

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tea Kojadinović

Menstruacija kot kulturno pogojeni sindrom

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tea Kojadinović

Mentorica: doc. dr. Ksenija Šabec

Menstruacija kot kulturno pogojeni sindrom

Magistrsko delo

Ljubljana, 2014

ZAHVALA

Zanimanje za obravnavno temo je nastalo na podlagi introspektivnega doživljanja menstruacije in njenega dožemanja kot »tistih dnevov«, čeprav v resnici niso (bili) tako »nadležni«. Opazila sem, da mi čas menstruiranja nemalokrat služi tudi kot izgovor za izogibanje vsakdanjim opravilom in da me mami med velikonočnimi prazniki opozori, naj raje počakam pred cerkvijo, če imam menstruacijo. Prav tako me v času menstruacije mož »pusti pri miru« in takrat pogosto, toda popolnoma legitimno, izkoriščam naziv »tečnobe«. Navdih za preučevanje pa sem dobila, ko sem se spominjala najstniških let in maminih »tistih dni« na morju. Dejala sem ji: »Mami, ali nimaš ti menstruacije, kaj počneš v vodi?« Odgovorila mi je: »Saj sem zaščiten, imam tampon.« Naivno sem razprla njeno roko, kjer ni bilo tampona, kot je bilo prikazano v televizijskem oglasu. Takrat se mi je presenečena nasmehnila, ker nisem poznala uporabe higienskih pripomočkov. Sledila je lekcija o tamponih. Predvidevam, da nisem bila edina najstnica, ki jo je omenjeni televizijski oglas poučil o menstruaciji.

Zato se zahvaljujem vsem, ki so kakorkoli spodbudili nastanek magistrskega dela:

- *Milan* – ko boš to prebral, upam, da boš razumel, da želim, da pospraviš nogavice, ker je to prav, in ne zato, ker »sem tečna« in so spet »tisti dnevi«.
- *Aleksej* – hvala, ker si me ponoči s svojim zbujanjem opominjal, da je mogoče res čas, da neham tipkati in »se spravim« v posteljo. Hvala za besedi »pidna mami«.
- *Mami* – uporaba tampona je varna tudi za device in dvojčke. Hvala za vse življenjske nasvete, tudi te.
- *Oči* – no, lej ga magistra v družini. To je zate. Ni politična tema, ampak vseeno je tu naziv mag.
- *Sestrici* – hvala za pomoč pri »promociji« ankete in nastop v mojem oglasu za menstrualne pripomočke. Nedvomno bosta dobili oskarja.
- Hvala *vsem* za varstvo Alekseja v času pisanja magistrske naloge, tudi vama draga *tašča* in *tast*.
- Hvala mentorici, *doc. dr. Kseniji Šabec*, za strokovno pomoč, nasvete, spodbudo, razumevanje ter hitro odzivnost.
- Hvala gospe *Maji Logar* iz Lomas d. o. o. za posredovano oglaševalsko gradivo družbe Johnson & Johnson in dovoljenje za njegovo uporabo v analizi menstrualnega oglaševanja. Srčno upam in vas pozivam, da naredite prvi ključni korak pri uvajanju novosti pri oglaševanju menstrualnih higienskih pripomočkov.
- *Cvetka*, vem, da v besedilu ni bilo preveč manjkajočih vejic.

Menstruacija kot kulturno pogojeni sindrom

Magistrsko delo obravnava menstruacijo kot kulturno pogojeni sindrom, ki ga lahko označimo predvsem kot fenomen modernih družb. Zelo različno, a prepletajoče se z obstoječim religiološkim, medicinskim ter oglaševalskim diskurzom, se manifestira v naših vsakdanjih percepcijah in odnosu do menstruacije. V tradicionalnih družbah se nam zdi ta odnos zastarel. Z izvajanjem ritualnih praks, povezanih z menstruiranjem, je zgolj generiranje menstrualnega tabuja, ki je sovražno naravnani predvsem do ženske in njene fiziološke narave. Prav je poudariti, da (negativno) zaznamovanje menstruacije ni nič manj prisotno v modernih družbah. Ob poplavi izbire higienskih menstrualnih pripomočkov in prisotnih higienskih standardov, izvajajo ženske kar same nadzor nad lastnim telesom. Tudi medicinsko pripisovanje patološkosti menstruacije, ki je razvidno iz oblikovanja proskriptivnega predmenstrualnega sindroma (PMS), narekuje obnašanje pred in med menstruacijo. Še več, gre za družbeno pričakovano obnašanje, pri katerem je odklon od norme pričakovan in popolnoma legitimen. Prav tako lastniki različnih blagovnih znamk poleg oglaševanja tehnoloških značilnosti vložkov in tamponov subtilno narekujejo tudi potek »priljubljenega« menstrualiranja. Zdi se, da oglaševanje menstruacije preseže menstrualni tabu, vendar potek menstrualiranja ostaja abstrahiran, transformiran v čutno-nazorno obliko belega vložka/tampona. Koliko se je omenjeno integriralo v naše vsakdanje percepcije o menstruaciji in odnos do nje, sem v empiričnem delu preverila s pomočjo ankete in fokusne skupine. Semiolška analiza grafične in vsebinske podobe menstrualnih oglasov je zgolj potrdila zaznamovanje »tistih dni« in posledično negativen vpliv na vsakdanje menstrualne percepcije. Vendar menstruacija ostaja donosna tržna niša.

Ključne besede: menstruacija, menstrualni tabu, tabu krvi, PMS, oglaševanje menstrualnih pripomočkov.

Menstruation as a culture-bound syndrome

The master's thesis deals with menstruation as a culture-bound syndrome that can mainly be described as a phenomenon of modern societies. Its manifestation in our daily perceptions and our attitude towards menstruation differs widely, however intertwining with the existing religious, medical and advertising discourse. The attitude towards menstruation also seems rather obsolete in traditional societies. The performance of ritual practices related to menstruation is merely a creation of menstrual taboo that is hostile mainly towards woman and her physiological nature. It should be emphasized that (negative) denotation of menstruation is no less present also in modern societies. In today's flood of menstrual hygiene accessories and existing hygiene standards women have a control over their body on their own. Furthermore, medicine attributing pathology to menstruation, which can be evident from the determination of proscriptive premenstrual syndrome (PMS), dictates the behavior prior to and during the menstruation. Moreover, this is a socially expected behavior in which the deviation from the norm is expected and totally legitimate. In addition to advertising the technological characteristics of sanitary napkins and tampons, the owners of various brands also subtly dictate the course of »normal« menstruating. It seems that advertising menstruation exceeds the menstrual taboo but the course of menstruating remains abstracted, transformed into a sensually-illustrative form of a sanitary napkin/tampon. The extent, to which the aforementioned has integrated into our daily perceptions about menstruation and our attitude towards it, was examined in the empirical part by means of a survey and a focus group. The semiological analysis of graphic and substantive design of menstrual ads simply confirmed the denotation of »those days« and the consequent negative impact on the daily menstrual perceptions. However, menstruation remains a lucrative market niche.

Key words: menstruation, menstrual taboo, blood taboo, PMS, advertising of menstrual accessories.

KAZALO VSEBINE:

1	UVOD	9
2	TEORETIČNI OKVIR	12
2.1	VPLIV RELIGIJE NA ODNOS DO MENSTRUACIJE	12
2.1.1	RELIGIJSKA IZKUŠNJA MENSTRUACIJE	16
2.2	DOŽIVLJANJE MENSTRUACIJE V TRADICIONALNIH DRUŽBAH	17
2.3	DOŽIVLJANJE MENSTRUACIJE V MODERNIH DRUŽBAH	22
2.4	MEDIKALIZACIJA MENSTRUACIJE	28
2.5	OGLAŠEVALSKI MENSTRUALNI DISKURZ	35
3	EMPIRIČNO PREVERJANJE UMEŠČENOSTI MEDICINSKEGA, OGLAŠEVALSKEGA IN RELIGIOLOŠKEGA MENSTRUALNEGA DISKURZA	39
3.1	PREDMET IN CILJI PREUČEVANJA TER OPREDELITEV DELOVNIH HIPOTEZ	39
3.2	ANALIZA REZULTATOV IN INTERPRETACIJA ANKETNIH PODATKOV ..	41
3.3	ANALIZA OGLAŠEVALSKEGA MENSTRUALNEGA GRADIVA DRUŽBE JOHNSON & JOHNSON	60
3.3.1	ANALIZA SPLETNE STRANI O.B. TAMPONOV	61
3.3.2	ANALIZA TELEVIZIJSKIH OGLASOV ZNAMKE CAREFREE	67
3.3.3	ANALIZA SPLETNIH OGLASOV	71
3.3.4	ANALIZA TISKANIH OGLASOV	72
3.4	ANALIZA IN INTERPRETACIJA UGOTOVITEV FOKUSNE SKUPINE	77
3.5	SINTEZA EMPIRIČNIH DELOV	90
4	ZAKLJUČEK	94
5	LITERATURA	101
	PRILOGE	106
	PRILOGA A: ANALIZA ANKETE MNENJA IN PREDSTAVE O MENSTRUACIJI NA IZBRANI POPULACIJI IZ SLOVENIJE	106

Priloga A.1: Analiza intervjuja A	106
Priloga A.2: Analiza intervjuja B	109
Priloga A.3: Analiza intervjuja C	111
PRILOGA B: ANKETNI VPRAŠALNIK	115
PRILOGA C: OGLAŠEVANJE NA SPLETNIH STRANEH	125
Priloga C.1: Spletni oglas za tampone o.b.	125
Priloga C.2: Spletni oglas za tampone o.b.	126
Priloga C.3: Spletni oglas za tampone o.b.	126
Priloga C.4: Spletni oglas za tampone o.b.	127
Priloga C.5: Spletni oglas za tampone o.b.	127
Priloga C.6: Spletni oglas za tampone o.b.	128
Priloga C.7: Spletni oglas za tampone o.b.	128
Priloga C.8: Spletni oglas za tampone o.b.	129
PRILOGA Č: TISKANI OGLASI	130
Priloga Č.1: Oglas za tampone o.b.	130
Priloga Č.2: Oglas za tampone o.b.	131
Priloga Č.3: Oglas za tampone o.b.	132
Priloga Č.4: Oglas za tampone o.b.	133
Priloga Č.5: Oglas za tampone o.b.	134
Priloga Č.6: Oglas za ščitnike perila Carefree	135
PRILOGA D: PREPIS SREČANJA FOKUSNE SKUPINE	136
PRILOGA E: GRADIVO ZA UČITELJE: INFORMACIJE S PROSOJNICAMI ZA PRIPRAVO UČNE URE	163

KAZALO TABEL:

Tabela 3.1: Uporaba posamezne blagovne znamke vložkov anketirank	46
Tabela 3.2: Uporaba posamezne blagovne znamke tamponov anketirank	46
Tabela 3.3: Navedba blagovnih znamk vložkov	47
Tabela 3.4: Navedba blagovnih znamk tamponov	48
Tabela 3.5: Pojavnost simptomov PMS	49
Tabela 3.6: Jemanje zdravila za PMS kot posledica trpljenja za predmenstrualno disforično motnjo.....	50
Tabela 3.7: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval religiološki diskurz	51
Tabela 3.8: Stopnja strinjanja glede obiska cerkve v času menstruacije glede na vernost	52
Tabela 3.9: Stopnja strinjanja glede obiska cerkve v času menstruacije glede na pripadnost verski skupnosti.....	52
Tabela 3.10: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »v času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov« glede na vernost	53
Tabela 3.11: Prakticiranje spolnih odnosov glede na vernost.....	53
Tabela 3.12: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »menstruacija je božja kazen« glede na vernost	54
Tabela 3.13: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »s pomočjo magičnih menstrualnih urokov je mogoče drugim ljudem prizadejati zlo« glede na vernost.....	54
Tabela 3.14: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »zdi se mi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih« glede na vernost.	55
Tabela 3.15: Prepričanje, da je menstrualna kri umazana glede na vernost.....	55
Tabela 3.16: Prepričanje, da je menstrualna kri umazana glede na pripadnost verski skupnosti	56
Tabela 3.17: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje« glede na vernost	56
Tabela 3.18: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval oglaševalski diskurz	57

Tabela 3.19: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval medicinski diskurz	58
Tabela 3.20: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval vsakdanji diskurz	59

1 UVOD

Menstruacija žensk je naraven in razumljiv biološki (antropološki) pojav, pomemben pri razvoju in obstoju človeškega življenja. V mnogih družbah¹, predvsem tradicionalnih, ostaja menstruacija še precej nedotakljiva tema. Večina ljudi goji do menstrualne krvi negativen odnos. Nekateri jo razumejo kot nekaj svetega, drugi kot nekaj nečistega ali celo nevarnega. Žensko naj bi spremenila v razdraženo bitje, ki je nevarno za nasprotni spol. Pri tovrstnih razlagah in z njimi pogojenih ritualih ima pomembno vlogo vera. Med menstruacijo se oblikuje specifičen spolni red, ki se izraža v tradicionalnih družbah predvsem z izvajanjem osamitvenih ritualov žensk in očiščevalnih obredov moških.

Dojemanje menstruacije je v tradicionalnih družbah povezano predvsem z vero, mantiko, vraževerjem, ki pa niso izključujoči vidiki pri doživljanju menstruacije tudi v modernih družbah. »V samem jedru diskriminacije žensk v Cerkvi je ideja, da so ženske pred svetim nekaj nečistega« (Ranke Heinemann 1992, 129). Razlog za diskriminacijo je po tej predpostavki nastal v času Adama in Eve in ženske odplačujemo kazen za ženski izvirni greh z menstruiranjem (Ranke Heinemann 1992, 23). Vendar katoliški monopol o menstrualnih percepcijah zamenja kapitalistična, dobičku zavezana logika (Žnidaršič 2003, 68). Če so se v nekaterih družbah menstruirajoče ženske zatekale v »ženske hiše« z namenom, da bi zavarovale okolico pred lastno nečistostjo, so v sodobni družbi to prevzeli novi higienski standardi (Žnidaršič 2003, 80). V ospredju modernih družb se je močno usidrala percepcija o menstruaciji kot nečistem biološkem pojavu. Percepcije o njej so se v evropski zgodovini najbolj spremenile ob koncu 19. in na začetku 20. stoletja, ko je menstruacija stopila iz religioloških okov v sodobni diskurz medicine in ginekologije. Velja omeniti, da je ginekologija med vsemi specializacijami medicine edina, ki je neposredno spolno vezana, saj obravnava samo »ženske bolezni«. Tovrstna asimetrična delitev specializacij v medicini je zasidrana že v hipokratski tradiciji, ki se reproducira vse do danes (Saksida 2003, 55). Tako bi

¹ Pri definiranju tradicionalnih in modernih družb je delilna nit industrijska revolucija. Pri definiranju družbe in obravnavanju menstruacije z družbenega vidika privzemam Parsonsove funkcionalistične predpostavke vsake družbe, ki vključujejo ekonomski, politični, sorodstveni in kulturni sistem, ki součinkujejo pri določanju kulture neke družbe, čeprav so kulturne institucije, kot so mediji, religija ali pa izobraževanje, pri tem pomembnejše. Kultura kot taka je del družbe in vključuje vloge, statuse, vrednote in norme, kar pripomore k vzpostavljanju družbenega reda (Lawson in drugi 2004, 3). Ohranjam pa predpostavko, da družba ni entiteta, ločena od posameznikov, ki jo sestavljajo, in da hkrati posameznik sooblikuje kulturo (Benedict 2008, 181–182).

lahko dejali, da se z njo reproducira tudi spolna neenakost. Menstruacija je diskurzivno povezana s fiziologijo ženskega telesa, odnosom moči, patologizacijo ženske narave. Zavirškova meni, da je v zahodnih družbah menstruacija kljub svoji javnosti ohranila elemente tabuiziranega, kar se kaže z nemostjo pri vprašanjih o menstruaciji, z njeno individualizacijo ter biologizacijo. Vrnitveni učinek biologizacije pa je, da se vrne v družbo in vpiše v spolna razmerja (Zaviršek 2003, 62). Žensko telo je že po Descartesu postalo stroj, podrejen biološki fiziologiji. Zaradi fizioloških funkcij telesa, kot so menstruacija, nosečnost, rojstvo, je veljalo, da ženske ne morejo samonadzorovati telesa. Tovrstna percepcija je ohranjena vse do danes (Kuhar 2004, 10).

V današnjem času sta marketinška in oglaševalska stroka izkoristili menstruacijo za potrebe marketinga. Začeli sta bogateti na račun žensk, ki nujno potrebujejo oglašujoče produkte za osnovno higieno. Čeprav so oglasi naredili menstruacijo bolj javno, so začeli prikazovati žensko, ki diskretno uporablja menstrualne pripomočke. Potrošnikom sporočajo, da je menstruacija kljub znanju o njej še vedno nekaj diskretnega oziroma nekaj, o čemer se ne govori. Oglasi za »tiste dni« hkrati formulirajo menstruacijo kot nekaj neprijetnega, kot nekaj, kar bi vsi radi, da čim prej mine. Mediji tako oblikujejo konstrukt ženske, ki vodi k politiki reprezentacij, ki preučuje položaj subjekta skozi reprezentacije. Besedilo nas tako podreja svojim pravilom in pripomore h konstrukciji nekega subjekta (Hrženjak 2002, 15). Očitni primer za to je predstavitev predmenstrualnega sindroma (PMS), ki je objavljena na uradni spletni strani www.always.si in se glasi: »Znanstveno je dokazano, da ženske doživljajo hormonske spremembe približno dva tedna pred menstruacijo. Ti hormoni lahko med drugim povzročijo simptome PMS, kot so razdražljivost, depresija in utrujenost« (Always). Iz tega je mogoče razbrati, da se oglaševalski diskurz močno nanaša na medikalizacijo predmenstrualnega obdobja in formira žensko pred in med menstruacijo v razdražljivo »pošast«.

Ne glede na to, da je menstruacija fizično povezana le z ženskami, so z njo v stiku tudi moški. Živijo v neposredni bližini svojih mam, žena, deklet, sester, prijateljic, zato postane njihova vloga pri menstruaciji zelo pomembna. Nekateri menijo, da lahko poiščemo razloge za navzkrižna kulturološka dojetanja menstrualnega tabuja v moški prevladi (Knight 1995, 78), čeprav velja poudariti, da menstrualni tabu ni univerzalen (Knight 1995, 395). Ne gre spregledati tudi Oakleyjeve ugotovitve, da so razlike med spoloma kulturno ustvarjene in

narekujejo obnašanje obeh spolov (Oakley 2000). Ženska se v modernih družbah sme transformirati v razdražljivo bitje, vendar le za čas trajanja menstrualnega ciklusa, moški pa jo v tem času najpogosteje »pustijo pri miru«.

Predmet preučevanja magistrske naloge bo ženska menstruirajoča narava – menstruacija, za katero menim, da ni samo biološko zaznamovana, temveč nanjo močno vplivajo tudi družbene in kulturne razprave. Zaznamovanje menstruacije se kaže v tradicionalnih družbah predvsem z izključitvenimi praksami in rituali, v modernih pa zlasti z medicinskim diskurzom o ženski naravi in z oglaševalskim diskurzom, ki izkorišča žensko biološkost v tržne namene. Ženskin čas menstruiranja (slogovno) zaznamuje, kar se posledično kaže v močnih percepcijah v vsakdanjem diskurzu o menstruaciji – njegovi tabuizaciji. Namen magistrskega dela bo analiza medicinskega, oglaševalskega in religiološkega menstrualnega diskurza.

Cilji magistrskega dela so preučevanje domače in tuje literature, virov o menstruaciji ter menstrualnega oglaševalskega gradiva. Pri tem se bom osredotočala na družbeni in kulturni pogled na menstruacijo. Osrednja preučevana problema bosta vpliv medicinskega diskurza, ki se kaže v vsakdanjem izreku »bolna sem«, in oglaševalskega diskurza, ki narekuje obnašanje v času »tistih dni« ob diskretni uporabi higienskih menstrualnih pripomočkov. Preučila bom tudi že obstoječe opravljene raziskave na področju menstruacije, ugotovila njihove morebitne pomanjkljivosti in oblikovala lasten anketni vprašalnik. Z anketnim vprašalnikom bom ugotovila, koliko in kako anketiranke doživljajo čas pred in med menstruacijo. Ugotovila bom tudi, kako in koliko so se oglaševalski, medicinski, religiološki menstrualni diskurzi integrirali v njihove vsakdanje percepcije o menstruaciji. Cilj anketnega vprašalnika je tudi posplošiti ugotovitve na podlagi kvantifikacije podatkov. Iz odgovorov preučevane skupine anketirank bom ugotovila, ali je menstrualna kri v vsakdanjem in oglaševalskem diskurzu tabu. Lastni prispevek k raziskovanju teme vidim predvsem pri oblikovanju vrednotno nevtralnega, slogovno nezaznamovanega menstrualnega oglasa, ki v celoti poosebi menstruacijo v njenem »pravem« pomenu. Z njim želim oglaševalskim agencijam povedati, da oblikovanje (slogovno) zaznamovanih menstrualnih oglasov vpliva zgolj na negativno percepcijo o menstruaciji in njeno doživljanje, kar pa ni pogojeno z nakupom menstrualnih higienskih pripomočkov, saj jih ženske uporabljajo v vsakem primeru. Moj cilj je na podlagi ugotovitev podati predloge oglaševalskim agencijam za nadaljnje vrednotno nevtralno menstrualno oglaševanje.

2 TEORETIČNI OKVIR

2.1 VPLIV RELIGIJE NA ODNOS DO MENSTRUACIJE

Vsakdanje teme v različnih zgodovinskih obdobjih dobijo različne razsežnosti, kar se odraža tudi v religijski sferi. Religija je živ organizem, ki ne ostaja v vakuumu, neodvisna od te ali one kulture. Družbeni in kulturni prostor sta ključna in vplivata na razvoj, obstoj in navsezadnje na spreminjanje religije (Furlan 2007, 53). Tako se posledično spreminja tudi religijski odnos do menstrualne krvi menstruirajoče ženske.

»Idea ženske ontološke manjvrednosti je v mnogih tradicijah povezana z idejo nečistosti ženske oz. njene ritualne oskrunitve« (Radford Ruether 2007, 12). Hinduizem spremlja hierarhija kast, povezana s hierarhijo čistosti in omadeževanja. Ženske zaradi menstruacije, rojevanja in svojega dela pri pripravi hrane in čiščenju pripadajo najnižjemu kastnemu sistemu. Obredno omadeževanim – ženskam, šudrom, izobčencem in nedotakljivim – je dodeljeno najbolj umazano delo. Po hinduizmu sta menstruacija in rojstvo vira nečistosti, ker pri obojem telesne tekočine prestopijo meje telesa – pri ranah, telesnih iztrebkih oziroma izločkih je tega manj, zato so moški manj nečisti kot ženske, kar je posledica prisotnosti manjšega števila telesnih virov nečistosti (Franzmann 2007, 268).

O strupenem menstrualnem učinku sta bila prepričana že judovstvo in poganstvo. Pri Judih je veljala menstruirajoča ženska za nečisto in onesnaženo, bila ji je naložena zapoved očiščevanja. Prav tako so sledile številne prepovedi, kot so prepoved spolnega odnosa, prepoved uživanja hrane z drugimi, omejitve v zvezi z dotikanjem, vstopanjem v sinagogo, prepoved prižiganja sobotnih sveč (Zaviršek 2003, 55). Ženska nečistost se primerja z nečistostjo posvetnega nejudovskega sveta in tako je ta po mnenju feministke Judith Plaskow posledično »znotrajpoganska« (Plaskow v Radford Ruether 2007, 12).

Nova zaveza odkrito zavrača dihotomijo čistosti in nečistosti, ki je v tesni povezavi z delitvijo Jud – pogan, moško – žensko, čista – nečista hrana (Radford Ruether 2007, 12). Odnos do menstrualne krvi menstruirajoče ženske se ni mnogo razlikoval od judovskega v zgodnjem krščanstvu. Sprva naj omenim, da je krščanska zgodovina, zgodovina seksualnega pesimizma (Ranke Heinemann 1992, 8–9), tudi zgodovina zatiranja žensk. Razlog za diskriminacijo naj

bi bila Evina kazen za izvirni greh. V zgodnji krščanski obravnavi predstavlja spolni odnos z žensko med menstruacijo tabu. Po božjem določilu je ženska nečista sedem dni, vse, česar se dotakne, postane nečisto. Tako je bil spolni odnos med menstruiranjem zaradi domnevnega poškodovanja otrok sprva celo prepovedan. Povezuje se z izgubo in izničenjem moškega semena, z neproduktivno spolno združitvijo in neobrzdanim poželenjem. Če bi bili v tem času spočeti otroci, naj bi se ti rodili prizadeti, bolni, gobavi, vodenoglavi, mrtvorojeni, božjastni, slepi, nemi, od hudiča obsedeni otroci zaradi nečistega krvnega seruma, pokvarjene krvi. Razvoj medicine je pripomogel, da je spolni odnos med menstruacijo veljal za »lažji« greh in je v primeru velike mesene skušnjave ali z namenom preprečevati zakonski prepir postal celo legitimen (Ranke Heinemann 1992, 20–23). Med menstruacijo pa ženske niso smele prejemati svetega obhajila, kar je strogo obveljalo v vzhodni Cerkvi. Zahodni Cerkvi se je zdela vredna pohvale ženska, ki ni prejemala obhajila med menstruacijo, vendar ni bilo stroge prepovedi. Zanimiva je izjava Dionizija Aleksandrijskega: »Pobožnim ženam sploh ne pride na misel, da bi se v tem času dotaknile »svete mize« ali »Gospodovega telesa in krvi« (Ranke Heinemann 1992, 34). Na podlagi omenjene izjave bi lahko razlagali in posledično vzpostavili dialektičen odnos med pobožnostjo in menstruacijo.

Menstruacija je bila usodna za žensko cerkveno službo – te niso smele pristopiti k oltarju. Še več: ideja o svetosti ženske je povezana z izgubo ženske seksualnosti in privzemanjem moških kvalitet, kar podobno kot v krščanstvu (»brezmadežna Marija«) zaznamo tudi v islamu. Mohamedova hči, Fatima, velja za sveto, saj se je lahko posvetila molitvi in postenju, ker ni imela »pomanjkljivosti« v obliki menstruacije (Franzmann 2007, 276).

Po islamu moški in ženska neposredno oba stojita pred bogom kot njegova služabnika in namestnika. Eva naj bi bila seveda ustvarjena kot Adamova spremljevalka. Ker nista upoštevala božje zapovedi in sta jedla s prepovedanega drevesa, naj bi bila izgnana iz rajske popolnosti na zemljo. Adam in Eva po tem prepričanju nista zagrešila izvirnega greha v krščanskem smislu, ki bi radikalno izkrivil njuno človeško naravo. Oba naj bi bila enako odgovorna za svoj izgon iz raja in Eva naj ne bi bila tista, ki je zapeljala Adama, da je zaužil prepovedani sad. Po islamski tradiciji moški in ženske še vedno v svojih dušah nosijo to božjo enost kot izvorno človekovo naravo, h kateri se islam obrača. Človek je po islamu razumno bitje, z voljo, ki jo je treba voditi na podlagi razodetja. Funkcija religije je odstranjevanje tančice strasti, ki onemogoča pravilno delovanje razuma. Cilj religije je spomniti ljudi, kdo so,

in jim pomagati k vrnitvi k izvorni naravi (Nasr 2007, 74–75). Izguba nadzora nad telesom med menstruacijo in rojevanjem je v islamu indikacija splošnega pomanjkanja nadzora nad čustvi. Kot čustvena bitja naj bi bile ženske med menstruacijo iracionalne in podrejene strastem, zato nerazumne, in jim je posledično treba odvzeti vse religiozne vloge. Te jim niso mogoče odvzete v lokalnih, staroselskih, predislamskih praksah. Avtorici članka Majelli Franzmann se zdi domnevna nezanesljivost ženske spiritualnosti med menstruacijo zgolj metanje peska v oči. Razlog vidi v strahu moških pred seksualnostjo in meseno skušnjava, ki jo moški premaga tako, da dokaže lastno premoč nad tistim, česar se boji, oziroma to, česar se boji, osvoji s silo (Franzmann 2007, 274). Koran se ne ukvarja z idejo nečistosti ženske (Radford Ruether 2007, 12). Primer muslimank, ki med menstruacijo ne molijo in se ne učijo korana ter se tega lotijo, brž ko menstruacija mine, ker so takrat ponovno čiste, kaže na internalizacijo ideje o nečistosti ženske, hkrati pa na racionalizacijo prepovedi omejitev, da ženske manj delajo, kar implicira na počitek (Zaviršek 2003, 60).

Praksa velikih religij, ki izključujejo žensko iz sakralnega prostora, bolj kaže na tabu. »Tabuje, povezane z izvorom menstruacije in rojstva v ženskem telesu, je mogoče najti v kitajski religiji, v japonskem šintoizmu in ortodoksnem judaizmu kot tudi v verskem utripu mnogih manj pomembnih lovsko-nabiralniških in vaških družb« (Franzmann 2007, 268). Čeprav formalno v krščanstvu takšen tabu ne obstaja, stara pravila, ki omejujejo ženski dostop do sakralnega kulturnega prostora, vsekakor izvirajo iz judovskega tabuja (Franzmann 2007, 268). To, da je ženskam odvzeta vsakršna vloga pri izvajanju verskih obredov, kaže na povezavo med nedostojnostjo in nečistostjo. Zato razlogov ni mogoče pripisovati ženski moči in ženski nagnjenosti k zapeljevanju in skušnjavi, ki ni le samouničujoča, temveč tudi nevarna moškemu. Tako je, ne samo v verskih izročilih, temveč tudi v širšem družbenem kontekstu, nepresenetljivo ohranjanje diskurza sramu, ki se navezuje na žensko seksualnost in telesne procese, kot je menstruacija. Tovrsten sram lahko vodi v prepričanje, da ženske niso zmožne doseči duhovnega utelešenja (Franzmann 2007, 270–271). Hkrati velja poudariti, da večina religij gleda na spolni odnos kot na izrabljanje seksualne moči (ženske naj bi imele med spolnim odnosom veliko moč, celo nadmoč nad moškim, saj ga lahko izropajo telesne in tudi spiritualne moči). Moški celibat se zdi tako utemeljen in zavarovan pred morebitnim zmanjšanjem spiritualne moči, hkrati pa ženske ostajajo konstantni vir skrbi vsem celibatorjem, tako budističnim menihom kot tudi talmudskim rabinom oziroma krščanskim

duhovnikom (Franzmann 2007, 274). Celibat bolj kaže na beg pred žensko kot posledico strahu pred žensko seksualnostjo.

Velja omeniti, da se skozi popularno kulturo ideje o ženski nečistosti vračajo in vplivajo na javno sodelovanje žensk v religijski instituciji. V času menstruacije naj bi se ženske oddaljile od cerkve ali mošeje. Naj poudarim, da je lahko neka religijska institucija tudi močno pod vplivom prevladujoče lokalne religije. Avtorica članka Rosemary Radford Ruether navaja, da se je med študijem luteranskega teološkega bogoslovja Gurukul v Madrasu srečevala s protestantskimi idejami o ženski obredni nečistosti in s prepovedjo obiska cerkve med menstruiranjem. Hindujski vpliv in prisotnost tovrstnih idej v hebrejskih spisih sta vodila k temu, da je pastor prilagodil te tradicije krščanski praksi v Indiji (Radford Ruether 2007, 13).

Skupno vsem verskim izročilom je torej žensko problematično telo. Zgodbe, poučevanje in ženskam namenjene prakse se v celoti osredotočajo na ženska telesa in njihove s plodnostjo povezane faze: **prva menstruacija** (ko ženska postane plodna), zakon (uradna sposobnost oploditve), **rojstvo** (dokaz plodnosti), **menopavza** (prekoračitev starosti, primerne za rojevanje), vdovstvo (izguba moža). »Kaže, da je diskurz o ženskah v religijah skoraj popolnoma enodimenzionalen, osnovan na njihovem spolu in seksualni funkciji« (Franzmann 2007, 265). Trdim, da je diskurz vezan na žensko sposobnost prokreacije, na njeno biološkost, pri čemer igra menstruacija veliko vlogo v smislu: sposobnost imeti otroka – prva menstruacija, nosečnost kot začasna odsotnost menstruacije in nezmožnost imeti otroka – menopavza. Menstruacija zaznamuje čas plodnosti ženske, vse drugo je vezano na žensko pokvarjeno seksualno naravo, če govorimo o spolnosti iz užitka in ne o spolnosti z namenom nadaljevati človeški rod. Pri tem me prisotnost zgodb o mesenih skušnjavah in podobnem ter posledično sankcije ne presenečajo. Vzrok bi lahko bil strah moških pred ženskimi telesi. Obstoje strahu je znak, da ženska telesa posedujejo nekakšno moč. »Obstoječe religije imajo zelo različna stališča do misterioznih in nevarnih lastnosti žensk, še posebej, če gre za žensko seksualnost in moč, ki jo ima, da omogoči življenje ali povzroči smrt oziroma bolezen« (Franzmann 2007, 267). Ženska sposobnost roditi življenje, njeno nenehno obnavljanje s cikličnim krvavenjem, ne da bi ji grozila smrt in ne da bi oslabela, kot bi se to zgodilo moškemu, ki bi izgubljal kri, je vir (straho)spoštovanja v religiji (Franzmann 2007, 267).

Ženska je v marsikateri religiji zaznamovana kot drugorazredno bitje, ki je nastala iz moškega in mu je zato popolnoma pokorna in podrejena. Lahko bi dejali, da religije teologizirajo o

razlikah med spoloma (Franzmann 2007, 276). Vendar se s pomočjo feministične teologije (feministične hermenevtike) počasi spreminja dosedanja podoba ženske v verskih izročilih (vsaj v krščanstvu). Feministke iščejo novo podobo, ki izključuje dosedanje patriarhalne vzorce, ujete v številne predsodke in spolne stereotipe sovražno naravnane ženskam. Lahko rečemo, da se »družbeni spol umika »teološkemu spolu«, ki je odraz bogupodobnosti moških in žensk in v svoji transcendentnosti presega zgolj biološko in družbeno pogojenost spolov (Furlan 2007, 68).

2.1.1 RELIGIJSKA IZKUŠNJA MENSTRUACIJE

Vprašanje ženske religijske izkušnje je v neposredni povezavi z odnosom religije in družbe do žensk in ženske identitete. Hkrati velja omeniti, da je težko govoriti o neki enaki in skupni religijski izkušnji, saj se ta razlikuje glede na čas, prostor, položaj, ki ga ima ženska v neki družbi. Tako tudi ne moremo govoriti o enaki, skupni religijski izkušnji znotraj neke religije (Furlan 2007, 53).

Mnogi menijo, da vplivajo na izkušnjo menstruacije (Karen Paige 1973 po Weideger 1976 v Žvelc 2003, 49) religijski koncepti, v katerih so bile ženske vzgojene. Paigova ugotavlja, da imajo največ težav pri menstruaciji tiste Judinje, ki pričakujejo prekletstvo kot kazen za spolni odnos med menstruiranjem. Težave pri menstruaciji povezujejo kot normalen pojav z usodo ženske, obsojene na trpljenje. Pri katoličankah je prav tako iz vere vzeto prepričanje, da je ženski trpljenje usojeno. Kot del tega trpljenja so vzele tudi menstruacijske težave in bolečine, tako da jih imajo za normalen pojav in posledično ne storijo ničesar, da bi jih odpravile. Med katoličankami imajo najhujše težave poročene matere brez cilja izven družine. Na njihov odnos do menstruacije vpliva predvsem tradicionalno poveljevanje ženske kot dobre, požrtvovalne matere, medtem ko je ženska kot spolno bitje gledana negativno.

Podobno je bilo ugotovljeno tudi v slovenskem prostoru. V skupini študentk, ki trpijo za močnimi bolečinami pri menstruaciji, je večje število katoličank kot v skupini z manjšimi ali celo odsotnimi bolečinami pri menstruaciji (Žvelc 2003, 49–50).

Krščanska umovanja o patološkosti menstruacije ter menstruacija kot atribut in garant reproduktivnega zdravja se ključno vežejo na sodobne slabšalne pomene menstruacije. Vendar velja upoštevati tudi zadržek o pozitivni konotiranosti menstruacije, ki je omejena s patriarhalnim normiranjem ženske fiziologije (Šribar 2004, 77). Če je ženska vzgajana v katoliški religiji ali če jo sprejme, sprejme tudi koncepte, ki jih religija nosi s seboj. To pa posledično vpliva tudi na odnos in doživljanje menstruacije. Identifikacija ženske s prepričanju Cerkve tako poteka na nezavedni ravni (Žvelc 2003, 49–50).

Ne moremo torej govoriti o univerzalni menstrualni religijski izkušnji, lahko pa govorimo o skupnem povzročitelju menstrualne bolečine.

Povzemimo: razmišljamo o stiski, ki na osebni ravni pripelje do subverzije dominantnih pomenov in v družbeni sferi do marginalnih govorov artikuliranih v »nevidnih« skupinah določene kulture. Na drugi strani nas zanima stiska, ki je dojeta in doživljena kot psihično stanje brez izhoda in je za posameznico razrešljiva v preobrazbi v samodestruktivno moč. Ta se v procesu somatizacije spremeni v telesni pathos, ki povzroči menstrualno bolečino, če je nezavedno lociran v reproduktivne organe (Šribar 2004, 25).

2.2 DOŽIVLJANJE MENSTRUACIJE V TRADICIONALNIH DRUŽBAH

V dosedanjem sociološkem preučevanju je bilo vloženega veliko truda pri diferenciaciji tradicionalnih (predmodernih) in modernih družb. Pri tem je glavni vzrok delitve industrializacija, ki je hkrati tudi delilna nit pri razumevanju in odnosu do menstruacije. Tradicionalnim (predmodernim) družbam pripisujemo statičnost, počasno spreminjanje in negativen odnos do sprememb, v katerih igrata družina in širša skupnost veliki vlogi, pri čemer so v ospredju dobrobitne naloge vseh v skupnosti. To pa hkrati pomeni tudi veliko socialno kontrolo nad posamezniki in prispevanje k ohranjanju njihovega družbenega položaja. Kolektivno zavest oblikuje religija kot glavni povezovalni, osmišljajoči in ne nazadnje nadzorni akter (Haralambos in Holborn 2005). Religije mnogim ljudem »bolj ali manj narekujejo vsakdanje obnašanje, »orientacijo« v svetu, jim tako ali drugače osmišljajo življenje«, morebiti jih na različne načine celo omejujejo (Smrke 2000, 8). Mnoge vsakdanje

teme so tudi tabuizirane, včasih vezane na takšne in drugačne obredne rituale, kot je npr. menstrualni tabu.

Angleški izraz *tabu* izvira s tihomorskih otokov, kot prvi naj bi ga zaznal kapitan Cook. Marett navaja, da različni izrazi tabuja pomenijo dobesedno »zaznamovan« in se nanašajo na stvari ali osebe. Stanje tabuja na podlagi trajnega ali začasnega razmerja v odnosu do posebne moči zaznamuje osebo ali stvar zunaj njenega ustaljenega, običajnega obstoja. Za druge je lahkomišno ravnanje s tako stvarjo ali osebo izjemno nevarno (Marett 1926, 181 v Franzmann 2007, 268). V izvornem kontekstu tihomorskih religij se posebna moč za tabujem imenuje *mana*, ki vsebuje idejo o moči in sreči. Zaradi njene abstraktne in nekako nestabilne moči ni mogoče predvideti, koliko in kako bo odreagirala, zato jo Marett označi kot »duhovno elektriko, ki jo je treba izolirati, da ne bi pogubila neprevidnih« (Marett 1926, 183 v Franzmann 2007, 268). Tabuirana oseba je omadeževana z močjo, ki predstavlja veliko tveganje za skupnost, pred katero se mora skupnost braniti oziroma mora tovrstno moč kanalizirati sebi v korist in jo spremeniti v nekaj pozitivnega (Franzmann 2007, 268). Vsaka skupnost ima nekaj mane, vendar sistemi tabujev regulirajo neenake stopnje mane – tisti z več mane so zadržani na varni razdalji, v stran od tistih z manj mane. Tabu nekako uravnava red in status v skupnosti in uveljavlja nadzor nad potencialno močnimi, ki vsebujejo sakralno omadeževane predmete ali ljudi (Franzmann 2007, 269). Da pri vrednotenju tabujev obstaja neka stopnja dvoumnosti, kar nekateri sistemi religij pri svojem kategoriziranju upoštevajo, se kaže v tabuizirani moči predmeta ali osebe, ki lahko bodisi škoduje bodisi koristi. Dvoumnost koncepta tabuja se kaže tudi pri tabujih, ki se nanašajo na ženske. Te lahko imajo znotraj določenega sistema malo družbene ali kultne moči, hkrati pa imajo posebno moč, ki je ni mogoče nadzorovati. Poseben vidik omenjenega tabuja je poskus nadzora nad njim. Predvsem gre za strah pred žensko seksualnostjo, značilen za velike religije. Mogoče je opaziti premik tabuja od omadeževanega in s posebno močjo do tabuja, ki pomeni zgolj omadeževanje, premik od »zaznamovanega« k nevrednemu, svetoskrunskemu, umazanemu, sramotnemu, in profanega v primerjavi s svetostjo, kakršna obstaja v formalnih vidikih religije. Nevarno stanje ženske nečistosti, seksualne potentnosti ima največji učinek v kultu, kjer mora ženska zaradi cikličnega krvavenja na obrobje, kjer bo manjši učinek njene moči. Gre za logično sklepanje, saj se mora skupnost izogniti konfliktu med posebno močjo, ki jo je možno nadzirati med kultno prakso, in to isto posebno močjo, nestabilno in nepredvidljivo znotraj tistih, ki so tabu. Trditev ene izmed študentk Franzmannove, Lesley-Ann Leavoy: »Boljše je,

če krvaviš v skladu s kultom kot v skladu z naravo,« se tako zdi utemeljena (Leavoy v Franzmann 2007, 270).

Dobesedni prevod tabuja – »zaznamovan« – ponuja uvid v izolacijo, ki pogosto spremlja stanje tabuja (Franzmann 2007, 269–271). Vendar se zdi, da je prvo mesto izolacije telo kot vir tabuja in razlog zanj in ne fizična izoliranost žensk. Rojstvo in menstruacija sta procesa, ki žensko pripravita k umiku same vase in h koncentriranju sil, ki pogosto boleče delujejo v njenem telesu. Ironija se kaže v tem, da ženske, ki naj bi imele posebno moč s krvavenjem, kar implicira znotraj verskih izročil na nadzor, same nimajo nadzora nad lastnimi telesnimi procesi, ki imajo za posledico njihovo omadeževanje z močjo oziroma profanostjo (Franzmann 2007, 271).

Durkheim opozarja, da je razloge za menstrualni tabu mogoče poiskati v religiji, ki opozicionira spola. Ženske naj bi po njegovem mnenju vzpostavile eksogamno pravilo s periodičnim krvavenjem kot znak upora proti moškim. Zakoni eksogamije pa so le specifični primeri od bolj splošne religijske institucije, znane kot tabu. Tabu je po Durkheimovem mnenju obredna nastavitev svetega. Ko so eksogamni tabuji v pogonu, ženske postanejo svete z izolacijo moči, moči, ki drži moško populacijo na razdalji. V tradicionalnih družbah je ta moč povezana z menstruacijo, ki naredi žensko sveto. Moralni red zahteva med menstruiranjem ločeno življenje moškega in ženske. Durkheim razlaga tovrstni moralni red kot strah moških pred krvjo, ki je tabuizirana, in je treba preprečiti kakršenkoli stik z njo, ker naj bi bila nevarna. Tako se zdi religijska prepoved spolnega občevanja med menstruacijo utemeljena, saj so pripadniki ljudstev verjeli, da se skozi kri preliva njihov totem (bog) in bi stik med svetim ter profanim uničil človeka (Durkheim 1965).

Po mnenju Cazeneuve je menstrualni tabu tesno povezan z odnosom do numinoznega,² področja magične moči, hkrati nečistega in svetega. Poleg nerazložljivih čustev so občutki, kot sta odpor in gnus, utelešeni v numinoznem. Cazeneuve združi koncept vsakdanjega, sprejemljivega in neobičajnega kot nesprejemljivega (nečistega) s konceptom zavesti in nezavednega (Cazeneuve 1986 v Šribar 2004, 35). Posledično je tako menstruirajoča ženska tabu numinoznega, saj kot oseba izven pravil in ustaljenega reda menstruiira spontano in

² »Numinozno je predmet, pojav ali oseba, ki posega v ustaljeni red« (Šribar 2004, 35).

esenca življenja ne odteka skupaj s krvjo. Tabuji nečiste krvi spremljajo žensko v nekaterih ljudeh celotno plodno obdobje. Očiščevalni obredi se zdijo utemeljeni in pozitivno konotirani, saj skupaj z madeži izganjajo tudi numinozno. Cazeneuve pa opozarja, da menstrualni tabuji niso zgolj vezani na nečisto kri, temveč tudi na obrobni družbeni položaj žensk.

Navkljub številnim zapovedim in tabujem se zdi menstruacija v tradicionalnih družbah dokaj javna, včasih je bila v menstruiranje vključena vsa skupnost (Zaviršek 2003, 59). Primer staroselcev Yurok iz Kalifornije kaže pozitivne vidike doživljanja menstruacije in menstrualnih zapovedi. Ženska se je morala zaradi menstruacije osamiti, ker naj bi bila zaradi nje na vrhuncu moči. Čas osamitve je bil namenjen meditaciji ob koncentriranju na telo in izvajanju ritualov, ki naj bi prinesli duhovne koristi. Menstruirajoče ženske so ta čas preživljale v ženski skupnosti ob sinhroniziranju menstruacije, jo prilagajale obdobju polne lune ter skupaj opravljale obrede očiščevanja. Nasprotno so se tudi moški v tem času posvečali skupnim obredom. Izogibali so se žensk, jedli so posebej nabrano hrano, se umivali dvakrat na dan, prepovedano jim je bilo loviti. Namen tovrstnih očiščevalnih praks je bil pridobiti bogastvo. Prav tako so se zarezovali z rezilom v nogo, kar je simboliziralo odnašanje psihične nečistosti. Moški in ženske so hkrati opravljali obrede očiščevanja in obrede za pridobivanje večje moči (bogastva, duhovne moči). Da je bil za moške prepovedan lov v času menstruacije, pa implicira na ohromitev vaškega gospodinjstva zaradi osamitve ženske, saj je bilo konzerviranje nalovljenega plena žensko opravilo. Pripravljanje kosila so tako prevzele starejše ženske, torej ženske v menopavznem obdobju (Zaviršek 2003, 61–62). Juroško menstrualno obredje napravi žensko za tretjino meseca spolno nedostopno, vendar jo na simbolni ravni napravi enako moškemu kot posledica podelitve avtonomije in moči z možnostmi ekonomske pridobitnosti, sreče ter duhovnega bogastva (Šribar 2004, 20).

Tovrstne prakse so staroselci Yurok uporabljali vse do konca 19. stoletja. Ob tem velja omeniti, da sta bila čas lova in počitka »po naravi« določena z ritmom luninih men, »po kulturi« pa z ženskim menstruiranjem. Testrat navaja, da je menstruacija kulturno-simbolično povezana z luno, saj ideologija o krvi najbolj ustreza kozmologiji. Prav tako zatrjuje, da biološki menstruirajoči naravi ženske ni mogoče pripisati delitve dela po spolu in osamitev ženske v času menstruacije. Meni, da gre zgolj za kulturološko ideologijo, ki zaznamuje menstrualno kri (Testart 1986, 87 v Knight 1991, 396–397). Velja tudi omeniti Buckleyjevo

najdbo rokopisov A. I. Kroeberja – v zapiskih neobjavljenih poročil informantke Susie – o menstrualnih tabujih in pravilih. Buckley dvomi v Kroeberjevo teorijo o juroških menstrualnih obredih v funkciji podreditve žensk, saj naj bi imeli Yuroki spolno specifični pojmovanji menstruacije. Susie priča, da so menstrualni tabuji identični moškim tabujem čiščenja in pridobivanja moči s potenjem. Tu zasledimo poleg spolno specifičnega umevanja menstruacije še razredno specifično pojmovanje, saj Susie govori o ženskah višjega sloja (Buckley 1988 v Šribar 2004, 19).

