znaczenie swobodnego i dyskretnego dostępu do produktów. Negatywnie oceniali sytuacje, w których podpaski i tampony znajdowały się poza toaletami – na przykład w gabinecie higienistki, sekretariacie czy nawet szkolnej kuchni – ponieważ może to wywoływać u dzieci wstyd związany z proszeniem o produkt. W opinii rodziców najwłaściwszym miejscem do udostępniania środków higienicznych są toalety dla dziewczynek.

Halina, 41 lat:

U nas [w szkole] jest o tyle dobrze i niedobrze, bo taka jedna różowa skrzyneczka jest w sekretariacie. Nie każdy ma śmiałość, żeby tam podejść, tak?

Ewa, 31 lat, Zawiedzeni samotnicy:

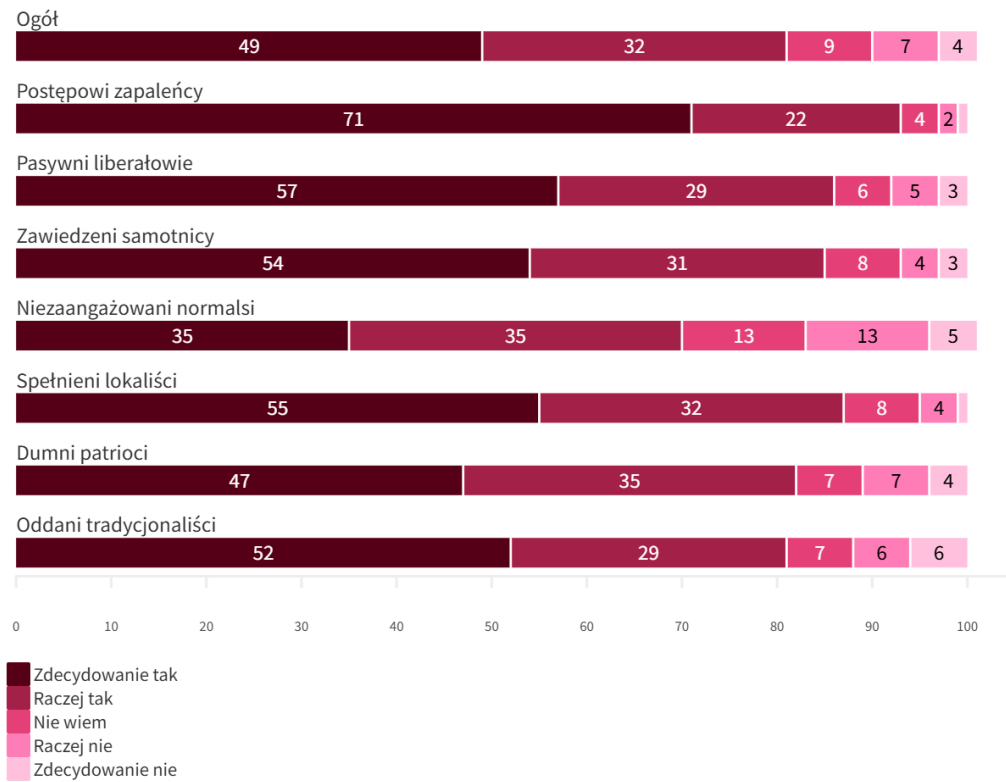
[Podpaski i tampony powinny być dostępne] tylko że nie u higienistki. Ma to swoje plusy, ponieważ faktycznie będzie to wydawane jakoś racjonalnie, ale z drugiej strony nie każda dziewczynka pójdzie do tej higienistki. Nie zawsze ta higienistka jest w gabinecie – o tym też warto powiedzieć. Więc [ta dziewczynka] ze wstydu po prostu nie będzie w stanie jej zapytać: „proszę pani, jest pani dla mnie obcą kobietą, nie znam pani, bo nie miałam z panią żadnych lekcji, nie miałam z panią za dużo do czynienia, a teraz chcę się przyznać, że dostałam miesięczki”. Więc powinno to [podpaski i tampony] być po prostu w łazienkach u dziewczynek.