Podoben, pozitiven odnos do menstruacije goji tudi ljudstvo Hua iz Nove Gvineje. Moški prav tako kot ženske upoštevajo tabuje (se osamijo, se izogibajo določenih vsakodnevnih opravil in upoštevajo prehrambne omejitve). Antropologinja Anna Meigs izpostavi tri spolne ideologije. Te ustrezajo spolnim razmerjem moške dominacije, enakosti spolov in ženske superiornosti kot posledice mitske utemeljitve v podobi ženske Hua, prvega človeškega bitja. Dejansko gre za žensko prokreativno sposobnost (Šribar 2004, 36). Nedaleč od ljudstva Hua v Novi Gvineji je ljudstvo Daribi v Papua Novi Gvineji, ki povezuje vaginalno kri z lovom. Tako naj bi menstruirajoča ženska prispevala k večji sreči moškega pri ulovu (Knight 1991, 395).

Vsekakor menstrualni tabuji niso vedno vezani na podrejeni položaj žensk v družbi, saj imajo podobno tudi moški bojevniki očiščevalne obrede, ker so prelili tujo kri (Šribar 2004, 26). Velja omeniti, da ne gre za kulturno univerzalijo tradicionalnih družb, o čemer priča odnos do menstrualne krvi, ki je tesno povezan z lovom, pri indijanskem ljudstvu Cuiva iz vzhodne Kolumbije. Po njihovem prepričanju imata menstrualna kri in surovo meso skupen specifičen vonj in občutek. Tako naj bi se moški izogibali hrani, ki se je dotika menstruirajoča ženska, ker naj bi to povzročilo bolezen. Prav tako so previdni pri spiranju živalske krvi s sebe po ulovu, skrb za ulovljeni plen prepustijo ženski (Knight 1991, 399). Neenakost med spoloma in povezava med zdravjem in menstruacijo kot boleznijo sta zelo kot očitni. Spet tretji ne gojijo nikakršnega odnosa do menstrualne krvi. Za pripadnike ljudstva Rungus menstrualna kri ni umazana, ženske jo enostavno odstranijo z oblačil, sedežev in tal (Šribar 2004, 93).

Skratka, lahko zaključimo, da obstajajo različni tabuji, ki so vezani na oba spola, kažejo pa na prepovedi in zapovedi, ki so povezane z individualno in skupinsko osamitvijo, s prepovedjo opravljanja določenih vsakdanjih opravil, obredi očiščevanja, prepovedi spolnih odnosov,

prepovedi dotikanja, ravnanja z nekaterimi predmeti in prepovedi uporabe skupnih poti (Šribar 2004, 36). Buckley in Gottlieb (Buckley in Gottlieb 1988 v Zaviršek 2003, 60) menita, da je lahko periodična izključenost žensk tudi nekakšen privilegij, saj so bile te opravičene vsakdanjih opravil. To lahko razumemo kot ženskam sovražno naravnano zapoved ali kot zapoved, ki je bila ženskam v korist (Zaviršek 2003, 60). Navsezadnje se nam zdijo omenjene zapovedi in prepovedi zastarele. Nemalokrat gledamo nanje zviška in jih pripisujemo »neciviliziranosti«³ omenjenih tradicionalnih družb, vendar pozabljamo, da so tovrstne prepovedi in zapovedi del marsikatero religije, prisotne v »civiliziranem« svetu modernih družb.

2.3 DOŽIVLJANJE MENSTRUACIJE V MODERNIH DRUŽBAH

Različne svetovne kulture različno dojemajo menstruacijo. Predstave o njej so povezane bodisi s posvečenim bodisi z nečistim. Moderne družbe so usmerjene predvsem k nečistim predstavam o menstruaciji. Stališča, da je menstruacija nekaj sramotnega, nečistega, celo nevarnega, se nam zdijo zastarela, vendar vsekakor prisotna tudi v modernih družbah. Pri nekaterih posameznikih so tovrstna stališča močno ukoreninjena v njihovih percepcijah in odnosu do menstruacije. Tako so pojmovanja menstruacije tudi danes družbena refleksija predvsem negativnih stereotipov (Žvelc 2003, 42–43). Reprezentacije menstruacije so usmerjene k ženski šibkosti, grešnosti in patološkosti. Sabina Žnidaršič navaja zgodovinski pregled menstruacije kot družbenega pojava, kot moške domene, kot zgodovino moške fascinacije z drugačnostjo ženskega telesa v primerjavi z moškim. Predstave so povezane bodisi s sprejemljivo in pravilno pojavno obliko bodisi z napačno ali bolno, škodljivo formo (Žnidaršič 1996, 6). Zgodovinski pregled dožemanja menstruacije, predstavljen v nadaljevanju, nam lahko pomaga razumeti današnji odnos do menstruacije v modernih družbah.

Menstruacija je po Hipokratu, ki razume človeško telo kot skupek raznih tekočin, kot regulacijski odtok prevelike vlažnosti ženskega telesa. Izostanek menstruacije je zato nevaren,

³ Naj opomnim, da sem zagovornica kulturnega relativizma, da ne pristajam na hierarhični odnos med tradicionalnimi in modernimi družbami in da pri tem zgolj interpretiram z etnocentrističnega vidika modernih družb.

domnevno škodljiv za druge organe, saj kri ne more odtekati v obliki menstruacije. Za Aristotela je ženska ponesrečeni moški. Moško seme je toplo, ženska menstrualna kri pa je po kakovosti mrzla. Antični mislec Plinij je verjel, da otrok nastane iz menstrualne krvi in semenske tekočine. Če nosečnosti ni, je neizločena kri nečista. Galen⁴ v času menstruacije odsvetuje ženskam izhod iz hiše. Galen, Plinij in Aristotel so načrtali ideološki okvir ženske ne samo v antiki, temveč tudi v srednjem veku.

Dognanja stare zaveze stigmatizirajo žensko krvavitev in zaostrujejo odnos Cerkve do menstruirajoče ženske, čeprav papež Gregor leta 735 pripisuje žensko krvavenje njeni naravi in ne ženski krivdi, zato jim je dovoljeno v času menstruacije iti v cerkev. Večina cerkvenih avtoritet se je opirala na Mojzesove recepte o ženskem krvavenju, ki naj bi služili kot svarilo drugim pred kontaminacijo menstrualne krvi. Ženska naj bi bila sedem dni nečista in zato podrejena očiščevanju. Osmi dan naj bi ženska vzela dve grlici/goloba in ju odnesla duhovniku v daritev za greh. Moškemu, ki spolno občuje z žensko v času menstruacije, je naložena desetdnevna pokora ob kruhu in vodi, v času posta pa štirinajst dni. Če ima žena krvotok izven dobe svojega očiščevanja, so vsi dnevi toka nečisti (Žnidaršič 1996, 10–13). Zdi se, kot da menstruacija nikoli ne traja manj kot sedem dni. Na tem mestu bi lahko govorili tudi o trajanju menstrualnega krvotoka kot kulturni univerzaliji.

Dognanja srednjega veka o menstrualnem ciklusu so povezana predvsem z luno in njenimi menami. Kmalu so ugotovili, da se menstrualni ciklus ne ravna po luninih menah in da ne menstruirajo vse ženske iste poloble ob istem času.

V času znanstvene renesanse je bil dosežen vrh prepričanja o strupenem menstrualnem učinku. Mnogi renesančni strokovnjaki so povezovali menstrualno kri z različnimi boleznimi (sifilisom, gobavostjo, kugo, ošpicami, kozami, celo blaznostjo). Ta pa naj bi bila ključna sestavina pri oblikovanju ljubezenskih napojev, ki povzročijo nezaželeno zaljubljenost v točno določeno osebo (Žnidaršič 1996, 14–16).

⁴ Klavdij Galen (129–199) je uvedel medicinsko eksperimentiranje, izpopolnil ter dopolnil delo Hipokrata. V zdravilstvu je uvedel nove snovi in kombinacije, pri čemer je zdravila izdeloval sam. Galenska zdravila, imenovana po njem, so zdravila preproste izdelave, ki jih pripravljajo v lekarnah in galenskih laboratorijih (Wikipedia 2013).

Razsvetljenje razume menstruacijo kot posledico zatrte seksualnosti. Rousseau je menstruacijo razumel kot posledico preobilja v življenjskem slogu (preveč sedenja, preveč hrane, manj telesne dejavnosti) ob strogi neliberalni spolni vzgoji.

V osemnajstem stoletju so se s pomočjo medicine vzpostavljale kvantitativne in kvalitativne norme menstruiranja, bolj je bila zaželena močnejša krvavitev kot šibkejša. Določili so tudi starost, pri kateri naj bi dekleta dobila menstruacijo, odklon od te norme pa so pripisovali kvarnosti okolja. Prezgodnja menstruacija je bila tako odraz revščine, vlažnega stanovanja, sedečega dela in obsedenosti z romani ter prezgodnje pohajkovanje z moškimi, medtem ko naj bi tičali razlogi za zakasnitev prve menstruacije v vznburjajočih razlogih fizične in moralne kulture ženskih sob bogatih in višjih slojev (Žnidaršič 1996, 17–18).

Devetnajsto stoletje bi lahko z vidika zgodovine menstruacije označili kot prelomno. To stoletje razume menstruacijo kot spodletelo nosečnost, kot posledico razvoja znanosti na področju ženske reproduktivnosti. Karl Ernst van Baern je odkril jajčno celico, Nigier pa opisal povezavo med ovulacijo in menstruacijo. Obveljajo prepričanja o menstruaciji kot »mini« nosečnosti. Ugotovili so, da različni dejavniki vplivajo na pojav prve menstruacije. Tako naj bi prva menstruacija nastopila med 9. in 24. letom, najpogosteje med 14. in 15. Srednje vrednosti nastopa menstrualnega obdobja so različne zaradi geografske širine: bližje ekvatorju, toliko prej. Našli so tudi povezavo med količino prelite menstrualne krvi in hladnejšimi/toplejšimi predeli, pri čemer so v toplejših predelih opazali najobilnejše krvavitve. Pri pojavnosti prve menstruacije torej niso izvzeli podnebja in geografske širine. Izziv so lahko predstavljale mlade Judinje zaradi razpršenosti geografske širine. Te naj bi neodvisno od geografske širine menstruirale prej, najpozneje pa Finke in Rusinje (Žnidaršič 1996, 20–21). Lahko bi dejali, da je šlo za ustvarjanje kulturnih norm časovnega menstruiranja. Še več, raziskovalci so našli povezavo med prvo menstruacijo in izbiro poklica.

Spoznanja so se kar vrstila in utrjevala prepričanja o ženski šibkosti; na sodišču je menstruacija veljala celo za olajševalno okoliščino, pri čemer je prav omeniti, da takrat še niso nič vedeli o hormonih. Žensk v 19. stoletju sicer niso zapirali več v hiše, so pa bile zato ujetnice svoje biologije. Dvajseto stoletje je nadaljevalo omenjeno pripoved o menstruaciji, pri čemer ukvarjanje z miti, zmotami znotraj znanstvenega napredka, zgodovine medicine in religioznih sistemov ni bilo odvečno, saj je obravnavalo podobo žensk v različnih časih. Gre

torej za zgodovino ideologij in vedenj o ženskem telesu, o »ženskem bistvu«, o »ženskem značaju«, kot se izrazi Žnidaršičeva (Žnidaršič 1996, 22–24). Velja omeniti, da sta se v modernih družbah uveljavila vpliv krščanske morale in stigma menstruacije kot bolezni (Šribar 2004, 39).

Danes lahko ocenjujemo odnos do menstruacije z vidika vsakdanjega diskurza. Vsakdanji diskurz o menstruaciji temelji predvsem na percepcijah, ki so posledica zlasti oglaševalskega diskurza in medikalizacije ženske narave. Analize posameznih intervjujev iz raziskave Mnenja in predstave o menstruaciji na izbrani populaciji iz Slovenije (glej Priloga A) nam pokažejo odnos anketirancev do menstruacije predvsem z vidika uporabe besed »normalno« in »naravno«. Raziskava pokaže, da je ženska biološkost (menstruacija) družbeno determinirana in obenem je njena družbenost biološko (menstrualno) determinirana (Švab 2001, 96), kar je razvidno predvsem v moškem pogledu na žensko. Hkrati ne smemo pozabiti na medicinski diskurz v splošnem in umeščenost besed »normalno« in »naravno« v psihološko-psihiatričnem diskurzu ter ne nazadnje tudi na prisotnost ekološkega diskurza. Menstruacija ostaja umeščena v omenjene diskurze predvsem pod vplivom medicinskega diskurza in njegovim ukvarjanjem z ženskim telesom, ki po mnenju Saksida povzema paradoks »normalno je, da sem bolna« (Saksida 2003, 30). Hkrati je treba poudariti, da je izraz za menstruacijo »bolna sem« poleg povzemanja menstrualne stigme tudi pojmovno orodje, ki daje moč šibkim (Šribar 2004, 75). Zdi se, da je lahko tudi menstrualna stigma pozitivno naravnana in celo ženskam v korist.

Čeprav je bila v evropskih družbah menstruacija zavita v molk in področje zasebnega, je bila kljub zapovedim in tabujem javna (Kalinšek 2003, 59). »Za vladajoči govor o menstruaciji je značilno, da konstruira tabuje in jih dekonstruira ravno v nasprotju od interesov žensk z vidika menstrualnega obdobja« (Šribar 2004, 90). Vladajoči govor pa lahko povežemo z oblastjo. Če se izrazim v Foucaultevem jeziku, oblast deluje temeljito, sofisticirano, predzavedno, skozi telesa in tako vpliva na percepcijo o njih (Foucault 1991). »Somato – moč« je podana v podobi preigravanja ravni od zavestnega, nezavednega in somatskega« (Šribar 2004, 96). Ženska tako izvaja oblast sama nad seboj (Foucault 1991). Z vidika konstituiranja identitete in prisvajanja oblasti moških bi lahko dejali, da moški delujejo in ženske se kažejo. »Moški gledajo ženske. Ženske opazujejo same sebe, ko so gledane. To ne določa le večine odnosov med moškimi in ženskami, ampak tudi odnose žensk do samih sebe. Nadzornik ženske je v njej sami moški, nadzorovana ženska. S tem se spremeni v objekt – natančneje v objekt

pogleda« (Berger 1972, 46 v Bahovec 1996, 224). To je oblast, ki proizvaja po Foucaultjevem mnenju »krotka telesa«, ob hkratni oblasti pogleda in »oko oblasti« – oblast kot panoptizem (Foucault 1991 v Bahovec 1996, 226).

Žensko telo, ki po ovulaciji ni zanosilo, zaznava mesečni »neuspeh«. Menstrualna kri je pri tem odpadni material. Skozi temelje psihoanalize ustvari Julia Kristeva koncept telesnega odpadka – abjekta – kot nekaj, kar je izven integriranega telesa in s tem tudi sebstva:

ki preči meje telesa in je uporaben bodisi v diskurzivnih analizah vladajočih govorov, ki konstruirajo ženske kot odstop od norme, bodisi v feministično-teoretskih konceptualizacijah feminine, ki ga označujejo obilje, »plastičnost«, razpršenost. V prvem primeru je abjekt izvržek telesa in vzbuja odpor. Tako tudi samo telo, vezano nanj, vzbuja odpor in je »monstruozno⁵«. Sami smo »propustnost« telesa uvrstili med monstruozno po analogiji z definicijo patološkega v konceptualnem okviru numinoznega ... Monstruozna telesa z razvojem tehnologije nadomestijo tehnološka telesa, posthumani hibridi. Donna Haraway spoj organskega in tehnološkega – kiborginjo – ustvari kot metaforo za feministično preseganje reprezentacij in utelešanj spolne podrejenosti (Šribar 2004, 91).

»Žensko manipuliranje lastnega menstruirajočega telesa je možno preko občutka higienskega, estetskega in dovršenega obvladovanja krvavega toka, ki je prav tako kot »pravilno« menstruiranje predmet kodiranja skozi oglaševanje in druge vladajoče govore o menstruaciji.« Hkrati je tu vključena pravica o vedenju menstruacije. »Zato v svoji celovitosti ni več tabu; kljub tabuiziranju krvi ne obstaja nič takšnega, kar bi lahko ubranili pred pogledom javnosti z argumentom ženske intimne« (Šribar 2004, 90). Dejavnost in trud žensk, da bi njihova fiziološka specifičnost (p)ostala neopazna kot kolizija dveh atributov t. i. feminilnosti, fiziološkega in kulturnega, »ni rezultat spodletelega srečanja med biologijo in kulturno normo; všteta je v konstrukcijo ženskosti« (Šribar 2004, 89). Šribarjeva navaja, da je množična prisotnost podob menstruiranja v medijih⁶ morebiti pripomogla k »normaliziranju« menstruacije, njene običajnosti ter pripomogla k družbenemu statusu žensk, jih

⁵ Rimljani so zadeve in stvari, ki so sodile na področje nenavadnega, imenovali *monstra* (Cazeneuve 1986, 58 v Šribar 2004, 91).

⁶ V oglaševalskem diskurzu se pojavlja menstruacija kot sinonim za zdravo žensko telo, kar je razvidno iz citata o mitu nečistosti menstruacije: »Menstruacija je naravni način, s katerim se žensko telo očisti. Poleg tega je menstruacija znak, da je vaše telo zdravo« (Always).

»depatologizirala« (Šribar 2004, 59). Vendar oglasi, ki promovirajo vložke, tampone, narekujejo ženskam uporabo proizvodov za menstrualno higieno, ker jo ti prikrijejo, preprečujejo neprijeten vonj in podobno. Gre torej za subtilno ponotranjenje samoumevnosti in prikrivanja menstruacije. Posledično ženska tako ni vezana na primarno označevanje plodnosti, pozitivitete ter svetosti žensk (Žvelc 2003, 42). Menstruacija je po mnenju Šribarjeve skozi vladajoče diskurze zaznana kot vzrok in simptom nemoči žensk, kar je vidno pri oglaševanju skozi preseganja menstrualnih tegob (Šribar 2004, 76).

Kot vidimo, je tabu menstrualne krvi prisoten v tradicionalnih in tudi v modernih družbah, skupno jim je tudi pojmovanje menstruacije kot nečesa zasebnega, kar naj ostane skrito. Razlika se kaže pri tradicionalnih družbah, kjer so v ospredju verska prepričanja in obredne kulturne prakse, ki zajamejo celotno skupnost, medtem ko menstruacija v modernih družbah prizadeva samo individualno žensko. Ta se trudi diskretno kupiti vložke v trgovini, upajoča, da moški ne bo stal za njo v vrsti pri blagajni. Pri uporabi poskuša prikriti menstruiranje z uporabo bolj diskretnih pripomočkov, npr. tamponov, z uporabo lunine skodelice ipd., oblači se v temnejše barve, ki bi prikrile morebiten krvavi madež, morda se celo izogiba športnim dejavnostim. Menstruiranje lahko ostane skrito, če se o njem ne govori, če pa že, gre za »tiste dni«, o katerih smo vsi seznanjeni in »vemo, kako to gre,« tako da nadaljnji pogovor po navadi o menstruaciji ne »steče«.

Vsekakor so pri oblikovanju današnjih menstrualnih percepcij ključni vladajoči religiozni, medicinski in oglaševalski diskurzi, ki prežemajo javni in tudi zasebni prostor.

Antropologija menstruacije opisuje tabuje in menstrualne zapovedi v registru numinoznega. Znana zgodovina medicinskih in religioznih govorov o menstruaciji zgolj niza artikulacije patološkosti menstruacije; sociološke ter kulturološke študije menstruacije pa govorijo o ponotranjenju slabšalnih pomenov menstruacije v psihični strukturi žensk (Šribar 2004, 60).

2.4 MEDIKALIZACIJA MENSTRUACIJE

Medicina kot veda in stroka uživa ugled v vsaki družbi neodvisno od časa, pri čemer se ji pogosto pripisujeta nezmotljivost in neoporečnost medicinskih avtoritet. Nemalokrat pa ugotavljamo, da medicina priskrbi oblasti »znanstvene« razloge za prisiljevanje ljudi v družbeno zaželene vloge (Tivadar 2008). Določena stanja pridobijo tudi v procesu medikalizacije (medicinski, družbeni) status bolezni, motnje. Procesu medikalizacije je bilo izpostavljeno predvsem žensko telo in tudi večina vidikov njenega življenja. Tako sta tudi menstruacija – konkretno predmenstrualni sindrom in menopavza konstrukciji parabolezenskega stanja (White v Malnar 2002).

Podoba ženskega telesa v zahodni medicini je nestabilno in slabotno telo, ki variira na meji med zdravjem in boleznijo. Usodno je razpeto med hormonskim neredom med menstrualnim ciklom in patološko nosečnostjo, med predmenstrualno razdražljivostjo in depresivnostjo v menopavznem obdobju, med boleznimi rodil in njihovimi operacijami, med razmnoževalnimi funkcijami in disfunkcijami. Ženske so po eni strani zreducirane na reproduktivno funkcijo, po drugi strani pa jih medicina poimenuje kot produkte reproduktivnega sistema in izločkov endokrinih žlez. Ženske v medicini kot producentke veljajo le toliko, kolikor lahko proizvedejo, seveda z omenjenim rokom trajanja in navodilom »uporabite do menopavze« (Tivadar 1996, 69). »Medicina se je polastila fiziologije menstruacije tudi tako, da ji je pripisala patologijo. Z odgovarjajočimi razlagami danes sodeluje še psihologija« (Šribar 2004, 66–67).

Zdi se, da se želja po nadzoru nad ženskim telesom pojavlja skozi vso zgodovino človeštva. Pri tem ne gre zanemariti Hipokratovega prispevka k medicini. Hipokrat je razumel menstruacijo kot odlitje odvečne tekočine in jo je poimenoval »mesečna čišča«. Izraz se je ohranil vse do danes. Medtem je Galen svaril ženske pred opravljanjem težjih fizičnih opravil in odhodi iz hiše v času menstruacije (Šribar 2004, 38; Žnidaršič 1996, 10). Povezava med menstruiranjem in ohranjanjem zdravja je več kot očitna. Čeprav je bila menstrualna kri umazana, so jo imeli v tem času za normalen pojav, »nakazujoč ženskemu spolu inherentno šibkost ali kvalitativno drugost« (Šribar 2004, 38). Poimenovanje menstruacije kot »periodične čišče« implicira na umazanost, kontaminiranost ženske. Biološkost ženske je kot

razlika in odklon postala jedro motenj in bolezni, ki so se razširjale na socialne konstrukte ženskega:

Medicina in antropologija sta iskali dokaze o ženski manjvredni, bolni naravi. Bolezen je bila v tistem času predvsem metonimija za nevarnost in simbolno kontaminacijo. Nič čudnega, če se je slovenski zdravnik spraševal, ali dotik menstruirajoče ženske povzroči ovenelost rastlin. Še en dokaz, da tudi mišljenje v razvitejših družbah temelji na analogijah in homologijah, in če si izposodim misel Levi - Straussa, da načini mišljenja »modernega človeka« niso nič manj primitivni (ali pa nič bolj moderni) od miselnih sistemov domorodcev (Zaviršek 2003, 55–56).

Vsekakor gre za trialoški odnos med socialnim spolom, telesom kot družbenim fenomenom ter medicino kot družbeno in politično prakso (Tivadar 1996, 68). Medicinske teorije in vsebine je tako določal kulturno-zgodovinski kontekst, v katerem je delovala medicina (Tivadar 1996, 69). Ludvik Fleck opozarja, da prazen um ne more videti ničesar in da »ni opazovanja, ki bi bilo zvesto naturi, le tako je, ki je zvesto kulturi«. Medicinska spoznanja postavi v okvir vzajemno priznanih domnev, ki ga poimenuje okvir miselnega stila. Domnev se znanstveniki in znanstvenice ne zavedajo ter o njih ne problematizirajo. Neki družbeni kontekst tako dovoljuje le določena, v trenutku družbeno zaželeno vprašanja (Tivadar 1996, 70). Foucault je prepričan, da so novi objekti medicinskega raziskovanja produkti medicine, »pacientke« in »bolezenske spremembe«. Glede na omenjeno lahko sklepamo, da se je relevantnost medicinskih vsebin in disciplin vzpostavljala glede na pogajalske razmere sil znanstvenikov in znanstvenic ter druge profesionalne skupine, od potreb in želja laične ter strokovne javnosti, od ekonomskih in političnih interesov določenega družbenega reda (Tivadar 1996, 75).

Opozoriti je treba na umeščenost zdravja v družbenih in kulturnih okoliščinah, ki se spreminja tudi glede na znanstvena dognanja. Socialni konstruktivisti opozarjajo, da je fizična izkušnja realnosti, denimo bolečine, tudi družbena in kulturna izkušnja, ki se jo tudi doživlja na podlagi obstoječih družbenih in kulturnih procesov (Kamin 2006, 16). Koncepta bolezni in bolečine sta specifična dognanja v posamezniku. »Bolečina ni posledica bolezni, bolečina pa je bolezen«, ki »je dejstvo na ravni zavestnega celovitega posameznika. Zaradi tega dejstva medicina sploh nastane« (Šribar 2004, 60–61).

Menstrualna bolečina je tako običajna, dismenoreja (menstruacija s krči ter bolečinami) pa se v opisu v marsikaterem medicinskem delu odraža kot opis normalnega pojava (Šribar 2004, 61). Kadar medicina govori o funkciji menstruacije, je ta normalna, njena »patološkost« se kaže v načinu njene pojavnosti, prisotnosti bolečine in drugih težav, ki pa so ad hoc »običajne«, »normalne«, »predpisane«. Težko je sicer postaviti univerzalni, skupni imenovalc fizične realnosti, univerzalno izkušnjo bolečine. Zato tu nastopi sociologija telesa, ki se ukvarja z različnimi odzivi družb in kultur na fizična stanja, tudi bolečino. Izkušnja zadnje izvira iz dialektičnega odnosa med družbeno-kulturnimi kategorijami in pomenom, ki ji ga pripiše posameznik, ter materialnostjo motenj v delovanju na drugi strani. Za posameznikovo doživljanje zdravja in bolezni, posledično pa tudi bolečine, sta lahko kulturna in družbena resničnost prej uresničeni kot biološka (Kamin 2006, 17).

»Za pričujoče kulturno okolje je značilna diskurzivna marginaliziranost pozitivnih konotacij menstruacije«. Ena izmed pozitivnih konotacij je regulacija menstruacije, ki je z vidika menstrualne zamude kot posledica nezaželene zanositve osvetlila institucionalizacijo menstrualnega zamika in posledično s tem upravljanje rodnosti (Šribar 2004, 77). Zamuda menstruacije kot prisotnost nosečnosti, stresa ali drugih psihičnih in somatskih fenomenov je v sodobnem dominantnem diskurzu bolj pozitivno vrednotena kot grško pojmovanje menstrualnega zastoja. Menstrualni zastoj po Hipokratovem mnenju nastane kot posledica nepretočnosti menstrualne krvi in je zato znak slabega zdravja in sterilnosti. Kljub pronatalni mentaliteti priporoča Hipokrat kontracepcijo in čiščenje maternice (Šribar 2004, 78–79). Šele v drugi polovici 19. stoletja uradna medicina Združenih držav Amerike dopolni javni prostor z novimi spoznanji o fetusu, kar implicira na uzakonjenje abortusa ter z njim povezanimi sredstvi za splav. Uveljavi se redna praksa vodenja menstrualnega koledarčka kot nadzor nad plodnostjo in rodnostjo (Šribar 2004, 80). Splav v tradicionalnih družbah je sicer nelegalen, vendar kot regulacija menstruacije pojmovno prikrit in legitimen (Šribar 2004, 81).

Medicina do 19. stoletja ni še ničesar vedela o hormonih. Kasnejše poljudno povzemanje medicinskih opisov delovanja hormonov vključuje poleg vključenosti ženskih hormonov (estrogena in progesterona) tudi podatek o vključenosti moškega hormona, testosterona, ki spodbuja spolno poželenje pri ženskah. Vrhunec spolne sle je bil umeščen v čas med ovulacijo in po njej (spolni gon kot gon po materinstvu?). »Poželenje tik pred menstruacijo in po njej ni zaželeno, čeprav naval krvi zaradi fizioloških procesov v medeničnem predelu v tem času vzbuja občutek »polnosti in teže«, podobno, kot se to zgodi ob spolnem vznburjenju«

(Šribar 2004, 42). Vendar raziskave kljub temu ugotavljajo moški odpor in strah pred spolnimi odnosi z menstruirajočo žensko. Podobno tudi ženske zatrejo morebitno željo po spolnosti med menstruacijo, ker jih je sram ali ker gojijo odpor do lastne menstrualne krvi. Izvzeti niso tudi medijski govori z zdravstvenim argumentom proti medmenstrualni spolnosti: »Rada bi te opozorila, da je spolni odnos med menstruacijo sicer varen, vendar tudi nevaren, ker lahko, če bi se to dogajalo večkrat, zbolíš za boleznijo endometriosis⁷« (Smrklija v Šribar 2004, 42).

Lahko trdimo, da pri promociji zdravja v moderni družbi ni mogoče razpravljati brez uporabe koncepta tveganja. Tveganje se nanaša bodisi na življenjski stil posameznega individua bodisi na zdravje celotne populacije, ki pa zadeva zaskrbljenost za reprodukcijo in preživetje človeške vrste zaradi onesnaževanja okolja, segrevanja ozračja, gensko spremenjene hrane ipd. (Kamin 2006, 56–57). Kaminova izpostavlja, da je tveganje možno preprečevati na skupinski in individualni ravni, pri čemer ima zadnja pri preprečevanju zdravstvenih tveganj večjo težo. Človek kot racionalno bitje bi se ob ustrezni informiranosti in seznanjenosti s tveganjem moral temu izogniti, kar implicira na linearno povezavo med obveščenostjo o tveganjih in prevzemanjem odgovornosti za izogibanje tveganju (Kamin 2006, 57). Tako na individualni ravni ženska, ki prakticira spolne odnose v času menstruacije, tvega, da bo zbolela za omenjeno boleznijo, vendar s tem ne ogroža zgolj lastne sposobnosti za prokreacijo, temveč tudi družbeno pronatalitetno politiko. Prakticiranje spolnih odnosov med menstruacijo postane tudi družbeno nezaželeno v skrbi pronatalitetne politike. Še več, ženska, ki prakticira spolne odnose med menstruacijo, je označena za nemarno, neodgovorno, z nizko sposobnostjo brzdanja poželenja, za žensko, ki ji ni mar za zdravje.

Zdravje kot norma in njegov preobrat v nadzorovanje družbe vodita v medikalizacijo in zdravizem (Kamin 2006, 28). Lahko zatrdim, da gre v primeru menstruacije za

⁷ »Endometrioza je bolezen, pri kateri se endometrijske žleze s stromo pojavljajo tudi zunaj maternične votline. Bolezen je zelo pogosta, ocenjujejo, da se pojavlja kar pri 15 odstotkih žensk v rodnem obdobju. Endometriotično tkivo se lahko razraste po celotni peritonealni votlini (jajčniki, črevo, omentum), bolezenski simptomi pa so največkrat hude bolečine ob menstruaciji, 30–50 odstotkov povezane z neplodnostjo« (Šmuc in drugi 2008, 515).

medikalizacijo⁸ ženskih telesnih značilnosti, kar je vidno tudi skozi doživljanje predmenstrualnega sindroma (Tivadar 2008).

Diagnostični kriterij predmenstrualne disforične motnje po Diagnostičnem in statističnem priročniku ameriške psihiatrične zveze zapisuje čas lutealne faze večine menstruacijskih ciklusov v zadnjem letu, ki so izginili v prvih dneh menstruacije. Ženska mora zaznati vsaj pet od naštetih enajstih simptomov, obvezno pa vsaj enega v klasifikaciji med prvimi štirimi in jih skrbno zapisati v vsaj dveh zaporednih menstrualnih ciklih:

1. izrazita žalost, obup ali samopodcenjevanje,
2. izrazita psihična napetost in tesnoba,
3. izrazita čustvena labilnost z jokavostjo,
4. povečana razdražljivost, jezljivost in konfliktnost v odnosih z ljudmi,
5. zmanjšan interes za običajne dejavnosti, ki ga lahko spremlja socialni umik,
6. motnje koncentracije,
7. povečana utrujenost ali občutek pomanjkanja energije,
8. izrazite spremembe teka, pogosto je povečana želja po določeni hrani,
9. pretirana potreba po spanju ali nespečnost,
10. občutek poraza ali izgube nadzora,
11. telesni simptomi, kot so napete in občutljive prsi, glavobol, občutek napihnjenosti, bolečine v sklepih in mišicah ali porast telesne teže (Tivadar 2008).

Motnja po definiciji vidno vpliva na delo, šolo, družbene dejavnosti in medosebne odnose (na primer izogibanje socialnim stikom, zmanjšana učinkovitost pri delu). Prav tako pri PMS ne gre za poslabšanje kake druge motnje, kot je npr. huda depresija, lahko pa se nacepi na katerokoli psihiatrično motnjo. »Morebiten vpliv menstrualnega dogajanja v telesu na psiho je

⁸ Medikalizacijo določenega področja človekovega življenja lahko potrdimo, če obstajata neki teoretični medicinski model in njegova medicinska praksa. Z vidika feminističnega pristopa v sociologiji medicine je ta povezava reducirana na odklon in norme tudi glede na spol in družbeno determinirane in konstituirane vloge medicine kot politične prakse (Tivadar 1996, 80–81).

potisnjen na časovno obrobje menstruacije in medicinsko konceptualiziran v predmenstrualnem sindromu z negativno konotacijo» (Šribar 2004, 37).

V vsakdanji konverzaciji prepoznamo predmenstrualno disforično motnjo kot PMS, za katerim »trpi« večina žensk, pri moških pa ta velja kot »opravičilo za tečne ženske dni«, kar je med drugim pokazala tudi raziskava Iztoka Saksida (glej Priloga A). Na uradni spletni strani www.always.si zasledimo »razbitje mita«, da PMS obstaja le v naših mislih, sklicujoč se na znanstveni diskurz: »Znanstveno je dokazano, da ženske doživljajo hormonske spremembe približno dva tedna pred menstruacijo. Ti hormoni lahko med drugim povzročijo simptome PMS, kot so razdražljivost, depresija in utrujenost« (Always). Pod povezavo Menstruacijski krči in PMS pa lahko preberemo zanimivo interpretacijo ženske biološkosti:

Ker je ženski endokrini sistem zelo zapleten, zdravstveni strokovnjaki ne morejo popolnoma razložiti verige dogodkov, ki povzročajo, da se PMS pri nekaterih ženskah močno izraža, pri drugih pa ne. Mnoge ženske s PMS imajo bližnjo sorodnico, pri kateri se prav tako pojavlja PMS. Poleg tega se PMS pojavi le pri ženskah, ki ovulirajo med svojim mesečnim ciklusom. Ženske, ki ne ovulirajo – zaradi nosečnosti, menopavze ali jemanja kontracepcijskih tablet – nimajo simptomov PMS, npr. menstruacijskih krčev (Always).

Iz citata je več kot razvidna zloraba znanstvenega diskurza, ki mu nihče ne sme oporekati. Težka dokazljivost obstoja PMS se pripisuje zapletenosti konstrukcije ženskega telesa, še več, iz citata lahko laično sklepamo, da je PMS deden.

V modernih družbah tako velja prepričanje, da ima nenormalni hormonalni ciklus tri četrtine žensk, ki trpijo za PMS. Upravičeno ga lahko označimo za fenomen modernih družb oziroma sindrom, ki je povezan s kulturo (*culture-bound-syndromes*) in manifestiran v različnih lokalnih kontekstih (Zaviršek 2003, 64). Da gre za kulturni artefakt in da omenjeni sindrom ne obstaja, lahko argumentiramo s tem, da pred menstruacijo ni posebnih sprememb vedenja in čustvovanja. Razpoloženje žensk se spreminja, vendar neodvisno od menstrualnega ciklusa, nihanja pa so značilna tudi za moški spol. To je pokazala raziskava na vzorcu 51 duševno zdravih žensk, ki sprva niso bile obveščene o pravem pomenu študije in so 8 tednov vsak dan izpolnjevale vprašalnik o razpoloženju. Raziskava je pokazala, da anketiranke pred menstruacijo niso doživljale nikakršnih čustvenih sprememb, čeprav so pred raziskavo trdile, da so nekaj dni pred menstruacijo napete in razdražljive (Tivadar 1996, 85–86). Tako je

raziskava, podobno kot raziskava Iztoka Saksida, pokazala, da vplivajo na samoocene razpoloženja medicinski stereotipi o ženski (psihološki) naravi. Zanimiva se zdi tudi Šribarjeva razlaga: »Samorazumevanje v trenutku opisovanja temelji na konvergenci vedenja in čutenja znotraj razpoložljivih diskurzov o njem. Čutenje je argument vednosti (»misliti čutenje« in njen učinek (»čutiti misli«)» (Šribar 2004, 28).

Vsekakor gre za stigmatizacijo ženske, o čemer je pričala tudi penalizacija ženskih kriminalnih dejanj; PMS je tu nastopala kot olajševalna okoliščina in je vplivala na zmanjševanje kazni ali oprostitev, če so jo specialisti dokazali (Saksida 2003, 29). Še hujše dejstvo je bila iznajdba zdravila (Sarafem) za PMS – zdravljenje bolezni, ki je ni (Tivadar 2008). Predvsem se zdi, da farmacevtske družbe ustvarjajo potencialne bolnike in s tem potrošnike za svoje produkte (White v Malnar 2002), ki pomagajo graditi farmacevtski kapitalistični imperij.

Druga kritika PMS se nanaša na družbeno nedoločenost PMS skozi nezadovoljstvo z družbenim položajem v skrbi za ohranjanje družbenega reda. PMS je tako pričakovan in legitimen za določen čas, ko nesprejemljiva čustva označimo za bolezenska, ta postanejo družbeno sprejemljiva (Tivadar 1996, 84). Emily Martin (Martin 1992 v Tivadar 1996, 85) je prepričana, da je vir predmenstrualne jeze zahodnjakinj v njihovem družbenem položaju; to je zatiranje, ki se kaže z nižjimi plačami, z malo žensk na vodilnih položajih, z determiniranostjo ženskih družbenih vlog. Negativna čustva in njihovo izražanje so torej v času PMS legitimna, ko pa PMS mine, se znova pričakuje vrnitev v prvotno stanje, torej znova v družbeno determiniran položaj. Če se ozremo nazaj v zgodovino, vidimo, da je bil položaj žensk nemalokrat pogojen s PMS. Med drugo svetovno vojno je bil vstop žensk na trg delovne sile nujen kot posledica pomanjkanja moške delovne sile. Takrat PMS ni vplival na delo. Po drugi svetovni vojni pa je PMS povzročal gospodarsko škodo. Iz navedenega je diskriminacija žensk več kot očitna. Razlogi so tu predvsem družbeni, vzrok pa eden: vrnitev moških z bojišč in vključitev teh nazaj v delovni proces (Tivadar 1996, 90). V sedemdesetih letih 20. stoletja je PMS negativno vplival na ženske učne in delovne sposobnosti. Znova so bili v ospredju družbeni razlogi: moške sta motila emancipacija žensk in naraščanje njihove zaposljivosti (Tivadar 1996, 91). PMS predstavlja, po mnenju Saksida, odgovor ekspertov na feministična gibanja v ZDA in tudi v Evropi, ki zaznamujejo šestdeseta in sedemdeseta leta 20. stoletja, in refleksi na vsaj na videz bolj sproščen odnos do spolnosti in spolnih markerjev, formiran pod

vplivom mladinskih in študentskih gibanj, in dober poskus obvladovanja in nadzorovanja menstrualnega ciklusa (Saksida 2003, 29).

2.5 OGLAŠEVALSKI MENSTRUALNI DISKURZ

Oglaševanje je »eden izmed najbolj subtilnih mehanizmov reproduciranja, revitaliziranja in morda celo krhanja obstoječih družbenih odnosov, s tem pa tudi vzdrževanja in spreminjanja statusa žensk v družbi« (Šribar 2004, 33). Zloraba žensk se je in se najbolj izraža pri oglaševanju. Ženske oglašujejo večino produktov, ki so odraz delitve spolnih vlog, produkte, ki sodijo v kontekst ženskih opravil in vsakdanjosti (Šribar 2004, 7–8). Televizijsko oglaševanje je eden izmed najpomembnejših načinov oglaševanja, saj večina ljudi moderne družbe preživi pred televizijskimi zasloni vsaj nekaj časa dnevno. Med različnimi televizijskimi vsebinami se predvajajo različni oglasni bloki, namenjeni širši množici, ki so artikulirani glede na gledanost določene vsebine.

Oglaševalska podoba žensk se skozi zgodovino oglaševanja menstrualnih higienskih pripomočkov spreminja glede na trenutne družbene in ekonomske potrebe po vladajoči vlogi in tipu žensk (Šribar 2004, 46). Oglaševalski menstrualni diskurz se iz ekonomske nuje ukvarja z »normalizacijo« menstruiranja (Šribar 2004, 15).

Beseda kri, ki jo nemalokrat povezujemo z madeži in rdečo barvo, ki simbolizira menstruacijo, je odstranjena iz oglaševalskih reprezentacij menstruacije, čeprav je ta »normalna«. Madež je nemogoča možnost, menstrualna higiena pa je na prvem mestu med menstrualnimi zapovedmi (Šribar 2004, 37). Šribarjeva se sprašuje, ali »je dejanskost menstruacije zaradi prepovedi prikazovanja krvi in izrekanja besede kri tabuizirana v nevidnost, obsojena na zasebnost« (Šribar 2004, 37). Prepoved prikazovanja in omenjanja krvi normira menstruacijo kot nekaj nevidnega (Šribar 2004, 89). Oglaševalski diskurz poda le shematski pregled vedenj o menstruaciji. Razbiranje tega ne more potekati brez referenčnih govorov o menstruaciji, čeprav se tržno komuniciranje higienskih pripomočkov nanje neposredno ne sklicuje. Če se ozremo na menstrualni pogled v tradicionalnih družbah, je ženska v času menstruiranja pogosto izključena iz skupnosti, osamljena v oddaljeni koči. V današnjih oglasih je menstruirajoča ženska prikazana kot mobilna sredi športnih ali drugih

aktivnosti, kot ženska v središču dogajanja, kar je nasprotno od ženske, dislocirane v koči (Šribar 2004, 37).

Kulturno najmočnejši znak za menstruacijo in menstruiranje v oglaševanju je tako kri, ki je predstavljena s tekočino sterilnega videza, ki v »znanstvenih« prikazih vpojnosti izginja v vložkih. Podobno opazimo pri oglaševalskih prikazih pleničk za dojenčke, vendar tam simbolizira urin. Tovrstno funkcionalno enačenje vložkov in pleničk pred primerjavo s telesom dojenčka žensko rešuje artikulacija posebnosti, začasnosti menstruiranja (Šribar 2004, 94–95). Vpojnost vložkov, tamponov je poleg neopaznosti druga oglaševalska lastnost. »To, kar postaja v kulturi viden izdelek, mora označevati atribut nevidnosti« (Šribar 2004, 88). Tako v oglasih nikjer ne opazimo niti asociacije krvi, kar normira menstruiranje kot nekaj nevidnega. Emancipatorni učinki oglaševanja na družbeno tabuizirane in regulirane teme so omejeni, vendar velja omeniti, da je oglaševanje pripeljalo menstruacijo v javni prostor, čeprav na način abstrahiranja. »Pojem menstruacije se v oglaševanju transformira v čutno-nazorno obliko samo kot sterilno bel vložek« (Šribar 2004, 88–89).

Vložek kot izdelek znanosti in tehnologije nastopa kot obliž za odprto in krvaveče žensko telo, kot tehnološki fetiš, ki se skozi psihoanalizo umešča na pravo mesto. Oglaševanje ga postavi na ogled kot odraz industrijskega napredka in implicira na »korist« porabnice – potrošnice, zaposlene ženske, partnerice, prijateljice, v izjemnih primerih tudi ljubezenske partnerke. V oglaševanju ne opazimo menstruirajoče ženske v vlogi matere, kar implicira na odsotnost povezave menstruacije in plodnosti, menstruacije, ki ni družbena dobrina. Reproductivna funkcija menstruacije ostaja skupaj z menstrualno krvjo potisnjena v nezavedno (Šribar 2004, 92). V oglaševanju ni stvarnih življenjskih položajev, ki bi bili povezani s fiziološkim indikatorjem plodnosti ali tega, da ženska ni zanosila, tako da so posledične omenjene možnosti veselja ob menstruaciji zanemarjene, nične. Gre zgolj za stereotipne oglaševalske povezave med menstruacijo in spolnostjo (Šribar 2004, 88).

»V oglaševalski reprezentaciji menstruacije je prehod organskega monstuoznega do tehnološkega monstuoznega utelešen kot vložek« (Šribar 2004, 93). Kot že omenjeno, v poglavju Doživljanje menstruacije v tradicionalnih družbah za ljudstvo Rungus menstrualna kri ni umazana, ženske jo enostavno odstranijo z oblačil, sedežev in tal. Žensko menstruiranje poteka brez »dodatkov« ali »varoval«. Tudi v modernih družbah je mogoče menstruiranje brez tako imenovanih varoval. Konkretno je v slovenskem prostoru med leti 1906–1977

živela znana odvetnica in pisateljica Ljuba Prenner, ki je kot transvestitka menstruiral brez uporabe higienskih pripomočkov za absorbcijo krvi. Higiensko ignoriranje krvavega toka ji je omogočalo vzdrževanje podobe o sebi kot neženski. Seveda omenjene individualne prakse ni mogoče pripisovati drugačni spolni orientaciji, saj obstajajo v Sloveniji pričevanja o primerih neuporabe higienskih pripomočkov med menstruiranjem v ruralnih okolih Ljubljane na koncu 19. in začetku 20. stoletja. Obe antropološki zgodbi sta reducirani na povezavo menstruacija – vložek. V moderni družbi se ta nedvomno oblikuje skozi oglaševalski diskurz, ki zajame prostor javnega (Šribar 2004, 92–94).

Če je menstruacija zreducirana na vložek, bi na tem mestu morali nameniti nekaj besed tudi vsebnosti strupenih snovi v vložkih in tamponih ter njihovim materialnim učinkom okolja na telo. Govor brez metafor je zares možen zgolj v okviru feminističnega gibanja. Če se bo ta govor uveljavil, bodo morali tržniki in proizvajalci pred trženjem novosti za popraviljanje ženske »patologije« močno izboljšati zdravstveni vidik izdelkov za menstruacijo. Cilj bo morebiti dosežen, če bo na položajih odločanja v marketingu in oglaševanju uravnoteženo število žensk, ki si prizadevajo doseči poleg dobička tudi za zdravje, ugodje in dobro počutje žensk (Šribar 2004, 95). Seveda je potrebno tudi soglasje med ženskami kot uporabnicami higienskih pripomočkov. Naj omenim, kot se izrazi Šribarjeva, dva primera »faktično« »dobrodejnega« diskurza. Prvi je protest Avstralk iz leta 1999 proti uvedbi desetodstotnega davka na menstrualne izdelke. Po mnenju protestnic je omenjeni davek pričal o diskriminaciji in ignoranci ženskega zdravja. Hkrati so potekale priprave na kampanjo proti vsebnosti zdravju škodljivega dioksina v menstrualnih izdelkih. Kongres ZDA je že v letih 1996/97 obravnaval Zakon o ženskem zdravju in dioksinu (Šribar 2004, 23). Sprašujem se, ali ima oglaševanje menstrualnih higienskih pripomočkov skozi prebiranje knjige Zdravje na barikadah: dileme promocije zdravja (2006), avtorice Kamin Tanje, sploh kakšen atribut socialnega marketinga⁹ ali gre zgolj za nadzor nad ženskim telesom in vzpostavljanje higienskih standardov v skrbi za dobiček. Ženska, ki prakticira spolne odnose med menstruacijo, kot smo videli v poglavju Medikalizacija menstruacije, mora prevzeti tveganje za nastanek bolezni endometrioza, ki vodi v neplodnost. Glede na razširjenost uporabe vložkov se odpira vprašanje, kdo bo prevzel odgovornost za tveganje neplodnosti, ki ga povzroča dioksin. Vsebovali so ga in ga verjetno še vedno vsebujejo številni vložki.

⁹ Pri socialnem marketingu gre za uporabo trženjskih principov in tehnik, ki krepijo vedenje in ideje, ki so v dobro družbe (Kotler in Zaltman 1971 v Kamin 2006, 103).

Malokatera ženska vzdržuje redne spolne odnose med menstruacijo, o čemer pričajo obstoječe raziskave. Večina žensk pa uporablja vložke, ki naj bi vsebovali škodljive snovi za zdravje. Na tem mestu bi bil socialni marketing boljša metoda promocije menstrualnih higienskih pripomočkov. Zdi se, da želijo organizacije opozoriti pri promociji zdravja zgolj na lasten obstoj, da bi pokazale, da in kaj delajo, da pridobijo finančna sredstva za svoje delovanje ipd. (Kamin 2004 v Kamin 2006, 106). Tu dodatno zapletata problem erotizacija in komodifikacija telesa – predstavitev telesa kot stvari, blaga na svobodnem trgu (Bahovec 1996, 219).

Vsekakor menstruiranje ni samo individualna praksa, temveč tudi družbena. Če se smejemo ob gledanju oddaje o menstruaciji v neki tradicionalni družbi in to (negativno) etnocentristično ovrednotimo, naj spomnim, da več žensk hkrati uporablja kozmetične storitve v času menstruacije, ker naj bi se v tem času mozolji neverjetno namnožili. To je podobno osamitvenim ritualom ali deljenju skupne izkušnje žensk v tradicionalnih družbah. Marsikatera verna ženska v moderni družbi, ne obiskuje verskih objektov v času menstruacije, kar kaže na njeno internalizacijo o nečistosti. Prav tako naj bi bila menjava menstrualnega vložka na stranišču domena zasebnosti posameznice, čeprav jo npr. izobešen oglas v sanitarijah kina dokaj hitro opozori na postavljanje vložka na »pravo mesto«. V izogibanju poimenovanja menstruacije in z njo povezanih stvari, pojmov, smo postali pravi semiološki analitiki v dekodifikaciji sporočilnih oglasov. Marsikatera najstnica se sprašuje, ali je uporaba tampona varna z vidika ohranitve himena, medtem ko lastniki blagovnih znamk tamponov zatrjujejo, da je uporaba tampona najmanjše velikosti za ohranitev himena »varna«. Tudi, ko so v ženski nakupovalni košarici v trgovini poleg vložkov še čokolada in bomboni, mora ta ženska nedvoumno trpeti za PMS. Ko žena »nadere moža«, ker je pustil umazane nogavice na tleh, jih ta zaradi »tistih dni« pospravi, čeprav jo mož ostalo tretjino meseca v podobnem primeru »nadere nazaj«. Omenjen niz vsakdanjih praks reflektira naše vsakdanje predstave o menstruaciji in odnosu do nje. Grešni kozel za to naj bi bili medicinski, oglaševalski ter religiološki diskurzi, ki prežemajo javni prostor in posledično tudi zasebni. Koliko in kako so se omenjeni diskurzi integrirali v naše vsakdanje percepcije o menstruaciji, pa predstavljam v nadaljevanju poglavja z empiričnim preverjanjem teh percepcij.

3 EMPIRIČNO PREVERJANJE UMEŠČENOSTI MEDICINSKEGA, OGLAŠEVALSKEGA IN RELIGIOLOŠKEGA MENSTRUALNEGA DISKURZA

3.1 PREDMET IN CILJI PREUČEVANJA TER OPREDELITEV DELOVNIH HIPOTEZ

Kot je mogoče razbrati, na odnos do menstruacije in njeno doživljanje v modernih družbah močno vplivata medicinski in oglaševalski diskurz, ki zaznamujeta čas menstruiranja, ne gre pa izvzeti tudi subtilno ponotranjenih religioloških percepcij, ki se lahko kažejo kot izogibanje obiska cerkve med menstruacijo. Menim, da so v modernih družbah medicinski, oglaševalski ter nekoliko¹⁰ religiološki diskurz ključni pri oblikovanju percepcij o menstruaciji, doživljanju menstruacije, odnosu do nje in da posledično vplivajo na spolni specifični red v času pred in med menstruacijo. Na podlagi izhodiščnega vprašanja, kako vplivajo omenjeni diskurzi na naše vsakdanje predstave o menstruaciji, sem oblikovala splošne delovne hipoteze, ki jih bom preverjala s pomočjo sinteze raziskovalnih metod:

H1: *Menstruacija je kulturno pogojeni sindrom.*

H2: *PMS je družbeni konstrukt, saj je doživljanje predmenstrualnega obdobja močno povezano s poznavanjem ad hoc predmenstrualnih simptomov in posledica vplivnega medicinskega diskurza.*

H3: *V času menstruacije se oblikujeta specifični družbeni in spolni red.*

H4: *Na oglaševanje menstrualnih pripomočkov močno vpliva tabu krvi.*

H5: *Z oglaševanjem menstrualnih pripomočkov se oblikuje določeni menstrualni red, ki vzpostavlja nove higienske standarde in se kaže kot nadzor nad ženskim telesom.*

¹⁰ Z nekoliko mislim, da religiološki diskurz vpliva na percepcije o menstruaciji le v določeni meri in določenih okoliščinah, kar pripisujem sekularizaciji ter napredku znanosti in tehnologije, ki s svojimi dognanji in izumi nemalokrat izpodbija obstoječi religiološki diskurz.

H6: Vera vpliva na doživljanje menstruacije, religijska pripadnost pa na način doživljanja menstruacije.

V teoretičnem delu sem se opirala predvsem na analizo dokumentov, sekundarnih virov, magistrsko delo pa v nadaljevanju vključuje tudi empirični del, katerega del so kvantitativne (anketa) in kvalitativne metode raziskovanja (fokusna skupina) ter primarna analiza dokumentov (analiza oglaševalskega menstrualnega gradiva družbe Johnson & Johnson).

V teoretičnem delu so bile osrednje teme vpliv religije na odnos do menstruacije, medikalizacija menstruacije in vpliv oglaševanja menstrualnih pripomočkov na vsakdanje življenje žensk in moških. Vse to bom poskušala preveriti tudi z lastno anketo. Omenjeno metodo sem izbrala zaradi večje možnosti kvantifikacije podatkov, ki bodo bodisi potrdili bodisi ovrgli omenjene delovne hipoteze. V anketo bom vključila ženske različnih starosti, ki so v času tik pred prvo menstruacijo, v času, ko imajo redno menstruacijo, ali v menopavznem obdobju. Predvidevam, da bom lahko bolje ocenila, koliko sta se integrirala medicinski in oglaševalski menstrualni diskurz v vsakdanje percepcije o menstruaciji. S tem bom potrdila ali zavrgla osnovno hipotezo menstruacije kot kulturno pogojenega sindroma (H1) in utemeljila izbiro magistrskega naslova. Zanimalo me bo tudi, ali je PMS družbeni konstrukt (H2) in kako vplivata vera in religijska pripadnost na način doživljanja menstruacije (H6).

Prav tako bom magistrsko nalogo dodatno podkrepila z analizo oglaševalskega gradiva menstrualnih pripomočkov. Ugotovila bom, kako se prezentira menstruacija v javnosti, kako se narekuje obnašanje med menstruacijo in kateri so prepoznavni atributi oglasov o menstruaciji (preverjanje hipotez H4 in H5). Kot predmet analize bom uporabila oglaševalsko gradivo družbe Johnson & Johnson za časovno obdobje sedmih let (od leta 2007 do leta 2013), ki je v lasti podjetja Lomas d. o. o. Analizirala bom oglaševalsko gradivo za vložke Carefree in tamponi OB, kar mi je omogočilo sodelovanje podjetja Lomas d. o. o., ki skrbi za uvoz, trženje in distribucijo omenjenih izdelkov.

S pomočjo fokusne skupine bom ugotovila, zakaj in kako ženske in moški producirajo specifični spolni menstrualni red (preverjanje hipoteze H3), in ali bi bilo drugače, če medicina ne bi patologizirala ženske menstrualne narave. Izvzela ne bom vpliva oglaševalskega

diskurza. Po predhodni analizi oglaševalskega gradiva bom udeležencem fokusne skupine predstavila dosedanje menstrualne televizijske oglase kot slogovno (predvsem negativno) zaznamovane. V dosedanjih oglasih se menstrualna kri predstavlja kot sterilna modra tekočina, zato bom predstavila oglas, ki vsebuje vložek z dejansko krvjo, pri čemer me bo zanimala predvsem reakcija udeležencev fokusne skupine na do zdaj (ne)pojavnjajočo se menstrualno kri v oglasih (dodatno preverjanje delovne hipoteze H4). Prav tako bom zasnovala oglas, ki ne bo vseboval do zdaj značilnih menstrualnih konotacij. Oglas ne bo slogovno menstrualno zaznamovan, saj menim, da uporaba specifičnega izrazoslovja pri oglaševanju menstruacije pripomore zgolj k negativnim percepcijam o menstruaciji. Povpraševanje po vložkih/tamponih ostane nespremenjeno (dodatno preverjanje delovne hipoteze H5), tudi če bi oblikovali vrednotno nevtralen menstrualni oglas.

3.2 ANALIZA REZULTATOV IN INTERPRETACIJA ANKETNIH PODATKOV

Za anketo sem se odločila zaradi kvantifikacije podatkov. Anketni vprašalnik, zasnovan preko www.1ka.si, je krožil na Facebook socialnem omrežju in preko uporabnic elektronske pošte na način snežne kepe. To pomeni, da sem naključno določila nekaj anketirank, jim posredovala anketni vprašalnik, jih prosila, da ga izpolnijo in posredujejo naprej. Tako je vsaka nadaljnja anketiranka zagotovila nekaj novih anketirank, kar je omogočilo učinkovito vzorčno strukturo. Anketni vprašalnik sem začela z demografskimi vprašanji, nato so se vrstila vprašanja, povezana z menstruacijo in odnosom do nje. Kjer so me zanimala posamezna mnenja, sem postavila odprta vprašanja, odgovore sem nato ročno kodirala.

Na anketni vprašalnik (glej Priloga B) je od 2. 1. 2014 do 24. 1. 2014 odgovorilo v celoti 130 žensk ($n=130$). Povprečna starost anketirank je 26 let, najmlajša anketiranka je stara 13, najstarejša pa 64 let.

Večina anketirank ima dokončano srednjo šolo (35 %) ali pa so univerzitetno izobražene (30 %). Osnovnošolsko izobrazbo je pridobilo 14 % anketirank, poklicno šolo je končalo 8 % anketirank, višjo šolo 5 % anketirank, magisterij in visoko šolo je končalo 3 % anketirank, visokošolski strokovni študij pa je končalo 2 % anketirank. Večina anketirank prihaja iz mestnega okolja (55 %), iz strnjenege vaškega naselja 17 % anketirank, iz primestnega naselja pa 15 % anketirank. Iz manjšega strnjenegega naselja (kraja, trga) je 11 % anketirank in 2 %

anketirank je naseljenih v razpršenih hišah ali hišah na samem. Večina anketirank je verna (71 %). Rimskokatoliški skupnosti pripada 47 % anketirank, pravoslavni 21 % anketirank, kar nekaj je tudi ateistk (18 %). Islamski skupnosti pripada 3 % anketirank, 1 % anketirank je del evangeličanske skupnosti, 5 % anketirank je vernih, vendar ne pripadajo nobeni skupnosti, agnostic je 2 % anketirank, 2 % anketirank se je opredelilo za pripadnice vsesplošnemu krščanstvu, 1 % anketirank na postavljeno vprašanje ni želelo odgovoriti. Med vernimi respondentkami je največ kristjank, kar 91 % (rimskokatoliški skupnosti pripada 60 % vernih anketirank, 27 % vernih respondentk je del pravoslavne verske skupnosti, 1 % vernih anketirank je del evangeličanske skupnosti, drugi krščanski skupnosti oziroma vsesplošnemu krščanstvu pripada 3 % anketirank), islamski skupnosti pripada 2 % vernih anketirank, za nepripadnost nobeni verski skupnosti se je izreklo 7 % vernih anketirank. 38 anketirank je neverujočih. Med neverujočimi je poleg ateistk (61 %) in agnostic (8 %) največ neverujočih 16 % pripadnic rimskokatoliške skupnosti, 5 % neverujočih je del pravoslavne in islamske skupnosti, 3 % anketirank se je opredelilo kot nevernih, vendar so hkrati tudi navedle, da so verne, vendar ne pripadajo nobeni skupnosti, 2 % anketirank ni želelo odgovoriti.

Pri prvem vsebinskem vprašanju so me zanimale asociacije, povezane z menstrualno krvjo. Menstrualna kri asociira večino respondentk na bolečino (23 %), kri (19 %), higienske menstrualne pripomočke (12 %), preostali delež si delijo asociacije, kot so neprijetnost, čiščenje, ženska, rdeča barva, nekaj normalnega, plodnost, vonj ter gnus (skupaj 46 %). Kot najpogostejše tri sopomenke, sinonime za menstruacijo so navedle »ta rdeča«, »menstra« in »mesečno perilo«. Nekaj anketirank je navedlo tudi sopomenke za menstruacijo, kot so »teta (s Krvavca, iz Amerike)«, »menzes«, »tisti dnevi«, »perioda«, »ženske težave«, »sem bolna«, »kečap«, »ciklus«, »čišča«, »mesečnica«, »fešta«, »menarha«, »prijateljica«, »armada«, »lava«, »obisk«. Naj omenim, da sem bila presenečena nad sopomenkami menstruacije, kot sta »armada« in »lava«, saj omenjenih sopomenk še nisem slišala, sicer pa jih je navedla le ena anketiranka (1 %).

Nadalje me je zanimalo, kaj pomeni kratica PMS, ki jo je večina anketirank opredelila kot predmenstrualni sindrom (95 %), 3 % respondentk je pomen kratice PMS pripisalo pomenstrualnemu sindromu, 2 % anketirank pomena kratice ni poznala.

Večina respondentk je dobila prvo menstruacijo v času od 10. do 17. leta starosti, povprečna starost ob prvi menstruaciji je 12,8 let.

Anketiranke je s potekom menstruiranja v večini seznanila mama (60 %), 16 % anketirank je za menstruacijo izvedelo v šoli. O menstruaciji si je v knjigah in revijah prebralo 8 % anketirank, medtem ko se je na sistematskem pregledu s potekom menstruiranja seznanilo 5 % anketirank. Druge anketiranke so s potekom menstruiranja seznanile sošolke, sestre, tete ali so o tem izvedele pri verouku (9 %). 2 % anketirank s potekom menstruiranja ni seznanil nihče. Kljub njeni nemosti je 2 % anketirank menstruiralno na način opazovanja menstruirajoče matere, ob tem pa so živele v prepričanju, da je menstrualna krvavitev smrtonosna.

Večina respondentk ima redni menstrualni cikel (89 %), tiste, ki so navedle, da je njihova menstruacija neredna (9 % anketirank), so vzrok pripisale policističnim jajčnikom (2 % anketirank). Sledili so posamezni odgovori, ki jih anketiranke pripisujejo vzroku za neredno menstruacijo, kot so ciste na jajčnikih, prevelika količina hormonov, zaradi bolezni. Le ena anketiranka je navedla, da je postala njena menstruacija neredna po končani terapiji s tabletami Aldactone, ena anketiranka vzroka za neredno menstruacijo ni poznala (skupaj 7 %).

V menopavznem obdobju je le 5 anketirank (4 %). Menopavza je nastopila od 45. do 50. leta, v povprečju okoli 47,8 leta.

Nadalje me je zanimal odnos do menstruacije, ki se kaže skozi doživljanje menstrualnega ciklusa. V povprečju traja menstrualni cikel anketirank 6 dni. Prepoznavni atributi za mesečni pojav menstruacije so za 81 % anketirank, če izključijo menstrualni koledarček, predvsem simptomi, značilni za proskriptivni predmenstrualni sindrom (v prvi vrsti so izpostavile telesne simptome, nihanje razpoloženja, povečanje apetita ter težave s spominom). Poudarila bi odgovor anketiranke, ki kot prepoznavni atribut, da bo nastopila menstruacija, navaja, da jo nekaj dni pred nastopom menstruacije zelo zebe in da ima težave pri mokrenju. 12 % anketirank jemlje kontracepcijsko zaščito, ki služi tudi kot indikator nastopa menstruacije. 2 % anketirank ne ve, kdaj bo menstruacija nastopila, 1 % anketirank uporablja za napovedovanje menstruacije izključno menstrualni koledarček, 2 % anketirank se orientira glede na datum, 2 % anketirank menstruira popolnoma spontano.

Podobno doživljajo tudi čas menstruacije. Večina doživlja menstruacijo kot boleče obdobje (38 % anketirank), kot nekaj neprijetnega (11 % anketirank), kot nujno zlo (8 % anketirank), kot čas nihanja razpoloženja (8 % anketirank) in stresno obdobje (5 % anketirank), medtem ko 14 % anketirank doživlja menstruacijo kot nekaj popolnoma normalnega, 9 % anketirank

kot nekaj običajnega in samoumevnega, 7 % anketirank menstrualne dni doživlja enako kot vse druge dni.

Nadalje me je zanimalo, koliko se je integriral medicinski diskurz pri definiranju pojmov, kot so menstruacija, menopavza, policistični jajčniki, oligomenoreja ter PMS. Skozi definiranje menstruacije je viden vpliv medicinskega diskurza. Večina anketirank (kar 64 od 130 anketiranih, kar predstavlja 49 % anketirank) je menstruacijo opredelila kot mesečno krvavitev, ki je posledica luščenja maternične stene, 46 % anketirank je menstruacijo opredelilo kot mesečno krvavitev, kot nekaj, kar je popolnoma normalnega, 4 % anketirank ni podalo definicije menstruacije, 1 anketiranka (1 %) pa je navedla, da je menstruacija kazen za izvirni greh ter žensko odplačevanje na obroke.

Menopavzo je večina anketirank definirala z medicinskim diskurzom, kar se je videlo skozi definiranje menopavze kot odsotnost menstruacije zaradi hormonskih sprememb (7 %), kot posledico starosti (10 %), kot reproduktivne nezmožnosti (12 %), kot prekinitev menstrualnega cikla (26 %). Druge respondentke so menopavzo definirale kot izgubo menstruacije (24 %) ali konec menstruiranja (16 %). 5 % anketirank ni vedelo, kaj je menopavza.

Predvidevala sem, da bodo respondentke podale definicijo PMS skladno s prevladujočo medicinsko definicijo PMS. Kratico PMS sem uporabila namenoma, da bi ugotovila, koliko bodo anketiranke razumele njen pomen. Večina anketirank (46 %) je definiralo PMS kot predmenstrualni sindrom (46 %), 2 % anketirank je PMS opredelilo kot pomenstrualni sindrom. 32 % respondentk je »strokovno« navedlo simptome značilne za PMS, 6 % anketirank je navedlo, da gre pri PMS za hormonske spremembe. Druge, 5 % anketirank, so definirale PMS kot čas pred menstruacijo, 4 % jih meni, da je PMS značilno vedenje žensk nekaj dni pred menstruacijo. 3 % anketirank je navedlo, da gre pri PMS zgolj za družbeno konstrukcijo in kulturno pogojene znake, ki zaznamujejo žensko naravo, medtem ko 2 % anketirank pojma ni poznalo.

Predvidevala sem, da bodo anketiranke v primeru definiranja pojmov policistični jajčniki in oligomenoreja pripisale, da je to bolezensko stanje, ali da ju večinoma ne bodo poznale, kar je posledica specifičnega stanja in redke uporabe pojmov v vsakdanji komunikaciji. Definicije oligomenoreje ni poznalo kar 70 anketirank (54 %). Anketiranke so ta pojem definirale kot dolg menstrualni cikel, pri katerem se menstruacija pojavlja na 35 ali 40 dni (20 %). 15 %

anketirank meni, da gre v primeru oligomenoreje za motnje menstrualnega cikla, 7 % anketirank jo je definiralo kot neredne menstruacije. Oligomenorejo je kot nepravilni menstrualni cikel definiralo 3 % anketirank, medtem ko je le 1 % anketirank definiralo oligomenorejo kot stanje, za katerega je značilna izjemna boleča menstruacija.

V primeru definicije policističnih jajčnikov je slika podobna. Definicije policističnih jajčnikov ni poznalo 25 % anketirank. Večina anketirank je definirala policistične jajčnike kot ciste na jajčnikih (31 %). Da gre pri policističnih jajčnikih za povečanje jajčnikov, je definiralo 12 % anketirank, policistične jajčnike je kot male mehurčke na jajčnikih opredelilo 3 % anketirank. Z oviro na jajčnikih jo definira 4 % anketirank, 8 % respondentk pripisuje policističnim jajčnikom bolezensko stanje. Pripisovanje patološkosti je vidno z definiranjem policističnih jajčnikov kot presnovne (5 %) in kot hormonske motnje (5 %). Z reproduktivno nezmožnostjo oziroma neplodnostjo povezuje pojem policističnih jajčnikov 7 % anketirank.

V nadaljevanju sem želela ugotoviti, koliko se je integriral oglaševalski diskurz v vsakdanje percepcije o menstruaciji, kar je vidno po uporabi in iz navajanja higienskih menstrualnih pripomočkov. Anketiranke najpogosteje uporabljajo vložke (100 anketirank, 77 %). Kot razlog, zakaj jih najpogosteje uporabljajo, navajajo, da je njihova uporaba najboljša izbira (19 % anketirank), 13 % anketirank navaja kot razlog uporabe udobje, da so enostavni za uporabo, jim kot lastnost pripisuje 8 % anketirank. Zaradi zdravstvenih težav uporablja vložke zgolj 6 % anketirank, prav toliko iz navade, bolj zdrava oziroma higienska uporaba vložkov se zdi 12 % anketirankam. Kot razlog uporabe vložkov 6 % anketirank navaja, da je to hitrejša kot vstavljanje tamponov. 5 % anketirank uporablja vložke, ker jih je strah, da bi tampon ostal v njih, 2 % anketirankam pa se zdi uporaba vložkov bolj priročna.

Tiste, ki po večini uporabljajo tampone (24 anketirank oziroma 18 %), jih uporabljajo zato, ker naj bi bila njihova uporaba bolj higienska (8 % anketirank) in praktična (4 % anketirank). 2 % anketirank uporablja tampone, ker jih vložki motijo, 3 % anketirank pa jih uporabljajo zaradi udobja. Ena anketiranka (1 %) meni, da je uporaba tamponov bolj enostavna in diskretna.

Pod drugo (5 % anketirank je izbralo to možnost) je navedlo 3 % anketirank, da vložke in tampone uporabljajo sočasno in se tako ne morejo eksplicitno opredeliti ali samo za vložke ali samo za tampone, ker tampone uporabljajo čez dan, vložke pa ponoči. 2 % anketirank uporablja silikonsko menstrualno skodelico, kot razlog uporabe pa navajajo enostavnost

uporabe, telesu in okolju prijazno uporabo ter manjše stroške. Kot sem pričakovala, vse uporabljajo menstrualne higienske pripomočke.

Anketiranke, ki uporabljajo vložke kot higiensko menstrualno varovalo (mednje sem prištela tudi sočasne uporabnice tamponov), najpogosteje uporabljajo blagovno znamko vložkov Always (56 %), Libresse (10 %), Vir (8 %), Violeta (6 %), različne blagovne znamke, katerih nakup in uporabo pogojujejo s ceno (6 %), druge blagovne znamke uporablja 14 % anketirank (glej Tabela 3.1). Anketirank, ki uporabljajo kot higienski menstrualni pripomoček zgolj tampon, je 24 (18 %). Uporabnice tamponov po večini uporabljajo blagovno znamko tamponov o.b. (50 %), blagovno znamko Yessa (38 %) in nazadnje blagovno znamko Jasmin (12 %) (glej Tabela 3.2). 2 % anketirank uporablja silikonsko menstrualno skodelico.

Tabela 3.1: Uporaba posamezne blagovne znamke vložkov anketirank

Znamka vložkov	Število odgovorov	Odgovori v %
<i>Always</i>	58	56
<i>Libresse</i>	10	10
<i>Vir</i>	9	8
<i>Violeta</i>	6	6
<i>Uporaba različnih znamk, nakup in uporaba sta pogojena s ceno</i>	6	6
<i>Druge znamke</i>	15	14
SKUPAJ	n=104	100

Tabela 3.2: Uporaba posamezne blagovne znamke tamponov anketirank

Znamka tamponov	Število odgovorov	Odgovori v %
<i>o.b.</i>	12	50
<i>Yessa</i>	9	38
<i>Jasmin</i>	3	12
SKUPAJ	n=24	100

Nadalje sem anketiranke prosila, naj naštejejo nekaj blagovnih znamk vložkov in tamponov. Pričakovala sem, da bodo najprej navedle oglaševalsko dominirajoče blagovne znamke vložkov/tamponov, kar se je izkazalo kot pravilno. Kot najbolj oglaševane higienske menstrualne pripomočke so navedle blagovni znamki vložkov Always (glej Tabela 3.3) in blagovno znamko tamponov o.b. (glej Tabela 3.4).

Tabela 3.3: Navedba blagovnih znamk vložkov

Blagovna znamka vložkov	Število odgovorov	Odgovori v %
<i>Always</i>	103	25.88
<i>Vir</i>	54	13.57
<i>Carefree</i>	40	10.05
<i>Jasmin</i>	38	9.55
<i>Natura femina</i>	30	7.54
<i>Libresse</i>	23	5.78
<i>Trgovske znamke (DM, Mercator, Spar, Müller, Tuš)</i>	31	7.79
<i>Catherine</i>	21	5.28
<i>Viriana</i>	19	4.77
<i>Jessa</i>	12	3.02
<i>Tena</i>	6	1.51
<i>Naturella</i>	5	1.26
<i>Violeta</i>	4	1.01
<i>Natracare</i>	3	0.75
<i>Lady anion</i>	3	0.75
<i>Senta</i>	3	0.75
<i>Ne pozna, ker ne uporablja</i>	3	0.75
SKUPAJ	n=398	100

Tabela 3.4: Navedba blagovnih znamk tamponov

Znamka tamponov	Število odgovorov	Odgovori v %
<i>o.b.</i>	89	50
<i>Natura femina</i>	19	11
<i>Jasmin</i>	18	10
<i>Viriana</i>	14	8
<i>Trgovske znamke (DM, Mercator, Spar, Tuš)</i>	13	7
<i>Tampax</i>	7	4
<i>Druge znamke</i>	5	3
<i>Ne pozna</i>	13	7
SKUPAJ	n=178	100

Nadalje sem želela ugotoviti, koliko vpliva oblikovanje oglasa na priklic menstrualnega oglasa in z njim povezane blagovne znamke higienskega pripomočka. Najpogosteje so anketiranke omenile oglase, ki so bili povezani z blagovno znamko Always (120 navedb, kar predstavlja 63 % vseh navedb) ali blagovno znamko o.b. (64 navedb, kar predstavlja 33 % vseh navedb). Kot razlog, zakaj so si omenjeni oglas zapomnile, so navedle: pojavnost belih hlač v oglasu, saj jih same med menstruacijo ne nosijo; ker jim je šla glasba v uho oziroma jih je na oglas asociirala modra tekočina, ki jo zlijejo po vložku. Nemalokatera anketiranka je omenila, da je pojavnost modre tekočine značilna tudi za oglaševanje otroških pleničk. Omenile so tudi, da se blagovnih znamk Always in o.b. spomnijo, ker naj bi to bili najbolj oglaševani znamki. 2 % vseh navedb anketirank je asociacija na oglas povedla zaradi tehnoloških značilnosti menstrualnega pripomočka, kot so vložki s krilci, tankost, njihova mehkost, zajamčena suhost ob njihovi uporabi. Ena anketiranka je izpostavila oglas za Mercator vložke (1 %), ker naj bi bili ti v akciji, in za blagovno znamko Carefree (1 %), ker naj bi bil oglas neposrečen.

Velja nenapisano pravilo, če ne uporabljamo vrečk za shranjevanje uporabljenih menstrualnih higienskih pripomočkov, uporabljeni vložek/tampon zavijemo v toaletni papir, kar se da večkrat, da se ta ne odvijne. 76 % anketirank je že videlo tuj krvavi vložek. Nadalje me je

zanimala predvsem reakcija ob videnju tujega vložka. Predvidevala sem, da se jim bo taka ženska zdela nemarna in umazana, menstrualna kri pa nagnusna, kar se je izkazalo za pravilno domnevo. Reakcija gnusa je bila prisotna pri 34 % anketirank, ki so videle tuj krvavi vložek. Ženska, ki je odvrгла vložek, se zdi umazana, nemarna in nehigienična 21 % anketirank. 20 % anketirankam se ne zdi odvrženi uporabljeni vložek nič posebnega, medtem ko je 15 % anketirank navedlo, da bi ženska lahko zavila uporabljeni vložek. 10 % anketirank se je počutilo neprijetno ob videnju tujega vložka.

V nadaljevanju sem želela preveriti, koliko se je integriralo ad hoc poznavanje predmenstrualnih simptomov v vsakdanje percepcije in posledično doživljanje menstruacije. Polovica anketirank navaja, da trpi za predmenstrualno disforično motnjo. Med najpogostejšimi simptomi anketirank, ki trpijo za PMS, navajajo telesne simptome, kot so napete in občutljive prsi, glavobol, občutek napihnjenosti, bolečine v sklepih in mišicah ali porast telesne teže (22 %). Kot drugi najpogostejši simptom PMS se pojavljajo povečana razdražljivost, jezavost in konfliktnost v odnosih z ljudmi (19 %) (glej Tabela 3.5).

Tabela 3.5: Pojavnost simptomov PMS

<i>Kateri predmenstrualni simptomi se najpogosteje pojavljajo? (Označite največ štiri najpogostejše simptome.)</i>		
Simptomi	Odgovori	Odgovori v % glede na navedbe
<i>Izrazita žalost, obup ali samopodcenjevanje</i>	16	7
<i>Povečana razdražljivost, jezavost in konfliktnost v odnosih z ljudmi</i>	45	19
<i>Zmanjšan interes za običajne aktivnosti, ki ga lahko spremlja socialni umik</i>	12	5
<i>Motnje koncentracije</i>	8	3
<i>Povečana utrujenost ali občutek pomanjkanja energije</i>	35	15
<i>Izrazite spremembe teka, pogosto je povečana želja po določeni hrani</i>	39	17
<i>Pretirana potreba po spanju ali nespečnost</i>	20	9
<i>Občutek poraza ali izgube nadzora</i>	7	3
<i>Telesni simptomi, kot so napete in občutljive prsi, glavobol, občutek napihnjenosti, bolečine v sklepih in mišicah ali porast telesne teže</i>	52	22
SKUPAJ	n=234	100

10 % anketirank, ki poznajo tablete za zdravljenje PMS, navaja predvsem protibolečinska sredstva oziroma analgetike, kot so Lekadol, Nalgasin, Aspirin, Buscopan, Naprosyn in Spasmex. Zadnji trije se dobijo v lekarni zgolj ob predložitvi recepta. Zanimivo se mi je zdelo to, da so anketiranke po večini poudarile protibolečinska sredstva za lajšanje trenutnih telesnih simptomov, čeprav sem navedla »zdravljenje PMS«. V mislih sem imela zdravilo Sarafem, zdravilo za zdravljenje PMS simptomov, ki zdravi telesne simptome hkrati pa vpliva tudi na psihološko stanje menstruirajoče ženske. Naj omenim, da ginekologi nemalokrat svetujejo za lajšanje simptomov PMS uporabo kontracepcijskih tablet, kar pa anketiranke niso navedle. Le 6 % anketirank je jemalo zdravilo za PMS, kot razlog jemanja pa so navedle bolečine v trebuhu in križu ter menstrualne krče, kar ni presenetljivo glede na to, da anketiranke, ki trpijo za PMS, navajajo telesne simptome kot najpogostejši znak PMS. Menila sem, da anketiranke, ki trpijo za predmenstrualno disforično motnjo, tudi pogosteje posegajo po zdravilih za lajšanje simptomov, kar se je potrdilo (glej Tabela 3.6). Osem anketirank, kar predstavlja 6 % anketirank je že kdaj jemalo zdravilo za PMS, med njimi je 5 % takih, ki so navedle, da trpijo za PMS, le ena anketiranka (1 %), ki je že kdaj jemala zdravilo za PMS, za tem ne trpi.

Tabela 3.6: Jemanje zdravila za PMS kot posledica trpljenja za predmenstrualno disforično motnjo

		Ste kdaj jemali zdravilo za PMS?		Skupaj
		Da	Ne	
<i>Ali trpite za predmenstrualnim sindromom?</i>	Da %	7	58	65
		11	89	100
	Ne %	1	64	65
		2	98	100
	Skupaj %	8	122	130
		6	94	100

Nadalje sem oblikovala tabelo trditev s tristopenjsko lestvico strinjanja (se ne strinjam, niti – niti, se strinjam), s katero sem želela ugotoviti, koliko se anketiranke strinjajo s trditvami in koliko podležejo vplivu religiološkega, medicinskega in oglaševalskega diskurza. Navsezadnje sem tudi iz določenih trditev ugotovila, kakšen odnos gojijo anketiranke do menstruacije in kako doživljajo menstrualno obdobje.

Tabela 3.7 prikazuje trditve, ki so kakorkoli povezane z religiološkim diskurzom. Kot prikazuje tabela, se anketiranke bolj ne strinjajo z navedenimi trditvami. Lahko sklepamo, da na menstrualne percepcije vera ne vpliva, kar potrjuje tudi 58 % strinjanje s trditvijo »čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje«. Naj dodam, da na stopnjo strinjanja s trditvijo »v času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov« lahko vpliva tudi medicinski diskurz.

Tabela 3.7: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval religiološki diskurz

<i>Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami.</i>				
TRDITVE	STOPNJA STRINJANJA V %			
	Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	SKUPAJ (n=130)
<i>Menstruacija je božja kazen.</i>	92	5	3	100
<i>S pomočjo magičnih menstrualnih urokov je mogoče drugim ljudem prizadejati zlo.</i>	90	6	4	100
<i>Zdi se mi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih.</i>	92	8	1	100
<i>V času menstruacije ne bi smeli hoditi v cerkev/obiskovati verskih objektov.</i>	80	8	12	100
<i>Menstrualna kri je umazana.</i>	46	32	22	100
<i>V času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov.</i>	38	36	25	100
<i>Čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje.</i>	16	25	58	100

Želela sem dodatno preveriti, ali religiološki diskurz vpliva na menstrualne percepcije, zato sem trditve obravnavala z vidika vere – sem oziroma nisem verna. Zdi se, da verujoče anketiranke niso ponotranjile religiološke zapovedi, da v času menstruacije naj ne bi obiskovale verskih objektov. To se kaže skozi stopnjo nestrinjanja (72 %) s trditvijo »v času menstruacije ne bi smele hoditi v cerkev/obiskovati verskih objektov« (glej Tabela 3.8).

Tabela 3.8: Stopnja strinjanja glede obiska cerkve v času menstruacije glede na vernost

		<i>V času menstruacije ne bi smeli hoditi v cerkev/obiskovati verskih objektov.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	72	6	14	92
		78	7	15	100
	Ne %	32	5	1	38
		84	13	3	100
	Skupaj %	104	11	15	130
		80	8	12	100

Nadalje me je zanimalo, kateri verski skupnosti pripada večina verujočih anketirank, ki se strinjajo s prepovedjo obiska cerkve v času menstruacije. Zdi se, da so prepoved obiska cerkve med menstruacijo še najbolj ponotranjile verujoče pripadnice pravoslavne verske skupnosti. To ne preseneča, saj gre v primeru pravoslavja za strogo prepoved prejemanja svetega obhajila in splošno obiska cerkve v času menstruacije, kar prikazuje Tabela 3.9.

Tabela 3.9: Stopnja strinjanja glede obiska cerkve v času menstruacije glede na pripadnost verski skupnosti

		<i>V času menstruacije ne bi smeli hoditi v cerkev/obiskovati verskih objektov.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Kateri verski skupnosti pripadate, če sploh kateri?</i>	Rimskokatoliški %	56	4	1	61
		92	7	2	100
	Evangelikičanski %	1	0	0	1
		100	0	0	100
	Pravoslavni %	11	4	12	27
		41	15	44	100
	Islamski %	1	1	2	4
		25	25	50	100

Tabela 3.10 je dvoumna in zato težko posplošimo, da na stopnjo strinjanja s trditvijo »v času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov« vpliva religiološki diskurz. Razlog bi lahko bil subtilno ponotranjenje medicinskega diskurza, ki apelira na povečano higieno v času menstruacije, morebiti celo zaradi bolezni endometrioze in posledično tudi oglaševalski diskurz, ki nemalokrat privzema medicinskega. Tabela 3.11 prikazuje, da na prakticiranje spolnih odnosov med menstruacijo vpliva religiološki diskurz, saj je med tistimi, ki nimajo spolnih odnosov v času menstruacije, največ verujočih anketirank (64 %) (glej Tabela 3.11).

Tabela 3.10: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »v času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov« glede na vernost

		<i>V času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	28	36	28	92
		30	39	30	100
	Ne %	22	11	5	38
		58	29	13	100
	Skupaj %	50	47	33	130
		38	36	25	100

Tabela 3.11: Prakticiranje spolnih odnosov glede na vernost

		<i>V času menstruacije nimam spolnih odnosov.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	9	24	59	92
		10	26	64	100
	Ne %	8	11	19	38
		21	29	50	100
	Skupaj %	17	35	78	130
		13	27	60	100

S trditvijo »menstruacija je božja kazen« se ne strinja 91 % verujočih anketirank, zato lahko sklepamo, da vsaj v katoliški veri pojavnosti menstruacije ne pripisujejo Evini kazni za izvirni greh (glej Tabela 3.12). Verujoči anketiranki, ki sta izrazili, da se strinjata, s trditvijo, da je menstruacija božja kazen, pripadata evangeličanski in pravoslavni verski skupnosti.

Tabela 3.12: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »menstruacija je božja kazen« glede na vernost

		<i>Menstruacija je božja kazen.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	84	6	2	92
		91	7	2	100
	Ne %	35	1	2	38
		92	3	5	100
	Skupaj %	119	7	4	130
		92	5	3	100

V splošnem bi lahko trdili, da gresta religija in magija z roko v roki kot posledica laičnega sklepa verovanja v dobro in zlo. Tabela 3.13 prikazuje ravno nasprotno, saj le 3 % verujočih anketirank meni, da je možno s pomočjo menstrualnih urokov drugim ljudem prizadejati zlo.

Tabela 3.13: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »s pomočjo magičnih menstrualnih urokov je mogoče drugim ljudem prizadejati zlo« glede na vernost

		<i>S pomočjo magičnih menstrualnih urokov je mogoče drugim ljudem prizadejati zlo.</i>			
		Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	85	4	3	92
		92	4	3	100
	Ne %	32	4	2	38
		84	11	5	100
	Skupaj %	117	8	5	130
		90	6	4	100

Razloge za menstrualni tabu, ki vodi v izolacijo žensk v tradicionalnih družbah, je mogoče poiskati v religiji. Večini verujočih anketirank (92 %) se ne zdi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih (glej Tabela 3.14).

Tabela 3.14: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »zdi se mi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih« glede na vernost

		<i>Zdi se mi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	85	7	0	92
		92	8	0	100
	Ne %	34	3	1	38
		89	8	3	100
	Skupaj %	119	10	1	130
		92	8	1	100

Slednja tabela (glej Tabela 3.15) prikazuje stopnjo strinjanja s trditvijo »menstrualna kri je umazana« glede na vernost. Glede na podatke ne moremo posplošiti, da na percepcijo umazanosti menstrualne krvi vpliva religiološki diskurz. Med strinjajočimi se anketirankami je 12 % anketirank pripadnic rimskokatoliške skupnosti, 9 % anketirank je pripadnic pravoslavne verske skupnosti in ena pripadnica evangeličanske (1 %) ter islamske verske skupnosti (1 %) (glej Tabela 3.16).

Tabela 3.15: Prepričanje, da je menstrualna kri umazana glede na vernost

		<i>Menstrualna kri je umazana.</i>			
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	Skupaj
<i>Ste verni?</i>	Da %	42	25	25	92
		46	27	27	100
	Ne %	18	17	3	38
		47	45	8	100
	Skupaj %	60	42	28	130
		46	32	22	100

Tabela 3.16: Prepričanje, da je menstrualna kri umazana glede na pripadnost verski skupnosti

		<i>Menstrualna kri je umazana.</i>			Skupaj
		Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	
<i>Kateri verski skupnosti pripadate, če sploh kateri?</i>	Rimskokatoliški %	35	14	12	61
		57	23	20	100
	Evangelikičanski %	0	0	1	1
		0	0	100	100
	Pravoslavni %	5	13	9	27
		19	48	33	100
	Judovski %	0	0	0	0
		0	0	0	0
	Islamski %	0	3	1	4
		0	75	25	100

Zdi se, da vera ne vpliva na vsakdanje življenje, o čemer priča zadnja tabela, saj 68 % verujočih anketirank navaja, da ne dovoli, da bi vera vplivala na njihovo življenje. Bolj vprašljiv je zadnji podatek, ki pove, da je med neverujočimi kar 34 % takih, ki se s trditvijo strinjajo (glej Tabela 3.17). To bi lahko interpretirali tako, da neverne anketiranke odgovarjajo na postavljeno vprašanje z vidika vernih anketirank oziroma kaj naj bi po njihovem mnenju veljajo za verne ženske.

Tabela 3.17: Stopnja (ne)strinjanja s trditvijo »čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje« glede na vernost

		<i>Čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje.</i>			Skupaj
		Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	
<i>Ste verni?</i>	Da %	11	18	63	92
		12	20	68	100
	Ne %	10	15	13	38
		26	39	34	100
	Skupaj %	21	33	76	130
		16	25	58	100

Naslednja tabela predstavlja stopnjo (ne)strinjanja s trditvami glede na vpliv oglaševalskega diskurza. Težko bi dejali, da vpliva na percepcije oglaševalski diskurz. Velja pa omeniti, da so se ženske med menstruacijo navadno oblačile v temnejša oblačila, akterke v televizijskih oglasih prav tako. To, da današnje akterke v oglasih nastopajo v svetlih oblačilih, bi lahko označili kot premik v oglaševanju in nošenju oblačil v času menstruacije tudi v vsakdanjem življenju, vendar podatki kažejo, da ženske ostajajo oblečene v temnejša in bolj ohlapna oblačila, urejenost pa ostaja norma (glej Tabela 3.18). Večini anketirank menstrualna kri smrdi (51 %), kar lahko povežemo z oglaševanimi higienskimi menstrualnimi produkti, ki preprečujejo tudi neprijeten menstrualni vonj.

Tabela 3.18: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval oglaševalski diskurz

<i>Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami.</i>				
TRDITVE	STOPNJA STRINJANJA V %			
	Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	SKUPAJ (n=130)
<i>Imam občutek, da ko imam menstruacijo, to vsi opazijo.</i>	65	28	7	100
<i>Čas menstruacije želim prikriti.</i>	53	35	12	100
<i>V času menstruacije si »dovolim« biti neurejena, včasih celo nemarna.</i>	90	9	1	100
<i>V času menstruacije nosim oprijeta oblačila.</i>	24	58	18	100
<i>V času menstruacije nosim temna oblačila.</i>	19	48	33	100
<i>V času menstruacije nosim ohlapna oblačila.</i>	48	41	11	100
<i>V času menstruacije nosim svetla oblačila.</i>	48	50	2	100
<i>Menstrualna kri smrdi.</i>	18	32	51	100

Naslednja tabela (glej Tabela 3.19) prikazuje stopnjo (ne)strinjanja s trditvami, na katere vpliva predvsem medicinski diskurz. Visoka stopnja strinjanja s trditvami kaže na internalizacijo medicinskega diskurza v vsakdanje predstave o menstruaciji, ki se kažejo skozi športno aktivnost med menstruacijo (38 %), bolj pogosti skrbi za higieno kot ponavadi (73

%), zavedanju, da je zanositev možna tudi med menstruiranjem (38 %), in da jo večina anketirank povezuje s plodnim obdobjem za žensko (61 %) in zmožnostjo reprodukcije. To, da so PMS odstranili s seznama olajševalnih okoliščin v primeru zločina, potrjuje, da anketiranke niso ponotranjile medicinskega diskurza o ženski patološki psihični instanci med PMS.

Tabela 3.19: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval medicinski diskurz

<i>Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami.</i>				
TRDITVE	STOPNJA STRINJANJA V %			
	Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	SKUPAJ (n=130)
<i>V času menstruacije sem športno aktivna.</i>	21	42	38	100
<i>V času menstruacije bolj pazim na higieno kot ponavadi.</i>	8	18	73	100
<i>V času menstruacija lahko zanosim.</i>	28	33	38	100
<i>Menstruacija je sinonim za plodnost.</i>	13	26	61	100
<i>Menstruacija je zame pozitiven znak, da nisem noseča.</i>	23	30	47	100
<i>Za ženske, ki zagrešijo zločin v času menstruacije ali v času, ko naj bi imele PMS, bi to morali upoštevati kot olajševalno okoliščino.</i>	83	15	2	100

Naslednja tabela prikazuje stopnjo (ne)strinjanja s trditvami, ki jih lahko pripišemo vsakodnevnemu diskurzu oziroma prepletajočemu se religiološkemu, medicinskemu in oglaševalskemu diskurzu (glej Tabela 3.20). Da so percepcije o menstruaciji zreducirane na čiščenje, potrди podatek 78 % anketirank, ki menijo, da se telo med menstruacijo čisti in da gre pri menstruiranju za povsem normalen (95 %) in naraven pojav (98 %), vendar se večina menstruacije ne veseli (47 %) in med njo ne prakticira spolnih odnosov (60 %). Večina anketirank meni, da menstruacija ni bolezen (95 %), večina anketirank med menstruacijo tudi ne izostane z dela (83 %) (glej Tabela 3.20). S trditvijo »v času menstruacije se izogibam vsakdanjim težjim fizičnim opravilom«, se strinja 18 % anketirank, niti se strinja niti se ne

strinja z omenjeno trditvijo 32 % anketirank in ne strinja se 30 % anketirank. Prav tako se s trditvijo »v času menstruacije najraje poležavam« popolnoma strinja 35 % anketirank, 35 % anketirank je odgovorilo z niti se strinjam niti se ne strinjam in 30 % anketirank se s trditvijo ne strinja. »Čas menstruacije se ne razlikuje od ostalih dnevo« je trditev, s katero se strinja 32 % anketirank, 38 % anketirank je odgovorilo niti se strinjam niti se ne strinjam, medtem ko je nestrinjanje izrazilo 29 % anketirank.

Tabela 3.20: Stopnja strinjanja glede na izbrane trditve, ki naj bi jih zaznamoval vsakdanji diskurz

<i>Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami.</i>				
TRDITVE	STOPNJA STRINJANJA V %			
	Se ne strinjam	Niti – niti	Se strinjam	SKUPAJ (n=130)
<i>Menstruacija je bolezen.</i>	95	5	1	100
<i>Telo se v času menstruaciji čisti.</i>	6	16	78	100
<i>V času menstruacije nimam spolnih odnosov.</i>	13	27	60	100
<i>Veselim se menstruacije.</i>	47	39	14	100
<i>Čas menstruacije je zame privilegij.</i>	55	34	10	100
<i>Menstruacija je normalen pojav.</i>	2	3	95	100
<i>Menstruacija je naraven pojav.</i>	1	1	98	100
<i>V času menstruacije večkrat izostanem z dela.</i>	83	15	2	100
<i>V času menstruacije se izogibam vsakdanjim težjim fizičnim opravilom.</i>	50	32	18	100
<i>V času menstruacije najraje poležavam.</i>	30	35	35	100
<i>Čas menstruacije se ne razlikuje od ostalih dnevo.</i>	29	38	32	100

3.3 ANALIZA OGLAŠEVALSKEGA MENSTRUALNEGA GRADIVA DRUŽBE JOHNSON & JOHNSON

Čeprav zaznavanje vidnega jemljemo kot samoumevno, so razumevanje, interpretacija in refleksija zaznanega odvisni od našega poznavanja in razumevanja vizualnega jezika oziroma njegovega koda. Kod zahteva (tudi vizualno) pismenost, ki nam omogoča poznavanje in uporabo tega koda. Tako naše sposobnosti vizualne pismenosti vključujejo sposobnost razločevanja in osmišljanja vizualnih objektov, sposobnost ustvarjanja statičnih in tudi dinamičnih vidnih objektov v določenem prostoru, sposobnost razumevanja in cenjenja vizualne dediščine drugih. Konkretno je sposobnost vizualne pismenosti vezana na analizo slikovne sintakse podobe, na analizo uporabljene tehnike za produkcijo vizualne podobe, na ocenitev estetske vrednosti vizualne podobe, na ocenitev kakovosti vizualne podobe v kontekstu njenega namena ter javnosti in ne nazadnje je vezana na sposobnost dojemanja vsega, kar ponuja vizualna podoba. Tudi splošno velja, da slika pove več kot tisoč besed. Prav zato je danes namenjena posebna pozornost vizualijam v oglaševanju, ki je prav tako povezana s priklicem blagovne znamke proizvajalca (Podnar 2009). V tem poglavju se ukvarjam z vizualno, semiološko in vsebinsko analizo oglaševalskega materiala družbe Johnson & Johnson za časovno obdobje sedmih let (od leta 2007 do leta 2013). Oglaševalsko gradivo za vložke Carefree in tampone o.b. mi je posredovalo podjetje Lomas d. o. o., ki skrbi za uvoz, trženje in distribucijo omenjenih izdelkov. Pričujoči oglasi so bili objavljeni na televiziji, v revijah, spletu in na jumbo plakatih (v zdravstvenih domovih, na javnih mestih, kot so npr. sanitarije v kinematografih ipd.). Posebnost njihovega oglaševanja se kaže v pripravljenosti posredovanja brezplačnega vzorca vložkov/tamponov in sodelovanju pri izobraževanju o menstruaciji na sistematskih pregledih. Posebno pozornost namenjajo oglaševanju tamponov, saj so na tem področju vodilni, medtem ko je na področju trženja in oglaševanja vložkov glede na pogostost oglaševanja in sedemletno patentno licenco med najmočnejšimi oglaševalci v Sloveniji multinacionalka Procter & Gamble (Šribar 2004, 51).