Zofia, 25 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Różne są sytuacje, które się zdarzają, można po prostu ich najwyżej w świecie zapomnieć. Wiadomo, tak jak mówiłam, że ludzie mogą tego nadużywać, ale tak jest ze wszystkim, a fajnie jest mieć taki komfort psychiczny, że i tak ma się je normalnie przy sobie [...], ale w razie jakiejś tam sytuacji można z tego skorzystać.

WYKRES 28
DOSTĘPNOŚĆ ŚRODKÓW HIGIENICZNYCH W SZKOŁACH

Czy Pana/Pani zdaniem środki higieniczne takie jak tampony i podpaski powinny być dostępne w szkolnych toaletach, tak samo jak papier toaletowy?



CAWI/CAPI (75/25), 15-29 stycznia 2025, N=1500.

81% badanych uważa, że środki higieny menstruacyjnej powinny być dostępne w szkolnych łazienkach na takich samych zasadach jak papier toaletowy. Tylko jedna na dziesięć badanych osób jest nieprzychylna takiemu rozwiązaniu. Choć w badaniu jakościowym nie pojawiły się głosy przeciwne wprowadzeniu darmowych podpasek i tamponów do szkół, to niektórzy uczestnicy wyrażali wątpliwości dotyczące sposobu realizacji takiego przedsięwzięcia. Ich obawy nie dotyczyły samej idei, tylko możliwych nadużyć – na przykład wykorzystywania podpasek do zabawy lub zabierania ich „na zapas”, tak po prostu, niezgodnie z celem, a nie w wyniku braku dostępu do produktów higienicznych w domu.

Pojawił się także pojedynczy głos sugerujący, że nieograniczony dostęp może mieć negatywny wpływ na samodzielność uczennic, które – zdaniem tej osoby – powinny uczyć się dbać o swoje potrzeby.

Co istotne, nawet osoby zgłaszające wątpliwości zgadzały się, że są one drugorzędne wobec w pełni zasadnego celu, jakim jest przeciwdziałanie ubóstwu menstruacyjnemu. Wyrażane obawy wskazywały raczej na troskę o sposób wdrożenia proponowanego rozwiązania niż sprzeciw wobec samej idei wsparcia menstruujących uczennic.

Jola, 55 lat, Zawiedzeni samotnicy:

Taka dostępność na zasadzie „chcesz to bierz” dla mnie nie. Dlatego, że po prostu będą nadużywać, przestaną myśleć o swoich potrzebach, o tym, że trzeba się samemu też organizować i zabezpieczać.

Ryszard, 53 lata, Pasywni liberałowie/Postępowi zapaleńcy:

To znaczy, dla mnie to powinno być tak jak kiedyś była higienistka czy pokój lekarski, czy w tym stylu, albo nawet pokój nauczycielski, gdzie dziecko po prostu przychodzi i prosi, że chciałoby otrzymać. Bo to wtedy wiadomo – dostaje w konkretnym celu. Nie wala się to po korytarzu, nie wiadomo, co się z tym dzieje, nie ma czegoś takiego, że chłopcy podbierają czy coś, tylko po prostu dziewczynka przychodzi i pyta się, tak? To jest normalna rzecz.



10.



PODSUMOWANIE

PODSUMOWANIE

Polki i Polacy podchodzą do menstruacji z dużą dojrzałością. Dla kobiet jest to kwestia zupełnie naturalna, będąca nieodłącznym elementem ich życia. Mężczyźni także wykazują się w tej sferze zainteresowaniem i zrozumieniem, chcąc być realnym wsparciem dla swoich partnerek, a z wiekiem temat ten staje się dla nich coraz bardziej oswojony.

Miesiączka nie jest też przedmiotem sporów czy ostrych podziałów społecznych. Niezależnie od wyznawanych fundamentów moralnych i światopoglądów – liberalnych czy konserwatywnych – postawy wobec menstruacji pozostają w dużej mierze spójne. Wysoki poziom normalizacji miesiączki w komunikacji, przekonanie, że powinna być traktowana jako zjawisko codzienne, oraz szeroka akceptacja dla postrzegania jej jako tematu społecznego przekładają się na poparcie działań poprawiających komfort osób menstruujących, zwłaszcza zapewnienia dostępu do środków higieny menstruacyjnej w szkołach i innych przestrzeniach publicznych.