3.3.1 ANALIZA SPLETNE STRANI O.B. TAMPONOV

Sprva naj namenim nekaj besed analizi spletne strani www.obtamponi.si. Omenjena stran ne služi zgolj promociji tamponov o.b., temveč kot vir informacij o menstruaciji in z njo povezanih simptomih. Ciljni obiskovalci spletne strani so vsekakor dekleta – najstnice, ki pričakujejo prvo menstruacijo, oziroma dekleta, ki še niso uporabila tampona in bi se rada seznanila z njegovo uporabo. Ko odpremo povezavo, sprva opazimo video, ki promovira tampone o.b. Video lahko preskočimo, vendar nas barvita podoba risanke vsekakor pritegne k ogledu. Video je zasnovan kot risanka, v kateri nastopa dekle, ki v kopalnici obesi svoje mokre kopalke, uporabljene med deskanjem. Ko zapusti kopalnico, se še prej pogleda v ogledalo, si popravi pričesko, njena ušesa pa ves čas pokrivajo velike slušalke, mogoče je slišati glasno glasbo. Predmeti, kot so kopalke, zobne ščetke, parfum, maskara, lak za nohte in tampon, pridobijo govorne lastnosti, ko dekle zapre vrata. Pogovor začnejo kopalke, ki pravijo: »Vauu, kakšen dan!«. Pri tem skoči tampon iz škatlice in vpraša: »Hej, surferji. Kaj dogaja?« Kopalke odgovorijo, da je bila Tina boljša med deskanjem, pri čemer tampon opozori nase: »Z mano se preprosto in hitro naučiš. Poglej to iziiii vstavljanje z mojo silk touch površino.« Tampon gladko in hitro zdrsne po umivalniku. Pričujoče kopalke, maskara, zobne ščetke, lak za nohte se čudijo »tej« moči drsenja. Pogovor se prekine, ko Tina vstopi v kopalnico, stopi do škatlice tamponov, enega vzame in kopalnico zapusti. Sledi slogan: »Začeti z o.b. je izi!« (O.b.).

Glede na oglas lahko sklepamo, da so ciljna populacija mlajša dekleta. Časovno dogajanje je poletje, lahko bi rekli čas, ki je najbolj ugoden tudi za promoviranje tamponov. Želela bi opozoriti, da je v splošnem mogoče opaziti promoviranje tamponov predvsem v poletnem času. Sklepamo lahko, da sta takrat nakup in uporaba tudi večja. Ne smemo pa pozabiti, da za pripadnike moderne družbe sicer velja, da obiskujejo morje predvsem poleti, vse pogostejši pa so obiski termalnih voda v zimskem času. Za promocijo tamponov in preseganje standardnega oglasa predlagam oglaševanje in promocijo tamponov tudi v zimskem času, v toplicah.

Ne zdi se mi naključje, da nastopajo v oglasu prav maskara, lak za nohte in da se Tina pogleda v ogledalo in popravi pričesko, kar apelira na urejenost kot normo (tudi v času menstruacije). Poleg maskare in laka za nohte je nujna tudi uporaba tampona. Sporazumevanje med akterji poteka v slengu. Z uporabo slenga, ki je najpogostejše uporabljen

v vsakdanji komunikaciji, se približajo najstniški populaciji, hkrati pa z njim odstopajo od standardnih oglasov. Zanimivo se zdi, da tampon, ki se nenehno z nekakšno lahkoto zvija, skoči in popolnoma enostavno zdrsi po umivalniku mimo odtoka. V tem primeru umivalnik predstavlja nožnico. To, da tampon skoči v umivalnik, da enostavno zdrsne tudi ven, da se zvija, opozarja na tehnološke značilnosti tampona. Težavo najbrž predstavlja to, kako opozoriti, da ima omenjeni tampon svilnato površino. V tem primeru tampon spregovori, tako da personifikacija neživih predmetov ni naključje. Ko tampon spregovori, se sprašujemo, kaj je z njim »lažje«. Je lažje deskanje, življenje, ali se tampon lahko vstavi? Zanimivo je, da Tina ob vstopu sprva odpre vrata miže, ko pa pride do škatlice s tamponi, odpre oči. Iz tega lahko sklepamo, da je menstruacija nekaj nezaželenega, nekaj, kar želimo, da ostane nevidno. Preseganje menstrualnih tegob s tehnološkimi pripomočki, kot je tampon, je torej mogoče. Dejstvo je, da Tina najbrž ne bi deskala, če ne bi obstajal tampon kot menstrualno varovalo. V ozadju se skriva pozitivna konotiranost menstruacije – tudi če imaš menstruacijo, lahko počneš stvari, ki jih želiš, in ob tem celo uživaš. Moteča je artikulacija, da je bila Tina boljša kot predhodne dni, ko najbrž ni imela menstruacije, saj je imela tampon. Subtilno tako ponotranjimo nujnost uporabe tamponov, z njihovo uporabo smo celo »boljše«. Šribarjeva ugotavlja (2004, 53), da je demonstrativni prikaz celotnega vložka ali tampona, ki je izpeljan tako, »da izdelek dobi status znanstvenega objekta, prilagojenega vlogi dodatka za žensko telo«, v zadnjem oglaševalskem obdobju priljubljen, hkrati pa lahko ustvarja tudi komične učinke.

Pozitivnosti oglasa pripisujem tudi to, da Tina najbrž sprva ni imela menstruacije in je deskala, čeprav je nastopil menstruacijski cikel, pa ni opustila dejavnosti. Menstrualnemu obdobju oglas ne pripisuje posebnega pomena. Tina, sicer urejena in naličena, je v oglasu dobre volje, kar lahko sklepamo tudi zaradi uporabe slušalk. V oglasu ni mogoče zaznati negativnih konotacij PMS. Izrekanje in zapis slogana na koncu, postavitev loga v desni kot, sledi logiki standardnih oglasov. Oglas je barvno usklajen v znamenju o.b. tamponov.

Ko si pogledamo oglas, preidemo na glavno stran. Sledijo povezave »Spremljaj svojo menstruacijo«, »Spoznav tampone« ter »Brezplačno preizkusi o.b.«. Prisotna je tudi povezava »Hej ti! Imaš vprašanje? Vprašaj me!« (O.b.), kjer lahko vpišemo, kaj nas zanima. Vtipkala sem PMS, kot odgovor pa dobila: »Lahko dobiš krče, napete prsi, napihnjen trebuh, nihanja v razpoloženju ali pa ne moreš spati pred in med menstruacijo. Na srečo nekatera dekleta ne doživijo nobenih simptomov, medtem ko večina deklet opazi določene spremembe, nimajo

vseh simptomov hkrati« (O.b.). Odgovor ponuja določene informacije, čeprav je jezikovno nepravilno zasnovan. Preden zapišem, kaj je vzbudilo mojo pozornost, naj opozorim, da me je zanimal odgovor na to, kaj je deviška kožica. Portal ponudi odgovor:

Deviška kožica je naravna kožna guba, ki obkroža odprtino tvoje nožnice. Ima naravno odprtino, ki prepušča menstrualno kri in nožnične izcedke. Do takrat, ko dobiš svojo prvo menstruacijo, je deviška kožica ponavadi dovolj mehka in upogljiva, da lahko uporabiš majhen tampon, ne da bi jo strgala. Če nisi nikoli uporabljala tampona poskusi o.o. ProComfort mini. Resnično je majhen in gladek, zato je enostaven za uporabo. Ali pa uporabi o.o. Procomfort normal takrat, ko je krvavitev močnejša (O.b.).

Pod odgovorom se ponudi tudi povezava, ki vodi do brezplačnega preizkusa tampona ter »o.b. tamponi podrobno«. Kliknem na povezavo brezplačno preizkusi o.b. in znova najdem za moje raziskovanje nekaj zanimivega: »Z oznako tega kvadratka potrjujem, da sem stara 13 let in imam privoljenje staršev oz. skrbnikov za naročilo brezplačnega vzorca o.b.® tamponov.« (O.b.).

Vprašam še portal, kaj je to menopavza, oligomenoreja, policistični jajčniki, ... Pod iskanimi izrazi dobim odgovor: »Nisem dobro razumel, draga. Prosim, postavi drugo vprašanje ali nas kontaktiraj preko elektronske pošte – o.b. z veseljem pomaga« (O.b.).

Pojasnila bom niz vprašanj in odgovore nanje, ki jih ponuja spletna stran. Prvič, PMS je predstavljen kot ad hoc, določen vnaprej. Zmoti me informacija, da pred in med menstruacijo ne moreš spati. Oglaševalski diskurz dobro izkorišča medicinskega in PMS kot proskriptivni kompleks. Oglaševanje tamponov o.b. večkrat uporabi »brezskrben spanec« kot atribut v oglaševanju, kar je možno videti tudi v tiskanih oglasih (glej Priloga Č.1). Navajajo podatek »97 % suhih noči« in »zagotavlja brezskrben spanec« (Lomas d. o. o. 2007–2013). Sprašujem se, zakaj bi nas to moralo skrbeti. Oglas oglašuje tampone o.b. Super vpojnosti, ki pa sicer niso primerni za prvo uporabo. Sprašujem se, ali obstajajo raziskave, ki bi navajale, da ženske količinsko ponoči več menstruirajo, saj so navsezadnje tudi nočni vložki označeni z večjo mero vpojnosti. Ena razlaga bi bila, da je pogostost menjavanja vložkov ponoči manjša kot podnevi. Tu se postavlja tudi vprašanje o dvojni morali in dvojnih higienskih standardih. Ženska mora čez dan zamenjati vložek ali tampon na 3 do 6 ur, v času manjše krvavitve od 6 do 8 ur (O.b.). Časovni interval seveda spodbuja tudi količinsko porabo vložkov ali

tamponov. Če ženska podnevi ne menja redno vložkov, to zanjo naj ne bi bilo higienično, hkrati pa naj bi ogrožala s tem tudi svoje zdravje.

Ali je tako ženska, ki v povprečju spi 8 ur na noč, umazana, ker ne zamenja vložka/tampona v določenem časovnem intervalu? Nočni vložki/tamponi so sicer večji, kar pomeni, da tudi toliko več vpijajo. Ali obstaja tudi zagotovilo, da bo ženska varno uporabila vložke/tampone izven nekega časovnega intervala? Na tem mestu bi poudarila že v teoretičnem okviru omenjeno primerjavo vložkov z otroškimi pleničkami. Velja prepričanje, da otroka ponoči po določeni mesečni starosti ne previjamo, da tako otrok loči tudi med nočjo in dnevom. Svojega otroka, ki je v tem času, ko to pišem, star 21 mesecev, ponoči ne previjam. Uporabljam Pampers pleničke v velikosti 5 (11 kg–25 kg). Ponoči mu ne nadenem pleničk večje velikosti. Sprašujem se, zakaj potem sebi kupim nočne vložke, ki so večji in bolje vpijajo. Poleg tega Pampers pleničke zagotavljajo do 12 ur suhosti in nemotenega spanca. Z o.b. tamponi je moj spanec brezskrben, vendar ne dobim zagotovila, da je njihova sposobnost vpijanja najmanj osem ur ali morda celo več. Menim, da bi omenjeno lahko predstavili kot dodatni atribut pri oglaševanju, vendar seveda ob predhodnem »tehnološkem« zagotovilu o časovni vpojnosti tamponov/vložkov.

Če se vrnem na drugo vprašanje o deviški kožici, ki sem ga postavila na o.b. portalu, me znova preseneti, kako se lahko trži menstruacija. Dolgo je veljal mit, da uporaba tamponov ni za ženske, ki še niso imele prvega spolnega odnosa. Sprva me zmoti izraz »naravna odprtina« – le kako bi lahko bila nenaravna, če gre za del ženskega telesa? Nadalje sledi razbitje mita, da lahko uporabiš tampon, četudi imaš deviško kožico, ni pa povezave med tamponom in »izgubo« deviškosti. Portal zagotavlja, da ob uporabi o.b. Mini ne strgaš deviške kožice, ob močnejši krvavitvi pa lahko uporabiš o.b. Normal. Zagotovila, da deviške kožice ne predremo, ne dobimo. Osebnostno se mi zdi sporna uporaba tamponov, če ženska še ni imela prvega spolnega odnosa. Prvič, pravega zagotovila o nepredrtju himena ob uporabi tamponov se ne dobi in je tudi nemogoče, saj je razdalja od vaginalne odprtine do himena različna od posameznice do posameznice. Drugič, sporna se mi zdi povezava med uporabo tamponov ob prisotnosti himena in količino menstrualne krvavitve v smislu: »Lahko uporabiš Mini o.b. tampon in pri tem ne strgaš deviške kožice, lahko pa uporabiš tudi o.b. Normal, če je tvoja menstrualna krvavitev močnejša, ne glede na to, da imaš deviško kožico.« O.b. Normal so večji tamponi od tamponov velikosti ob. Mini. Opozarjam, da se razdalja od vaginalne odprtine do himena ne spremeni kljub količini menstrualne krvi. Kako je potem lahko

uporaba o.b. Normal »varna« v smislu ohranitve deviške kože? Menim, da se lastnikom različnih blagovnih znamk tamponov ni treba ukvarjati z razbitjem mita in povezavo med uporabo tamponov in prisotnostjo deviške kože ter ponujati neko garancijo za ohranitev himena. Bilo bi bolje, če bi posameznicam dali možnost izbire in jih opozorili, da je deviško kožico možno predreti, vendar je npr. verjetnost za to majhna.

Nadalje se pod podučitvijo o deviški kožici in uporabi tamponov prikaže povezava še o brezplačnem vzorcu o.b. tamponov. Zmoti me: »Z oznako tega kvadratka potrjujem, da sem stara 13 let in imam privoljenje staršev oz. skrbnikov za naročilo brezplačnega vzorca o.b.® tamponov.« (O.b.). Prvič, laično lahko sklepamo, da uporaba tamponov ni primerna pred 13. letom, in drugič, dvom se pojavlja o (virtualni) identiteti.

Ko vprašam tampon, ki predstavlja menstrualnega vseveda, o menopavzi, policističnih jajčnikih ..., odgovora ne dobim.

Jasno je, da gre za promoviranje lastnih izdelkov na spletni strani, vendar če se menopavza »ne dotika« najstnic, se jih zagotovo »dotikajo« policistični jajčniki, saj so pri kateri izmed najstnic in uporabnic tamponov zagotovo prisotni. Sicer lahko naknadno pošlješ sporočilo in verjetno prejmeš odgovor, vendar lahko istočasno obiščeš kak drug portal, ki ti takoj ponudi želene informacije. Glede na to, da so specializirani za »varovalne pripomočke« menstruacije in ne za kaj drugega, bi na portalu morali objaviti vse informacije o menstruaciji.

Po odprtju povezave »Spoznav tampone« zbudi mojo pozornost povezava: »Kako uporabljati o.b. ® tampone?« (O.b.). To povezavo lahko pohvalim, saj je shematski prikaz vstavitve tampona več kot nazoren, poteka korak za korakom. Gre za enega boljših načinov reprezentiranja uporabe menstrualnih pripomočkov. Ob ogledu videa, ki je namenjen prvi izkušnji s tamponi, dekle nedvomno ve, čemu služi tampon in kako se vstavi. Lahko bi rekli, da gre tudi za premik pri oglaševanju menstrualnih izdelkov. Pred leti je bil predvajan televizijski oglas za tampone, v katerem je nastopala ženska, ki je skočila v vodo s tamponom v roki. Kot deklica sem naivno mislila, da med menstruacijo nosiš tampon v roki. Zato menim, da je lahko shematski prikaz vstavitve tamponov dekletom resnično v pomoč. Sklepam, da je zato večja pripravljenost »preizkusiti« tampon med menstruacijo. V videu me je zmotil le stavek: »Zdaj si dobro zaščitena. Sedaj lahko pozabiš na svojo menstruacijo.« (O.b.). Menim, da je omenjeni stavek odveč in da negativno zaznamuje menstrualno obdobje. Že shematski prikaz tampona, ki odleti v oblake, je prispodoba za svobodo, zato je »pozaba«

menstruacije odveč. Menstruacija je tržna dobrina in vir zaslužka vseh proizvajalcev menstrualnih pripomočkov. Zato bi bili na tem mestu, če karikiram, bolj upravičeni hvalospevi menstruaciji. Prav tako bi lahko bolj nazorno imenovali mesto, kamor se vstavi tampon, namesto »tukaj« bi lahko uporabili izraz »vaginalna odprtina« kljub vizualnemu prikazu. Zanimivo je tudi to, da naj bi se ženska ob vstavitvi tampona v nožnico morala sprostiti – shematski prikaz prikaže žensko, ki sedi po turško z raztegnjenimi rokami kot pri meditaciji, jogi ali morebitnem doseganju meditacije, značilne za budizem, kar implicira na prepletanje oglaševalskega in religiološkega diskurza.

Na spletni strani so predstavljene tudi tehnološke značilnosti o.b. tamponov, njihova naloga pa je jasna – vsrkanje menstrualne tekočine. Vendar se zdi, da z njihovo uporabo »lahko počneš vse, kot da ne bi imela menstruacije« (O.b.). Bolje bi bilo, če bi se zadnji del stavka skliceval na »kljub menstruaciji«, saj bi jo v tem primeru manj slogovno zaznamovali. Moja pozornost vzbudi še »varno za device« (O.b.). Ali je varno za dvojčice, kozoroginje? Moja prva asociacija »varno za device« je povezana s horoskopskim znakom device, čeprav lahko glede na vsebino sklepamo, da gre v primeru devic za dekleta, ki še niso imele prvega spolnega odnosa. Na tem mestu se mi zdi jezikovna uporaba »varno za dekleta, ki še niso imele prvega spolnega odnosa« bolj ustrezna glede na to, da je spletna stran namenjena predvsem najstnicam. Prav tako ne zaznamuje »deviškega obdobja« glede na variacijo starosti deklet in pa tudi žensk, ki še niso imele prvega spolnega odnosa.

Če se dekleta odločajo med uporabo tamponov ali vložkov, jim je na spletni strani na voljo tudi primerjava med njimi. Zmoti me očitna naravnost k uporabi tamponov:

Mnogo deklet meni, da je uporaba tamponov bolj higienska, udobna in diskretna kot uporaba zunanjih vložkov, ki se lahko naberejo v gubo. Tamponi omogočajo dekletom več svobode za stvari, ki jih imajo rade, medtem ko imajo menstruacijo: plavanje, jahanje ali se samo zabavajo! Pravilno vstavljen tampon se ne čuti in ostane na mestu. Ni neprijetnega vonja ali občutka mokrote, saj je menstrualna tekočina vsrkana že znotraj nožnice, še preden zapusti telo (O.b.).

Strinjam se s tem, da je za plavanje bolj primerna uporaba tampona kot pa vložka, vendar jahanje in vsesplošna zabava nista pogojena z uporabo tamponov. Pri uporabi vložkov tudi preberemo:

To pomeni, da morajo biti vložki dovolj dolgi in široki, da ujamejo vso tekočino in preprečijo pojav madežev na tvojem perilu. Ob uporabi vložkov tvoje sramne dlake in sramne ustnice neizogibno prihajajo v stik z menstrualno tekočino, ki lahko postane lepljiva in ima neprijeten vonj. Zato moraš poskrbeti za bolj pazljivo in pogosto umivanje v času tvoje menstruacije (O.b.).

Naj poudarim, da neprijetnega vonja ne gre pripisovati tehnološkim značilnostim tampona, ker raziskave kažejo, da ženske povezujejo menstrualno kri z neprijetnim vonjem (glej Priloga A), kar je med drugim potrdila tudi lastna raziskava. V tem primeru ima neprijeten vonj uporabljen tampon, ko zapusti telo, prav tako kot vložek. Zdi se, da je največja vloga vložka preprečitev madeža. Potem je popolnoma odveč oglaševanje pripomočkov za odstranjevanje (menstrualnih) madežev. Naj poudarim še, da v splošnem velja tudi higienski standard britja tudi vaginalnih predelov, tako da v tem primeru menstrualna kri ne more biti lepljiva. Navsezadnje bi jo moral vložek vpiti, če proizvajalci vložkov pripisujejo vpojnost tehnološkim značilnostim vložka.

Na koncu lahko razberemo poleg uporabe tampona/vložka tudi nov higienski standard: pogostejše umivanje. Naj omenim, da se zdi logična povezava propagiranja uporabe tamponov, saj smo na spletni strani tamponov o.b., vendar podjetje Johnson & Johnson trži tudi vložke Carefree. Analogija se zdi na prvi pogled nelogična zaradi prisotnosti mnogih proizvajalcev vložkov (konkurenčne in pa tudi vodilne predvsem blagovne znamke Always). Tako se zdi usmeritev k trženju tamponov bolj donosna, kar tudi je. Laični sklep, da je uporaba tamponov boljša, marsikaterega dekleta še ne prepriča, zato uporablja vložke. Bolj pogosto umivanje implicira na uporabo mil za intimno nego, kar pa je med drugim tudi v domeni proizvodnje omenjenega podjetja.

3.3.2 ANALIZA TELEVIZIJSKIH OGLASOV ZNAMKE CAREFREE

V nadaljevanju analiziram televizijske oglase za znamko Carefree. Sprva naj nekaj besed namenim izbiri blagovne znamke.

Celostna grafična podoba podjetja, z njegovim imenom vred, mora izvirati iz poslanstva in vizije podjetja ter mora izražati njegov slog, prepričanja, vrednote,

ideale in filozofijo. Pri iskanju imena, simbola, logotipa ali slogana moramo nameniti veliko pozornosti prav simboliki. Blagovna znamka ni samo predmet označevanja, vzbuditi mora pozornost, zanimanje in željo, predvsem pa navdušiti za akcijo. Privlačna mora biti za oko in uho, izražati mora osnovno idejo in imeti trajnejšo vrednost, saj lahko le tako postane zvezda stalnica v poslovnem svetu (Korelc 2000).

Tako je tudi v primeru podjetja Johnson & Johnson pri izbiri imena za blagovno znamko Carefree. Dobesedni prevod blagovne znamke je brezskrben (Bolko in drugi 2008, 97). Izbira imena je pogosto povezana s tehnološkimi značilnostmi izdelka, v tem primeru so uporabniki Carefree izdelkov lahko brez skrbi. Carefree povezujemo z izbiro ciklamne barve, ki je privlačna na pogled zaradi njene intenzivnosti, za razliko npr. od izbire modre barve za Always, ki je hladna in vzbuja občutek sterilnosti. Izbira odtenka roza barve vsekakor nakazuje na spolno diferenciacijo in da je izdelek namenjen samo ženski populaciji. Izbira ciklamne barve ni naključje, saj so z njo poudarili in pridihnili blagovni znamki ženstvenost. Ženska je ženstvena zaradi svoje fiziologije telesa, posledično tudi zaradi menstruacije, ki pa je rdeče barve. Rdeča barva pa je odstranjena iz oglaševanja menstrualnih pripomočkov. Izbira rdeče barve za blagovno znamko bodisi vložkov bodisi tamponov bi bila bolj čutno nazorna kot katerakoli druga barva, hkrati pa bi pripomogla k dodajanju menstrualne vrednosti. S tem bi razbili tudi tabu krvi.

Carefree spremlja tudi rožnata gerbera. V 18. in 19. stoletju je podarjeno cvetje nosilo poseben pomen. Sporočilo rože gerbere je tako (bilo): »S teboj mi je lepše!« (M. F. 2012). Gerberi prav tako v govorici podarjenih rož pripisujemo najvišji izraz spoštovanja (Rože 2010). Pomeni pa tudi nedolžnost, čistost in dobrovoljnost (Smrklija 2009). Izbira temno rožnate gerbere implicira na posebnost in milino, temnejša rožnata pa na hvaležnost in naklonjenost (Aktivni.si 2011). Omenjeno lahko prenesemo tudi na nenaključno izbiro rožnate gerbere za znamko Carefree. Z izbiro lahko sklepamo, da goji omenjena blagovna znamka spoštovanje do menstruacije, ki pa ji navsezadnje predstavlja tudi tržno nišo. Da gre za internalizacijo pomena čistosti gerbere, se kaže tudi v izboru slogana »Ženske živijo v svetu svežine.« Te osnove spremljajo tudi oglaševalsko gradivo blagovne znamke Carefree, predstavljeno s (televizijskim) oglaševanjem v nadaljevanju.

Televizijski oglas, najverjetneje¹¹ predvajan februarja leta 2007, se nanaša na oglaševanje v prvi vrsti intimnega mila Carefree, nato pa še na ščitnike perila in vlažilne robčke omenjene znamke (Lomas d. o. o. 2007–2013). Postavna ženska akterka v oglasu nastopa v belem spodnjem perilu. Roka ženske akterke ob telesu zdrsne od bokov proti stegnom, fokus so bele hlačke in takrat razkrije svojo skrivnost pri negi telesa – to je uporaba naravnega intimnega mila Carefree z naravno aloe vero. V oglasu nastopajoča ženska pove, da se »zaradi te nežne nege« počuti bolje in da se to opazi, vendar ne izraža samozavesti, kar je vidno skozi telesno govorico. Ko se popraska po vratu, izraža dvom in negotovost (Kopčič 2010, 12), zazrt pogled v tla in povešena glava pa implicirata na žalost (Jablanšček in Mihaljčič 2013, 10). Posledično lahko podvomimo tudi o oglaševanem izdelku. Preden se odpravi iz kopalnice, pomežikne. Iz mimike lahko sklepamo, da je zdaj skrivnost razkrita in da lahko postane ta skrivnost tudi naša skrivnost, s tem ko prikažejo intimno milo, vlažilne robčke in ščitnike perila Carefree Aloe. Pod izdelki je viden slogan: »Carefree. Ženske živimo v svetu svežine« (Lomas d. o. o. 2007–2013).

Ta oglas je bil najverjetneje predvajan aprila leta 2007 in namenjen oglaševanju Carefree vložkov Flexifit (Lomas d. o. o. 2007–2013). Oglas se začne, ko se ženska akterka, oblečena v kavbojke in roza jopico, z lasmi, spetimi v čop, sprehodi mimo igrišča, kjer igrajo košarko. Ženska v oglasu ujame žogo, ki ji pade nasproti, in jo vrže na koš. V tistem hipu se njeno telo premakne v kopalnico in ženska se oblečena znajde v športnem spodnjem perilu, natančneje v belem nedrčku in »boksaricah«. Takrat predstavijo nove Flexiform ščitnike perila, ki se prilagajajo ne glede na izbiro hlačk. Nastopajoča ženska se sprehodi skozi kopalnico, se preoblečejo v rožnatomareličnen nedrček in tanga hlačke, kar implicira na to, da je mogoče uporabiti nove ščitnike perila ne glede na izbiro spodnjega perila. Ščitniki perila so »z večjim občutkom bombaža za še več ugodja«. Zdi se, kot da omenjeni vložki zgolj vzbujajo občutek bombaža, torej naravnosti, dejansko pa ga ne vsebujejo. Ženska se nato »prestavi« v diskoteko, kjer pleše. Je vidno nasmejana, ščitniki perila ji omogočajo udobnost ne glede na položaj. Še več, v diskoteki moški, ki pleše za njo, strmi v njeno zadnjico. Oglas implicira tudi na žensko seksualnost, ki je zaradi uporabe njihovih izdelkov in izbiri specifičnega spodnjega perila (v tem primeru tanga) toliko bolj spolno zaželena. Nezavedno ponotranjimo

¹¹ Besedno zvezo »najverjetneje« tu in v nadaljevanju uporabljam zato, ker sem menstrualno oglaševalsko gradivo prejela na USB ključu od podjetja Lomas d. o. o. Vsebuje datoteke, ki označujejo zadnji datum spremembe datoteke, kar sicer vsaj v mesečni determiniranosti ni zanesljivo, zato dopuščam možnost napačnega interpretiranja meseca, ne pa tudi leta.

tudi izbor perila za različne priložnosti. Čez dan počnemo seveda različne stvari, prisotna pa je samo ena stalnica – ščitniki perila Carefree Flexiform, kar implicira na njihovo nenehno uporabo. Sledi slogan: »Carefree ženske živimo v svetu svežine« (Lomas d. o. o. 2007–2013).

Oglas, najverjetneje predvajan junija 2008 (Lomas d. o. o. 2007–2013), oglašuje nove ščitnike perila Carefree Cotton. Oglas poudarja bombaž. To opazimo, ko ženska akterka leži v postelji z belo posteljnino, z obrazom je naslonjena na blazino, s polodprtimi očmi se osredotoča na njeno udobnost. V tem se prikaže rožnata gerbera, prepoznavni znak blagovne znamke Carefree. V ozadju akuzmatični glas ženske govori: »Doživetje čudovitega občutka bombaža ...,« medtem ko se nastopajoča ženska akterka v oglasu oblači v belo (bombažno) srajco. Ko se obleče, ženski akuzmatični glas nadaljuje: »... ves dan.« Njeno celotno stanovanje je belo, kar implicira na sterilnost. Pogled kamere se ustavi na vazi z rožnatimi gerberami, zatem pokažejo tudi nove vložke Carefree Cotton. Ko ženska akterka pogladi nov vložek, se kamera prestavi ven, usmerjena v nebo. Med listi drevja pronica svetloba. V tem trenutku se nastopajoča nasmejana ženska akterka, oblečena v rožičasto srajco in kratke bele hlače, pelje na rdečkasto-rjavkastem kolesu, v torbici pa nosi roza gerbero. Impliciramo lahko, da je uporaba Carefree ščitnikov perila, ki vsebujejo bombaž, stalnica v njenem življenju in da je ob uporabi tega vesela, uporaba pa udobna. Na koncu sledi seveda slogan (Lomas d. o. o. 2007–2013).

Naslednji televizijski oglas, najverjetneje predvajan leta 2010, prikazuje po pločniku sprehajajočo se žensko akterko, oblečeno v roza jopico, v barvo, ki predstavlja blagovno znamko Carefree (Lomas d. o. o. 2007–2013). Oglas se začne: »Ko bi le lahko vse ostalo na varnem mestu.« Pri tem se na zid obešen oglas (v znamenju Benettonovega oglasa) zravna. Nadaljuje se: »... tako kot novi Carefree.« Oglas predstavi novo, zaobljeno obliko Carefree vložka, ki »se manj viha in ostane bolje na mestu.« Nazorno prikaže staro in novo obliko Carefree vložka, ki se manj viha kot star. Na nek način poda lastno kritiko stare oblike vložka, ki ga nadomesti z boljšo obliko. Ženska akterka se sprehaja naprej, gre mimo druge ženske akterke, ki na ležalniku bere knjigo, sosednji prazni ležalnik pa se poravna, odviha v slogovnem stilu novega vložka. V tem primeru je ležalnik metonimiran kot vložek, kar dodatno potrdi besedna zveza: »Ostane na mestu.« Sedeča ženska se čudi, kako je sprehajajoči se ženski to uspelo. Sprehajajoča ženska akterka se ji le nasmeji, sedeča ženska akterka pa izdihne, kot bi si olajšala. Spregovori akuzmatični glas: »In ve ostanete sveže.« Oglas na koncu prikaže linijo Carefree vložkov, levo nad njimi pa je zapisano »Novo«.

Narisana je nova oblika vložka in obrisana stara oblika, kar vzbuja vtis, da je proizvajalec dejansko nekaj spremenil. Slogan se spremeni v: »Carefree. Občutite jutranjo svežino ves dan« (Lomas d. o. o. 2007–2013). Iz oglasa ne razberemo, ali gre za oglaševanje ščitnikov perila, ki so tudi vložki, ali vložkov, namenjenih vsrkanju menstrualne krvi. Glede na slogan bi lahko sklepali, da gre za ščitnike perila, saj gre pri njih za vsakodnevno uporabo. Svežina nastopa kot glavni atribut oglaševanja menstrualnih pripomočkov kot nasprotje umazani, »nesveži« menstrualni krvi. Prav tako je manj vihanja kontradiktorno, saj obstoječi menstrualni oglasi drugih blagovnih znamk kvečjemu oglašujejo vložke, ki se gibljejo skladno s telesom, ti pa ostanejo na mestu, se manj vihajo. Besedna zveza »varno mesto« implicira na vložek pod vagino.

Omenjeni Carefree televizijski oglasi se ne dotaknejo menstruacije in je zato tudi negativno ne konotirajo, navsezadnje gre predvsem za oglaševanje ščitnikov perila. Vseeno opazimo slogovno zaznamovane attribute oglaševanja, kot npr. varno na mestu. Oglaševanje je namenjeno obveščanju o novostih izdelkov Carefree linije. Slogan se spreminja od oglasa do oglasa, predvsem pa ga pripisujemo novim lastnostim izdelka.

3.3.3 ANALIZA SPLETNIH OGLASOV

Kot že omenjeno, družba Johnson & Johnson oglašuje tudi na spletnih straneh. Oglašuje predvsem tampone o.b. Najverjetneje leta 2010 so oglaševali na spletnih straneh, namenjenih predvsem najstnikom, kot so Eetaq, Smrklja ter družabnih omrežjih, kot je Netlog (Lomas d. o. o. 2007–2013). Oglas za tampone o.b. je bil oglaševan tudi na Žurnalovi spletni strani (glej Priloga C). Omenjene strani vsebujejo enak oglas, v katerem nastopa dekle v temačnem prostoru, oblečeno v bele hlače, ki pod neonskimi lučmi vidno odstopajo. Napis: »Vseeno mi je, če gledaš sem!« je s puščico usmerjen k hlačam. V zgornjem levem kotu je o.b. logo. Oglas implicira na nevidnost tampona, ženski je vseeno, če nekdo gleda v njeno zadnjico. Izbor belih hlač implicira na nemogočo pojavnost madeža, kar se dodatno potrdi z izbiro forenzične luči. Oglas je za menstruacijo pozitivno naravnan, ženska zaradi menstruacije ni oblečena v temnejša oblačila – prav nasprotno. Zaradi izpostavljenosti zadnjice in napisa, ki to potrjuje, je oglas seksualno aludiran, kar je posebnost v oglaševanju menstruacije (glej Priloga C.1, C.4, C.6, C.7, C.8).

Na spletnih straneh Eetaq ne opazimo le omenjenega oglasa, temveč tudi možnost naročanja brezplačnega o.b. vzorca in informacije, povezane s prvo uporabo, resnice in mite o tamponih, izpolniti je možno celo kviz¹² (glej Priloga C.2, C.3, C.4). Zanimivo je to, da v kvizu, kaj je res in kaj ni, označujejo uporabo vložkov ali tamponov kot zdravju škodljivo, kar je moč razbrati iz stavka: »Vložki so manj škodljivi za zdravje kot tamponi« (Lomas d. o. o. 2007–2013). Predvidevamo, da je odgovor »Ni res«, saj bi s tem negirali lastno oglaševanje tamponov. Velja poudariti, da družba Johnson & Johnson oglašuje tudi vložke, za katere lahko na podlagi nestrinjanja z zgornjim stavkom, laično sklepamo, da so vložki zdravju škodljivi. Da je bil eden in isti oglas predvajan na različnih spletnih straneh, lahko pripišemo minimiziranju stroškov oglaševanja ter predpostavki, da eden najstnik hkrati obiskuje več portalov namenjenih najstnikom. Ob tem je tudi prepoznavnost oglasa večja.

3.3.4 ANALIZA TISKANIH OGLASOV

Sledi analiza tiskanih oglasov, med katerimi so največ oglaševani tamponi o.b. (Lomas d. o. o. 2007–2013). Prvi oglas (glej Priloga Č.1), namenjen ženskam, oglašuje tampone o.b. in sugerira na uporabo tamponov ponoči. Ženska akterka v oglasu spi, vendar se smehlja, kar implicira na zadovoljstvo ob uporabi tamponov o.b. tudi ponoči, kar potrjuje tudi napis pod sliko »Za brezskrben spanec«. Posteljnina je bele barve, ženska akterka je oblečena v modro majico, kar implicira na čistost in sterilnost tudi med menstruiranjem ponoči. Hkrati implicira na nemogočo pojavnost madeža. To potrjuje tudi naslov oglasa: »97 % suhih noči«. Predvsem spominja na barvne podobe oglasov, značilnih za vložke blagovne znamke Always. Zanimivo je, da v ozadju, v sosednji hiši, nastopa še ena ženska akterka, ki pa je obrnjena z glavo navzdol, z nogami se opira palice kot netopir (Lomas d. o. o. 2007–2013). Sklepamo lahko, da ima menstruacijo, vendar ne more spati, saj ne uporablja o.b. tamponov. Oglas nam v tem primeru sporoča, da je tampon o.b. zdravilo za nespečnost. Ker je oblečena v belo, sklepam, da uporaba drugih konkurenčnih menstrualnih varovalnih pripomočkov (morebiti celo blagovne znamke Always) sicer preprečijo pojavnost madeža, vendar jim ne zagotavlja

¹² »Si tudi ti že slišala marsikaj o tamponih, pa nisi prepričana, kaj od tega je res? Dejstvo je, da ene punce prisegajo nanje, druge jih ne marajo ali se jih celo bojijo. Reši kviz in se oboroži s pravimi informacijami!«

»Vložki so manj škodljivi za zdravje kot tamponi.«

»Res je.«

»Ni res.« (Lomas d. o. o. 2007–2013).

spanca, ker so »mokre«, o.b. tampon pa zagotavlja suhe noči. Ženska akterka, obrnjena na glavo in z nogami opirajoča se palice spominja na netopirja. Netopirji, kot vemo, so nočna bitja, hkrati pa se nekateri prehranjujejo s krvjo večjih živali. V tem primeru lahko sklepamo, da je ženska akterka, ki ima menstruacijo, ogrožena, saj njena menstrualna kri vabi žensko »netopirko«. Oglas hkrati implicira, da do nje ne more, saj uporaba tampona o.b. preprečuje tudi neprijetne menstrualne vonjave. Oglas oglašuje tampone o.b. Super vpojnosti, vendar opazimo spodaj še napis, da za izbiro vpojnosti tamponov preberemo priloženo navodilo in da tamponi Super vpojnosti niso primerni za prvo uporabo (Lomas d. o. o. 2007–2013). Vse skupaj spominja na že znani oglaševalski atribut, ki ga uporabljajo farmacevtske industrije pri oglaševanju svojih produktov. Glasi pa se: »Pred uporabo natančno preberite navodilo. O tveganjih in nezaželenih učinkih se posvetujte z zdravnikom ali farmacevtom.« V tem primeru lahko sklepamo, da je tampon zdravilo za menstrualno bolezen. Sklicevanje na medicinski diskurz implicira na povezavo med zdravjem in uporabo tamponov o.b. Še več, oglas vsebuje tudi napis »o.b., oblikovala jih je ginekologinja,« kar vzbuja vtis preverjene, verodostojne blagovne znamke, v katero nihče ne podvomi. Ginekologija je specializacija, ki je spolno vezana na ženske, vendar menim, da si v omenjeni stroki ginekologinja, ki je oblikovala o.b. tampon, zasluži, da za njenim nazivom ginekologinje stoji tudi ime. Brskajoč po različnih spletnih straneh sem sicer zasledila, da jih je oblikovala nemška ginekologinja Judith Esser leta 1950 (Click2chic.si 2014), na uradni spletni strani o.b. tamponov pa te informacije ne dobimo, kot bi lahko pričakovali. Judith Esser naj bi bila strastna plavalka. Prav zaradi tega je izpopolnila omenjeni pripomoček, tako da se zdi logična povezava v oglaševanju med tamponi in plavanjem. Glede na to, da je podjetje Johnson & Johnson na področju prodaje tamponov vodilno, bi lahko vsaj kot zahvalo navedlo ime ginekologinje, ki je »izboljšala življenje« žensk in na katere račun tržijo blagovno znamko o.b. Na spletni strani www.click2chic.si/sl/O.B.-/ izvem o tamponih o.b. kanček več kot na uradni spletni strani tamponov, in sicer, da tamponi ne vsebujejo klora, da imajo minimalno količino embalaže, da so narejeni iz 90 % recikliranih materialov in da izdelek ni testiran na živalih. Menim, da bi morali omenjene tehnološke lastnosti bolj poudariti, čeprav si ne predstavljam, kako bi sicer izdelek testirali na živalih. Zmoti me podatek, da vsebujejo minimalno količino embalaže. Ta minimalna količina embalaže celo vpliva na uporabo tamponov, o čemer priča komentar obiskovalke foruma Med.Over.Net na temo Abc ginekologije in porodništva ter podtemo, ki nosi naslov Glivice. Na Mojčino vprašanje: »Zanima me, ali uradna medicina oz. ginekologi v Sloveniji za zdravljenje vaginalnih glivic res priporočajo tampon, namočen v kis ali jogurt?«

(Med.Over.Net 2006), odgovarja Stanko Pušenjak, mag., dr. med., specialist ginekolog in porodničar. Omenjena metoda naj bi po njegovem mnenju delovala in jo podpira, če ženska ne more do zdravnika. Priporoča pa »tudi to metodo kot samostojno samopomoč ali pa kot dodatno pomoč k vračanju stanja v normalno.« V oči me zbode komentar obiskovalke, ki zapiše: »Ginekologi za preprečevanje tovrstnih težav med drugim priporočajo izogibanje higienskim vložkom, ki so pretežno sestavljeni iz plastične folije. Zadnjič sem odvila tampon o.b. (normal) in presenečena odkrila, da je mrežica, ki ga prekriva in ki naj bi olajšala vstavljanje, iz plastične folije (!). Vsekakor jih ne uporabljam več – čeprav naj bi jih oblikovala ginekologinja« (Med.Over.Net 2006).

Iz lastne izkušnje lahko potrdim, da mi pri glivičnem vnetju ginekologinja odsvetuje kakršno koli uporabo higienskih pripomočkov, kot so dnevni vložki, intimna mila ipd. Svetuje mi zgolj uporabo navadnih bombažnih hlačk, kot argument pa navaja, da bombaž diha in bo vrnitev v »normalno« stanje tako hitrejša. Moramo se vprašati, kakšna je kakovost, ki jih vsebujejo menstrualni higienski pripomočki, in kaj je namen izuma tampona. Zdi se, da ga je Judith Esser zasnovala zgolj kot higiensko varovalo med plavanjem. Prav tako bi rada opozorila na paradoks, da tampon izumi ginekologinja leta 1950, 60 let kasneje pa ta ista specializacija negira uporabo higienskih pripomočkov v nekaterih primerih. Komentar obiskovalke foruma je zanimiv še z enega stališča, in sicer z vidika neoporekanja medicinski stroki – ker ga je oblikovala ginekologinja, naj bi bil dober. Sama ga ne bo več uporabljala, ker vsebuje o.b. Normal mrežico, ki je iz plastične folije. Naj dodam, da so komentarji na omenjenem forumu iz leta 2006 in da je možno zaznati premik tudi pri vsebnosti materialov, kar je vidno iz oglaševanja nove »SilckTouch« površine, ki omogoča preprostejše vstavljanje tampona, poleg tega pa ta svilena gladkost asociira na naravnost materiala.

Sledijo oglasi najverjetneje iz leta 2008, namenjeni dekletom (glej Priloga Č.2, Č.3, Č.4.). Prvi oglas (glej priloga Č.2) predstavlja straniščna vrata (Lomas d. o. o. 2007–2013). Izbor straniščnih vrat v oglasu predstavlja menstruacijo kot nekaj, kar mora ostati zaprto za vrati, hkrati pa implicira na menstrualno zasebnost. Omenjeno bi lahko tudi zanikali, saj straniščna vrata niso zaklenjena. Na vratih je namesto slike, ki bi opozorila na to, ali je stranišče namenjeno ženskam ali moškim, upodobljena ženska, ki leti s tamponom v roki. Tampon je v tem primeru balon, kar implicira, da je ženska z uporabo o.b. tamponov svobodna, morebiti celo osvobodjena menstruacije. To dodatno potrdi napis: »Počuti se varno. Počuti se svobodno. O.b. ProComfort, nepremagljiva zaščita, na katero se lahko zanesesh.« Sprašujem se, zakaj bi

bila uporabnica tamponov ogrožena zaradi lastne menstruacije in zakaj bi menstruacija »vodila bitko« z nepremagljivim tamponom, ki zadrži tekočino znotraj tampona, če pa tampon obstaja prav zaradi nje. Hkrati trditev »varno zadrži tekočino znotraj tampona« implicira na tabu (menstrualne) krvi v oglaševanju. Tampon navsezadnje zadržuje menstrualno kri in ne katerokoli tekočino. »Ne glede na priložnost, boš lahko pozabila na svojo menstruacijo« pa negativno zaznamuje menstrualno obdobje kot nekaj, kar onemogoča vsakdanje aktivnosti, ob uporabi o.b. tampona pa ženske lahko živimo »neobremenjeno polno življenje«. Naj poudarim, da higienski menstrualni pripomočki obstajajo zaradi menstruacije in ne obratno. Ženske aktivno menstruiramo v povprečju 40 let (glej Priloga E: Prosojnica 4), ostali del življenja pa je za proizvajalce higienskih pripomočkov lahko obremenjeno, prazno življenje. Sprašujem se, ali je menstruacija resnično vir obremenjevanja, in če ne, ali o.b. tamponi s svojo magično močjo ne odpravljajo samo menstrualnih tegob, temveč tudi druge.

Naslednji oglas (glej Priloga Č.3) prav tako predstavlja vrata, vendar vrata garderobe v kopališču (Lomas d. o. o. 2007–2013). Ta so odklenjena. Vrata garderob v javnih kopališčih sicer niso ločena po spolu uporabnikov, vsaj na vratih ni znaka, medtem ko na teh garderobnih vratih vidimo dekle, ki plava. Njeno telo je utelešeno v obliki tampona, vrvica predstavlja roke, ostali del tampona pa predstavlja njen trup. Oglas je namenjen dekletom, ki še niso uporabile tampona. To predpostavljam glede na dejstvo, da je v oglasu slika tamponov o.b. ProComfort Mini in da je prisoten napis: »Naredi odločilen korak.« Na tem mestu se sprašujem o povezavi količine menstrualne krvi z izbiro vpojnosti tamponov. Glede na to, da lahko s tamponi med menstruacijo plavaš in da predhodni oglas (glej Priloga Č.2) oglašuje vsrkanje tekočine, se sprašujem, ali bo v bazenu ostalo sploh kaj vode. Ta oglas se poimenovanju menstrualne tekočine ali še bolje menstrualne krvi izogne s poimenovanjem: »varno zadrži tekočino tam, kjer nastaja, in ti zagotavlja zanesljivo zaščito.« Ob tem hkrati zaznamuje mesto nastanka menstrualne krvi. V tem primeru zmotno mislimo, da je mesto nastanka menstrualne krvi v vagini in ne v jajčnikih. »Ne zamudi nobene priložnosti za druženje s svojimi prijatelji« in »neobremenjeno polno življenje« implicirata, da je zaradi menstruacije izbor dejavnosti omejen, ob uporabi o.b. tampona pa je potek dejavnosti nemoten. Hkrati bi lahko sklepali, da so dekleta zaradi menstruacije izključena iz družabnih, skupnih aktivnosti in da uporaba tampona služi tudi kot varovalo pred zamudo skupne delitve aktivnostne izkušnje. Čeprav morebiti ob uporabi tampona tvegajo deviškost (glede na to, da oglašujejo ob. ProComfort Mini), je ta nad strahom pred izgubo.

Sledi še zadnji oglas v seriji uprizoritve vrat, tokrat se znova pojavijo straniščna vrata (glej Priloga Č.4) (Lomas d. o. o. 2007–2013). Znak, ki nakazuje uporabo toaletnih prostorov, namenjenih ženskam, zamenja ženska, ki »sprehaja« tampon. V tem primeru predstavlja vrstica tampona povodec, tampon pa predstavlja psa. Napis »o.b. ProComfort te uboga« dodatno potrdi analogijo s sprehajanjem psa. Tampon je tako »ubogljiv kot pes«, ko ga predhodno vstaviš na »pravo« mesto. Oglas je v seriji vseh treh oglasov z vratnimi prispodobami še najmanj jasen in logičen, kar dodatno potrdi stavek: »Raje porabi čas za svoje prijatelje in ne za tampone.« V tem primeru lahko sklepamo, da je ta prijatelj morebiti pes in da je vstavev tampona dolgotrajna in zamudna. Morda tovrstno negiranje povzroči dramatični učinek in je dejansko sporočilo, da se lahko družiš s prijatelji kljub menstruaciji, med drugim tudi – vstavev tampona je hitra in tako ne zamudiš ničesar. Vse do zdaj omenjene oglase spremlja napis: »o.b. oblikovala jih je ginekologinja,« medtem ko se pri oglasu najverjetneje iz leta 2013 (glej Priloga Č.5) pojavi nov napis: »Začeti z o.b. je izi« (Lomas d. o. o. 2007–2013). Omenjeni oglas z morebitnim novim sloganom je namenjen dekletom, ki se seznanjajo s prvo uporabo tampona. V oglasu nastopata personificirana torbica, mp3 in tampon. Ročaj torbice predstavlja vaginalno odprtino, saj tampon zdrsi po njem in opozori na svojo »SilkTouch površino za iiiiizi vstavljanje.« Mp3 se pri tem čudi: »Kul! Kakšna moč drsenja!« Uporaba slenga deluje bližje najstnicam, vendar je risana predstavitev, ki je sicer podobna oglasu, oglaševanem na uradni o.b. spletni strani, nejasna. Na vrhu oglasa, jumbo plakata, je napis »O.b. za izi vstavljanje«, ki deluje kot recept. Podjetje dodatno preimenuje, poosebi »vstavljanje« tampona v »o.b. vstavljanje«. Zasledimo lahko tudi napis »Za brezplačen vzorček obišči www.obtamponi.si.« Glede na oblikovne prvine, ki jih zasledimo tudi na uradni spletni strani tamponov, lahko sklepamo, da oglas služi promociji omenjene spletne strani.

Zadnji tiskani oglas pa z izjemo od predhodnih oglašuje nove ščitnike perila Carefree Cotton (glej Priloga Č.6). V oglasu nastopa ženska akterka, oblečena v belo haljo, s stisnjenimi rokami ob prsih. Oglas bolj spominja na oglaševanje mehčalca in ne ščitnikov perila. Spodnji del oglasa je obarvan v rožnato barvo, barvo blagovne znamke Carefree. Omenjeni oglas je nastal najbrž tudi kot posledica televizijskega oglasa iz najverjetneje istega leta, leta 2008, njegov namen pa je bil opozoriti na nove bombažne ščitnike perila tudi v tisku. Uporaba novih ščitnikov perila omogoča ugodje in popolno sproščenost. V desnem spodnjem kotu je poleg slike logo: »Carefree. Ženske živijo v svetu svežine« (Lomas d. o. o. 2007–2013).

3.4 ANALIZA IN INTERPRETACIJA UGOTOVITEV FOKUSNE SKUPINE

Metodo fokusne skupine sem izvedla 16. januarja 2014 na Osnovni šoli Karla Destovnika Kajuha v Ljubljani. Vzorec je zajel dekleta in fante 9. razreda. Učence sem prosila, če se lahko med prosto uro oglasijo na sproščen pogovor v knjižnici, z namenom in temo pogovora jih sprva nisem seznanila. Med prostimi urami se učenci največ zadržujejo v knjižnici, ki je zelo lepo urejena, opremljena celo z blazinami za sedenje, kar vzbuja vtis domačnosti in sproščenosti. Prostor se mi je zdel ravno pravi za izvedbo sproščenega pogovora. Izbira primerne prostora, ki omogoča sproščeno neuradno komunikacijo v šoli, mi je, kot sem predvidela, omogočila dostop do več informacij. Popolnoma spontano se je udeležilo »pogovora« 7 deklet in 5 fantov, tako da je naključna izbira udeležencev zadostovala za izvedbo fokusne skupine. Najprej sem se zahvalila za udeležbo in jih kot moderatorica fokusne skupine prosila, naj se predstavijo. Nato sem jih seznanila s temo, o kateri naj bi govorili. Fantje so se sprva začeli glasno smejati. Začeli so se zgražati, saj naj bi bila to tema, ki se dotika samo deklet, žensk (glej Priloga D, komentar Miloša: »A to ženske rabjo.«). Dva učenca (Emil in Tilen) sta se takoj distancirala od pogovora, zavzela držo prekrizanih rok in tako preživela ostanek diskusije v tišini, čeprav sem ju večkrat spodbudila k sodelovanju. Dejala sta, da sodelujeta pri tem pogovoru tako, da sta tiho, ker je to najprimerneje. Prav tako se je Roku zdela pomembnejša igrice na telefonu kot tema pogovora. Diskusija je trajala 33 minut. Posnela sem jo z diktafonom, kar je omogočilo njeno natančno analizo. Naj omenim, da je neuradni pogovor terjal tudi to, da so se večkrat prerekali med seboj in je bil zato zaradi nerazumevanja besedila nemogoč prepis celotnega pogovora. Večkrat sem jih neverbalno opozorila, naj se umirijo, in spodbujala fante k aktivnemu sodelovanju. Pogovor je potekal popolnoma sproščeno, v slengu. Dekleta so zavzela položaj »vsevednic«. Večkrat so se posmehovala fantom in jim dala vedeti, da o tem nič ne vedo, medtem ko so fantje ostajali distancirani.

Prvo vprašanje je bilo vezano na asociacije, ko nekdo omeni menstrualno kri. Asociacije so bile povezane z rdečo barvo, bolečinami, krči, neurejenim ciklusom, tečnostjo, Izaka je asociirala menstrualna kri na kri. Udeleženci fokusne skupine so se začeli nato prerekati, dekleta so Izaka besedno napadla. Tanja je izpostavila asociacijo: »Ma tist, k kihneš, pa se ti vse ulije.« Druge udeleženke so temu pritrdile.

Nadalje me je zanimalo, kako drugače poimenujejo menstruacijo. Sprva so dekleta poudarila menstrualni cikel ali mesečno perilo, čeprav sem pričakovala slengovsko poimenovanje menstruacije. Presenetila je Tara, ki je izpostavila starinski izraz za menstruacijo, »menarha«. Sledilo je poimenovanje menstruacije kot »menstra«, »teta iz Amerike«, »teta s Krvavca«. Vpliv medicinskega diskurza je viden iz poimenovanja menstruacije kot menstrualnega ciklusa, medtem ko lahko izraz mesečno perilo pripišemo oglaševalskemu diskurzu in zreduciranosti izraza na čiščenje. Izraz menarha me je sprva presenetil, vendar sem na koncu pogovora od drugih deklet izvedela, da je Tara vzgajana v tradicionalističnem duhu in da se z njo težko poistovetijo, ker naj bi imela drugačne percepcije kot druga dekleta.

V nadaljevanju pogovora sem vprašala, ali imajo vsa prisotna dekleta menstruacijo. Vsa so to potrdila. Zanimalo me je še, ali bi to tudi naglas poudarila, če menstruacije ne bi imela. Dobila sem pritrdilni odgovor. Breda je poudarila, da to ni nič takega. Izak se je pošalil: »Jst je še nisem dobil.« Odtujenost od menstruacije se v njegovi šali kaže skozi poimenovanje kot nekaj, kar dobiš. Ko sem vprašala, ali poznajo koga v razredu, ki še nima menstruacije, so začela dekleta šepetati in ugotavljati, katera poleg sošolke Lare še nima menstruacije. Čeprav zanje to, da nekdo še nima menstruacije, naj ne bi bilo nič posebnega, je njihovo šepetanje nakazovalo, da ne bi rada izpostavila deklet, ki še nimajo menstruacije, kot da bi bilo to nekaj, kar zamujajo.

V prvih letih menstruacije dekleta ne morejo oceniti, kdaj bo nastopilo menstrualno obdobje, saj se menstrualni cikel uravnava in je menstruacija nemalokrat neredna. To so potrdila tudi dekleta v fokusni skupini, vendar so izpostavila, da se je menstruacija zdaj uredila. Breda je poudarila, da jo je imela tudi po dvakrat na mesec (besedna zveza imeti menstruacijo implicira na nekaj tujega, na nekaj, s čimer se ne moreš poistovetiti). Njihov menstrualni cikel traja tri, štiri, pet dni. Dekleta so izpostavila, da je bil začetek menstruiranja daljši, Breda je od vseh deklet imela še najbolj nereden cikel, vmes ji je menstruacija celo izostala. Njen govorni ton je bil jezen, razbrati je bilo mogoče, da jo je to jezilo, ker je mislila, da je menstruiranja končno konec. Internalizacija uravnavanja menstrualnega ciklusa v prvem letu menstruiranja je jasna in nakazana kljub jezi. Izaku se je to zdelo predvsem smešno.

Nadalje sem povprašala fante, kaj vedo o menstruaciji. Pri tem so se dekleta začela glasno smejati, kot bi želela povedati, da o tem fantje ne vedo prav nič. Izak je izpostavil: »Ma boli, pa neki. Vemo to, kar so zdeje povedale.« Povprašala sem, ali bi to vedeli, četudi dekleta tega

takrat ne bi izpostavila. Rok je odgovoril: »Ja, jst bi vse vedu.« Pri tem je glasno zakričala Tanja: »Kaj ste frajerji!« Fantje so se pri tem smejali, Izak je dodal: »Ja, vem, da če čihneš, da pol vse vn zleti.« Povprašala sem ga, kaj je to, kar zleti ven. Izak je odgovoril: »Ja, če čihneš.« Bistvo menstruiranja je zreducirano na kihanje, izogibanje poimenovanju tistega, kar zleti ven, pa implicira na idejo o njegovem nemem poimenovanju ali pa nevednosti. Breda je dodala, da je to »smotano« in da »prou tak izliv pol pride.« Sklepamo lahko, da kihanje povzroči izliv.

Tanjo so ponesle asociacije k prakticiranju spolnih odnosov med menstruacijo: »Ooo moj bog, al loh neki dodam? Kaj pa ena ženska na internetu napiše, a maš loh med menstro spolne odnose?« Dekleta so se ob tem začela zgražati in obnašati, kot da je to nekaj nagnusnega. Povprašala sem jih, kaj je ta odgovor pomenil. Breda je poudarila, da sicer lahko imaš spolne odnose v času menstruacije, ampak da to ni v redu. Sonja je dejala: »A si predstavljaš, seksaš in pol kihneš?« Vsi so se začeli smejati. Povprašala sem fante, kaj si mislijo o tem, nakar so odločno rekli Ne. Vesna je dodala, da je to fuj. Zanimalo me je, zakaj naj ne bi imeli spolnih odnosov med menstruacijo, nakar je Izak odgovoril: »Ja, pa da una kihne tm. Vau.« Znova so udeleženci fokusne skupine povezali menstruacijo s kihanjem in posledično z morebitnim večjim izlivom krvi. Izak pripisuje, da je seks med menstruacijo »slab«, kar je vidno iz komentarja »vau«, v smislu to je pa res potem »dober« seks, če ženska kihne in se izlije menstrualna kri.

V nadaljevanju me je zanimalo, kdo je dekleta prvi poučil o menstruaciji. Odgovorila so, da je bila to mama. Fante naj bi prvi seznanil z menstruacijo oče, pri čemer so se vsi začeli glasno smejati. Vse to nakazuje na internalizacijo ideje, da je samoumevno, da dekleta o menstruaciji pouči mati, fante pa oče. Ko sem povprašala, kaj jim je povedal oče o menstruaciji, je Miloš odgovoril, da nič. Tanja se je zavzela za fante in rekla: »Joj, a ne vidte, da jim je nerodn govort o tem!« To sem opazila tudi sama, zato sem jih nagovorila. Izak je odgovoril, da ni zadržan, Rok je igral igrico na telefonu, Miloš je pogledoval naokoli, Tilen je zgolj skomignil z rameni, Emil pa je dejal, da je to za ženske in da sodeluje tako, da je pri tem pogovoru tiho. Fantje so zavzeli značilno držo in se do pogovora razen Izaka distancirali. Dekleta so jih ohranjala na distanci, menila so, da jim je nerodno govoriti o tem, kot bi jih bilo sram, in zato bi jih bilo dobro pustiti pri miru. Nisem želela naprej razpravljati, zato sem nadaljevala z vprašanji v upanju, da bodo fantje bolj odzivni.

Udeleženke fokusne skupine prepoznajo beli tok kot indikator, da bo menstruacija nastopila, občasno so prisotne celo bolečine v trebuhu. Vse uporabljajo menstrualni koledarček, čeprav ga je Bredi že zmanjkalo. Tanja jo je opozorila, da dobiš menstrualni koledarček v lekarni zastonj. Zdi se, da služi menstrualni koledarček zgolj kot menstrualni zapis in ne kot indikator približnega napovedovanja nastopa menstruacije. Kljub njegovi uporabi dekleta ne vedo, kdaj bo menstruacija nastopila, čeprav so sprva trdila, da je njihova menstruacija redna in da se je že uravnala. Razen Tanje druge ne vedo, kdaj bo menstruacija nastopila, kot dodatni indikator nastopa menstrualnega ciklusa pa prepoznavajo bolečine v trebuhu. Pri tem se je Izak pošalil, da je njega včeraj tudi bolel trebuh, kar kaže na poskus poistovetenja z menstruacijo, čeprav na humoren način.

Dekleta so dobila prvo menstruacijo pri dvanajstem ali trinajstem letu starosti. Menstruacijo doživljajo kot nekaj, kar je zelo boleče in naporno. Izak je pri tem nenehno kihal, kot bi jih želel opomniti na izliv krvi ob kihanju. Izpostavila so, da veliko jedo, kakšen dan celo nič, naslednji dan pa zaužijejo ogromno količino hrane. Vesna je poudarila nihanje razpoloženja. Nekatera dekleta so dejala, da večkrat jokajo brez razloga, vendar tega niso pripisala menstruaciji. Tanja je priznala, da ni kriva menstruacija za nenehen jok, kot bi bilo to že v njeni naravi.

Vse udeleženke fokusne skupine uporabljajo kot higienske menstrualne pripomočke vložke, nobena ne uporablja tamponov, ker to po njihovem mnenju za njih ni primerno. Breda meni, da niso pripravljene na uporabo tampona. Tanja meni, da se tampon lahko uporabi po prvem spolnem odnosu. Ko sem jih povprašala, če s tem mislijo, da uporaba tampona ni varna za device, so pritrdile. Tanja je poudarila, da je glavna težava vezana na strah, da bi vrvica tampona ostala v vagini. Tara meni, da so tamponi »smotani za vstavljanje.« Povprašala sem jo, kako ve, da so »smotani za vstavljanje«, če pa jih še ni preizkusila. Odgovorila je: »Ja, baje je tako.« Alina je celo negirala in dejala, da je vstavljanje lahko, čeprav tudi ona ni preizkusila tamponov. Menim, da bi oglaševalci tamponov morali bolj poskrbeti za oglaševanje vstavljanja tamponov in se ne bi smeli toliko ukvarjati z razbitjem mita in uporabo tamponov, čeprav dekleta še niso imela prvega spolnega odnosa. Predvsem je prisoten strah, da bo tampon morebiti ostal v nožnici.

Ko sem jih prosila za priklic blagovne znamke vložkov, so vse v en glas izpostavile Always, najbrž zaradi najpogostejšega oglaševanja. Dekleta so naštela kot drugo navedbo drugega

oglaševalskega giganta, Carefree, sledil je še priklic znamke Violeta, Camomile, Naturella, Libresse, vendar poudarjajo, da so Always najboljši vložki. Naj opozorim, da gre za znamko Naturella Camomile in ne posamezno blagovno znamko Camomile, kot je navedla Tanja. O poznavanju blagovnih znamk vložkov sem povprašala še fante. Milošu se je zdel pogovor očitno nezanimiv, zato je začel igrati igrico na mobilnem telefonu. Ko sem ga povprašala, ali pozna katero znamko vložkov, je pripomnila Tanja, naj fante vprašam raje kaj drugega, kot da o tem ne bi ničesar vedeli. Pri tem je Tara začela propagirati nakup vložkov znamke Always, pri čemer je Miloš cinično dodal: »O.K., zdj bom vedla, katere bom kupla.«

Ko sem povprašala fante, če poznajo katero znamko tamponov, so odgovorili z ne. Pri tem je Mateja dodala, da še ona ne pozna nobene blagovne znamke tamponov. Moč je bilo razbrati le, kako naj bi jih potem poznali fantje, če jih še ona kot ženska ne pozna, in dodatno je potrdila, da menstruacija ostaja domena žensk. Miloš je izpostavil blagovno znamko Durex, nakar so ga opozorili, da je Durex blagovna znamka kondomov. Tanja je tudi dodala, da omenjena blagovna znamka trži celo lubrikante. Povezava se mi je zdela zanimiva z vidika tampona in kondoma kot zaščite. Pri tem jih je tampon najbrž asociiral na moški spolni ud, hkrati pa naj bi tampon služil kot menstrualno varovalo, kondom pa kot varovalo pred izlitjem semenčic in varovalo pred nezaželeno nosečnostjo, morebiti celo prenosljivimi spolnimi boleznimi. Dekleta so izpostavile pri priklicu blagovne znamke tamponov zgolj blagovno znamko o.b., najbrž tudi zaradi oglaševanja.

Pogovor sem preusmerila na sistematski pregled kot enega izmed virov posredovanja znanja o menstruaciji in morebiti celo viru prikritega oglaševanja v zdravstvu. Podjetje Johnson & Johnson sodeluje pri pripravi internega gradiva za učitelje na lastno pobudo (Lomas d. o. o. 2014). Prve strani so namenjene predavanju o menstrualnem ciklusu. Več kot polovica internega gradiva predstavlja zaščito ob menstruaciji (predstavitvi higienskih pripomočkov: dnevnih vložkov, higienskih vložkov, tamponov), razlike med vložki in tamponi, pravilno vstavljanje tamponov (o.b. seveda), intimno higieno (pri čemer izpostavijo Carefree intimno milo), vzrok nastanka aken (izpostavijo redno uporabo čistilnega mleka, tonika, vlažilnega sredstva). Prav tako je pripravljen prispevek Gibanje za »tiste dni«, ki vključuje osnovne informacije o menstruaciji in šolskih športnih dejavnosti kot spodbujanje športnih aktivnosti tudi med menstruacijo (glej Priloga D). Tanja je poudarila, da so imeli dolgo predavanje o tem, fantje pa si s sistematskega pregleda niso zapomnili ničesar. Ko sem povprašala dekleta, kaj so si zapomnili s sistematskega pregleda, so odvrnila, da vse. To je Izak komentiral: »One

lah to skos ponavljajo, itak vsak mesec to slišjo.« Tanja ga je opomnila: »Slišijo!?« Glede na omenjeno lahko sklepamo, da dekleta ne potrebujejo predavanj o menstruaciji, ker se dejansko dotika njihove biološkosti. Dekletom se je najbolj vtisnil v spomin potek menstrualnega ciklusa. Breda je izpostavila, da se spomni pesmice v videu zapisu, ki je bila povezana z menstrualnim ciklusom, ki so si ga sicer ogledali pri učni uri biologije.

Pogovor sem znova preusmerila na sistematski pregled. Dekleta so si na sistematskem pregledu ogledala predstavitev v powerpointu, fantje pa so poslušali predavanje s prosojnicami. Zanimalo me je še, če jim je medicinska sestra pokazala poleg menstrualnega ciklusa še kaj. Tanja je izpostavila: »Ja, to obdobje k odraščamo, kaj je pač pr moških drgač, se spreminja, kaj se pri ženskah. Razlike, o hormonih.« Ker nisem dobila zelenega odgovora, sem jih povprašala: »Ali ste dobile kakšen vzoreček?« Tanja sprva ni vedela, kakšen vzoreček imam v mislih, nato pa povedala, da so prisotne na sistematskem pregledu dobile Carefree vložek in menstrualni koledarček. Druga dekleta so v spomin priklicala zgolj menstrualni koledarček. Nadalje me je zanimalo, ali so jim predstavili še kakšne produkte. Tanja je dejala, da so dobile neko kremo, nakar je Izak dodal: »Sam res. Keri zahrbtni ljudje so to. Nm dajo eno kremo za mozolje, one pa dobijo tamponi.« Dekleta so pri tem glasno in jezno vzkliknila: »Vložkeee!« Iz omenjenega je moč razbrati nezadovoljstvo z vzorčkom, ki so ga prejeli fantje, oziroma zdi se, da je vzoreček, ki so ga prejela dekleta, bolj uporaben. Dejstvo je, da večina deklet pri tej starosti že ima menstruacijo, mozoljev pa ne vsi. To, da Izak zamenja tamponi z vložki, kaže, da fantje ne poznajo dobro delovanja higienskih menstrualnih varoval oziroma da ne ločijo med tamponi in vložki, kar dodatno potrjuje burna reakcija deklet.

Dekleta sem povprašala, če jim je bilo to, kar so dobile, všeč, nakar je Breda odgovorila, da z vložkom ni bila zadovoljna, ker je zaprisežena blagovni znamki Always. Tara je izpostavila, da dobljeni Carefree vložek ni dober, saj »prepušča«. Dekleta so jo grdo ošvrknili s pogledom, Alina pa jo je poučila: »Pa to je dnevni vložek?« Seveda smo vsi razumeli, da je Alina mislila, da je Carefree vložek namenjen vsakodnevni rabi in ne menstrualni. V tem primeru se mi zdi vredno poudariti, da dekleta niso ponotranjila televizijskega oglaševanja družbe Johnson & Johnson, saj bi drugače poimenovala dnevni vložek kot ščitnik perila, ker so pač dnevni vložki poleg nočnih namenjeni tudi menstrualni rabi. Omenjeno pripisujem tudi temu, da je med prispevki zaznati tudi nekaj nepravilnosti, eksplicitno vidno skozi navedbo seznama higienskih izdelkov za ženske, čeprav družba Johnson & Johnson pripravlja gradivo za izvedbo predavanj sistematskih pregledov (Lomas d. o. o. 2014). Seznam vključuje dnevne

vložke, higienske vložke (za zunanjo zaščito) in tampone (za notranjo zaščito) (glej Priloga E: Prosojnica 6). Da gre za težavo pri poimenovanju, je potrdil tudi Bredin komentar, da ona dnevnih vložkov ne more uporabljati, ker se boji pojavnosti madeža, uporabo dnevnih menstrualnih vložkov pa povezuje s pogostejšim obiskom šolskega stranišča, zato tudi čez dan uporablja nočne vložke. V tem primeru je mogoče razbrati, da so menstrualni rabi namenjeni dnevni in tudi nočni vložki ter da zadnji bolje vpijajo. Dekleta so nato izpostavila, da se počutijo bolj varna z vložki, ki imajo več kapljic, torej večjo vpojnost. Vesna je izpostavila: »Še posebi, če maš svetle hlače.« Tema pogovora je tako nanesla na kodeks oblačenja v času menstruacije. Kot pričakovano, se dekleta oblačijo v temnejša, črna oblačila, Breda ima med menstruacijo rdeče ali črne hlače, kar implicira na internalizacijo ideje o popolni preprečitvi pojavnosti madeža, sploh ob uporabi nočnih vložkov. Zanimiv se mi je zdel komentar Tanje: »Ozke hlače, tmna oblačila«, zato sem povprašala, zakaj, na kar je Mateja odgovorila: »Ja, če ti gre čez, da se ne vid tok. Če je belo, bo ...« Pričakovala sem nošenje ohlapnih oblačil, vendar se izbor ozkih hlač v času menstruacije zdi več kot upravičen razlog, saj naj bi po mnenju Tanje ozke hlače dodatno »vse skp držale«. Le Vesna je poudarila, da se v času menstruacije oblači v svetlo in da je to ne moti, ker je že poskusila in madež ni bil prisoten. Tanja je dodala, da nosi bele hlačke. Predvidevam lahko, da je izbor belih spodnjih hlačk namenjen temu, da lahko v primeru menstrualnega madeža spodnje hlačke operemo pri višjih stopinjah in je madež tako možno odstraniti.

Povprašala sem fante, če opazijo, kdaj imajo dekleta menstruacijo, saj sem predvidevala, da je omenjeno vidno glede na kodeks oblačenja v času menstruacije. Ker so odgovorili, da ne opazijo, sem jim ponovno postavila malo drugačno vprašanje: »Ne opazite, da se drugače obnašajo, oblačijo?« Miloš je odgovoril: »Aja to. Mogoče so tečne,« na kar je Izak dodal: »Ma, tečne so itak skos. To so itak skos.« Miloš očitno povezuje menstruacijo s tečnostjo, medtem ko Izak povezuje tečnost z naravo deklet. Vesna je dodala: »Seveda, ja.« Zanimivo se mi je zdelo, da prav Vesna, ki očitno povezuje menstruacijo s tečnostjo in sama priznava, da je med menstruacijo tečna, omenjeno zanika. Sklepam lahko, da je močno ponotranjila medicinski diskurz o menstruaciji, predvsem simptome, značilne za PMS, saj ji poistovetenje s simptomi PMS omogoča vzdrževanje podobe o »pravilnem« menstruiranju.

Nehote se je Izak zasmel in dejal: »Poslušate. Gledu sm en video, k je bla ena punčka, k je mela bele hlače, pa je bla pr enmu. In je mela tko pol rdeč flek in pol ji je un reku, da kr krvavi in da bo umrla. In pol je še fotr pršu in tud nč ni vedu o tem in je pol reku, da bo umrla

in da morjo poklicat rešilca.« Asociacija se je, predvidevam, pojavila, ko je Vesna izpostavila nošenje svetlih oblačil v času menstruacije. To, da fantje malo vedo o menstruaciji in kdaj ta nastopi, je vidno iz Izakovega poimenovanja »punčke«. Punčke vendar nimajo menstruacije. Absurdno pa se mu je zdelo to, da ne sin in ne oče, nastopajoča v videu, nista vedela ničesar o tem. Seveda smo glede na vsebino razumeli, da gre za nevedenje o menstruaciji, čeprav je ni eksplicitno poimenoval.

Nadalje sem povprašala fante, če jim dekleta povedo, kdaj imajo menstruacijo. Izak je odgovoril: »Jaa, takoj razglasijo.« Breda je dodala: »Ja, Tanja je mene zatožla. Ja.« Miloš je odgovoril, da ne, nato je Izak znova dodal: »Ma skos govorijo. Joj, joj, joj, joj ...« Zanimivo se mi je zdelo, da je Izak poudaril, da dekleta o tem nenehno govorijo, kot bi s tem želele opozoriti nase, njim pa je to poslušanje odveč. Tanjino »toženje« implicira na Bredino prikrivanje menstruacije in nečesa, kar je del njene intimne in ne prizadeva drugih. Vnel se je prepir, zato sem pozornost preusmerila na naslednje vprašanje.

Fante sem povprašala, kaj je to PMS. Odgovora nisem dobila. Vsa dekleta so odgovorila, da je to predmenstrualni sindrom. Ko sem jih povprašala, ali trpijo za PMS, vprašanja niso razumela, zato sem ga postavila drugače: »Ali imate predmenstrualni sindrom?« Vesna je odločno pritrdila, druge trpijo za PMS občasno, le Tara in Breda za omenjenim sindromom ne trpita.

Pogovor sem usmerila k menstrualnim oglasom. Dekleta so izpostavila Always, ki tudi največ oglašuje. Blagovna znamka Always naj bi po njihovem mnenju imela celo najboljše oglase. Nadalje so izpostavila oglas za blagovno znamko o.b., kar tudi ni presenetljivo glede na pogostost njihovega oglaševanja.

Povprašala sem jih, ali vedo, kaj predstavlja modra tekočina, ki jo v menstrualnih oglasih zlijejo po vložku. Matejo je modra tekočina asociirala celo na otroške pleničke, kar je prav tako omenjeni atribut v oglaševanju, le da tam predstavlja urin. Tanja je odgovorila sprva z ne, nato dodala, da modra tekočina predstavlja menstruacijo. Povprašala sem jih, kaj bi bilo, če bi bila ta tekočina namesto modre rdeče barve, na kar je Miloš odgovoril, da bi bilo lepše, njegovemu mnenju se je pridružila tudi Mateja. Izak je menil, da bi se bolje videlo, Tanja pa, da bi ostala situacija nespremenjena. Prisotna rdeča barva v oglaševanju jih torej ne bi motila, kar pa zanikajo, ko omenim oglas za zobno kremo Paradontax, ki se jim zdi nagnusna. Omenjeni oglas oglašuje zobno kremo Paradontax, v oglasu pa nastopajoči akter po umivanju

zob izpljune kri in ostane brez zoba. Sledi slogan: »Za vse, ki med ščetkanjem pljuvate kri.« Omenjeni oglas se je mnogim gledalcem zdel sporen, zato so pljunek krvi nekaj časa umaknili iz oglaševanja, kasneje pa zamenjali kri s pljunkom zobne kreme, nanj pa z rdečo barvo napisali kri, zob še vedno izpade. Osebnost se je Vesni zdel oglas sporen, nasprotovala mu je, kot argument pa je navedla: »Ja k kri, model, no. Pa pol zob pade vn.« Izak se je cinično odzval na njen komentar: »O groza, kri je bla.« Lahko sklepam, da se mu zdi pojav krvi nekaj popolnoma običajnega. Vesni se je zdel oglas nagnusen, drugim dekletom pa se je zdel oglas neumen. Breda je izpostavila, da je kri v oglaševanju ne moti, Tara pa je menila, da je Paradontax kot zobna krema sicer dobra, vendar bi jo lahko oglaševali na drugačen način. Opozorila sem jih, da so kritizirali prisotnost krvi v oglaševanju in kako bi bilo v primeru Alwaysa, če bi dejansko oglaševal (menstrualno) kri. Dejali so, da je oglas za zobno kremo Paradontax neumen, Breda in Mateja sta dodali, da bi ju prisotnost krvi v oglasu za Always motila, Tara omenjeno ne bi motilo, saj je ne moti kri tudi v oglasu za Paradontax, čeprav je prej trdila, da bi omenjeno zobno kremo lahko drugače oglaševali. Breda je nato izpostavila: »Veste, kaj me moti pri vložkih. Vložki pač dišijo in pol k maš menstro in je to pol je to takšen čuden vonj. Se to nekako čuden zlepi skup in pol je to takšen čuden vonj, k se un vonj od menstre pa un vonj od vložka pomeša, pol je ful čuden.« Povprašala sem jih, ali menstrualna kri smrdi, nakar so nekatera dekleta odgovorila pritrdilno. Breda je izpostavila, da ravno diši ne, torej lahko sklepamo, da ji pripisuje zgolj čuden vonj. Njen komentar o čudnem vonju, ko pride do stika menstrualne krvi in vložka, spominja predvsem na svarilo uradne spletne strani, ki oglašuje tamponi o.b.: »To pomeni, da morajo biti vložki dovolj dolgi in široki, da ujamejo vso tekočino in preprečijo pojav madežev na tvojem perilu. Ob uporabi vložkov tvoje sramne dlake in sramne ustnice neizogibno prihajajo v stik z menstrualno tekočino, ki lahko postane lepljiva in ima neprijeten vonj. Zato moraš poskrbeti za bolj pazljivo in pogosto umivanje v času tvoje menstruacije« (O.b.). Glede na to, da uporablja celo nočne vložke, ki bolje vpijajo in so večji, lahko zaključimo, da so njene percepcije v tesni povezavi s trenutno reprezentirajočimi oglaševalskimi izdelki.

Nadalje me je zanimalo: »Ali bi vas dejansko tak oglas s krvavim menstrualnim vložkom motil?« Tanja in Alina sta odgovorili z ne, pričakovano pa je pritrdila Vesna. Breda je izpostavila: »Glede na to, da je menstra.« Naj spomnim, da je na začetku pogovora trdila, da ni nič takega, če še nimaš menstruacije, tokrat pa v primeru oglaševanja izdelkov za menstruacijo ni primerno oglaševanje menstrualne krvi. Sonjo in Matejo bi prav tako motila

prisotnost dejanskega menstrualnega vložka. Ko sem povprašala, zakaj, je Mateja odgovorila: »Že moj me mot. Še svojga vložka ne morm gledat, kaj šele od kšnga družga.« Vesna je dodala: »Ješ kokice in pol naenkrat tista kri ...« Prisotnost krvi v oglaševanju Vesna povezuje z izgubo teka. Matejo sem povprašala, zakaj ne more gledati vložka, na kar je odgovorila, da jo ta spominja na vse njene bolečine ter mučenje in da bi se ji izognila, če bi se ji le lahko. Sklepam lahko, da Mateja doživlja menstruacijo kot nujno zlo, kot nekaj mučечеgega in neizogibnega.

Zanimalo me je še, ali dekleta jemljejo v času menstruacije kakšne tablete proti bolečinam. Presenetljivo so odgovorile, da jih ne jemljejo, vzrok pa so pripisale sestavi tablet, ki naj bi bile produkt kemije. Tablete za lajšanje menstrualnih bolečin jemljejo njihove mame, Alina pa je prenehala z jemanjem, saj nima več bolečin.

Ko sem jih vprašala, kakšen se jim zdi menstrualni proces, je presenetljivo odgovoril Miloš, da se mu zdi menstrualni proces zanimiv. Breda je odgovorila, da ga vsaj ne bi bilo. Omenjeno lahko interpretiramo, da gre v primeru fantov in njihovih percepcij o menstruaciji za čudenje ženski fiziološki naravi, medtem ko si dekleta želijo, da menstruacije ne bi imele. Zato sem jih povprašala: »Ali veste, da je menstruacija povezana tudi s plodnostjo?« Vsi so pritrdilno odgovorili. Povprašala sem jih še: »Torej je lahko menstruacija tudi zaželena?« Breda je odgovorila: »To ja, ja. V tem primeru ja.« Menstruacija je tako za dekleta nujen proces, pripisovanje pozitivnosti menstruacije pa je vidna skozi povezovanje menstruacije s plodnostjo.

Nadalje me je zanimalo, koliko so udeleženci fokusne skupine seznanjeni s pojmi policističnih jajčnikov, menopavze ter oligomenoreje. Z izjemo menopavze, ki so jo (tudi fantje) povezovali z reproduktivno nezmožnostjo, drugih izrazov niso poznali, zato sem jim na kratko pojasnila. Poprosila sem Izaka, ali lahko ponovi komentar, povezan z menopavzo: »Da moški majo skos loh otroke.« Čeprav je Miloš odgovoril, da nikoli niso spolno zreli, Izak pri nadaljnjem vprašanju povezuje moško spolno dozorelost s prvim izlivom, ki vsaj pri njem ni bil dovolj močen. Lahko sklepamo, da je menstruacija boljši pokazatelj za obdobje plodnosti kot moški izliv, za katerega so fantje morebiti v dvomih, ali je bil dovolj močen ali ne, da bi lahko rekli, da so plodni, kar sem tudi izpostavila. Izak je nato pripomnil: »Grozn za ns, ane?«

Breda je neumestno posegla s komentarjem: »Sam mene ful joške bolijo.« Na komentar, ki ga pripisujem razmišljanju o simptomih PMS in posledično »pravilnem« menstruiranju, sem postavila vprašanje, če so kdaj videli tuj krvavi vložek. Dekleta so pritrdila in se začela zgražati: »Fuuuuujjj!« Breda je dodala: »Tok mi je nagnusn tuki v šoli si menjavat vložke, tok mi je oooo.« Alina je dodala: »Ene bi mogl naučit, kako se vložek zavije.« Asociacije so se kar vrstile, do besede je prišla Vesna: »Jst sam upam, da k bom šla na koncert od Cece, da tm na stranišču k bom šla, da ne bojo kšni vložka, k če ne bom skp padla, pa še k je gužva, to mi gre na bruhanje.« Povprašala sem jih, če se jim to zdi nagnusno, kar so potrdile, zato sem dodala: »Samo, saj je vaš vložek tudi tak.« Sledil je nazorni prikaz deklet, kako bi morali vložke »pravilno« zaviti, da se ne bi odvili. Izak je pri tem opozoril, da zato porabijo veliko papirja. Ženska, ki ne zavije svojega vložka, se jim zdi celo nehigienična, Vesni celo nekulturna. Z izjemo Izaka, ki se mu je viden krvavi vložek zdel čuden in se je ob tem celo smejal, ni nihče od fantov videl krvavega vložka. Ker dekleta porabijo veliko papirja za zavijanje vložka, sem jih povprašala, ali uporabljajo vrečke za uporabljene vložke. Opozorila so, da imajo nastavek za vrečke, vendar vrečk ni. Vesna upa, da bodo mogoče prisotne vrečke v srednji šoli.

Asociacije so me ponesle znova nazaj k otroškim pleničkam, zato sem jih nagovorila: »Pampers pleničke oziroma pleničke kot take ...«, vendar so dekleta posegla vmes s komentarji, da bi tudi same imele pleničke za ponoči. Breda je povedala, da ponoči uporabi tri vložke, prilepljene z vseh strani, da ne bi stekla menstrualna kri mimo. Povprašala sem jo, ali slabše spi zaradi menstruacije. Tanja in Vesna sta temu pritrdili, Sonja je odgovorila z ne. Povprašala sem še, ali se Breda zbujajo ponoči, čeprav ni navedla zburjanja, da bi si zamenjala vložek. Odgovorila je, da se ne zbujajo zaradi tega, da bi si zamenjala vložek, vendar ima nek nenavaden občutek. Tara je dodala: »Najbolš bi blo še brisačo si not dt.« Tanja je s svojim komentarjem še bolj presenetila: »Jst pa ne morem edino na hrbtu spat.« Še najbolj pa je presenetila Vesna, ki je menila, da je omotična, ko se zbudi, in se sprašuje, le zakaj se je zbudila. Menim, da so dekleta zgolj ponotranjila prevladujoče oglaševalske percepcije o povezavi med menstruacijo ter slabšim spanjem in navsezadnje predmenstrualnim sindromom kot proskriptivnim kompleksom. Prisoten je vsekakor tudi strah pred pojavnostjo madeža.

Dekleta menjajo vložke na približno tri ure, le Mateja na uro in pol. Razlog pripisuje uporabi vložkov blagovne znamke Libresse, ki so manjši in bolj naravni v primerjavi z Always vložki, ki jih uporabljajo druga dekleta. Tara je dodala: »Men ponoč skor nč ne teče, tko da ga ne

rabm menjat.« Omenjeno me je asociiralo na naslednje vprašanje: »Zanima me še to: ponoči, ko greste spat, zjutraj, ko se zbudite, ali zamenjate vložek?« Odgovor, da vložka ne zamenjajo, če ni sledi krvi na njem, četudi so ga imeli vso noč, me je presenetil.

Nadalje sem znova postavila vprašanje, vezano na pleničke: »Če se vrnemo na to s pleničkami. Se pravi, otrok se polula, pokaka, pleničko normalno zavijemo, nič dodatno v papir. Zakaj potem vložek tako močno ovijamo v papir?« Dekleta so odgovorila, da vložek zavijejo, ker je tanjši in ker ima menstruacija tak vonj. Povprašala sem jih, če z ovijanjem v papir preprečijo vonj, nakar je Mateja odgovorila: »Ja no. Pa tud pr men se tud prtožujejo. Na primer oči pa brt, pa ga zavijem takoj, pa vržem.« Uporabljene vložke odvržejo v navaden koš za smeti ali koš za smeti v stranišču. Iz navedenega lahko razberemo, da na percepcije o menstruaciji in njeno doživljanje vpliva tudi družinsko okolje. Mateja je izpostavila, da bi se najraje izognila menstruaciji, da je to boleče in mučno, lastni uporabljeni vložek se ji celo gnusi, mama uživa tablete v času menstruacije, oče in brat se celo pritožujeta, da naj zavije vložek, ker to tudi smrdi. Omenjeno je vsekakor pripomoglo k njenemu negativnemu doživljanju menstrualnega procesa.

Ker sem zaključila z vprašanji, sem jih povprašala, če bi kaj dodali. Vesna je izpostavila nekaj zelo zanimivega: »Ja. Menstra na potovanju. Najhujš je met menstro na potovanju. Jst sm baksuz. Kamorkoli smo šli, v München, v šolo v naravi, v Francijo, kamorkol sm šla, sm mela.« Breda je dodala: »Sploh na morju.« Dekleta sem povprašala, če so že imela menstruacijo na morju, nakar so odgovorila, da ne oziroma da bi jo morala »dobiti«, vendar je zaradi neurejenosti menstrualnega procesa niso »dobila«. Zato sem jih povprašala, kaj bi se zgodilo v primeru, če bi imele menstruacijo na morju. Znova se je oglasila Vesna: »Ja, če bi jo mela. Sam je dost drugih aktivnosti. Šla bi igr beach volleyball.« Povprašala sem jih, če bi vseeno plavale, nakar je Tara odgovorila, da bi si ona šla samo noge namakat. Povprašala sem jih še, ali se zaradi menstruacije izogibajo športnim aktivnostim. Dekleta so odgovorila, da ne, le da so neugodne določene vaje, kot je npr. izpadni korak. Tara me je vprašala, če je kaj narobe, če plavaš v času menstruacije, nakar je Mateja dodala, da ona lahko plava. Glede na to, da so vsa dekleta odkimala, da še niso uporabila tampona, je zanimivo Matejino plavanje med menstruacijo, ki očitno poteka brez varovalnih pripomočkov, ali pa je želela poudariti, da je tampon že uporabila, čeprav so dekleta na začetku pogovora omenila, da tampona še niso preizkusila. Izak je cinično pripomnil: »V bistvu je pa tko, večkrat čihnte, pa bo prej šlo vn.«

Njegov komentar kaže na programski odnos do telesa. Če so predhodno povezovali menstruacijo s kihanjem, je to očitno možno preseči z večkratnim kihanjem.

Ker nisem dobila zelenega odgovora o morebitnem prikitem oglaševanju na sistematskem pregledu, sem znova bolj konkretno povprašala, če so jim pokazali kakšne prosojnice Carefree intimnih mil. Vesna je odgovorila, da je bilo predavanje splošno o odraščanju in da niso ničesar promovirali, čeprav jaz te besede nisem uporabila. Izpostavila sem intimno milo Carefree, saj je to prisotno v predhodno pripravljenih prosojnicah internega gradiva za učitelje (Lomas d. o. o. 2014) (glej Priloga E: Prosojnica 8). Namenoma sem dodala, čeprav tega niso omenile: »Kaj pa, kar ste rekle, da ste neko škatlico dobile za Carefree?« Tanja je odgovorila: »Tist je škatlca za vložek spravt notr.« Nato sem konkretno vprašala: »Se vam ni zdelo, da je medicinska sestra promovirala Carefree, karkoli?« Tanja je odgovorila, da je bila njihova prošnja, da jim omenjeni produkt podari. Omenjeno me je malček zbegalo, ker bi morebiti pomenilo, da medicinske sestre niso izvedle predavanja učnega gradiva v celoti oziroma so izpostavile informacije, vezane zgolj na menstrualni ciklus in njegovo medicinsko obravnavo, čeprav jim je učno gradivo pripravilo tržno naravnano podjetje. Zato sem jim postavila vprašanje: »Kaj so vam pa pokazali? Zgodovino vložkov, tamponov in to?« Dekleta so znova nikalno odgovorila. Omenjeno sem si razlagala, kot da je podjetje Johnson & Johnson pripravilo gradivo na lastno pobudo (Lomas d. o. o. 2014), kot pripomoček, ki najprej služi informiranju o menstrualnem ciklusu, vendar sem zaradi prisotnosti poudarjanja lastnih produktov v povezavi s tematiko označila kot prikrito oglaševanje, kot ustvarjanje subtilnega ponotranjenja dobrobiti njihovih produktov in vzgajanja novih potrošnikov, potrošnic. Na žalost podjetja lahko zaključimo, da se morebiti medicinsko osebje zaveda namena priprave gradiva in zato uporabi za predavanje le vsebino medicinskega diskurza, čeprav najstnikom na koncu izročijo vzorčke omenjenega podjetja, in da gre pri sistematskem pregledu zgolj za rutinski postopek.

Tanji so se moja vprašanja zdela sumničava, zato me je vprašala, če delam kakšno reklamo. Ker nisem imela več vprašanj, sem se odločila razkriti namen in cilj pogovora ter poudarila, da bodo omenjeni podatki vključeni za potrebe magistrskega dela. V ta namen sem tudi njihova imena zamenjala z namišljenimi.

3.5 SINTEZA EMPIRIČNIH DELOV

Za anketo sem se odločila zaradi kvantifikacije podatkov. Čeprav je na anketni vprašalnik odgovorilo 130 žensk, vzorca ni mogoče posplošiti na celotno populacijo žensk v Sloveniji. Opravljeno anketo bi lahko uporabili kot dopolnilo ankete Mnenja in predstave o menstruaciji na izbrani populaciji iz Slovenije (glej Priloga A) in tako vzpostavili primerjavo glede na čas. Ugotovimo lahko, da razlik med odgovori skorajda ni in da čas ne vpliva na percepcije o menstruaciji in njeno doživljanje, saj je tudi premik v oglaševanju, ki vpliva na menstrualne percepcije počasen. S pomočjo ankete sem želela preveriti tudi postavljene hipoteze, čeprav naj poudarim, da je zaradi prepletanja kvantitativne in kvalitativnih metod ter semiološke analize oglasov hipoteze mogoče preverjati tudi s pomočjo integracije metod.

Hipotezo **H1: Menstruacija je kulturno pogojeni sindrom potrjujem**, saj so odgovori anketirank večinoma enoznačni in posledica prisotnosti dominantnih diskurzov. Naj opozorim na Šribarjevo trditev, da ni materialnosti telesa, ki bi obstajala izven diskurza, ter obratno, kar bi določalo substancialno telesnost (Šribar 2004, 18). Predstave in doživljanje menstruacije ostajajo znotraj določenega družbeno-kulturnega okvira, znotraj prevladujočih diskurzov, ki je, kot ugotavlja Šribarjeva, že na laičnem nivoju povezano s spraševanjem o njihovih družbenih in psihičnih učinkih. Diskurzi vplivajo tudi na fiziologijo in se reprezentirajo v ženskih posredovanjih menstruiranja. Ključni koncept je izkušnja, ki nastopa kot vezni člen med diskurzi in posameznim organizmom (Šribar 2004, 13). Omenjeno se generira skozi generacije, o čemer priča tudi interno gradivo za poučevanje medicinskega osebja (glej Priloga E), ki ga pripravlja družba Johnson & Johnson oziroma posreduje podjetje Lomas d. o. o. (Lomas d. o. o. 2014). Vsebina se ne spreminja, skladno s tehničnim napredkom se spreminjajo samo vizualizacije. Tako lahko pričakujemo, da bodo imele prihodnje generacije deklet podobne predstave in mnenja o menstruaciji, kot smo ugotovili iz načina, kako se na sistematskih pregledih posreduje znanje o menstruaciji skozi medicinski in oglaševalski diskurz. Anketa je tudi pokazala, da je večino anketirank mati seznanila o poteku menstruiranja. Ugotovili smo, da so se s trditvami, povezanimi z religiološkim diskurzom, po večini strinjale verne anketiranke, sicer je pa tudi večina anketirank vernih. Sklepamo lahko, da ostaja generiranje religiološkega diskurza znotraj zasebnega diskurza, ki ga posreduje mati glede na lastno versko opredeljenost, in religiološkega diskurza, ki ga je bila deležna, medtem ko gre v primeru oglaševalskega in medicinskega diskurza za kulturno univerzalijo modernih

družb. Da menstruacija fizično ne prizadeva le žensk, temveč tudi moške, lahko sklepamo iz vedenja in mnenja fantov v fokusni skupini, ki so pri pogovoru o menstruaciji dejali, da je njihovo sodelovanje najprimernejše, če so tiho. S tem nevede producirajo tudi menstrualni tabu in nadaljujejo dosedanje zgodovino čudenja nad ženskim telesom.