Różnice między kobietami a mężczyznami są jednak widoczne w zakresie wiedzy i postrzegania miesiączki – szczególnie wśród młodych osób. W wielu przypadkach dominujące stanowisko wśród młodych kobiet i młodych mężczyzn jest takie samo, jednak mężczyźni częściej preferują eufemizmy w rozmowach o menstruacji, nieco rzadziej uznają jej społeczne znaczenie i mają mniejszą wiedzę na ten temat. O ile część różnic może wynikać po prostu z odmiennego doświadczenia (kobiety menstruują, mężczyźni czerpią wiedzę głównie pośrednio), to wpisuje się to także w szerszy trend rosnących rozbieżności między płciami.

Młode kobiety i młodzi mężczyźni coraz częściej wybierają odmienne ścieżki edukacyjne, zawodowe i życiowe. Odzwierciedla się to w różnicach dotyczących preferencji politycznych, poziomu zaangażowania obywatelskiego oraz priorytetów życiowych. Trend ten obserwowany jest również w innych krajach, między innymi w Stanach Zjednoczonych, Niemczech czy Wielkiej Brytanii (Burn-Murdoch, 2024). Pogłębiające się rozbieżności mogą prowadzić do zjawisk szkodliwych społecznie – od wzrostu polaryzacji i osłabienia spójności społecznej, przez trudności w budowaniu relacji i spadek liczby zawieranych małżeństw, aż po spadek dzietności. Może mieć więc poważne konsekwencje dla struktury demograficznej Polski. Biorąc pod uwagę społeczne znaczenie skutków tego procesu, podjęcie kroków przeciwdziałających wydaje się koniecznością – zarówno ze strony państwa i jego instytucji, jak i całego społeczeństwa.

Wyniki badania pokazują, że wśród Polek i Polaków panuje szerokie poparcie dla wprowadzenia do szkół zajęć edukacyjnych o miesiączce – skierowanych do wszystkich uczniów. Jeszcze większą przychylnością społeczeństwa cieszy się pomysł zapewnienia darmowych produktów higieny menstruacyjnej w szkołach.

Edukacja w tym obszarze postrzegana jest jako sposób na potrzebną normalizację tematu menstruacji oraz na budowanie zrozumienia między płciami. Co istotne – także wśród młodych mężczyzn znajduje się liczna grupa, która podziela przekonanie, że miesiączka jest tematem społecznym i że rozpowszechnianie wiedzy na jej temat ma znaczenie.

Zarówno edukacja, jak i dostępność produktów higieny menstruacyjnej w szkołach, to konkretne rozwiązania wspierające ograniczenie ubóstwa menstruacyjnego, zmniejszenie barier w wiedzy i zahamowanie narastających podziałów między płciami.

Wierzmy, że wnioski płynące z przeprowadzonych badań oraz doświadczenia z całego programu pilotażowego pozwolą stworzyć adekwatny program edukacyjny i wprowadzić skuteczne rozwiązania ograniczające ubóstwo menstruacyjne wśród dziewczynek w Polsce.

NOTA METODOLOGICZNA

BADANIE ILOŚCIOWE

Badania przedstawione w niniejszym raporcie zostały realizowane w ramach programu Ministerstwa Edukacji Narodowej pod nazwą „Doposażenie szkół w środki higieny menstruacyjnej” w roku szkolnym 2024/2025 we współpracy z Fundacją Akcja Menstruacja. Badanie ilościowe zostało zrealizowane przez pracownię Opinia24 metodami CAWI/CAPI (75%/25%) na reprezentatywnej próbie 1000 Polek i Polaków oraz dodatkowo na próbie 500 rodziców dzieci w wieku 10 – 18 lat, w terminie 15–29 stycznia 2025 r. Próba ogólnopolska była reprezentatywna pod względem płci, wieku oraz miejsca zamieszkania.

Dane dla próby ogólnopolskiej oraz próby rodziców nastolatków zostały połączone, a następnie odpowiednio zważone tak, by odzwierciedlały strukturę demograficzną Polski i mogły być analizowane oraz prezentowane zbiorczo.

W części wykresów prezentujemy wyniki dla grup wiekowych poniżej i powyżej 29. roku życia. Wynika to z wyraźnych wzorców odpowiedzi charakterystycznych dla młodszych i starszych respondentów.

W części wykresów z powodu zaokrąglenia wyników procenty mogą nie sumować się do 100.