Hipotezo H2: PMS je družbeni konstrukt, saj je doživljanje predmenstrualnega obdobja močno povezano s poznavanjem ad hoc predmenstrualnih simptomov in posledica vplivnega medicinskega diskurza, lahko potrdim. Čeprav le polovica anketirank trdi, da trpi za omenjenim sindromom in dekleta v fokusni skupini le občasno, njihovo navajanje simptomov in počutja nekaj dni pred menstruacijo potrjuje, da trpijo za omenjenim sindromom. Navajanje telesnih simptomov in nihanja razpoloženj priča o tem, da so anketiranke in tudi udeleženke fokusne skupine ponotranjile medicinski diskurz in s tem tudi PMS. To služi tudi kot orientacija, ki vodi v »pravilno menstruiranje«, vsak odklon od tega pa lahko vodi v patološkost. O tem govori podatek, da večina anketirank, ki trpijo za hujšimi simptomi PMS, posegajo po analgetikih. Tudi fantje, udeleženi v fokusni skupini, so ponotranjili PMS, ki se kaže skozi navajanje tega, da so dekleta sitna nekaj dni pred menstruacijo.

Hipotezo H6: Vera vpliva na doživljanje menstruacije, religijska pripadnost pa na način doživljanja menstruacije, delno potrujem. Anketiranke so navedle, da ne dovolijo, da vera vpliva na njihovo vsakdanje življenje, percepcije o tem, da cerkve ne bi smeli obiskovati med menstruacijo, pa so najbolj ponotranjile pripadnice pravoslavne verske skupnosti. To se najbrž izraža tudi z neobiskovanjem cerkve med njihovim menstruiranjem. Prav tako je odrekanje spolnim odnosom med menstruacijo bolj domena verujočih anketirank kot pa neverujočih. To lahko pripišemo tudi medicinskim predstavam o prakticiranju spolnih odnosov med menstruacijo. Da gre za večinsko nestrinjanje s trditvijo »menstruacija je božja kazen« in »menstrualna kri je umazana«, pripisujem tudi temu, da je religija opustila nekatere attribute in se prenehala sklicevati nanje prav zaradi napredka medicine.

Hipotezo H3: V času menstruacije se oblikujeta specifični družbeni in spolni red lahko prav tako potrdim z analizo pogovora v fokusni skupini. Dekleta so med pogovorom o menstruaciji zavzela značilno držo vsevednic in jo ohranila do konca pogovora. Fante so držala na distanci, ko so večkrat poudarili, da jim je nerodno govoriti o tem. Posmehovala so se fantom, ko so ti odgovarjali na vprašanja, in podcenjevala njihovo vednost o menstruaciji,

ker naj bi menstruacija prizadevala samo ženske. To so nasprotno potrdili tudi fantje, ki so že na začetku pogovora dejali, da menstruacija prizadeva samo ženske, oni naj ne bi imeli nič s tem, nekateri fantje pa so zaradi »neustrezne« tematike do konca pogovora obsedeli s prekrižanimi rokami in v tišini. Prav tako so fantje pripisali dekletom sitnost med menstruacijo in hkrati omenili, da čas menstruacije obešajo na veliki zvon. Kot je že Bettelheimova ugotovila leta 1945 s preučevanjem v internatih, da deklice niso uporabljale vložkov, da bi moški videli, da imajo menstruacijo, saj jim je to dajalo moč nad njimi. Omenjeno lahko impliciramo tudi v današnji čas. Dekleta večinoma doživljajo zaradi vpliva oglaševalskega diskurza strah pred pojavnostjo krvavega madeža med menstruacijo, zato se oblačijo v temnejša oblačila. To, da so dekleta med menstruacijo, kot trdijo fantje v fokusni skupini, sitna, postane družbeno sprejemljivo samo z opozarjanjem na čas menstruiranja. S tem dekleta in tudi fantje producirajo družbeni in spolni red med menstruacijo. Določeni specifični družbeni in spolni red pa sta vidna tudi skozi oglaševalski diskurz. Kot navaja Šribarjeva, so izključevanje in tabuiziranje ženskih teles s potlačitvijo menstruacije, patologizacija in hkratno normiranje ženskih teles v skladu z moškimi telesi kot norme zgolj izhodiščni motiv v obravnavi odnosov (Šribar 2004, 20).

Tabuizirani so tudi fiziološki procesi, med drugimi menstruacija, menstrualna kri, ki se skozi oglaševanje menstrualnih pripomočkov pojavlja kot modra tekočina oziroma bel sterilen vložek. Anketiranke in tudi udeleženke fokusne skupine so navedle asociacijo o modri tekočini pri navajanju menstrualnih oglasov in njeno povezavo z otroškimi pleničkami. Udeleženke fokusne skupine so se pošalile in dejale, da bodo ponoči namesto vložkov uporabljale kar te. Zdi se, da ženske loči od otroka le artikulacija začasnosti menstruacije, in kot ugotavlja že Šribarjeva, se zdi, da ženske ne morejo delovati samostojno brez tehnoloških popravkov, kot so vložki, ščitniki perila oziroma majhne pleničke (Šribar 2004, 95). Menstruirajoče telo tako ostaja telo dodanih vrednosti (Šribar 2004, 20).

Tako lahko potrdim tudi hipotezo **H4: Oglaševanje menstrualnih pripomočkov je močno pod vplivom tabuja krvi**. Analiza oglaševalskega menstrualnega gradiva družbe Johnson & Johnson je pokazala, da je menstrualna kri odstranjena iz oglaševanja, in še več, ženski spolni organ, iz katerega ženska krvavi, se izogiba poimenovanju in označuje kot »pravo mesto«. Menim, da gre v tem primeru za tabuiziranje ženskega spolnega organa in posledično tudi fiziološkega procesa, kot je menstrualna kri. Vendar se zdi, da je tabuiziranje krvi splošno ključni del posameznikovih percepcij. O tem priča reakcija gnusa ob videnju tujega vložka pri

anketirankah in tudi udeleženkah fokusne skupine. Kot nagnusen in neprimeren so označile tudi oglas za zobno kremo Paradontax. Ta je sprva v oglaševanju vseboval kri, pozneje pa so to pretvorili v rdeči napis. Zdi se, da kljub spremembi v načinu oglaševanja produktov ne moremo preseči tabuja krvi in posledično tudi tabuja menstrualne krvi, za kar ne gre v celoti kriviti lastnikov posameznih blagovnih znamk vložkov/tamponov. Vendar so oglasi v večini primerov skrbno zasnovani z namenom kar najbolje reprezentirati blagovne znamke. Anketni odgovori kažejo na to, da na priklic blagovne znamke in z njo povezanega oglasa vplivajo pogostost oglaševanja in tudi drugi atributi, kot so glasba, pojavnost belih hlač, ki jih anketiranke zaradi morebitne pojavnosti madeža med menstruacijo večinoma ne nosijo, modra tekočina, ki nadomešča rdečo menstrualno kri, in ne nazadnje tehnološke značilnosti oglaševanega pripomočka. Sklepamo lahko, da se z oglaševanjem oblikuje tudi nek menstrualni red. Ugotovitve **potrjujejo hipotezo H5: Z oglaševanjem menstrualnih pripomočkov se oblikuje določen menstrualni red, ki vzpostavlja nove higienske standarde in se kaže kot nadzor nad ženskim telesom.** Kot že ugotavlja Šribarjeva, ščitniki perila Procter & Gamble, Johnson & Johnson in drugi so izdelki za vsakdanjo nego žensk. Gre torej za premik in nasledstvo higienskih vložkov za menstruacijo. Omenjeno označi kot primež oblasti, ki vodi v naslednji primež oblasti, ki vzbuja lažno prepričanje, da moč, v Foucaultjevem smislu, omahuje. Moč se lahko umakne, vendar se lahko reorganizira in investira drugje, kar vodi v začaran krog (Foucault 1984, 56 v Šribar 2004, 94). Da omenjeni primež deluje, potrjuje ne samo zasnova oglaševalskega menstrualnega gradiva družbe Johnson & Johnson, temveč tudi podatek, da večina anketirank med menstruacijo bolj skrbi za higieno kot ponavadi. Tudi med menstruacijo ostajajo športno aktivne. Poleg medicinskega priporočila omenjena praksa temelji tudi na športno aktivni pojavnosti ženske akterke v oglasih za menstruacijo. Urejenost kot norma se uspešno producira, ohranja urejene ženske in zagotavlja dobiček ne samo oglaševalcem, ki tržijo izdelke za menstruacijo, temveč tudi drugim. Na tem mestu bi lahko govorili tudi o prepletenosti norm, saj se v internem gradivu o poučevanju o menstruaciji pojavlja oglaševanje vložkov in tamponov družbe Johnson & Johnson in tudi oglaševanje izdelkov za nego kože in preprečitev mozoljavosti (Lomas d. o. o. 2014).

Zaključimo lahko, da percepcije in »polje konfrontacije med kritičnimi analizami vladajočih diskurzov in njihovimi producenti ostaja posejano s koncepti in dihotomijami: monstrozno, patološko, (ne)normalno, (ne)pravilno« (Šribar 2004, 94).

4 ZAKLJUČEK

Ženska neenakopravnost izvira že iz časov pred našim štetjem, ko je religija imela osrednji pomen. Eva naj bi bila kriva za izvirni greh in izgon človeškega rodu iz raja, zato naj bi se ženska pokorila iz roda v rod vse življenje, tudi z menstruiranjem. Spolna razmerja, spolne norme in prakse tako časovno variirajo glede na religije, družbe, glede na diskurz. Vloge spolov so družbeni konstrukt in hkrati kulturni produkt, ki vsebuje tradicionalne ideje in tudi nove ideološke elemente. S tega stališča se zdi utemeljena trditev Simone De Beauvoir: »Ženska se ne rodi ženska, ampak to šele postane« (De Beauvoir 1999, 78). Vendar je v primeru menstruiranja žensk njena družbenost pogojena z njeno biološko naravo. V tradicionalnih družbah se je ženska zaradi menstruacije prisiljena izolirati za dobro skupnosti. Menstrualni tabu se prenaša z iniciacijskimi obredi. Tako po mnenju Šribarjeve antropološke zgodbe o menstrualnem tabuju omogočajo »spoznavanje spolno in slojno diferenciranih diskurzov, ki v drugih kulturah usmerja pozornost k izključenim diskurzom, torej h govorom marginaliziranih družbenih skupin, ki v teh vzpostavljajo specifičen menstrualni in spolni red« (Šribar 2004, 111). V modernih družbah prav zaradi menstrualnega reda, ki se kaže predvsem v izreku »bolna sem«, pa lahko pride do začasne premestitve moči v razmerju spolov v vsakdanjih situacijah (Šribar 2004, 111).

Zanimivo bi bilo raziskati tudi dvojni postulat koncepta Butlerjeve identitete spola, kar implicira na izgubo in predvsem na to, da ta identiteta predeluje sebe kot izgubo. Poudariti je treba Freudovo konstituiranje spolne identitete na podlagi izgube ali kot gibanje izgube. Po njegovem mnenju izhaja konstituiranje identitete iz opustitve ene od obeh valenc biseksualnosti. Ta opustitev zaznamuje zaton Ojdipovega kompleksa. Pri Lacanu podobno naletimo na problem izgube poleg analize kastracije. Tesnoba, ki jo ta izzove, spominja na izvirno neposredovanje falusa pri obeh spolih. Ženska ali moška spolna identiteta se sicer različno konstituira iz skupnega imenovalca izvirnega manka ali izgube, ki konstituira pomen falusa. V Freudovem smislu je to posledica žalovanja za drugim spolom. Navzkrižno žalovanje seveda vodi v heteroseksualnost. Butlerjeva opozarja, da Freudovo konstituiranje spola temelji na predhodno vsiljeni heteroseksualni matrici (Butler v Malabou 2001, 139–143). Omenjeno bi lahko implicirali tudi na odnos do menstruacije. Če se ženska zaradi pomanjkanja falusa podredi moškemu, bi lahko razumeli, da se moški na nek način podredijo ženski zaradi manka fiziološkega pojava – menstruacije. Treba je omeniti, da je prisotnost

falusa ključna, dokler deklice ne dobijo prve menstruacije oziroma je ženska ne izgubi. Torej artikulacija začasnosti menstruacije (vsak mesec oziroma za določeno življenjsko menstrualno obdobje) nekako tudi postavlja spola v enakovreden položaj – žensko žalovanje za falusom je enako moškemu žalovanju za menstruacijo. Naj znova povzamem primer znane slovenske odvetnice in pisateljice Ljube Prenner, ki ji je higiensko neupoštevanje krvavega toka omogočalo vzdrževanje podobe o sebi kot neženski. Menstrualna ignoranca implicira k spolni identifikaciji z moškim na način abstrahiranja. Predvidevam, da je bila njena transseksualna spolna identiteta trdnejša v menopavznem obdobju. Če ohranim instanco falus – menstruacija, ki postavlja spola v enakovreden položaj, je strah moških pred žensko seksualnostjo in njenimi telesnimi procesi več kot zgodovinsko utemeljen. Upravičeno vodi v nadzor nad menstruirajočim ženskim telesom, da bi se ohranila distanca do drugega spola in utrdila distanca drugosti in manjvrednosti. Ta drugi spol je seveda ženski.

Da gre pri menstruaciji za medikalizacijo, se kaže z dojemanjem predmenstrualnega sindroma kot proskriptivnega kompleksa (kar je pokazala tudi raziskava Mnenja in predstave o menstruaciji na izbrani populaciji v Sloveniji, lastna raziskava in izvedba fokusne skupine), ki hkrati vpliva na vzdrževanje neenakosti med spoloma (Saksida 2003, 30). Korpus medicinskih znanj je žensko mediciniziral in jo naredil »bolno«, kar kaže semiotična analiza pomenov, vezanih na menstruacijo. Hkrati so menstruacijo s pomočjo psihoanalize patologizirali, jo vezali na histerijo, žensko so naredili šibko ter manj prištevno, kar nakazuje tudi to, da se je do nedavnega menstruirajoči ženski odsvetovala vožnja z avtomobilom (Zaviršek 2003, 55). Braidotti izpostavi vedenjske norme skupnosti, ki določajo in hkrati narekujejo (ne)zaželeno vedenjske vzorce kot predmet konsenza v družbenem spreminjanju spolnih vlog in razmerja spolov (Braidotti 2001, 28 v Šribar 2004, 29). Po mnenju Martinove je žensko telo »loкус delovanja oblasti« v skrbi za ohranjanje determiniranosti ženskega položaja (Martin 1992, 136 v Tivadar 1996, 95).

Podobno meni Douglaseva, da se na telo vežejo prevladujoča družbena pravila in hierarhije in da je delovanje telesa pogojeno z delovanjem družbe (Douglas 1979). Vendar Buckley in Gottlieb zatrjujeta, da je zamenjanje družbenih razlag za telesne pojave in obratno. Menita, da bi morali poskušati razumeti, da je odnos do menstruacije dialektičen in zato formalni družbeni-kulturni konstrukt (Buckley in Gottlieb v Strathern 1996, 71).

Ne smemo pozabiti, da na odnos do menstruacije vpliva informiranost o njej. Z našo biološkostjo nas najprej seznani družinsko okolje, nato institucije, kot je na primer šola, naše širše socialno okolje, morebiti celo vera, medijski, medicinski diskurz. Skozi omenjeno se reproducirajo predstave, vendar poudarjam, da so te v tradicionalnih družbah del vsakdanje prakse in ritualov, povezane predvsem z religijo in dojemanjem edinstvenosti ženske biološke narave. V modernih družbah pa nanje močno vplivata medicinski in oglaševalski diskurz. Ta je močno ideološko povezan tudi s predstavo o ženski biološki in družbeni naravi, kar je vidno tudi iz trženja pripomočkov za menstruiranje: npr. ob nakupu vložkov Always lahko prejmete za darilo ličilo, kar da med vrsticami vedeti, da »vas tudi, ko menstruirate, spremljajo tegobe in vaše razpoloženje niha, drage ženske, ne smete pozabiti na lasten izgled – torej v slogu reklame za Always »Vse tip top«. Analiza oglaševalskega gradiva družbe Johnson & Johnson, katero mi je posredovalo podjetje Lomas d. o. o. (Lomas d. o. o. 2007–2013; Lomas d. o. o. 2014) je pokazala, da omenjena družba goji pozitiven odnos do menstruacije. Slogovno zaznamovanje menstruacije, kot npr. pri konkurenčnem Procter & Gamble, je minimalno, vendar kljub temu prisotno. Omenjeno ne pripisujem namernemu zaznamovanju menstruacije, temveč manku slogovnih »pripomočkov«, ki bi povečali produktno vrednost. Najlažji način poudariti prednosti izdelka je vsekakor pričujoče trženje izdelkov, ki na račun »pomanjkljivosti« in dajanja stvari v nič poveča vrednost oglaševanemu produktu. Menim, da v primeru oglaševanja menstrualnih pripomočkov ne bi smelo biti tako, saj ženske uporabljajo menstrualne higienske pripomočke ne glede na vsebino oglasa in da menstruacija še vedno ostaja tržna niša.¹³ Prav tako smo z oglaševanjem vključeni v seminacijo podob in idej ter njihovo družbeno pogojenostjo. Posledično oglaševalski diskurz pripomore k soustvarjanju kulture (Šribar 2004, 57).

Telo tako ostaja »prizorišče kot utelešenje socialnih hierarhij zahodne kulture« (Tivadar 1996, 96). »Telesa so ženskam odtujena in spet dostopna preko kulture« (Šribar 2004, 44). Proces

¹³ Ženske menstruiramo v povprečju 40 let. Cena higienskih vložkov Always ultra normal plus dvojni (20 kosov) na dan 15. 1. 2014 znaša 2,99 evra (Mercator 2014a). Predpostavimo, da menjamo vložek na 8 ur in da traja povprečni menstrualni cikel 7 dni, menstrualna krvavitev pa je normalna. Porabimo približno ves paket. Grobi izračun življenjske porabe za vložke Always ultra normal plus dvojni ob nespremenjeni ceni in 40-letnem menstrualnem ciklusu znaša 1435 evra. Podobno lahko naredimo tudi za tampone o.b. Ob predpostavki sedemdnevnega ciklusa, ob malenkost močnejši menstrualni krvavitvi in menjavi tamponov na 6 ur zadostuje 1 paket (32 kosov) tamponov o.b. Procomfort Super vpojnosti. Na dan 15. 1. 2014 stanejo omenjeni tamponi 5,40 evra (Mercator 2014b). Življenjska cenovna poraba 40-letnega menstrualnega ciklusa ob izključni uporabi tamponov o.b. ProComfort Super vpojnosti in nespremenjeni ceni tako znaša 2592 evrov.

osvoboditve teles vključuje razstavljanje kulture in vzpostavljanje novih kulturnih kod, ki omogočajo upravljanje v domnevno telesno dobrobit. Omenjeno se kaže v pomenu besednih zvez »dobiti menstruacijo«, »imeti menstruacijo« (kot nekaj tujega), »imeti mesečno perilo« (redukcija na čiščenje), »biti bolna« ali pa »menstruirati«. »Opisan kulturno-programski odnos do ženskih teles je smiselno, ne pa artikulirano povezan s konceptom konstruiranosti biološkega spola, ki ga v tem kontekstu ne moremo več razumeti kot s spolno ideologijo zaznamovano medicinsko in biološko reprezentiranje ženskega telesa, temveč že kot skonstruiranost telesa v njegovi čutno-nazorni obliki« (Šribar 2004, 44).

Omenjeno je potrdila tudi lastna anketna raziskava, analiza izvedbe fokusne skupine ter analiza oglaševalskega menstrualnega gradiva družbe Johnson & Johnson (Lomas d. o. o. 2007–2013; Lomas d. o. o. 2014). Glede na variacijo starosti anketirank v lastni anketni raziskavi lahko sklepam, da se nekatere anketiranke zavedajo vpliva lastnikov blagovnih znamk menstrualnih pripomočkov. To zanesljivo ne velja za mlajšo populacijo, kar potrjuje analiza srečanja fokusne skupine. Udeleženke fokusne skupine so medicinski in oglaševalski diskurz močno ponotranjile, kar je vidno iz njihovega poistovetenja s simptomi PMS, vzdrževanju podobe »pravega menstruiranja« in neodstopanja od te norme. Analiza oglaševalskega menstrualnega gradiva je potrdila predhodno internalizacijo vplivnega medicinskega diskurza in zaznamovanje menstrualnega obdobja. Z besedno zvezo »pravo mesto« je ženski spolni organ zgolj uvrstila na seznam tabu tem poleg ad hoc tabuizirane (menstrualne) krvi, ki je odstranjena iz oglaševanja.

Na podlagi analize oglaševalskega menstrualnega gradiva predlagam, čemu naj bi se oglaševalci menstrualnih higienskih pripomočkov izogibali, dodajam pa tudi nekaj uporabnih priporočil:

- Oglaševalci naj ne bi uporabljali izrazov normalno in naravno. Menstruacija je naraven proces, saj je del fiziološke narave žensk, ob poimenovanju normalnega pa predpostavljamo, da obstaja tudi nenormalno. Priporočam, če je že treba, uporabo pojma vsakdanje.
- Lastniki blagovnih znamk se naj ne bi ukvarjali z razbitjem mita, ali je tampon varen za uporabo, čeprav njegova (morebitna) uporabnica še ni imela spolnih odnosov. Menim, da se razdalja od vagine do himena razlikuje od posameznice do posameznice in da je zagotavljanje njegovega nepredrtja možno le ob predhodnem trdnem

tehnološkem zagotovitvi. Ženske menstruira v povprečju 40 let in menstruacija ostaja donosna tržna niša, vsekakor pa se strinjam s tem, da je potrebno zgodnje seznanjanje in vzgajanje morebitnih uporabnic določenih higienskih menstrualnih pripomočkov. Kot je pokazala analiza fokusne skupine, je pri dekletih prisoten strah, da bo tampon ostal v nožnici, zato svetujem preusmerjanje pozornosti k razrešitvi tega »problema«, saj lahko povzroči neuporabo tampona.

- Izogibati se je treba besedni zvezi »varno za device«, saj je asociacija vezana tudi na horoskopski znak, hkrati pa zaznamuje deviško obdobje. Želim tudi opomniti na variacijo starosti pri prvem spolnem odnosu.
- Dobro se je izogibati besednima zvezama »lahko pozabiš na menstruacijo« in »damski vložki«.
- Oglaševalcem svetujem eksplicitno poimenovanje ženskega spolnega organa – vagine – izraz naj zamenja zaznamovane besedne zveze »pravo mesto«, »tukaj«, ipd.
- Natančno je treba razlikovati med ščitniki perila in dnevnimi/nočnimi vložki.
- Pri oglaševanju priporočam dosledno uporabo sloganov, barvne usklajenosti, saj to pripomore k priklicu oglasa in blagovne znamke.
- Svetujem, da lastniki blagovnih znamk ne vzpostavljajo hierarhičnega odnosa med različnimi tipi higienskih menstrualnih pripomočkov (npr. vložki vs. tamponi).
- Družbi Johnson & Johnson konkretno svetujem, da poleg napisa »o.b. Oblikovala jih je ginekologinja« dodajo tudi ime ginekologinje, Judith Esser, ki je omenjeni tampon tudi zasnovala. Omenjeno dodatno pripomore k trdnosti in suverenosti blagovne znamke o.b.
- Predlagam, da oglaševalci higienskih menstrualnih pripomočkov zamenjajo modro tekočino z rdečo. Z rdečo barvo bi menstruacijo poosebili v njenem pravem pomenu, pripisali bi ji pozitivno vrednost in razbili tabu krvi. Odziv bo sprva najverjetneje negativen, vendar pojavnost rdeče barve in vztrajanje pri njeni uporabi vodita k »normalizaciji« pojavnosti rdeče barve, ki je bila do zdaj odstranjena iz oglaševanja. Naj spomnim, da je bilo pred leti tudi sporno oglaševanje higienskih menstrualnih varoval, saj naj bi menstruacija ostajala v domeni zasebnega, danes pa popolnoma

prežema javni prostor. Hkrati bi se s tem izognili morebitni zamenjavi z blagovno znamko otroških pleničk in tako uriniranja ter menstruacije ne bi postavljali v enakovredno razmerje. Prav tako bi oglaševalci lahko »priskrbeli« tehnološko zagotovilo o vpojnosti vložkov/ tamponov npr. skozi njihovo nočno uporabo, kot npr. pri Pampers pleničkah, ki zagotavljajo do 12 ur suhosti in nemoten otrokov spanec.

- Analiza srečanja udeleženk fokusne skupine povezuje menstruacijo, ki že sama po sebi vsebuje neprijeten vonj in dišeči vložek s še bolj neprijetnim vonjem ob njuni združitvi. Predlagam, da so na trgu na voljo odišavljeni, toda še pogostejše neodišavljeni vložki.
- Predlagam, da v menstrualnih oglasih nastopa tudi noseča ženska akterka ali ženska akterka z otroki, saj je navsezadnje menstruacija tudi sinonim za plodnost, kar podeli menstruaciji pozitiven predznak in hkrati opozori tudi na materinsko vlogo, ki je v oglaševanju higienskih menstrualnih pripomočkov izvzeta.
- Predlagam ustvarjanje komičnih učinkov, vendar ne na račun slabšalnega podeljevanja pomena. Pred leti se je sicer za uspešno izkazalo oglaševanje menstrualnih pripomočkov, kjer sta bili zamenjani spolna in družbena vloga moškega in ženske.
- Promoviranje tamponov je najbolj pogosto v poletnem času kot posledica pogostejšega obiskovanja bazenov in morja. Za preseganje standardnega oglasa predlagam oblikovanje oglasa v zimskem času v termah.
- Ženska akterka v oglasu naj ostane mobilna tudi med menstruacijo, saj se tako izognemo temu, da bi menstruaciji pripisovali bolezensko stanje. Oglas bi lahko bil povezan tudi z jahanjem.
- Svetujem tudi sodelovanje in medsebojno prepletanje drugih blagovnih znamk. V mislih imam blagovne znamke odstranjevalcev madežev. Kot sta pokazali lastna raziskava in analiza fokusne skupine, je pri ženskah močno prisoten strah pred pojavom madeža. Menim, da pojavnost madeža ni povezana z vpojnostjo vložkov/tamponov, čeprav bi to morebiti negiralo tehnološko značilnost vpojnosti vložkov/tamponov. S tem razbijemo strahove, hkrati pa tudi povečamo produktno vrednost odstranjevalcu trdovratnih madežev, tudi menstrualnih.

Naj dodam, da je vrednotenje magistrskega dela težko opravilo, vendar vidim svoj prispevek v oblikovanju pozitivno naravnane oglasa za menstruacijo. Posredovala ga bom lastnikom blagovnih znamk vložkov in tamponov v upanju, da skupaj presežemo standardizacijo oglasov in pripišemo pozitivne lastnosti tudi procesom, zaradi katerih so njihovi produkti nastali – v tem primeru menstruaciji. Menim, da bi lahko s tem dolgoročno pozitivno vplivali na percepcije menstruacije in njeno doživljanje.

5 LITERATURA

1. *Aktivni.si*. 2011. Kaj pomenijo barve rož? Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/dobropocutje/za-telo-in-duso/kaj-pomenijo-barve-roz/> (3. januar 2014).
2. *Always*. Dostopno prek: <http://always.si/fooldal.php?lang=si&rand=8185> (15. december 2011).
3. Bahovec, Eva. 1996. Žensko telo –moška oblast V *Spol: Ž, ur.* Lenca Bogovič in Zoja Skušek, 217–234. Ljubljana: KUD France Prešeren.
4. Bolko, Anja, Helena Doberšek, Maja Kogej, Maja Mrak, Maja Sužnik, Maja Viher, Mateja Vovk, Neda Vukoslavović in Tina Vukoslavović. 2008. *Splošni angleško-slovenski slovar*. Ljubljana: Rokus Klett.
5. Benedict, Ruth. 2008. *Vzorci kulture*. Maribor: Aristej.
6. *Click2chic.si*. 2014. Dostopno prek: <http://www.click2chic.si/sl/O.B.-/> (12. januar 2014).
7. De Beauvoir, Simone. 1999. *Drugi spol*. Ljubljana: Delta.
8. Douglas, Mary. 1979. *Natural symbols: explorations in cosmology*. London: Cresset Press.
9. Durkheim, Emile. 1965. *The elementary forms of the religious life*. New York: The Free Press.
10. Foucault, Michel. 1991. *Vednost- oblast- subjekt*. Ljubljana: Krt.
11. Franzmann, Majella. 2007. Ženska in religija V *Ženske in religija*, ur. Nadja Furlan in Anja Zalta, 247–284. Ljubljana: Nova revija.
12. Furlan, Nadja. 2007. Spolni stereotipi in patriarhalni jezik v teološki govorici V *Ženske in religija*, 51–70. Ljubljana: Nova revija.
13. Haralambos, Michael in Martin Holborn. 2005. *Sociologija: teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.

14. Hrženjak, Majda. 2002. Biopolitika ženskih teles v ženskih revijah. V *Njena (re)kreacija. Ženske revije v Sloveniji*, ur. Majda Hrženjak, 14–30. Ljubljana: Mirovni inštitut.
15. Jablanšček, Stanislav in Zlatko Mihaljčič. 2013. *Koncepti in veščine komuniciranja*. Dostopno prek: http://www2.arnes.si/~ssposk2s/2_PK_IKT/koncepti_in_vescine_komuniciranja_2.pdf (5. januar 2014).
16. Kalinšek, Metka. 2003. Menstruacija v vsakdanjem življenju ostaja tabu. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 31 (212), 32–42.
17. Kamin, Tanja. 2006. *Zdravje na barikadah: dileme promocije zdravja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
18. Knight, Chris. 1995. *Blood relations : menstruation and the origins of culture*. London: Yale University Press.
19. Kopčič, Rebeka. 2010. *Obseg in pomen telesne govorice v vsakdanjem sporazumevanju*. Dostopno prek: http://www.zpmmb.si/attachments/sl/304/Obseg_in_pomen_telesne_govorice_v_vsakdanjem_sporazumevanju.pdf (5. januar 2014).
20. Korelc, Tomaž. 2000. Kako do dobrega imena in simbola? Zapelji me z embalažo. *Podjetnik: od ideje do uspeha*, 10. Avgust. Dostopno prek: <http://www.podjetnik.si/clanek/kako-do-dobrega-imena-in-simbola-20001008> (5. januar 2014).
21. Kuhar, Metka. 2004. *V imenu lepote: Družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
22. Lawson, Tony, Marsha Jones in Ruth Moores. 2004. *Sociologija: shematski pregledi*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.
23. Lomas d. o. o. 2007–2013. *Analiza oglaševalskega gradiva za Carefree vložke in O.b. tampona*. Ljubljana: Lomas d. o. o.
24. --- 2014. *Gradivo za učitelje. Informacije s prosojnicami za pripravo učne ure*. Ljubljana: Lomas d. o. o., interno gradivo.

25. M. F. 2012. Rožnate lilije obljublajo strast. *Slovenske novice*, 16. Avgust. Dostopno prek: <http://www.slovenskenovice.si/lifestyle/vrt-dom/roznate-lilije-obljublajo-strast> (3. januar 2014).
26. Malabou, Catherine. 2011. *Bodi moje telo!: dialektika, dekonstrukcija, spol*. Ljubljana: Krtina.
27. Malnar, Brina. 2002. Sociološki vidiki zdravja. V *Družbeni vidiki zdravja*, ur. Niko Toš in Brina Malnar, 3–32. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Med.Over.Net. 2006. *ABC Ginekologija in porodništvo: Glivice*. Dostopno prek: <http://med.over.net/forum5/read.php?19,1037542> (3. januar 2014).
29. Mercator. Spletna trgovina. 2014a. *Vložki Always ultra normal plus dvojni*. Dostopno prek: <http://trgovina.mercator.si/webapp/wcs/stores/servlet/AjaxCatalogSearchView?storeId=10051&catalogId=10701&langId=-1&pageSize=32&beginIndex=0&searchSource=Q&sType=SimpleSearch&resultCatEntryType=2&showResultsPage=true&pageView=image&searchTerm=vlo%C5%BEki> (15. januar 2014).
30. --- 2014b. *Tamponi o.b.* Dostopno prek: <http://trgovina.mercator.si/webapp/wcs/stores/servlet/AjaxCatalogSearchView?storeId=10051&catalogId=10701&langId=-1&pageSize=32&beginIndex=0&searchSource=Q&sType=SimpleSearch&resultCatEntryType=2&showResultsPage=true&pageView=image&searchTerm=tamponi> (15. januar 2014).
31. Nasr, Seyyed Hossein. 2007. *Islam: religija, zgodovina in civilizacija*. Maribor: Litera.
32. *O.b.: začeti z o.b. je izi*. Dostopno prek: <http://www.obtamponi.si/> (3. januar. 2014).
33. Podnar, Klement. 2009. *Osnove vizualnih komunikacij: predavanje Vizualna pismenost in Vizualna metafora*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
34. Radford Ruether, Rosemary. 2007. Ženske v svetovnih religijah: diskriminacija, osvoboditev in reakcija V *Ženske in religija*, 9–22. Ljubljana: Nova revija.
35. Ranke Heinemann, Uta. 1992. *Katoliška cerkev in spolnost*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

36. Rože: *Nasveti za uspešno gojenje rož*. 2010. Gojenje rož. Dostopno prek: <http://roze.si/govorica-roz> (3. januar 2014).
37. Saksida, Iztok. 2003. Nič posebnega: popolnoma normalno in naravno. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 31 (212), 13–31.
38. Smrke, Marjan. 2000. *Svetovne religije*. Ljubljana: FDV.
39. *Smrklja*. 2009. Kaj pomenijo rože. Dostopno prek: <http://www.smrklja.si/2009/05/kaj-pomenijo-roze/> (3. januar 2014).
40. Šmuc, Tina, Martina Ribič-Pucelj in Tea Lanišnik-Rižner. 2008. Molekularne osnove patogeneze endometrioze. *Zdravniški vestnik: glasilo Slovenskega zdravniškega društva* 77 (77), 515–518.
41. Šribar, Renata. 2004. *O menstruaciji: telo v diskurzu, diskurz v telesu*. Ljubljana: Delta, Društvo za kulturološke raziskave.
42. Švab, Alenka. 2001. *Družina: od modernosti k postmodernosti*. Ljubljana: znanstveno in publicistično središče.
43. Tivadar, Blanka. 1996. Medicinski govor o ženski. V *Spol: Ž*, ur. Lenca Bogovič in Zoja Skušek, 68–98. Ljubljana: Kud France Prešeren.
44. --- 2008. *Družbeni vidiki zdravja in bolezni: predavanje Medikalizacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
45. *Wikipedia*. 2013. Klavdij Galen. Dostopno prek: http://sl.wikipedia.org/wiki/Klavdij_Galen (10. december 2013).
46. Zaviršek, Darja. 2003. Luna polna, jaz pa bolna, luna prazna, jaz pa blazna: psihoanaliza in antropologija o menstruaciji. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 31 (212), 53–66.
47. Žnidaršič, Sabina. 2003. Menstruacija postane javni problem. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 31 (212), 67–81.
48. ---1996. Zgodovina menstruacije ali zgodovina moškega čudenja? V *Spol: Ž*, ur. Lenca Bogovič in Zoja Skušek, 68–98. Ljubljana: Kud France Prešeren.

49. Žvelc, Maša. 2003. Vloga družine in širšega socialnega okolja pri doživljanju menstruacije in menstrualnih bolečinah. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 31 (212), 43–52.

PRILOGE

PRILOGA A: ANALIZA ANKETE MNENJA IN PREDSTAVE O MENSTRUACIJI NA IZBRANI POPULACIJI IZ SLOVENIJE

V akademskem letu 1993/94 so študentje 3. in 4. letnika sociologije, pri izbirnem predmetu sociologija menstruacije pod vodstvom doc. dr. Iztoka Saksida izvedli raziskavo Mnenja in predstave o menstruaciji na izbrani populaciji iz Slovenije. V to populacijo je bilo zajetih 51 žensk in prav toliko moških, ki so bili razvrščeni v različne skupine po spolu in starosti. Prvo starostno skupino so sestavljali vprašani od 13. do 18. leta, drugo od 20. do 30. leta, tretjo od 31. do 45. leta, četrto od 46. do 55. leta in zadnjo peto nad 55. letom starosti.

Razdelili so 3. vprašalnike, in sicer vprašalnik INTERVJU A, ki so ga reševale ženske v plodnem obdobju, vprašalnik INTERVJU B je bil namenjen ženskam v menopavzi ali tistim v pomenopavznem obdobju in zadnji vprašalnik INTERVJU C so reševali moški. Vsi so rešili vprašalnik trikrat v različnih časovnih obdobjih. Informantke so odgovarjale v času pred menstruacijo, v času menstruacije in takrat, ko naj bi imele ovulacijo, ženske v obdobju menopavze in pomenopavznem obdobju so odgovarjale ob različnih luninih menah, in sicer ob polni luni, nekaj dni pred polno luno in nekaj dni pred prazno (Kalinšek 2003, 32).

Priloga A.1: Analiza intervjuja A

Večina respondentk v prvi skupini, ki jo sestavljalo 41 žensk, je dobila prvo mesečno perilo med 11. in 16. letom, povprečno so bile stare 12,7 leta.

96 % vprašanih je že bilo poučenih o menstruaciji, bodisi so jih o njej seznanile matere, sestre, prijateljice bodisi so informacije črpale iz knjig. S pomočjo pridobljenih informacij so bile že pripravljene nanjo. 18 % respondentk je imelo prvo menstruacijo v lepem spominu, saj so bile vesele misli, da so postale ženske. Za 33 % ta dogodek ni bil nič posebnega, 44 % vprašanih pa je na prvi mesečni cikel gledalo kot na novo obremenitev, občutile so strah, nelagodje. Takih, ki niso vedele, kaj naj odgovorijo na to vprašanje, je bilo 4 %.

Na telesne spremembe med odraščanjem so vse vprašane gledale naravno, te se jim niso zdele nič posebnega oziroma so se nanje kaj hitro navadile.

Anketirane razumejo menstruacijo kot nekaj popolnoma naravnega in normalnega, nanjo ne gledajo kot na bolezen, menijo, da se tako telo sčisti, zavedajo se, da lahko ženska med menstruacijo tudi zanosi. Prav tako menijo, da mesečno perilo spada v življenje ženske, da pomeni tudi obdobje plodnosti ter simbolizira ženskost. Nasprotno pa je 26 % anketirank menstruacija odveč, pomeni jim oviro, nadlego in nujno zlo.

Na vprašanje, kakšen je odnos anketirank do menstrualne krvi, količine, barve in vonja, raziskava pokaže, da 44 % nima do količine, barve in vonja menstrualne krvi posebnega odnosa oziroma se jim ne gnusi, 30 % nima nikakršnega odnosa, 26 % so močnejše krvavitve in vonj moteče.

Na začetku menstruacije so bolečine, kot so bolečine v križu, občutenje bolečin in krčev v spodnjem delu trebuha ter glavobol, prisotne pri 82 % anketiranih žensk, ob drugih opaznejših spremembah v ciklusu pa 37 % obišče zdravnika (druge ne zaznavajo sprememb v ciklusu). Že pred nastopom menstruacije pa navajajo simptome, kot so občutljivost, nerazpoloženost, razdraženost, depresijo. Razpoloženje, višja čustvenost in delovna zmožnost pa se med ciklom spreminjata pri 70 % vprašanih. Nasprotno pa 4 % izprašanih žensk občuti večjo pripravljenost za delo, počutijo se močnejše ter sposobnejše. Pri tem so se respondentke omejile le na obdobje pred menstruacijo in na menstruacijo.

Na vprašanje strahu med menstruiranjem je 18 % vprašanih izrazilo strah o prisotnosti krvavega madeža na hlačah oziroma da bi kaj prišlo skozi in se videlo. Večina, 82 %, pa strahu ne občuti.

72 % se med menstruacijo ne veseli ničesar, 22 % pa je veselih konca mesečnega ciklusa in dejstva, da niso noseče.

Večina vprašanih, 85 % se o menstruaciji in njenih spremljajočih težavah pogovarja z mamo, sestro, prijateljico, sodelavko in partnerjem, druge se o tem ne pogovarjajo.

Na vprašanje o spolni aktivnosti med ciklusom jih je 30 % odgovorilo, da imajo spolne odnose, večini pa se spolni odnosi med menstruacijo zdijo nehigienski, nezdravi in neprijetni, možnosti okužbe naj bi bile ob menstruaciji večje. 52 % jih je odgovorilo, da se njihove spolne želje v obdobju cikla spreminjajo, 18 % jih je menilo, da se te ne spreminjajo, 30 % pa

jih na to vprašanje ni odgovorilo. Respondentke so odgovarjale le pritrdilno in se niso poglobljale v podrobnejšo razlago odgovorov.

Na menstrualno kri jih 74 % gleda drugače kot na ostalo kri, saj naj bi bila tovrstna krvavitev pričakovana, ker ne nastaja kot posledica poškodbe in ni nevarna. Gre za umazano kri, sčiščenje telesa. Druge so odgovorile, da je menstruiranje krvavenje kot vsako drugo. 78 % se menstrualna kri ne gnusi, 18 % nima nobenih posebnih čustev do nje, 4 % pa čutijo odpor. Torej, večini se lastna kri ne gnusi, imajo pa odpor ob pogledu na odvržen uporabljen vložek, imajo tudi specifičen odnos do higienskih navad žensk, obsojajo vsako žensko, ki bi vložek kar tako odvrгла.

Večina vprašanih je bila prepričana, da se med ciklusom ni treba izogibati vsakdanjim opravilom, različnim jedem in pijačam, 30 % pa jih je menilo, da se je treba izogibati težjim fizičnim opravilom, ker povzročajo močnejše bolečine in večjo krvavitev.

Higienske navade spremeni 78 % vprašanih, saj se umivajo in preoblačijo bolj pogosto kot ponavadi, ostale ne spreminjajo navad.

85 % žensk izbrane populacije je menilo, da se ženske zaradi mesečnega perila razlikujejo od moških po razpoloženju, čustvovanju in sposobnostih.

Predmenstrualni sindrom (PMS) je poznalo 81 % anketirank, opisale pa so ga kot posebno počutje, razdražljivo stanje, navajale so spremembe v čustvovanju, potrebo po miru, njegov pojav pa zaznajo nekaj dni pred menstruacijo. Sledile naj bi mu tudi telesne spremembe, ki so se kazale kot bolečine v križu, napetost, bolečnost prsi in trebuha. 78 % vprašanih je že doživljalo PMS, medtem ko ga 19 % sploh ni poznalo. Na vprašanje, kaj takrat naredijo, so odgovorile, da počivajo, povedo bližnjim, naj jih pustijo pri miru ter se tako poskušajo izogniti konfliktom. Večina jih je počakala, da mine samo od sebe, in delale so naprej, ker naj ljudje ne bi razumeli njihovih težav. Opazile so tudi, da so preživljale PMS, ko naj bi ta že minil.

52 % jih je na vprašanje, ali bi morale biti ženske med menstruacijo manj obremenjene, odgovorilo, da je to nemogoče in nepotrebno, ker menstruacija ni bolezen, ampak da gre za normalen pojav, s katerim je treba tako tudi živeti. Menijo pa, da je lepo, če so higienske razmere na delovnem mestu urejene.

Menstruacija je bila prisotna v sanjah pri le 11 % vprašanih, 89 % anketiranih pa o tem ni nikoli sanjalo.

Za tipične značilnosti, ki pripisujemo ženskam so vprašane navajale nežnost, občutljivost, čustva, večjo vzdržljivost, materinstvo, nosečnost, pogled na svet in zunanje telesne poteze ali obnašanje.

Za menstruacijo so poznale veliko izrazov, kot npr. menstra, bolna sem, dobila sem jo, menzes, perioda, paradajz teden, ta rdeča, teta iz Amerike ... Asociacije vprašanim ob besedi menstruacija pa so bile vezane na videz, predstave, kot so npr. kri, vložki, tamponi, tablete, vonj, bolečina, ovira, neprijetnost ... (Kalinšek 2003, 33–36).

Priloga A.2: Analiza intervjuja B

V drugi skupini je bilo le 10 informantk in vse so dobile prvo menstruacijo med 12. in 15. letom, povprečna starost je bila 13,4 leta. 80 % jih je bilo seznanjenih z menstruacijo, saj so jih o tem poučile matere, sestre, sošolke, ali so se pozanimale iz knjig, predhodno znanje o menstruaciji jim je bilo kasneje v pomoč. Izgubo mesečnega perila so doživele med 49. in 55. letom, povprečna starost pa je bila 50 let, v tej starosti jo je izgubilo največ vprašank. Ko je prihajalo obdobje menopavze, se nanj niso posebej pripravljale, posebnih težav pa tudi niso imele. Od prehoda v menopavzo jih je prevzelo veselje in olajšanje, da je konec menstruacije in s tem skrbi zaradi vložkov.

Tudi njim je ostala menstruacija v spominu kot nekaj naravnega in normalnega, vsakomesečen potek, dokaz, da je ženska zdrava in ni noseča. Mesečni ciklus jim je le povzročal težave na potovanjih ali bil v napoto pri kopanju.

Na vprašanje, ali se ženske zaradi mesečnega ciklusa razlikujemo od moških, jih je 80 % odgovorilo pritrdilno, in sicer so navajale razlike v čustvovanju, razpoloženju in sposobnostih. Med menstruacijo naj bi bile ženske po njihovem mnenju še bolj obremenjene, kar naj bi dodatno vplivalo na njihovo psihično stanje.

Tudi v tej skupini je večina vprašanih poznala predmenstrualni sindrom (PMS), opisale so ga kot večjo živčnost, napetost, depresije, občutljivost, razdražljivost, nestrpnost, navajale so glavobole, slabosti, bolečine v spodnjem delu trebuha, boleče in napete prsi ter bolečine v

križu, ker naj bi se telo pripravljalo na menstruacijo. 30 % PMS ni poznalo. Pri doživljanju predmenstrualnega sindroma so čakale, da težave minejo, in pazile, da drugi ne bi vedeli zanje. Pomembno je dejstvo, da ženske tudi niso znale ukrepati.

Za razliko od prve skupine jih tu velika večina, kar 90 %, misli, da bi morale biti ženske med menstruacijo manj obremenjene, predvsem tiste s hudimi težavami, večina meni, da je to nemogoče izvesti.

Strah med menstruacijo je bil prisoten samo pri 30 % v obliki bojazni, da ne bi bilo krvavenje premočno ali bolečine prehude. 70 % anketirank ni bilo ničesar strah med menstruacijo in jih prav tako ni ničesar strah med menopavzo. To so opisale kot nekaj normalnega, kar sodi v življenje ženske. Ob menopavzi naj bi bilo prisotno tudi neko olajšanje in pomeni lepše in svobodnejše obdobje za žensko, ki ni več mlada in plodna.

Na vprašanje o menopavznem sindromu (MPN), jih je 40 % odgovorilo, da ga poznajo in opisalo kot psihično napetost, vročinske valove in občutek nekoristnosti. Od teh 40 % anketirank ga je dejansko doživljalo 20 %, 10 % jih je tudi poiskalo zdravniško pomoč. Druge tega ne poznajo.

Ko so prišle v menopavzo, 70 % respondentk ni bilo veselih, 60 % se je o tem pogovarjalo s svojimi bližnjimi. Razlog tistih, ki se o tem niso pogovarjale, je bil ta, da niso hotele s tem obremenjevati drugih in ker naj bi šlo za intimne zadeve.

Na vprašanje o spolnih odnosih so bile vprašane enotno proti prav zaradi nehygieničnosti in nepraktičnosti. Spolni odnosi med menstruacijo za žensko niso zdravi, niso jih prakticirale tudi zaradi partnerja in njegovega stika s krvjo. 70 % žensk je menilo, da se ženske spolne želje v različnih obdobjih ciklusa spreminjajo.

80 % vprašank je menilo, da se menstrualno krvavenje razlikuje od kateregakoli drugega krvavenja iz telesa, saj je naravno, ni posledica poškodbe, menstrualna kri je tudi umazana in se s tem telo čisti.

Podobno kot respondente iz prve skupine se tudi tem njihova lastna kri ni gnusila, večinoma so imele odpor do odvrženih uporabljenih vložkov in so pomislile na nemarnost ženske, ki ga je odvrгла.

Da se v različnih obdobjih mesečnega perila žensko čustvovanje, razpoloženje in delovne zmožnosti spreminjajo, je bilo prepričanih kar 90 % vprašanih. Pred menstruacijo so bile bolj občutljive, napete in posledično živčne. Občutile so večjo utrujenost in manjšo pripravljenost za fizično delo. 80 % vprašanih je zato menilo, da bi se morale ženske med menstruacijo izogibati težjim fizičnim opravilom, ker ta povečajo krvavitev. Dobro bi se bilo tudi izogibati alkoholu in mrzli vodi, ki prav tako pospešujeta krvavenje.

Vprašane so si bile enotne, da bi se morale ženske v menstruaciji pogosteje umivati, preoblačiti in redno menjavati vložke.

Asociacije na menstruacijo so bile povezane predvsem z zunanjimi predstavami, npr. kri, vložki, ... in notranjih predstavah npr. bolečine, strah pred premočnimi krvavitvami. Omenjena je bila še nosečnost, čiščenje, higiena, ... najpogostejša asociacija ob menstruaciji je bila kri.

Med izrazi je bila najpogosteje uporabljena beseda menstruacija, uporabilo jo je kar 51 % vprašanih, prisotni pa so bili še izrazi, kot so: perilo, bolna sem, perioda, krvavitve... Za menopavzo pa mena, menopavza, čas, ko sem izgubila perilo (Kalinšek 2003, 36–38).

Priloga A.3: Analiza intervjuja C

19 % respondentov je začelo gledati na žensko kot na spolno bitje že pred osnovno šolo, 69 % med osnovno šolo, 3 % pa po osnovni šoli. 8 % se ni moglo spomniti, med njimi je največ respondentov starostne skupine med 50. in 87. letom. Na vprašanje, kaj si predstavljajo pod menstruacijo in menstrualnim ciklusom, jih 9 % ni znalo odgovoriti. Drugi so rekli, da je menstruacija obvezni del življenja žensk, ženske to pač morajo imeti, menstruacija je del naravnega procesa, je naraven pojav, stvar narave, urejeno z naravo, je nekaj normalnega, predvidljivega in ni znak bolezni, čeprav je ženska takrat bolj ranljiva in občutljiva. V opredelitvi menstruacije pojma naravno/normalno zelo pogosto nastopata skupaj. Menstruacija je mesečna krvavitev, s pomočjo katere se žensko telo sčisti, vse dogajanje pa je povezano z rodnim ciklusom. Vprašani pojmujejo menopavzo kot normalen, predvidljiv proces, ki pomeni novo obdobje v življenju ženske. Ženska doživlja telesne (prenehanje menstruacije, konec obdobja rodnosti) in psihične spremembe (spremembe v čustvovanju,

notranji mir). Za menstruacijo je 8 % slišalo že pred osnovno šolo, 64 % med osnovno šolo in 11 % po osnovni šoli. 14 % se dogodka ne spomni, 3. % pa na vprašanje niso odgovorili.

Na vprašanje, ali lahko opišejo svoje občutke in predstave, ko slišijo karkoli v zvezi z menstruacijo, so odgovorili, da to ni nič posebnega, ker je pač normalno, urejeno z naravo, itd. Nekateri tudi nimajo občutkov in predstav, ker pač niso ženske. 67 % respondentov je menilo, da tudi moški poznajo nekaj takega, kot je menstruacija, to se jim pozna na različne načine, na primer v spreminjanju razpoloženja glede na lunine mene. Vpliv se kaže v spreminjajočem se psihičnem in fizičnem počutju, razpoloženju, pripravljenosti za delo. 25 % je odgovorilo, da moški ne poznajo nič takega, kot je menstruacija, 8 % pa je odgovorilo, da tega ne vedo. O ženskem mesečnem perilu se je s svojimi bližnjimi pogovarjalo 72 respondentov, in sicer s svojo partnerko in prijatelji. 28 % pa se o tem ni nikoli pogovarjalo, ker ni bilo potrebe, ker jih ni zanimalo in ker so to intimne stvari. Na vprašanje, ali je bil pogovor resen ali neresen in ali jim je bilo ob tem nerodno, jih je 50 % odgovorilo le z da, 17 % je odgovorilo, da je bil pogovor resen, povezan s težavami, ki spremljajo menstruacijo, 17 % pa je odgovorilo, da je bil to pogovor v obliki šale. 39 % vprašanih je povedalo, da pogovor v moški družbi še ni nanesel na menstruacijo. 39 % je poznalo kakšno šalo na račun menstruacije, dogodkov in stvari, povezanih z menstruacijo in mesečnim ciklusom. 95 % ni poznalo nobene kletvice ali zmerljivke na račun menstruacije ali v zvezi z mesečnim ciklusom. 5 % pa je znalo povedati le po eno šalo.

Na vprašanje, kako so ravnali, če jih je ženska, ki so jo dobro poznali, poslala po higienske vložke, je 72 % odgovorilo, da gredo zadevo pač kupit (od teh je 19 % priznalo, da jim je pri nakupu nerodno, 11 % je povedalo, da jim sploh ni nerodno, drugi so le povedali, da opravijo nakup). Ženske 28 % vprašanih ne prosijo, da naj opravijo zanje nakup vložkov.

Značilnosti žensk so vezane po njihovih predstavah predvsem na zunanje, telesne značilnosti (prsi, boki), nato na njihove vedenjske (način hoje, nežnost) in psihične (čustva, občutljivost) značilnosti, sposobnost rojevanja, materinstva. Le 8 % vprašanih je omenilo menstruacijo.

95 % respondentov še nikoli ni sanjalo o stvareh, povezanih z menstrualnim ciklusom, menstruacijo, menopavzo.

31 % so spolni odnosi med menstruacijo všeč. Večina jih ima le občasno, in sicer, če ne gre drugače in imajo partnerko zares radi. Če se partnerka strinja, 11 % vprašanih spolno občuje v času menstruacije. 50 % spolni odnosi med menstruacijo niso všeč. Kot razloge navajajo: ker je to neestetsko, ni higiensko, je neugodno za žensko iz zdravstvenih razlogov, ker je treba proces pustiti pri miru. Več respondentov, ki ne odobravajo spolnega odnosa v času menstruacije, ker jim to ni všeč, je starejših. 8 % anketiranih še ni imelo spolnih odnosov.

Menstrualna kri kot kri je enaka krvi iz kateregakoli drugega dela telesa za 36 % vprašanih. 58 % vprašanih je menilo, da je menstrualna kri drugačna, ker je to naraven proces, ni posledica neke poškodbe, rane in ni nevarna oblika krvavenja, je normalna, ker se ve, kako do tega pride, kaj se dogaja. 6 % vprašanih o tem nima nobenega mnenja. Do menstrualne krvi 47 % anketiranih ne goji posebnega odnosa, zdi se jim kot nekaj, kar je urejeno, ne občutijo gnusa, ker vedo, od česa pride, zdi se jim, da je to normalno, nekaj, kar je urejeno z naravo in drugače ne more biti. 40 % je čutilo odpor, 13 % pa ni imelo nobenega odnosa. Večini respondentov so se gnusili odvrženi, že uporabljeni higienski vložki. Taka ženska se jim zdi nemarna.

Glede spolnih želja med menstruiranjem jih je 64 % menilo, da se te ne spreminjajo, 14 % je menilo, da ne, 3 % respondentov niso odgovorili, 19 % pa tega odgovora ni vedelo. 83 % vprašanih je menilo, da je delo v različnih obdobjih ciklusa pogojeno z ženskim razpoloženjem. Pri tem so se omejili le na čas pred, med in po menstruaciji. Ženske naj bi delo opravljale težje, menstruacija pa predstavlja za žensko tudi psihično obremenitev. 3 % so menili, da se ženske ne spreminjajo, 14 % pa tega odgovora ni vedelo.

Ženske se po mnenju 58 % anketiranih v času menstruacije ne bi smele kopati v mrzli vodi, ne bi smele uživati alkohola, ker ta širi žile in je posledično krvavenje močnejše. Ravnanje je po mnenju 17 % anketiranih odvisno od ženske in njenih težav. 17 % je o prepovedi določenih aktivnostih in hrani ter pijači v času menstruacije odgovorilo le z ne, 8 % pa na to vprašanje ni znalo odgovoriti.

Ženske bi morale v času menstruiranja bolj intenzivno skrbeti za higieno, se več umivati ter preoblačiti. 25 % meni, da ženskam ni treba spreminjati navad, če ima ženska že na splošno urejene higienske navade. 14 % pa odgovora na to vprašanje sploh ni vedelo.

70 % je poznalo predmenstrualni sindrom (PMS). Definirali so ga kot nerazpoloženost, živčnost in napetost ter slabo počutje. V povezavi s tem so omenjali tudi telesne spremembe (napetost v prsih in trebuhu). 30 % PMS ni poznalo. 47 % respondentov je bilo seznanjenih s PMS tudi konkretno. Nekateri na spremembe ob tem niso reagirali in so pustili žensko pri miru, nekateri pa niso veliko storili, ker so vedeli, za kaj gre, skušali so se prilagoditi ter biti obzirni. 42 % ne pozna PMS konkretno, 11 % jih je odgovorilo z ne vem.

Prav bi bilo, da so ženske med menstruacijo na splošno manj obremenjene, naj ne bi opravljale težjih fizičnih opravil po mnenju 78 % sodelujočih v raziskavi. 14 % je bilo proti temu predlogu, ker pač tega ne bi smeli travmatizirati, ker gre za popolnoma naraven cikel. 8 % na vprašanje ni odgovorilo.

Večina respondentov je bila sposobna naštetih več izrazov, ki so jih uporabljali za menstruacijo. Kategorije besed, ki označujejo menstruacijo, so vključevale poleg običajnih, kot so menstruacija, mesečno perilo, perioda, tudi poimenovanja, ki označujejo rdečo barvo (tardeča, krvava, paradajz teden, revolucija, teta izpod Krvavca), besedne sklope, ki menstruacijo personificirajo kot obiskovalko, obiskovalce (teta iz Amerike, Rusi prihajajo), besede, ki se nanašajo na posebno stanje med menstruacijo (bolna sem). Največkrat pa je bil uporabljen izraz menstruacija. Menstruacija jih je po večini asociirala na cikel (cikel, teden, periodičnost, proces, luna, konec, začetek), nato na obdobja (nosečnost), higieno (vložki, tamponi, perilo, umivanje), na kri (kri, rdeča barva) ter nazadnje na spolnost. Izrazi, ki vključujejo specifična stanja med menstruacijo, so po mnenju anketirancev živčnost ter slabo razpoloženje. Malo je izrazov, ki ne izhajajo iz zunanje grajenih predstav in videza, temveč iz notranjih zaznav, kot so bolečine, glavobol, neugodje, neprijetnost. Menstruacija asociira na kri pri 11 % vprašanih, na rdečo barvo 11 %, na vložke 11 %, na življenje 3 %, na bolečine 6 %, na razdražljivost 35 %, na žensko 17 %, na rojevanje 6 %, na spolnost (spolni odnosi, odsotnost spolnih odnosov med menstruacijo) 11 % ter na teden 3 % anketiranih (Kalinšek 2003, 39–42).

PRILOGA B: ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni!

Sem Tea Kojadinović, študentka podiplomskega študija smeri Sociologija vsakdanjega življenja na Fakulteti za družbene vede in v okviru magistrskega dela pišem o menstruaciji kot kulturno pogojenem sindromu. V nadaljevanju vas prosim, da odgovarjate iskreno na postavljena vprašanja, saj so vaši odgovori še kako pomembni. Anketa je anonimna in bo uporabljena le za potrebe magistrskega dela. Hkrati Vas prosim, da izpolnite anketo do konca, saj so veljavne le tiste ankete, ki so izpolnjene v celoti. Za več vprašanj mi lahko pišete na mail: tea.kojadinovic@gmail.com.

Prosim, če si vzamete 15 minut in s klikom na Naslednja stran začnete izpolnjevanjem ankete.

UVODNA VPRAŠANJA:

V.1. Koliko ste stari?

V.2. Kakšna je vaša najvišja dosežena izobrazba?

- ☐ Nedokončana osnovna šola
- ☐ Osnovna šola
- ☐ Poklicna šola
- ☐ Štiriletna srednja šola
- ☐ Višja šola
- ☐ Visokošolski strokovni študij
- ☐ Visoka šola
- ☐ Univerzitetni študij

- ☐ Magisterij
- ☐ Doktorat
- ☐ Specializacija

V.3. Ali mi lahko poveste tip naselja, v katerem živite?

- ☐ Mesto
- ☐ Primestno naselje
- ☐ Manjše strnjeno naselje (kraj, trg)
- ☐ Strnjeno vaško naselje
- ☐ Raztresene hiše ali hiše na samem

V.4. Ste verni?

- ☐ Da
- ☐ Ne

V.5. Kateri verski skupnosti pripadate, če sploh kateri?

- ☐ Rimskokatoliški
- ☐ Evangeličanski
- ☐ Pravoslavni
- ☐ Judovski
- ☐ Islamski
- ☐ Drugi krščanski verski skupnosti - kateri?

- ☐ Drugi nekrščanski verski skupnosti - kateri?
- ☐ Sem ateist
- ☐ Sem agnostik
- ☐ Sem vernik, vendar ne pripadam nobeni verski skupnosti
- ☐ Ne želim odgovoriti

VSEBINSKA VPRAŠANJA:

V.1. Katera misel sem vam prva porodi, ko nekdo omeni menstrualno kri?

V.2. Navedite in vpišite največ 3 sinonime, sopomenke za menstruacijo.

V.3. Kaj pomeni kratica PMS?

V.4. Pri kateri starosti ste dobile prvo menstruacijo?

V.5. Kdo vas je prvi seznanil s potekom menstruiranja? (Ste za menstruacijo prvič izvedeli v knjigah, ste se o njej podučili v cerkvi, šoli, ...? Vas je z njo seznanila mama, teta, oče, rejnik, ...)

V.6. Kako pogosto imate menstruacijo?

- ☐ Redno
- ☐ Neredno
- ☐ Sem v menopavznem obdobju.

IF (2) V.6. = [2]

V.6.1. Navedite razlog, zakaj je vaša menstruacija neredna.

IF (3) V.6. = [3]

V.6.2. Navedite starost, pri kateri je menopavza nastopila.

V.7. Koliko dni traja/je trajal čas vašega menstruiranja?

V.8. Kako veste/ste vedeli, kdaj boste/ste dobili menstruacijo (če izključite menstrualni koledarček)?

V.9. Kako doživljate/ste doživljali čas menstruacije?

V.10. Definirajte naslednje pojme:

	Vpišite definicijo
Menstruacija	
Menopavza	
Policistični jajčniki	
Oligomenoreja	
PMS	

V.11. Katere higienske pripomočke za menstruacijo najpogosteje uporabljate/ste najpogosteje uporabljali?

- ☐ Vložke
- ☐ Tampone
- ☐ Nikoli ne uporabljam/nisem uporabljala menstrualnih higienskih pripomočkov.
- ☐ Drugo:

IF (V.11.) V.11. = [1]

V.11.1. Zakaj ste uporabljali ravno vložke?

IF (V.11.) V.11. = [2]

V.11.2. Zakaj ste uporabljali ravno tampone?

IF (V.11.) V.11. = [3]

V.11.3. Zakaj niste uporabljali/ne uporabljate higienskih menstrualnih pripomočkov?

IF (V.11.) V.11. = [4]

V.11.4. Zakaj ste uporabljali ravno drugo?

V.12. Navedite najpogostejšo znamko higienskih pripomočkov, ki jih uporabljate/ste jih uporabljale.

V.13. Zakaj uporabljate/ste uporabljali ravno to znamko?

V.14. Naštejte nekaj znamk vložkov:

V.15. Naštejte nekaj znamk tamponov:

V.16. Kateri oglas, povezan z menstruacijo, se vam je najbolj vtisnil v spomin?

Zakaj?

Za katero blagovno znamko menstrualnih pripomočkov je šlo?

V.17. Ste kdaj videli tuj krvavi vložek?

☐ Da

☐ Ne

IF (V.17.) V.17. = [1]

V.17.1. Kakšna je bila vaša reakcija, prva misel ob videnju tujega krvavega vložka?

V.18. Ali trpite za predmenstrualnim sindromom?

☐ Da

☐ Ne

IF (V.18.) V.18. = [1]

V.18.1. Kateri predmenstrualni simptomi se najpogosteje pojavljajo?(Označite največ štiri najpogostejše simptome.)

Možnih je več odgovorov:

☐ Izrazita žalost, obup ali samopodcenjevanje

☐ Povečana razdražljivost, jezljivost in konfliktnost v odnosih z ljudmi

- ☐ Zmanjšani interes za običajne aktivnosti, ki ga lahko spremlja socialni umik
- ☐ Motnje koncentracije
- ☐ Povečana utrujenost ali občutek pomanjkanja energije
- ☐ Izrazite spremembe teka, pogosto je povečana želja po določeni hrani
- ☐ Pretirana potreba po spanju ali nespečnost
- ☐ Občutek poraza ali izgube nadzora
- ☐ Telesni simptomi, kot so napete in občutljive prsi, glavobol, občutek napihnjenosti, bolečine v sklepih in mišicah ali porast telesne teže

V.19. Ali poznate katera zdravila za zdravljenje PMS?

- ☐ Da
- ☐ Ne

IF (V.19.) V.19. = [1]

V.19.1. Navedite, katera zdravila poznate za zdravljenje PMS?

--

V.20. Ste kdaj jemali zdravilo za PMS?

- ☐ Da
- ☐ Ne

IF (V.20.) V.20. = [1]

V.20.1. Katero zdravilo ste jemali? Zakaj?

--

V.21. Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami

	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam
V času menstruacije ne bi smeli hoditi v cerkev/obiskovati verskih objektov.	☐	☐	☐
Menstrualna kri je umazana.	☐	☐	☐
Menstruacija je bolezen.	☐	☐	☐
Veselim se menstruacije.	☐	☐	☐
V času menstruacije bolj pazim na higieno kot po navadi.	☐	☐	☐
V času menstruacije nosim temna oblačila.	☐	☐	☐
V času menstruacije nosim ohlapna oblačila.	☐	☐	☐
V času menstruacije nosim svetla oblačila.	☐	☐	☐
Telo se v času menstruaciji čisti.	☐	☐	☐
Menstruacija je naraven pojav.	☐	☐	☐
V času menstruacije nimam spolnih odnosov.	☐	☐	☐
V času menstruacije se izogibam vsakdanjim težjim fizičnim opravilom.	☐	☐	☐
V času menstruacije sem športno aktivna.	☐	☐	☐
V času menstruacije najraje poležavam.	☐	☐	☐
Čas menstruacije se ne razlikuje od ostalih dnevo.	☐	☐	☐
Menstruacija je zame pozitiven znak, da nisem noseča.	☐	☐	☐
Menstruacija je normalen pojav.	☐	☐	☐
V času menstruacije večkrat izostanem z dela.	☐	☐	☐
Menstrualna kri smrdi.	☐	☐	☐
Menstruacija je sinonim za plodnost.	☐	☐	☐

V.22. Označite, koliko se strinjate z naslednjimi trditvami

	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam
Menstruacija je božja kazen.	☐	☐	☐
Čas menstruacije želim prikriti.	☐	☐	☐
V času menstruacija lahko zanosim.	☐	☐	☐
V času menstruacije bi se morali vzdržati spolnih odnosov.	☐	☐	☐
S pomočjo magičnih menstrualnih urokov je mogoče drugim ljudem prizadejati zlo.	☐	☐	☐
Čeprav sem verna, ne dovolim, da vera vpliva na moje vsakdanje življenje.	☐	☐	☐
Zdi se mi prav, da se ženska v času menstruacije izolira, kot to počnejo nekatere ženske v različnih ljudstvih.	☐	☐	☐
Ženske, ki zgrešijo zločin v času menstruacije ali v času, ko naj bi imele PMS, bi to morali upoštevati kot olajševalno okoliščino.	☐	☐	☐
Imam občutek, da ko imam menstruacijo, da to vsi opazijo.	☐	☐	☐
V času menstruacije si »dovolim« biti neurejena, včasih celo nemarna.	☐	☐	☐
V času menstruacije nosim oprijeta oblačila.	☐	☐	☐
Čas menstruacije je zame privilegij.	☐	☐	☐

Odgovorili ste na vsa vprašanja v tej anketi. Hvala za sodelovanje. Za morebitna vprašanja, komentarje sem dosegljiva na tea.kojadinovic@gmail.com.

PRILOGA C: OGLAŠEVANJE NA SPLETNIH STRANEH

Priloga C.1: Spletni oglas za tampone o.b.

The screenshot shows a website layout with a dark background and red highlights. At the top, a navigation bar contains links: **TVOJA STVAR**, **STATUS**, **HUDO BRANJE**, **GIZMOTI**, **UBIJ DOLGČAS**, **SCENA**, **EE-SHOP**, and **FORUM**. The main content area features a large advertisement for **ob. Comfort** tampons. The ad includes an image of a pink tampon container and a woman in a dark setting with the text "Vseeno mi je, če gledaš sem". Below the ad, there's a section titled "Kako prvič uporabim tampon?" with a brief description. To the right of the main ad, there's a sidebar with a search bar, social media icons, and a list of forum topics. The bottom section contains various widgets: "Horoskop" with zodiac signs, "Gizmoti" with a calculator and a "srečna številka" (lucky number) widget, and "ee-shop" with a list of products like "Metuljasta lasna sponka" and "Seksi bikini ali monokini".

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.2: Spletni oglas za tampone o.b.

zdravje

Kako prvič uporabim tampon?

Te uporaba tamponov spravlja v zadrego? Potrebuješ prave informacije? Vodnik v nadaljevanju ti ponuja odgovore...

Stran 1 od 7

ee-shop

- Metuljasta lasna sponka
- Seksi bikini ali monokini
- Retro bikini v sočnih barvah poletja
- Bumpits lasne sponke
- Kozmetični kovček

zadnje

- Kako prvič uporabim tampon?
- Clip-On lasni podatki
- Izboljšaj ocene!
- Na zmenek s poletjem
- Kako zaščititi med počitnicami?

zadnji nasveti iz prve roke

- 1 (Prej)gosti lasje
- 2 Ukritljena hrbtenica
- 3 Če nimaš odstranjevalca laka za nohte
- 4 Podočnjaki
- 5 Lajšanje menstrualnih krčev
- 6 Ličenje za v šolo

zadnji kvizi

Uporaba tamponov - miti in resnice

Kateri poklic je pravi zame?

Verjameš v ljubezen na prvi pogled?

najboljših 10 rdečica

- 1 Bomboni
- 2 Skok čez kozo
- 3 Na bazenu
- 4 Prekleman ples!

zadnje na Forumih

Drug tuj jezik - nikccc

Kopalne hlače ----> Nujno!! - Enna*

Igra: OPH - oseba pod mano - underberg

3 stvari, ki nočeš, da bi jih starši našli v tvoji sobi - cokololik

skodrani lasje (! - katebriga

Joški al ritka? - Boris

Zna kdo delat zapestnice z imenom? NUJNO :DD - hurley

Igra: Hot or Not? - Mataa*

asociacije - Mataa*

justin bieber - katebriga

Najljubši Nogometni Klub!!! - Mataa*

Spoznau sm eno ful uredu punco - Urzoo

3 najhujše stvari k niso za tastare :D - soonck

Moj Biuži Fant...Prosim Za Nasvet!! - bobrouka

Pobrit al ne...? - beejbi

Ljubezenske pesmce =P - Eay

Samozadovoljevanje - Soundbox

ZalizovanJee- nasveT. - Urzoo

težave (! - Mojchq

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.3: Spletni oglas za tampone o.b.

zdravje

Kako prvič uporabim tampon?

Te uporaba tamponov spravlja v zadrego? Potrebuješ prave informacije? Vodnik v nadaljevanju ti ponuja odgovore...

Stran 2 od 7

ee-shop

- Metuljasta lasna sponka
- Seksi bikini ali monokini
- Retro bikini v sočnih barvah poletja
- Bumpits lasne sponke
- Kozmetični kovček

zadnje

- Kako prvič uporabim tampon?
- Clip-On lasni podatki
- Izboljšaj ocene!
- Na zmenek s poletjem
- Kako zaščititi med počitnicami?

zadnji nasveti iz prve roke

- 1 (Prej)gosti lasje
- 2 Ukritljena hrbtenica
- 3 Če nimaš odstranjevalca laka za nohte
- 4 Podočnjaki
- 5 Lajšanje menstrualnih krčev
- 6 Ličenje za v šolo

zadnji kvizi

Uporaba tamponov - miti in resnice

Kateri poklic je pravi zame?

Verjameš v ljubezen na prvi pogled?

najboljših 10 rdečica

- 1 Bomboni
- 2 Skok čez kozo
- 3 Na bazenu
- 4 Prekleman ples!

zadnje na Forumih

Drug tuj jezik - nikccc

Kopalne hlače ----> Nujno!! - Enna*

Igra: OPH - oseba pod mano - underberg

3 stvari, ki nočeš, da bi jih starši našli v tvoji sobi - cokololik

skodrani lasje (! - katebriga

Joški al ritka? - Boris

Zna kdo delat zapestnice z imenom? NUJNO :DD - hurley

Igra: Hot or Not? - Mataa*

asociacije - Mataa*

justin bieber - katebriga

Najljubši Nogometni Klub!!! - Mataa*

Spoznau sm eno ful uredu punco - Urzoo

3 najhujše stvari k niso za tastare :D - soonck

Moj Biuži Fant...Prosim Za Nasvet!! - bobrouka

Pobrit al ne...? - beejbi

Ljubezenske pesmce =P - Eay

Samozadovoljevanje - Soundbox

ZalizovanJee- nasveT. - Urzoo

težave (! - Mojchq

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.4: Spletni oglas za tampone o.b.

testni laboratorij

Uporaba tamponov - miti in resnice

Si tudi ti že slišala marsikaj o tamponih, pa nisi prepričana kaj od tega je res? Dejstvo je, da ene punce prisegajo nanje, druge jih ne marajo ali se jih celo bojijo. Reši kviz in se oboroži s praviimi informacijami!

1. Vložki so manj škodljivi za zdravje, kot tamponi.

Res je. ☐

Ni res. ☐

DALJE >>

ee-shop

- Metuljasta lasna sponka
- Seksi bikini ali monokini
- Retro bikini v sočnih barvah poletja
- Bumpits lasne

zadnji nasveti iz prve roke

- 1 (Pre)gosti lasje
- 2 Ukrivljena hrbtenica
- 3 Če nimaš odstranjevalca laka za nohte
- 4 Podočnjaki
- 5 Lajšanje menstrualnih krčev
- 6 Ličenje za v šolo

zadnji kvizi

ee-shop

Košarica je prazna

POGLEJ KOŠARICO

Prijavi se!
(registracija)

...

zadnje na Forumih

Drug tuj jezik - nikccc

Kopalne hlače ----> Nujno!! - Ena*

Igra: OPM - oseba pod mano - underberg

3 stvari, ki nočeš, da bi jih starši našli v tvoji sobi - cokolnik

skodrani lasje (-) - katebriga

Joški al ritka? - Boris

Zna kdo delat zapestnice z imenom? NUJNO :DD - hurley

Igra: Hot or Not? - MaLaa*

asociacije - MaLaa*

justin bieber - katebriga

Najljubši Nogometni Klub!!! - MaLaa*

Spoznou sm eno ful uredu punco - Urzoo

3 najhujše stvari k niso za tastare :D - soonck

Moj Bluzi Fant...Prosim Za Nasvet!! - bobnaka

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.5: Spletni oglas za tampone o.b.

STATUS

imeti ali umreti

Clip-On lasni podaljški

Včasih sem se frustrirala zaradi pomanjkljivih las. Zdaj imam lahko že v nekaj minutah goste, dolge lase!

Dalje ...

ee-shop

- Metuljasta lasna sponka
- Seksi bikini ali monokini
- Retro bikini v sočnih barvah poletja
- Bumpits lasne sponke

zadnji nasveti iz prve roke

- 1 (Pre)gosti lasje
- 2 Ukrivljena hrbtenica
- 3 Če nimaš odstranjevalca laka za nohte
- 4 Podočnjaki
- 5 Lajšanje menstrualnih krčev
- 6 Ličenje za v šolo

zadnji kvizi

ee-shop

Košarica je prazna

POGLEJ KOŠARICO

Prijavi se!
(registracija)

...

zadnje na Forumih

Joški al ritka? - Soundbox

težave ((- afna

Samoizadovoljevanje - underberg

ROJSTNODNEVNO PRESENEČENJE - anija

ZaLizovanJee - nasveT.

Boris

Ljubezenske pesnice =P - love

VALETA ZA LETNIKE 95 - soonck

Igra: OPM - oseba pod mano - soonck

asociacije - soonck

Sony Ericsson Aino.Nokia E5 - MilosR

KOŽICA NA PENISU! - Bay

HLAČE :) - durex

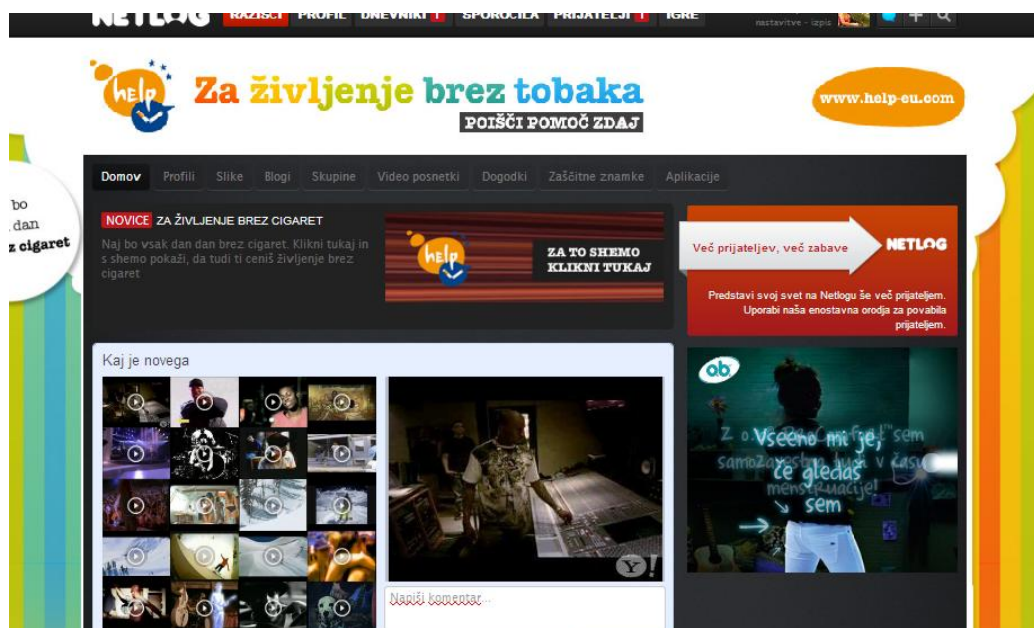
3 stvari, ki nočeš, da bi jih starši našli v tvoji sobi - beejibi

Pes moj prijatelj - GLASUJ PROSIM :) - blondiesX

kako naj vem ali sem jo zadovoljil? - beejibi

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.6: Spletni oglas za tampone o.b.



Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.7: Spletni oglas za tampone o.b.

Forum | Piši nam | Kontakt

Registracija | Novo geslo | Naroči se

Uporabniško ime:

Geslo:

Smrkija
naj najstniški portal

fun stuff | moda | lepota | najsmrkija | zdravje | hot | love laif | tvoj laif | cukr

mobile vsebine | KOLEDAR DOGODKOV

cukr

MAESTRO: NESOJENI ZMAGOVALCI

Za skupino Maestro se je pred zaključkom finala precej govorilo o tem, da so fantje eni od glavnih favoritov Slovenija ima talent. In s svojim nastopom v Hali Tivoli so to resnično upravičili. Toda izkazalo se je drugače, to pa fantov ni potrdilo, ampak jim je dalo motivacijo za naprej. Če drugega ne, jih sedaj - končno - pozna vsa Slovenija.

Da ti vročina ne bo uničila poletja!

ob

Vseeno mi je, če gledaš sem

Samsung E1170
39 €
Najbolji mobilni s GSM-kartico

Slike so simbolične.

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga C.8: Spletni oglas za tampone o.b.

CITYBON od 3. do 25. junija 2010.
Poiščite vaš CITYBON v vašem nabiralniku,
na Informacijah ali v prodajalnah Citycentra Celje!

city center
na voljo

zurnal24.si

07. junij 2010, 13:10

Naslovnica Novice Šport Magazin Scena Zame Avto Registracija Prijava Išči

Moda & lepota Zdravje Recepti Dom Potovanja Otrok Ženski pogled

KOMBINACIJA

Nežna eleganca

10 vročih poletnih pričesk

12 živil za energijo

11 razlogov, zakaj na pot

Paradižnikova solata z zelišči

NAJNOVEJŠE

12:03 | 10 vročih poletnih pričesk
11:17 | 12 živil za energijo in razpoloženje
10:00 | Kombinacija dneva: ponedeljek
08:35 | Enajst razlogov, zakaj odpotovati
07:13 | Paradižnikova solata z zelišči
06.06. | Shušajte z zelenim jabolkom

POPULARNO

Kombinacija dneva: nedelja
Moda
Kombinacija dneva: ponedeljek
Moda
Poletni večer
Treha

NE SPREGLEJTE

Pomurski mlekar na turneji po ...
OGLAS
Shušajte z zelenim jabolkom
Počutje
Zasvetite se kot biseri na plaži
Kopalke

VSEBINE, KI VAS UTEGNEJO ZANIMATI

Pohišstvo zamenjalo modo
Šest kosov, ki jih morate imeti
Kateri bolje pristoj?i
Nočti naj bodo drzni
Pod pazduho pritrizeta – da ne pika
Modne ulice Pariza

MESEČNA PRILOGA

ZAM

SODELUJTE

Nagradna igra
> Prebrati več

ob

Vseeno mi je, če gledaš sem

KOMPASHOLIDAYS

Obživljem poletje

HRVATSKA
www.kompas.si

Kontakt O žurnal media, d.o.o. Ekipa Oglaševanje Zaposlitev Pravno obvestilo in zasebnost Kodeks novinarjev Tiskana izdaja

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

PRILOGA Č: TISKANI OGLASI

Priloga Č.1: Oglas za tampone o.b.

o.b.

97% **Suhih noči**

Zagotavlja brezskrben spanec

o.b. Oblikovala jih je ginekologinja.

Za pravilno izbiro tamponov z ustrezno vpojnostjo preberite priloženo navodilo.
Tamponi Super vpojnosti niso primerni za prvo uporabo.

o.b. Pro Comfort™ **SUPER**

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga Č.2: Oglas za tampone o.b.



Počuti se varno. Počuti se svobodno.
o.b.® ProComfort™ nepremagljiva zaščita
na katero se lahko zanesesh.

Zahvaljujoč **dolgim zavilim zarezam** in svilnato gladki SilkTouch™ površini o.b.® ProComfort™ Normal varno zadrži tekočino znotraj tampona in zagotavlja **nepremagljivo zaščito** . Ne glede na priložnost boš lahko pozabila na svojo menstruacijo.

o.b.® oblikovala jih je ginekologinja

NEOBREMENENA
POLNOZRELE

16 tamponov | NORMAL

www.obtamponi.si

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga Č.3: Oglas za tampone o.b.

Naredi odločilen korak.
z ob® ProComfort™ MINI si svobodna,
da lahko brez težav počneš karkoli.

ob® ProComfort™ Mini z dobrimi zavilnimi zarežami in svilnato gladko SilkTouch™ površino, varno zadnji lekočino tam, kjer nastaja in ti zagotavlja zanesljivo zaščito. Ne zamudi nobene priložnosti za druženje s svojimi prijatelji.

ob® oblikovala jih je ginekologinja

NEOBREMENENO. POLNO ŽIVLJENJE

www.obtamponi.si

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga Č.4: Oglas za tampone o.b.



o.b.® ProComfort™ te uboga
in je enostaven za vstavljanje na pravo mesto.

Zahvaljujoč svršeno gladki **SilkTouch®** površini se
o.b.® ProComfort™ Normal enostavno in hitro vstavi
na pravo mesto. Raje porabi čas za svoje prijateljke in
ne za tampone.

o.b.® oblikovala jih je ginekologinja

NEOBREMENO
POLNOŽILNE

www.obtamponi.si

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga Č.5: Oglas za tampone o.b.

The advertisement features a purple tampon character with a face and arms, lying on a wooden surface. It has a speech bubble that says: "Poglej! Moja SilkTouch površina za iiiiizi vstavljanje!!". Next to it is a small blue music player with a screen showing a colorful bar graph. It has two small microphones on top and a speech bubble that says: "Kul! Kakšna moč drsenja!". The background is a soft-focus indoor setting.

o.b. za izi vstavljanje

Zastopnik Lomas d.o.o., Kardeljeva ploščadi 11a, 1000 Ljubljana

Tampon o.b.® ProComfort™ zaradi svoje edinstvene **SilkTouch™** površine drsi izredno gladko in omogoča izi o.b. vstavljanje. 
Za brezplačen vzoreček obišči www.obtamponi.si

ProComfort™ Mini **o.b.®**

o.b.® Začeti z o.b. je izi.

Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

Priloga Č.6: Oglas za ščitnike perila Carefree



*Odkrijte
neverjetno udobje -
kot bi nosile bombaž.*

Zdaj je to tako preprosto kot uporaba novih CAREFREE®
ščitnikov perila z naravnim izvlečkom bombaža.

Doživite čudoviti občutek udobja vsak dan in se počutite
popolnoma sproščene – z novimi CAREFREE® ščitniki perila.

Carefree®
Ženske živijo v svetu svežine.

NOVO



Vir: Lomas d. o. o. (2007–2013).

PRILOGA D: PREPIS SREČANJA FOKUSNE SKUPINE

MODERATOR: Dober dan. Najprej naj se vam zahvaljujem, ker ste prišli. Prosila bi vas, da se lahko predstavite, kar po vrsti, prosim.

VSI: ALINA, TARA, ROK, BRED, TANJA, VESNA, SONJA, MATEJA, IZAK, EMIL, TILIN.

MODERATOR: Tu smo zato, ker me zanimajo vaša mnenja na temo menstruacije.

FANTJE: (Vsi v smeh).

MILOŠ: A to ženske rabjo.

MODERATOR: Tiče se tako fantov kot tudi deklet. Pa bomo kar začeli. Zanimajo me vaše prve asociacije, ko nekdo omeni menstrualno kri.

TANJA: Rdeča barva.

BRED: Bolečine.

IZAK: (Se smeji).

MODERATOR: Prosim, Izak.

IZAK: Aja sej, vi ste rekl menstrualna kri. Na kri.

BRED: Krči.

TARA: Nekaj časa traja, lahko je neurejena.

VESNA: Tečnost.

VSI: (Nerazločno komentiranje, vsi povprek).

MODERATOR: Prosim, govorite eden po eden.

TANJA: Ma tist, k kihneš pa se ti vse ulije.

VSI: (Sme).

BREDA: Joj, ne govor, poznam to.

IZAK: Ja, jst tud to poznam.

VSI: (Nerazločno komentiranje vsi povprek, nerazločni verbalni napad na Izaka).

MODERATOR: Dobro. Dobro. Kako drugače poimenujete menstruacijo?

BREDA in TANJA: (v en glas): Menstrualni ciklus.

TANJA: Ali mesečno perilo.

TARA: Menarha.

VESNA: Menstra.

BREDA: Teta iz Amerike.

IZAK: Teta s Krvavca.

MODERATOR: Ali imate že vse menstruacijo?

DEKLETA: Ja.

MODERATOR: OK. Kaj pa, če je ne bi imele, bi to tudi na glas povedale?

TANJA: Kaj?

MODERATOR: Če je ne bi imele, ali bi to tudi zdaj na glas povedale?

TANJA in BREDA: Ja, ja.

BREDA: Sj to ni nč tazga.

IZAK: Jst je še nisem dobil.

MODERATOR: Ali poznate koga v razredu, ki še nima menstruacije?

TANJA: Ne, vsi jo mamo.

BREDA: Ne. Lara.

TANJA: Lara je še nima.

DEKLETA: (Pričnejo med seboj po tihem šepetati in ugotavljati, katero dekle v razredu še nima menstruacije).

MODERATOR: Dobro. Je vaša menstruacija redna?

DEKLETA: Ja.

TARA, SONJA: Ma, zdj se je uredila.

BREDA: Ja, jst sm jo tud mela kr po dvakrat na mesec.

TANJA: Medve z Mašo sva mele obedve to.

MODERATOR: Koliko dni traja vaša menstruacija?

TANJA: Štiri dni.

BREDA, MATEJA, SONJA: Pet, štiri dni.

VESNA: Tri.

TANJA: Na začetku, k sm jo mela, je trajala šest, sedem dni.

VSI: (Hrup).

MODERATOR: Po vrsti prosim.

TARA: Štiri do šest.

BREDA: Jst sm mela na začetku tko štiri dni, pol pa pavzo, tko en dan, nasledn dan pa spet.

TANJA: Prvo leto k se je uravnavala pet, šest dni, zdj pa po štiri.

IZAK: Ha, ha.

MODERATOR: Vprašanje za fante. Fantje, kaj veste o menstruaciji?

DEKLETA: (se smejijo).

MILOŠ: Nč.

MODERATOR: Kako nč?

IZAK: Ma boli, pa neki. Vemo to, kar so zdej povedale.

MODERATOR: Kaj pa, če ne bi tega, kar ste slišali, povedale?

ROK: Ja, jst bi vse vedu.

TANJA: Kaj ste frajerji!

IZAK: Ja vem, da če čihneš, da pol vse vn zleti. (Smeh).

MODERATOR: Kaj zleti?

IZAK: Ja, če čihneš.

BREDA: Ja to je prou smotan. Prou tak izliv pol pride.

TANJA: Ooo moj bog, al loh neki dodam? Kaj pa ena ženska na internetu napiše, a maš loh med menstro spolne odnose?

BREDA: Jaaaa. Jooooj.

VESNA: O moj bog. Fuj!

MODERATOR: Kaj zdj to pomeni?

VESNA: Oooo.

BREDA: Ja loh maš, sam to ni ok.

SONJA: A si predstavljaš seksaš in pol kihneš?

VSI: Smeh.

MODERATOR: Fantje, kaj vi menite o spolnih odnosih v času menstruacije?

DEKLETA: Fuj.

IZAK: Neeeee.

MODERATOR: Zakaj ne?

VESNA: Fuj.

IZAK: Ja pa da una kihne tm. Vau.

VSI: Smeh.

MODERATOR: Kdo vas je prvi seznanil z menstruacijo?

DEKLETA: Mami.

MODERATOR: Fantje, kdo je vas prvi seznanil z menstruacijo, da sploh obstaja?

MILOŠ: Oče.

VSI: Smeh.

MODERATOR: Kaj pa ti je povedal oče o menstruaciji?

VSI: (Sme.)

MILOŠ: Nč.

TANJA: Joj, a ne vidte, da jim je nerodn govort o tem.

MODERATOR: Ja vidim, da so zelo zadržani. Fantje, zakaj ste zadržani?

IZAK: Kaj sm zadržan, sj nism.

MODERATOR: Emil, Tilen, zakaj sta zadržana? Prosim za sodelovanje.

EMIL: Ne vem. To je za ženske. Sodelujem tako, da sm tih pr tem.

TILEN: (skomigne z rameni).

MODERATOR: Ok. Dekleta, kako veste, da boste dobile menstruacijo?

TANJA: Beli tok.

VESNA: Beli tok. Ogromn.

BREDA: Beli tok.

TANJA: Beli tok, bolečine v trebuhu. Občasno.

MODERATOR: Ok. To so znaki. Uporabljate menstrualni koledarček?

DEKLETA: Ja.

BREDA: Mislm, men ga je že zmankal.

TANJA: Sj ga v lekarni zastonj dobiš.

MODERATOR: Se ravnete po menstrualnem koledarčku?

VESNA: Mene en tedn prej boli trebuh, pač. In pol ni nič. Pol me nič ne boli in pol kr dobim.

IZAK: Mene je tud učer trebuh bolel. Fak, kaj je to?

MODERATOR: Torej ni samo menstrualni koledarček tisti indikator, ki naznanja menstruacijo?

BREDA: Jst v bistvu sploh ne vem, kdaj bom dobila. Na začetku sm tko. Vedno sm dobla enajstga, pol sm dobla pruga, pol pa spet kr okol štirindvjestga. In pol nism mela pojma, kdaj, nič me ni bolel. Tko sm mela.

TARA: Jst še zdj ne vem.

TANJA: Ja tm prvih sedem, osm mescev je tko neredna, pol takrt pa nič nism vedla. Pol let pa pol, k se je začel počas uravnavat. Pa še to zdej, zdej pač ponavad vem.

MODERATOR: Pri kateri starosti ste dobile prvo menstruacijo? Tara?

TARA: V sedmem razredu.

VESNA: Dvanajst.

BREDA: Dvanajst. Nee, trinajst.

TANJA: Dvanajst.

MILOŠ: Jst sm bla stara dvanajst.

SONJA: Dvanajst.

MATEJA: Dvanajst.

ALINA: Trinajst.

MODERATOR: OK. Kako doživljate čas menstruacije?

MILOŠ: Zelo boleče.

MODERATOR: Punce?

VESNA: Zelo naporno je.

IZAK: (v ozadju nenehno kiha -) Apčih!

BREDA: Ponavad ful jem.

TANJA: Jaaa, jst čokolado.

BREDA: Neee. Jst sm. A veste, kako mam jst? En dan tko čist nč ne jem, res čist nč. Drug dan pa ful jem.

TANJA: Ja, jst tud.

VESNA: Nihanje razpoloženja.

TANJA: Jaaaa.

BREDA: Jst tud. Kr tko mami mi reč,e kako je v šoli. In jst pol (smrk, smrk) tko.

VESNA: Jst tud jokam, kr brezveze.

SONJA: Ja st tud, brezveze tko.

MODERATOR: Kako lahko brezveze jokate?

BREDA: Anedaaa?

MODERATOR: Ali mislite, da je zato kriva menstruacija? Vse te simptome pripisujete menstruaciji?

TANJA: Ne, jst skos jokam.

MODERATOR: Katere higienske pripomočke uporabljate za menstruacijo?

TANJA: Vložek.

OSTALA DEKLETA: Vložke.

MODERATOR: Katera mogoče uporablja tampone?

DEKLETA: Neee.

MODERATOR: Zakaj ne uporabljate tamponov?

TARA: Ni primerno.

BREDA: Ni primerno. Mislim, ne da ni primerno, ampak ne vem. Nekak še nismo pripravljene na to. Ne vem. A ni tko? Ja. Ani tko da ...

TANJA: Ja po prvem seksu kao lahko. To so neke fore zdej.

MODERATOR: Se pravi ni varno za device, ne?

DEKLETA: Jaa.

TANJA: Ja tako. Pa tud tista vrvica ne vem, kam, pa kako, kaj če ostane not? Nismo tok izkušene zaradi tiste vrvice.

TARA: Ma smotani so za vstavljat.

ALINA: Ja, sj ni tok težko.

MODERATOR: Kako pa veš, da so smotani za vstavljat, če jih pa še nisi preizkusila?

TARA: Ja, baje je tko.

MODERATOR: Tako ste slišali. Kdo vam je to povedal?

ALINA: Ja, drgač je ful lahko.

TANJA: Ne vem.

MODERATOR: Vse skupaj, prosim, če lahko naštejete nekaj znamk vložkov?

DEKLETA: (v en glas): Always.

TANJA: Carefree.

BREDA: Violeta.

TANJA: Camomile.

TARA: Naturella.

MATEJA: Neki Libresse.

TANJA: Always je najboljši.

MODERATOR: Fantje, poznate vi kako znamko vložkov?

DEKLETA: (smeh).

MODERATOR: Miloš (je začel igrati igrico na telefonu), poznaš ti kako znamko vložkov?

TANJA: Raj jih vprašate kj družga.

BREDA: Tko da punce, če boste kupovale vložke, kupujte Always.

MILOŠ: OK, zdj bom vedla, ktere bom kupla.

MODERATOR: Fantje, poznate kakšno znamko tamponov?

MILOŠ: Ne.

MATEJA: To še jst ne vem.

TANJA: O.b.

MILOŠ: Durex.

MODERATOR: To so kondomi. Tamponi?

IZAK: Ja to so kondomi.

TANJA: Ja pa lubrikant maš tud.

MODERATOR: Dekleta, katero znamko tamponov poznate?

DEKLETA: O.b.

MODERATOR: Naprej?

TANJA: Pa eni, kaj so. Tampoooooni.

MODERATOR: Kateri so to tamponi?

TANJA: Ne vem.

MODERATOR: OK. Ali ste se na sistematskem pregledu kaj pogovarjali o menstruaciji?