BADANIE JAKOŚCIOWE

Badanie jakościowe obejmowało dziewięć grup fokusowych przeprowadzonych online. W każdej z nich wzięło udział sześciu respondentów. W przypadku dwóch z nich byli to rodzice dzieci w wieku 10–16 lat. Pozostałe siedem grup zorganizowano z przedstawicielami sześciu segmentów: Postępowych zapaleńców, Pasywnych liberałów, Zawiedzionych samotników, Niezaangażowanych normalsów, Spełnionych lokalistów oraz Dumných patriotów. Oddani tradycjoniści nie zostali włączeni do badania jakościowego ze względu na wysoki średni wiek tej grupy (ponad 60% ma 60 lat i więcej) i brak reprezentatywnej liczby rodziców dzieci w wieku szkolnym, którzy stanowili główną grupę docelową. Dotarcie do interesujących nas respondentów, czyli rodziców nastolatków należących do tego segmentu, mogłoby oznaczać, że nie będą oni reprezentatywni dla całego segmentu Oddanych tradycjonalistów.

Uczestnicy badania byli mieszkańcami różnych miast i miasteczek w całej Polsce (m.in. Warszawy, Włocławka, Gdańsk, Częstochowa, Skarżyska-Kamienna, Łowicz, Piotrków Trybunalski, Świętochłowice). Osiem grup fokusowych podzielono według płci, aby precyzyjniej uchwycić odmienne perspektywy matek i ojców oraz osób z i bez osobistego doświadczenia menstruacji. W ostatniej grupie uczestniczyli zarówno ojcowie, jak i matki.

BIBLIOGRAFIA

Burn-Murdoch, J. (2024). A new global gender divide is emerging. Financial Times. <https://www.ft.com/content/29fd9b5c-2f35-41bf-9d4c-994db4e12998>

Cingano, F. (2014). Trends in income inequality and its impact on economic growth (OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 163). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5jxrjncwvxvj-en>

OECD. (2024). Society at a glance 2024: OECD social indicators. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/918d8db3-en>

Szarfenberg, R. (2024). Poverty Watch 2024. Monitoring ubóstwa i polityki społecznej przeciw ubóstwu w Polsce 2023–2024. EAPN Polska. https://www.eapn.org.pl/eapn/uploads/2024/10/poverty_watch_24_final.pdf

ANEKS

Charakterystyka próby ogólnopolskiej (N = 1000)

PŁEĆ

Kobieta	52,4%
Mężczyzna	47,6%

WIEK

18-24 lata	8,3%
25-29 lata	6,8%
30-39 lata	18,4%
40-49 lat	19,6%
50-59 lat	14,9%
60 lat i więcej	32,0%

WOJEWÓDZTWO

dolnośląskie	7,7%
kujawsko-pomorskie	5,3%
lubelskie	5,4%
lubuskie	2,6%
łódzkie	6,4%
małopolskie	9,0%
mazowieckie	14,4%
opolskie	2,6%
podkarpackie	5,5%
podlaskie	3,0%
pomorskie	6,2%
śląskie	11,6%
świętokrzyskie	3,2%
warmińsko-mazurskie	3,6%
wielkopolskie	9,1%
zachodniopomorskie	4,4%

KLASA WIELKOŚCI MIEJSCOWOŚCI

Wieś	39,5%
Miasto do 19 999 mieszkańców	13,5%
Miasto między 20 000 a 99 999 mieszkańców	18,7%
Miasto między 100 000 a 499 999 mieszkańców	16,1%
Miasto powyżej 500 000 mieszkańców	12,3%

Próba połączona (N = 1500)

	N	% całej próby
Rodzice dzieci w wieku 10-18 lat	780	52%
Osoby nie będące rodzicami dzieci w wieku 10-8 lat	720	48%

	N	% całej próby
Kobieta	785	52,4%
Mężczyzna	715	47,6%

	N	% całej próby	% kobiet w próbie
Kobiety miesiączkujące	548	36,5%	69,8%
Kobiety, które nie miesiączkowały podczas ostatnich 3 miesięcy w wieku 18-61 lat	72	4,8%	9,2%
Kobiety w wieku 61 lat i więcej (zaklasyfikowane jako nie miesiączkujące)	165	11%	21%