TANJA: Ja. Celo predavanje smo mel.

MODERATOR: OK. Najprej me zanima, fantje kaj ste slišali o menstruaciji?

IZAK: Velik smo slišal, nič si nismo zapomnli.

MODERATOR: Zanima me kaj, ste slišali?

IZAK: Pa s'j vm pravm, da si nismo nič zapomnli.

BREDA: Neki si si pa mogu, ane?

MODERATOR: Punce, kaj ste si vi zapomnile?

TANJA: Vse.

MODERATOR: Bi kaj rade izpostavile s sistematskega pregleda?

IZAK: One lah to skos ponavljajo, itak vsak mesec to slišjo.

TANJA: Slišjo?!

MODERATOR: S kom ste se pogovarjali o menstruaciji? Z medicinsko sestro?

DEKLETA: Ja.

MODERTOR: Kaj se vam je najbolj vtisnilo v spomin o predavanju?

TANJA: Ne bi lih o tem.

MODERATOR: Bistvo?

VESNA: Ne vem. Ciklus.

TANJA: Ja. Ciklus, kako gre iz jajčeca pa vn. Pa ne. Ta pot, kako gre jajčece vn in kako. In kaj, zakaj sploh gre vn, in zakaj ostane not in kako se gor in dol.

BREDA: A veste, kaj sm si pa jst zapomnla? To je blo pač pr biologiji. Uno pesmco, lop, lop, lop.

DEKLETA: (zapojejo): Lop, lop, lop.

TANJA: Jst tega nism gledala. To ni fer.

BREDA: Lop, lop, lop.

MODERATOR: O čem je pesmica?

BREDA: Ma tko, kako gre ta ciklus, kako gre.

ALINA: Ja pa tko, kao kr krči.

TARA: Ja, kao huda menstruacija.

MODERATOR: Ali vam je medicinska sestra pokazala kakšne prosojnice?

ROK: Ja.

IZAK: Ja, tisti projektor.

BREDA: Ne powerpoint.

MODERATOR: Vam je poleg menstrualnega ciklusa pokazala še kaj?

TANJA: Ja to obdobje k odraščamo, kaj je pač pr moških drgač, se spreminja, kaj se pri ženskah. Razlike, o hormonih.

MODERTOR: Ali ste dobile kakšen vzorček?

TANJA: Česa?

MODERATOR: Ne vem.

TANJA: Ja, dobil smo en vložek od Carefreeja pa menstrualne koledarčke.

OSTALA DEKLETA: Ja, menstrualne koledarčke.

MODERATOR: Ali so vam na sistematskem pregledu, predstavili še kakšne produkte?

TANJA: Neko kremo, neke fore.

IZAK: Sam res. Keri zahrbtni ljudje so to. Nm dajo eno kremo za mozolje, one pa dobijo tampone.

DEKLETA: (jezno) Vložkeee!

MODERATOR: Vam je bilo všeč to, kar ste dobile?

BREDA: Men pač un vložek ni, ker men je pač Always.

TARA: Men je šlo vse čez. Men je Always boljši.

ALINA: Pa to je dnevni vložek?

OSTALA DEKLETA: (grdo pogledajo Natalijo).

BREDA: Ampak jst mam vedno nočne vložke.

MODERATOR: Zakaj imaš vedno nočne vložke?

BREDA: Ne vem, jst ne morm met dnevne.

MODERATOR: Zakaj ne?

TANJA: Jst mam vedno une roze, k se....

TARA: Vijolični so ful dobri.

BREDA: Ne vem. Preveč močno mam. Ful mam zmerm tak filing, o fak, šlo je čez in pol bi šla vsak odmor na WC.

MODERATOR: Tanja, kaj si ti rekla nekaj o roza barvi?

TARA: Nočni so ful kompaktni.

TANJA: A lahko jst? K je Breda rekla. Na začetku sm uporabljala une k so tri al šter kaplce. Šest kaplc je zdej ane? Če so večji.

MODERATOR: Če prav razumem, se počutite bolj varno z vložki, ki imajo več kapljic?

DEKLETA: Jaa.

TANJA: Ja z več kapljicami.

VESNA: Še posebi, če maš svetle hlače.

MODERATOR: Še posebej, če imaš svetle hlače?

BREDA: Ja. Ja jst mam ponavad črne al pa rdeče hlače.

MODERATOR: Aha. Kako se oblačite v času menstruacije?

ALINA: V črno.

TANJA: Ozke hlače, tmna oblačila.

MODERATOR: Zakaj?

MATEJA: Ja, če ti gre čez, da se ne vid tok. Če je belo, bo...

TANJA: Pa ozke, da vse skp držijo.

VESNA: Svetlo.

MODERATOR: Rekla si, da nosiš svetla oblačila. Te to ne moti?

VESNA: Ne. Sm že probala, pa ni šlo nč čez.

TANJA: Jst tud nosm bele hlačke.

IZAK: Sm vedu.

MODERATOR: Fantje, ali vi opazite, kdaj imajo punce menstruacijo?

IZAK, MILOŠ: Ne.

TANJA: Jst, ja.

IZAK: Zakaj se pa vi? Aja, ja.

MODERATOR: Miloš?

MILOŠ: Ne opazimo, ne opazimo.

MODERATOR: Ne opazite, da se drugače obnašajo, oblačijo?

MILOŠ: Aja to. Mogoče so tečne.

IZAK: Ma tečne so itak skos. To so itak skos.

VESNA: Seveda, ja.

IZAK: Poslušite. Gledu sm en video, k je bla ena punčka, k je mela bele hlače, pa je bla pr enmu. (smeh). In je mela tko pol rdeč flek in pol ji je un reku, da kr krvavi in da bo umrla. In pol je še fotr pršu in tud nč ni vedu o tem in je pol reku, da bo umrla in da morjo poklicat rešilca (smeh).

IZAK: Rdeča pika, pa kavč bel. In pol je blo še tko po steni.

MODERATOR: Ali je šlo za kak menstrualni oglas ali je šlo za domači video?

IZAK: Po moje, da oglas.

TARA: Tri pikce.(smeh). Tri pikce.

MILOŠ: Ne štiri.

MODERATOR: Fantje, ali vam punce povedo, ko imajo menstruacijo?

MILOŠ: Neee.

IZAK: Jaa, takoj razglasijo.

BREDA: Ja, Tanja je mene zatožla. Ja.

TANJA: Komu?

MILOŠ: Ne, ne povejo.

IZAK: Ma skos govorijo. Joj, joj, joj, joj..

DEKLETA: (se začnejo pričkati).

MODERATOR: Fante, prosim, če odgovorijo. Ali veste, kaj je to PMS?

ALINA: Predmenstrualni sindrom.

TANJA in BREDA: (začneta kričati): Aaaaa.

MODERATOR: Miloš, kaj je PMS?

MILOŠ: (nekaj zamomlja).

MODERATOR: Prosim? Nisem razumela.

TANJA: Nč, nč, nč. Ni primerno.

MODERATOR: Punce?

DEKLETA: Predmenstrualni sindrooommm.

MODERATOR: OK. Trpite za PMS?

TANJA in BREDa: Kaj?

MODERATOR: Ali imate predmenstrualni sindrom?

VESNA: (odločno): Ja.

TANJA: Ne.

ALINA: Včasih.

TARA: Sploh ne.

BREDa: Ne.

SONJA in MATEJA: Občasno.

MODERATOR: OK: Če rečem, menstrualni oglasi. Kateri menstrualni oglas vam prvi pride na misel?

BREDa: Always.

VESNA: Una punca k gre na zabavo. Kr neki hod tm.

TANJA: Una pesmca.

BREDa: Ja una pesm, ja.

MODERATOR: Katera?

BREDa: Ne znam na pamet.

TANJA: Una, vrtim se, vrtim se, al kaj neki? Una zdj ta nova, kr neki. Ja no una k ustane pol iz postlje, kr neki.

VESNA: Jaaa. Kr neki in pol ta reklama.

MODERATOR: Za katero znamko je šlo?

VESNA, ALINA in TANJA: Always.

BREDa: Ja drgač ma Always najboljše.

MODERATOR: Še kakšen oglas, ki se vam je vtisnil v spomin? Mogoče letak?

TANJA: O.b.

MODERATOR: Kateri oglas z o.b.?

MATEJA: Ma ne vem, une k hodjo pa k nosjo halje pa k nosjo tampone.

BREDA: A veste, kera se je men za vložke? Uno k neki, k so kao preverjal, neki k so spuščal vodo ...

TANJA: Ja in da ne gre čez. In se pol napije in da ni mokro, a ne..

BREDA:...pa diši po...te od Always.

VSI: (se začnejo nerazumljivo pričkati).

MODERATOR: (ujamem le Tarin komentar) Tara, kaj za tampone?

TARA: Ja kao, kdo pravi, da tamponi niso varni za uporabo. Pa reče, povedala mi je bla, bla, bla. Povedal mi je najboljši prijatelj. Povedala mi je, ne vem ...

TANJA: Ja, ta je bla pred kratkim zdele.

MODERATOR: OK. Vsem oglasom je skupen vložek, katerega polijejo z vodo oziroma modro tekočino. Ali vsi veste, kaj predstavlja modra tekočina?

MATEJA: Kt pr plenicah.

TANJA: Ne. Menstruacijo.

MODERATOR: Ja. Kaj pa, če bi bila ta tekočina namesto modre, rdeče barve, tako kot je menstrualna kri, rdeča?

MILOŠ: Bi blo lepš.

MATEJA: Ja.

IZAK: Bi se bolj vidl.

TANJA: Isto bi blo.

MODERATOR: Bi se bolj vidl? Fantje, veste, da gre pri modri tekočini za menstrualno kri?

FANTJE: Ja.

MODERATOR: OK. Bi vas to motilo kaj, če bi bila rdeča barva v oglasu?

FANTJE: Neee.

TANJA: Ne.

MODERATOR: OK: Kaj pa tista reklama za Paradontax?

BREDA: Kera?

MODERATOR: Za vse, ki med ščetkanjem pljuvate kri?

TANJA. A, uno ... (začnejo se prepirati).

MODERATOR: Kako se vam zdi?

VESNA: Fuj.

MODERATOR: Zakaj?

VESNA: Jst sm mela ful proti tej reklami.

MODERATOR: Zakaj?

VESNA: Ja k kr kri, model, no. Pa pol zob pade vn.

IZAK: (cinično): O groza, kr kri je bla.

TANJA: Ma men je ta reklama glupa.

VESNA: Nagnusna je.

MILOŠ: Kera reklama?

MODERATOR: Za Paradontax.

TANJA: Kr ena reklama.

BREDA: Mene to ne mot, sam mi je pač glupa.

TARA: Paradontax je sicer dobra, sam reklama bi pa bila lahko drugačna.

MODERATOR: No, ravno ste skritizirali, da vas moti kri v oglaševanju. Če bi bila v menstrualnem oglasu kri ...

TANJA: Ne. Reklama je glupa.

BREDA: OK, ja.

MODERATOR: Če bi bila v reklami za Always kri? A bi vam to bilo/ ne bi bilo všeč?

BREDA: OK, mene bi to motil.

MATEJA: Mene tud.

TARA: Mene ne bi motl. Sj za Paradontax mene tud ne mot.

BREDA: Veste, kaj me mot pr vložkih. Vložki pač dišijo in pol k maš menstro in je to pol je to takšen čudn vonj. Se to nekak čudn zlep skup in pol je to takšn čudn vonj, k se un vonj od menstre pa un vonj od vložka pomeša, pol je ful čudn.

IZAK: Nekak tko.

MODERATOR. Če prav razumem, menstrualna kri smrdi?

ALINA: Ja.

BREDA: Ja lih diši ne.

MODERATOR: Če se vrnemo nazaj. Ali bi vas dejansko tak oglas z dejanskim krvavim menstrualnim vložkom, motila?

TANJA in ALINA: Ne.

VESNA: Ja.

BREDA: Glede na to, da je menstra ...

SONJA: Mene bi.

MATEJA: Mene bi.

MODERATOR: Zakaj?

MATEJA: Že moj me mot. Še svojga vložka ne morm gledat, kaj šele od kšnga družga.

VESNA: Ješ kokice in pol naenkrat tista kri ...

MODERATOR: Zakaj ne moreš gledati vložka?

MATEJA: Ker me spominja na vse moje bolečine in mučenje.

MODERATOR: Mučenje? Se pravi je zate menstruacija nujno zlo, nekaj kar moraš preživet? Te močno boli?

MATEJA: Ja, če bi se dal izognt, bi se.

MODERATOR: Kaj pa, jemljete kakšne tablete proti bolečinam?

DEKLETA: Ne.

MODERATOR: Zakaj ne?

BREDA: To je najslabš možn, zarad tega ker ...

ALINA: To je sama kemija.

BREDA: To je sranje od sranja. Vse tablete.

MODERATOR: A poznate koga, ki jemlje tablete za menstruacijo?

ALINA: Jst sm jih.

MATEJA: Moja mami.

MODERATOR: Zakaj ne več?

ALINA: Ker me več ne boli tok.

MODERATOR: Kakšen se vam zdi menstrualni proces?

MILOŠ: Zanimiv.

BREDA: Ko ga vsaj ne bi blo.

MODERATOR: Ali veste, da je menstruacija povezana tudi s plodnostjo?

VSI: Ja.

IZAK: Ja.

MODERATOR: Torej je lahko menstruacija tudi zaželena?

BREDA: To ja, ja. V tem primeru ja.

MODERATOR: Ali ima katere policistične jajčnike?

TANJA in BREDA: Kaj?! Kaj je to?

MODERATOR: Ne veste? OK.

DEKLETA: Ne.

MODERATOR: Ali veste, kaj je menopavza?

DEKLETA: Ja.

MODERATOR: Kaj?

TANJA: To je prekinitev menstruacije.

TARA: To je, ko ženska zgubi menstruacijo.

IZAK: To je obdobje k nimaš več otrok.

MILOŠ: Mi jih mam loh skos.

MODRATOR: No, na to se bomo še vrnili. Kaj je oligomenoreja?

IZAK: Kaj je to?

MODERATOR: Ne veste. OK. Policistični jajčniki so jajčniki, ki ne proizvajajo dovolj hormonov, menstruacije so neredne, ženske, ki imajo policistične jajčnike tudi težje zanosijo. Oligomenoreja je izraz za ekstremno močne, boleče menstruacijo. Izak, kaj si ti rekel?

IZAK: Da moški majo skos loh otroke.

MODERATOR: Kdaj ste moški spolno dozoreli?

MILOŠ: Nikol.

IZAK: Ammm, takrt k..

MODERATOR: Kdaj? Kako veste, da ste spolno dozoreli?

IZAK: K maš prvi izliv.

MODERATOR: Takrat si spolno dozorel?

IZAK: Ja. (smeh). Sam moj ni bil močen.

MODERATOR: Ste že imeli spolne odnose?

FANTJE: Ne.

MODERATOR: OK. Ko si omenil, da ženska v menopavzi ne more imeti otrok. Pokazatelj, da je ženska plodna, je menstruacija. Vi nimate takega znatnega procesa, kot je menstruacija, kot indikatorja za plodnost.

IZAK: Grozn za ns, ane?

BREDA: Sam mene ful joške bolijo.

MODERATOR: Ste kdaj videli tuj krvavi vložek?

MILOŠ: Ne.

TANJA in BREDA: Ja!

BREDA: O moj bog. V šoli.

TANJA: Jaaaa.

VESNA, TANJA in BREDA: Fuuuuujjj!

BREDA: Tok mi je nagnusn tuki v šoli si menjavat vložke, tok mi je oooo.

ALINA: Ene bi mogl naučit, kako se vložek zavije.

VESNA: Jst sam upam, da k bom šla na koncert od Cece, da tm na stranišču k bom šla, da ne bojo kšni vložka, k če ne bom skp padla, pa še k je gužva, to mi gre na bruhanje.

TANJA: Ja v šoli, ja.

MODERATOR: To se vam zdi kaj, nagnusno?

TANJA in BREDA: Ja.

MODERATOR: Samo, saj je vaš vložek tudi tak.

TANJA: Ja vem samo ...

ALINA: Jst se ga potrudm zaviti.

BREDA. Prvo ga morš takole zaviti(pokaže z rokami), pol ga z wc papirjem, pa še enkrat s wc papirjem. Pa pol še z unim ...

IZAK: ... Pa pouhn wc papirja porabš.

MATEJA: Pa pol še enkrat zaviješ.

MODERATOR: Fantje, ste kdaj videli tuj vložek? (dekleta se med tem prepirajo).

IZAK: Ne. Ja, no enkrat.

MODERATOR: Kako se ti je to zdelo?

IZAK: Ma tko čudn. Krvav vložek (smeh).

MODERATOR: A se vam zdi taka ženska zdi nehygienična, ker ga je pustila?

TANJA: Ja.

VESNA: Ja.

IZAK: Ja.

VESNA: Nekulturna.

MODERATOR: Uporabljate tiste vrečice, v katere lahko spraviš vložek?

TANJA: Ne.

BREDA: A to obstaja?

MATEJA: V šoli tega ni.

TANJA: Nimamo mi tega.

IZAK: Sam mi tega nimamo.

TANJA: Mamo tisto, kje se vrečkice vstavljajo notr, vrečkic pa ni.

VESNA: Sj mogoče bo v srednji.

MODERATOR: Še eno vprašanje. Pampers pleničke, oziroma pleničke kot take.

BREDA: To bi jst mela za ponoč, majkemi.

TANJA: Ja jst tud. Majkemi.

VESNA: Jst isto.

BREDA: Če rabm tri vložke dt, da mi ne gre tuki, pa tuki, pa da mi ne gre tuki vn.

MODERATOR: Kaj, a slabše spiš zaradi menstruacije?

TANJA: Ja!

VESNA: Ja.

SONJA: Ne.

MODERATOR: Zakaj? Kaj se zbujaš, da bi si zamenjala vložek?

BREDA: Ne. Sj se ne zbujam zarad tega, da bi menjala vložek, ampak mam tko tak čudn filing.

TARA: Najbolš bi blo še brisačo si not dt.

TANJA: Jst pa ne morem edino na hrbtu spat.

VESNA: Moment of truth, zbudiš se zarad menstruacije in pol si uno čist mamuran in pol si uno, ja, zakaj sm se pa zdj zbudila, če ni blo treba in pol si čist mamuran in pol uno ...

TARA: Mene zjutri ...

BREDA: Ej Tanja ...

MODERATOR: Na koliko časa preko dneva menjate vložke, tamponi? Približno?

VESNA: Tri urce.

MILOŠ: Šest let.

TARA: Odvisno, kok je.

ALINA: Na tri ure.

BREDA: Tri ure.

TANJA: Ja jst tud.

SONJA: Tri.

MATEJA: Na uro in pol.

MODERATOR: Zakaj na uro in pol?

MATEJA: Ja ne vem. Jst mam manjše in pač.

MODERATOR: In večkrat menjaš?

MATEJA: Ja.

MODERATOR: Vse pa uporabljate Always?

MATEJA: Ne, jst uporabljam Libresse. Neki tazga. Always so plastični. Rajš mam naravno.

MODERATOR: Naravno? OK.

MATEJA: Blalala ...

TARA: Men ponoč skor nč ne teče, tko da ga ne rabm menjat.

MODERATOR: Zanima me še to: ponoči, ko greste spat, zjutraj, ko se zbudite, ali zamenjate vložek?

VESNA: Jaaa.

TANJA: Ja odvisn, če je blo kej. Če ni blo nč, kaj pol pustim.

TARA: Ja čist normalno.

MODERATOR: To s pleničkami. Če se vrnemo na to s pleničkami. Se pravi otrok se polula, pokaka, normalno zavijemo, nič dodatno v papir. Zakaj potem vložek tako močno ovijamo v papir?

TANJA: Sj, jst jih ne ovijam.

MODERATOR: Govorimo o pleničkah. Ko se otrok pokaka, normalno zavijemo, nič dodatno v papir. Zakaj potem vložek zavijate?

VESNA: Ja, ker je tanši, tko je blo, tko.

TANJA: Men se vse, ste kaj ...

SONJA: Ja menstruacija ima tak vonj.

MODERATOR: Vonj? Preprečiš vonj s tem, ko ga zaviješ v papir?

MATEJA: Ja no. Pa tud pr men se tud prtožujejo. Na primer oči pa brt, pa ga zavijem takoj pa vržem.

MODERATOR: Aha. Vržete, kam ga vržete?

VESNA: V navadne smeti.

MATEJA: Smeti v WC-ju.

MODERATOR: Bi še kaj dodali?

VESNA: Ja. Menstra na potovanju. Najhujš je met menstro na potovanju. Jst sm baksuz. Kamorkoli smo šli, v München, v šolo v naravi, v Francijo, kamorkol sm šla, sm mela.

BREDA: Sploh na morju.

MODERATOR: Kaj pa na morju? Ste že imele?

VESNA: Na morju jo na srečo še nisem imela.

TANJA: Ne, na srečo ne. Ne, nism mela na morju.

MATEJA: Jst bi jo morale met, sam je bla tko neurejena, da je nism mela.

MODERATOR: Kaj pa, če bi jo imele?

VESNA: Ja, če bi jo mela. Sam je dost drugih aktivnosti. Šla bi igrt beach volleyball.

MODERATOR: Samo plavala ne bi?

TARA: Jst sm, bi si šla sam noge namakat.

MODERATOR: OK. A se izogibate športnim aktivnostim, ko imate menstruacijo?

TANJA: Ne normalno vse.

BREDA: Mi recimo na treningu k nardimo izpadni korak. To mi je uno, fak, ne, no.

TANJA: Ja kšne vaje na primer k morš razširt noge, to je mal bed. Drgač pa vse normalno.

MILOŠ: Sve u svoje vreme ljubavi.

TARA: A je kj narobe, če plavaš, ko maš menstruacijo?

MODERATOR: Ne, nič. Zakaj bi bilo narobe?

TARA: Ne, pač ...

MATEJA: Jst lahko plavam.

IZAK: V bistvu je pa tko, večkrat čihnte pa bo prej šlo vn.

TARA: A lahko samo neki? Jst, amm ...

TANJA: To bi samo od sebe lahko, ti delaš, kar češ ...

BREDA: O čem smo se že prej govoril?

MODERATOR: Da se vrnemo na sistematski pregled.

MILOŠ: Joj, no.

MODERATOR: So vam pokazali kakšne prosojnice od Carefree, intimnih mil?

MILOŠ: Ne.

DEKLETA: Ne.

VESNA: Ma bl so nam na splošno o odraščanju, to je blo vse.

IZAK: Ne spomnm se.

VESNA: So povedal, sam niso tko nč promoviral.

TANJA: Ne.

MODERATOR: Intimnega mila Carefree? Kaj pa, kar ste rekle, da ste neko škatlico dobile za Carefree?

IZAK: No ...

TANJA: Tist je škatlca za vložek spravl notr.

MODERATOR: Se vam ni zdelo, da je medicinska sestra promovirala Carefree, karkoli?

TANJA: Ne. V bistvu smo mi njen rekl, če nm da to.

MODERATOR: Aha. Kaj so vam pa pokazali? Zgodovino vložkov, tamponov in to?

VESNA in TANJA: Ne.

MODERATOR: Kako so zgledali včasih, danes?

TANJA: Ne. Tko k plenice najbrž.

MODERATOR: So vam pokazali kakšno prosojnico?

TANJA: Ne.

MODERATOR: Bi še kaj dodali. Fantje?

IZAK: Ne.

MODERATOR: No to je bilo to. Hvala.

TANJA: A vi delate kšno reklamo?

MODERATOR: Ne, namen tega pogovora je bil ugotoviti, kakšen odnos imate do menstruacije, higienskih pripomočkov, katere oglase poznate. Vse gre za potrebe magistrskega dela, ki nosi naslov Menstruacija kot kulturno pogojeni sindrom.

TANJA: Aaa, super.

VESNA: Odlično.

MODERATOR: Hvala vsem!

VSI: Ni zakej.

**PRILOGA E: GRADIVO ZA UČITELJE: INFORMACIJE S PROSOJNICAMI ZA
PRIPRAVO UČNE URE**

Pripravljeni!

GRADIVO ZA UČITELJE

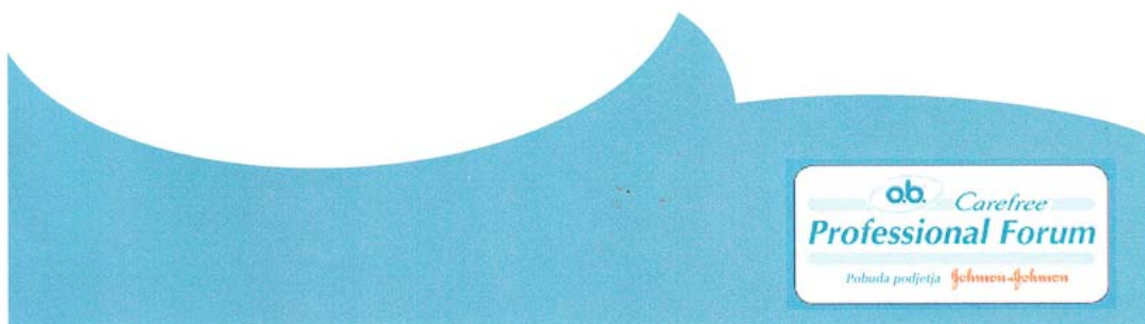
Informacije s prosojnicami za
pripravo učne ure – samo za
interno uporabo



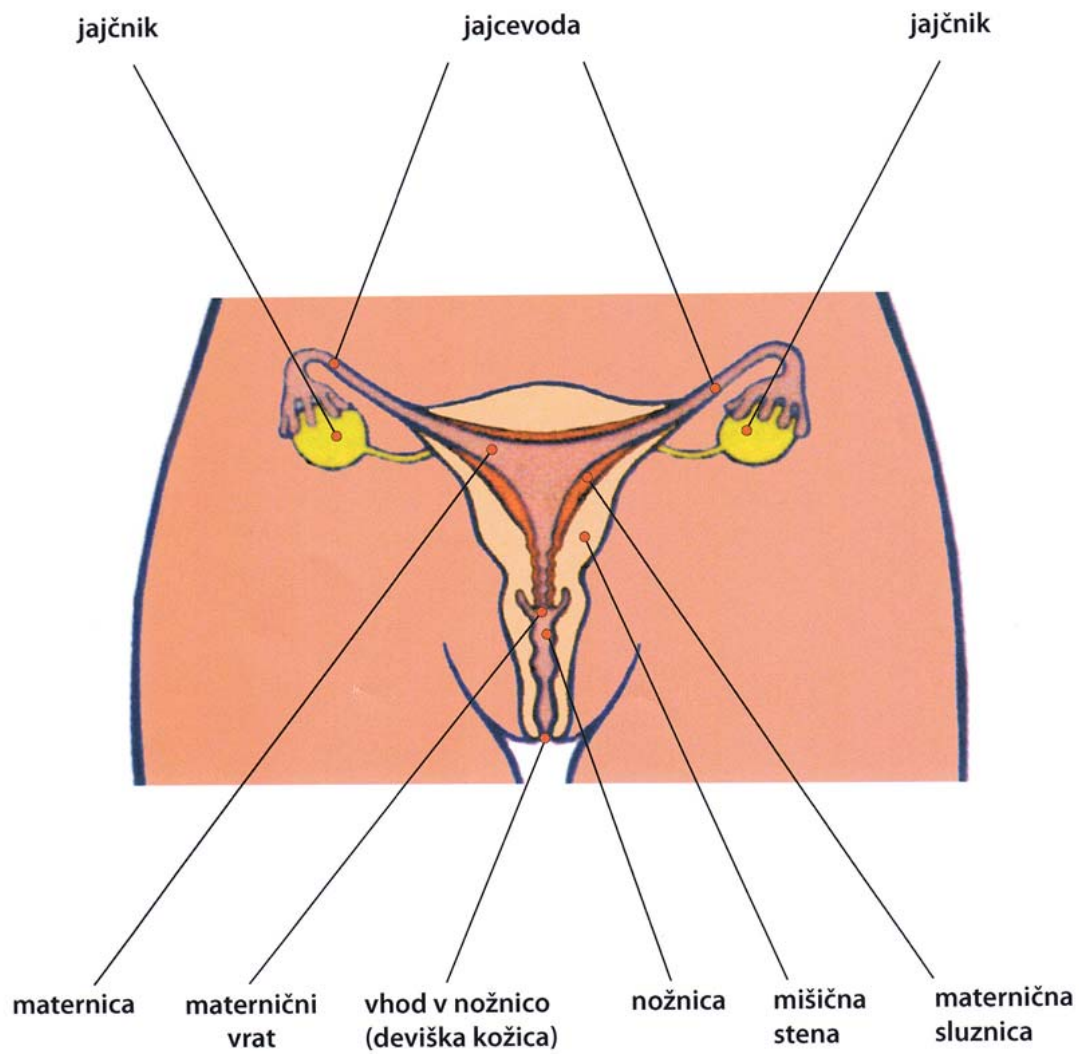
Ženska spolovila in rodila – pogled od spredaj

Na tej sliki je prikazan prerez rodil od spredaj, kakor ležijo za sprednjo trebušno steno pri stoječi ženski (stranski prerez skozi medenico). Maternica je osrednji organ. Oblikovana je kot obrnjena hruška in velika kot zaprta ženska pest. Maternica je votla, notranje stene pa so obložene z maternično sluznico – endometrijem.

Levo in desno iz maternice izhaja jajcevod. Prstom podobna konca jajcevodov delno prekrivata jajčnika. Jajčeca dozorevajo znotraj jajčnikov. Spodnji del maternice se zoži v maternični vrat – cerviks, ki štrli v nožnico, ta pa povezuje maternico z zunanjim spolovilom.



ŽENSKA SPOLOVILA IN RODILA – POGLED OD SPREDAJ



Ženska spolovila in rodila – pogled s strani

Slika kaže stranski pogled na spolovila in rodila (preseki skozi vzdolžno telesno os).

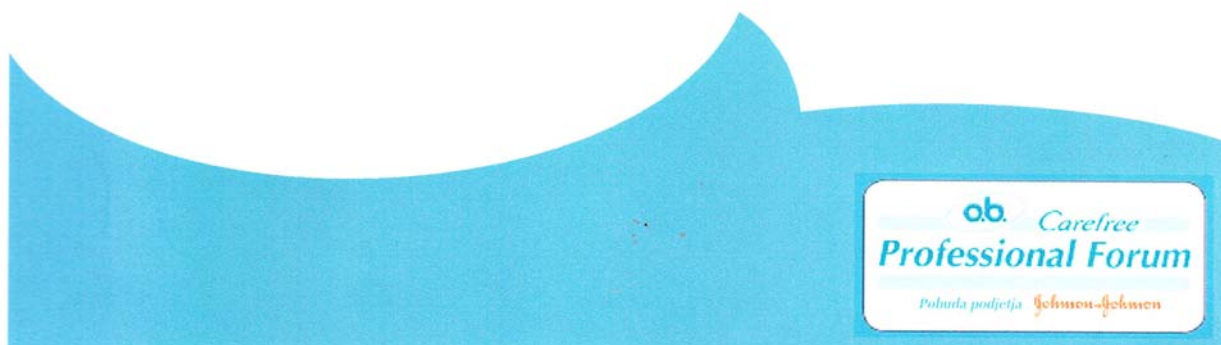
Sečni mehur leži za trebušno steno in sramno kostjo.

Sečnica izhaja iz najnižje točke mehurja. Maternica leži takoj za sečnim mehurjem in nad njim, na ob straneh maternice pa izhaja po en jajcevod. Na sliki lahko vidite jajčnik, nad njim pa prstom podobne fimbrije jajcevoda.

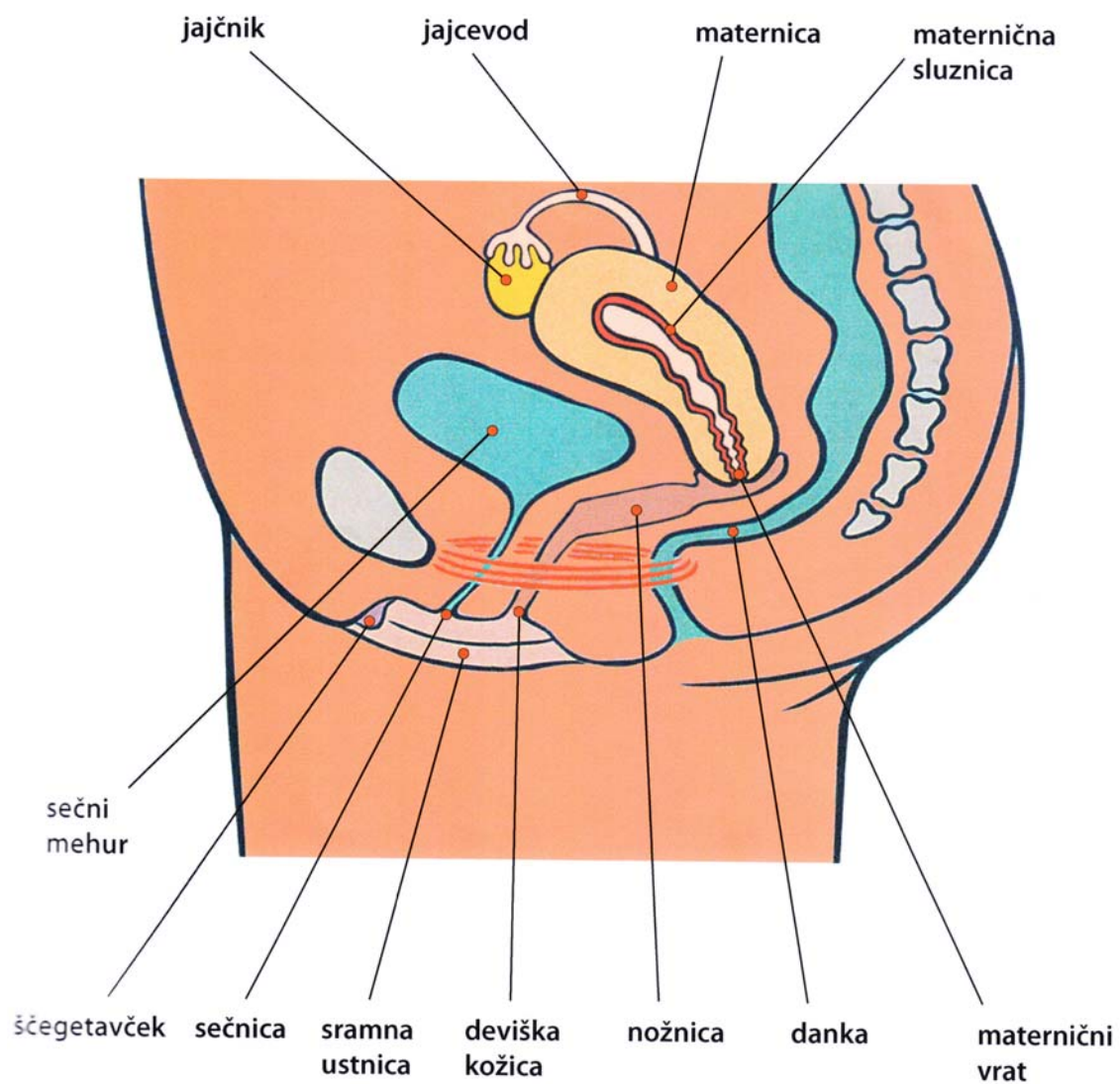
Najnižji del maternice je maternični vrat, ki štrli v nožnico, ta pa povezuje maternični vrat z vulvo (zur njim spolovilom).

Debelo črevo in zadnjična odprtina (rektum) sta na zadnji strani medenice, za maternico.

OPOMBA: Model je prikazan tudi v 3D tehniki.



ŽENSKA SPOLOVILA IN RODILA – POGLED S STRANI



Menstruacijski cikelus

Slika grafično prikazuje menstruacijski cikelus. Menstruacija je krvavitev, ki jo sproži propadanje jajčne celice zaradi odsotne nosečnosti. Krvavitev, ki ni posledica ovulacije, ni menstruacija.

Menstruacijski cikelus je čas med dvema menstruacijama. Traja od prvega dneva prejšnje menstruacije do prvega dneva naslednje. Prvi dan naslednje menstruacije ni več del prejšnjega ciklusa.

Menstruacijski cikelus traja ponavadi 28 dni, vendar lahko normalen cikelus traja tudi več ali manj, od 21 do 35 dni.

Slika 1: Menstruacija

Na sliki je prikazan prerez notranjih rodil od spredaj. Notranji sloj maternice (maternična sluznica) se začneja luščiti. Pod sluznico ležeče žile zakrvavijo. Odluščeni deli sluznice in kri se izlivajo v nožnico. Menstrualna kri se ne strjuje v strdke. Če so prisotni strdki (koščki temnih ali skoraj črnih delčkov) je treba obiskati zdravnika. Menstrualna krvavitev traja od 3 do 7 dni, vendar je trajanje krvavitve zelo osebna lastnost.

Slika 2: Folikularna faza ciklusa

Slika kaže dozorela jajčeca v desnem jajčniku tik pred ovulacijo. V vsakem ciklusu v enem od obeh jajčnikov (po naključju) vsaj eno jajčece dozori in privede do ovulacije (sprostitve jajčne celice).

Slika 3: Ovulacija

Na sliki je prikazana jajčna celica, ki se je sprostila ob ovulaciji in se nahaja v jajcevodu. Maternična

sluznica se je pod vplivom spolnih hormonov do takrat primerno razvila.

Ovulacija pomeni sprostitve jajčne celice v jajcevod. V povprečju nastopi 14 dni (12 do 16 dni) pred nastopom naslednje menstruacije. Izjemoma se lahko sprostita tudi dve ali več jajčec.

Slika 4: Lutealna faza

Jajčna celica potuje po jajcevodu do maternice. Med potovanjem se jajčna celica lahko oplodi s spermijem, to pa vodi do zanositve.

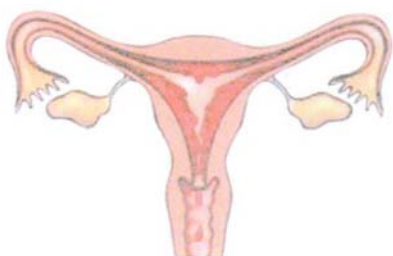
V tem času se maternična sluznica pod vplivom hormonov spreminja v primerno podlago za sprejem zarodka. Postaja debela in polna krvi.

Če do oploditve ne pride in se v sluznico ne ugnezdi zarodek, se ožilje v sluznici začne krčiti in sluznica propade. Ponovno se začne faza 1 novega ciklusa – luščenje in menstruacija.

Spermiji po spolnem odnosu lahko v rodilih preživijo do 72 ur. Spermiji se gibljejo in plavajo v smeri proti koncem jajcevodov in proti jajčecu.

Fazi 3 in 4 sta stalni ne glede na trajanje ciklusa. Spremljanje ciklusa nam torej omogoči, da lahko predvidimo, kdaj bo nastopila ovulacija in s tem možnost oploditve in zanositve, saj ovulacija vedno nastopi 14 dni (12 do 16 dni) pred začetkom krvavitve.

MENSTRUACIJSKI CIKLUS



Slika 1
Menstruacija



Slika 2
Predovulacijska doba



Slika 3
Ovulacija



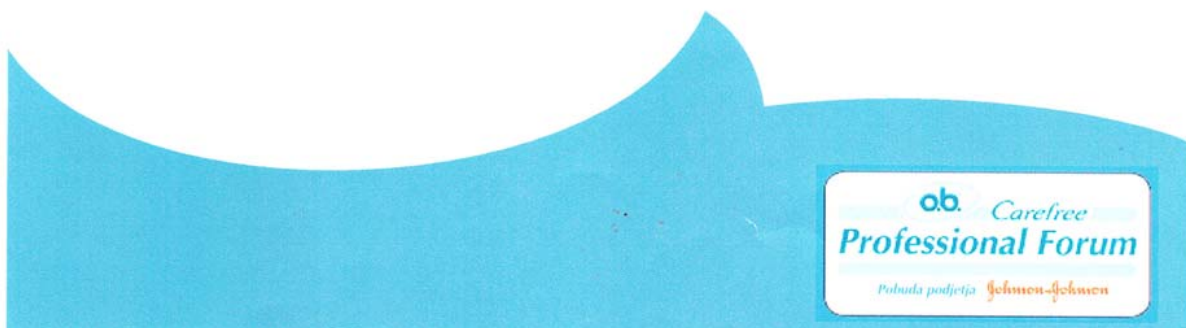
Slika 4
Poovulacijska doba

Ženski ciklus – različne razlage

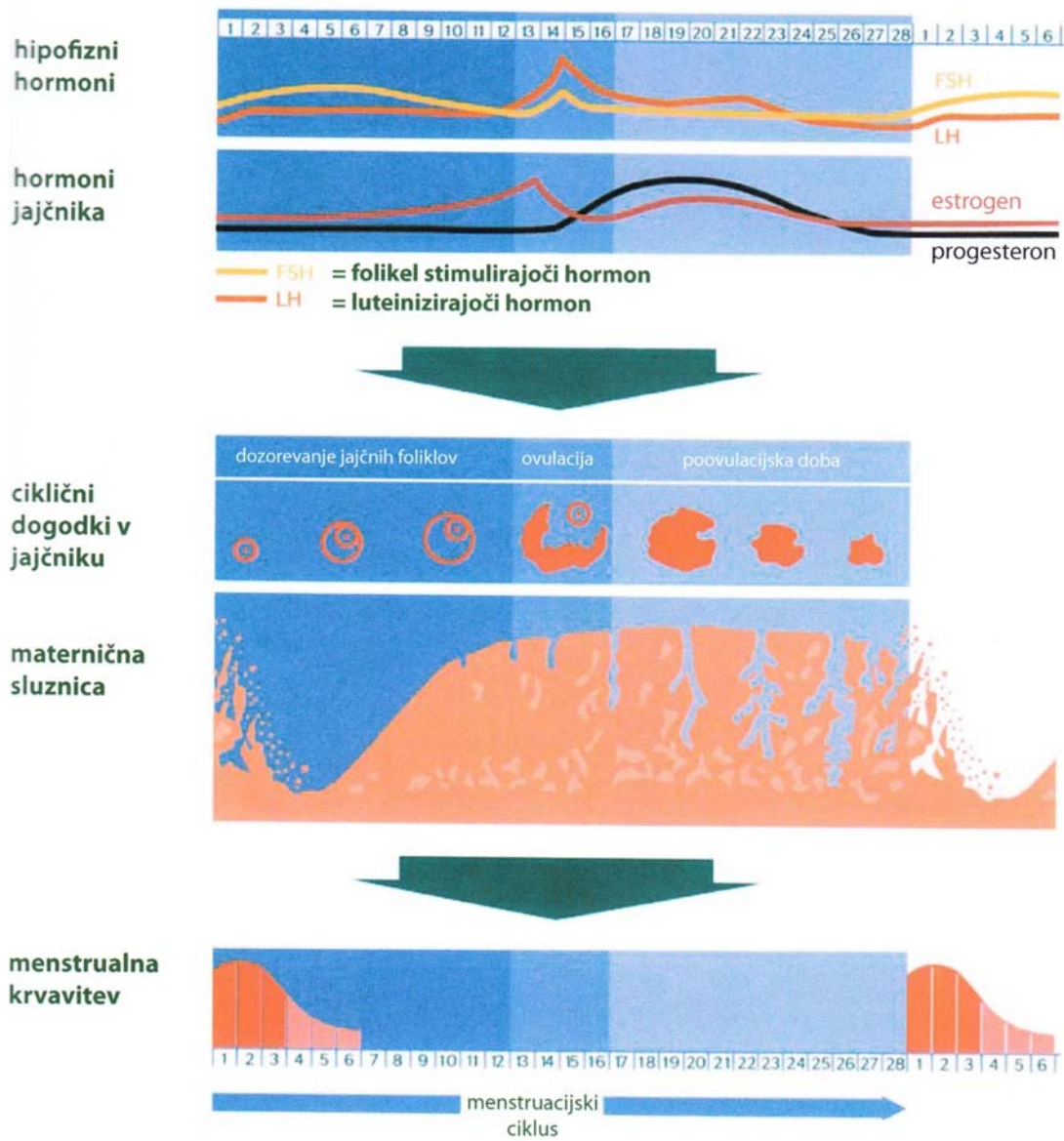
Opisani hormonski menstruacijski cikel je prisoten le pri ženskah in pri moških ni primerljivega pojava. V puberteti se pri dekletih aktivira notranja reprodukтивna hormonska os hipotalamus – hipofiza – jajčnik. Pri tem se vzpostavi centralni nadzor nad visoko zapletenim in približno 40 let delujočim biološkim ritmom ženskega menstruacijsko-ovulacijskega ciklusa.

Možgani pri tem sproščajo dva pomembna hormona obveščevalca: FSH (folikel stimulirajoči hormon) in LH (luteinizirajoči hormon), ki vplivata na tvorbo dveh pomembnih spolnih hormonov iz jajčnika, estrogena in progesterona.

Skupaj vsak mesec privedejo do rasti jajčnih foliklov, zorenja in sproščanja zrele jajčne celice – ovulacije ter povzročijo ustrezno prilagoditev maternične sluznice za morebiten zarodek. Če do ugnezditve zarodka ne pride, se z menstruacijo začne nov cikel.



ŽENSKI CIKLUS



Zaščita ob menstruaciji – nekoč je bilo vse drugače

Različne družbe so imele in imajo še danes različen odnos do menstruacije in temu primeren pogled na vse, kar je povezano s tem fiziološkim dogodkom, ki je bil še do nedavnega nerazumljiv in skrivnosten.

V nekaterih plemenih je imela menstruacija magičen pomen. Kri je simbolizirala smrt in propad, krvaveča ženska pa oblastnost, zlobni duh in splošno nevarnost.

Ob menstruaciji so bila znana najrazličnejša pravila obnašanja in prepovedi. Ponekod so ženske ob menstruaciji zaklepali v posebne temu namenjene prostore. Laponci so na primer ženskam ob menstruaciji prepovedali sprehod po delu obale, kjer so ribiči raztovarjali ribji ulov. Nekatera plemena ameriških Indijancev so ženskam ob menstruaciji prepovedovala nositi lovsko orožje. Verjela so, na primer, da sprehod ženske z menstruacijo mimo snopa puščic povzroči njihovo neuporabnost in smrt njihovega lastnika. Tudi voda kot izredno pomembna dobrina je bila in je še vedno v zvezi z menstruacijo v vseh kulturah močno tabuizirana. V nekaterih izumrlih kulturah perujskih Indijancev pa so na primer ženske večino menstruacije preživele do pasu v vodi. V področju Amazonke je dovolj vode, zato ta verjetno ni bila tako močno zaščitena.

Ti tabuji kažejo, kako so se ljudje v preteklosti poskušali soočiti z neznanim in begajočim na nek urejen način. Le predvidevamo lahko, da so številne omejitve in prepovedi za ženske z menstruacijo predlagali takratni modreci, vrači in duhovni vodje posameznih kultur, plemen ali rodovnih skupnosti, vsekakor moški. Kako pa so se na te prepovedi odzivale ženske? Le redke ljudske pripovedi go-

vorijo tudi o tem. Ženske so se, kot kaže, vsem vražam in pravilom trezno prilagodile. Uporabljale so najrazličnejše materiale z vpojnimi lastnostmi, ki so jim bili v danem trenutku na voljo.

Znani grški zdravnik Hipokrat je med prvimi opisal notranjo uporabo zaščite ob menstruaciji v obliki tesno zvitega platna. Drug način je bil izdelek iz lahkega lesa, okrog katerega je bilo navito blago ali pa so ga ženske uporabljale celo brez njega. V kraljevini Parthia in Bitnija so na primer bolje sprejeli zunanjo obliko zaščite.

Bogate ženske starodavnega Egipta, Sirije in Babilona so na primer uporabljale zvitke iz papirusa za notranjo uporabo, revnejše ženske pa podobne zvitke iz vodnih rastlin.

Ženske antičnega Rima so najpogosteje uporabljale zvito volno za notranjo uporabo. Volno se pogosto prej premazale z oljem ali z voskom. V obdobju razcveta Bizanca so ženske ob menstruaciji uporabljale najkakovostnejšo volno, uvoženo s Kavkaza. Volna je bila posebej obdelana v grški koloniji Herson ali Crimea, nato pa predelana v obliko tampona. V Bizanc so tako izdelane tampone vozili prek Črnega morja.

Ugotovimo torej lahko, da so celo v antičnih časih poznali zelo elegantne metode zaščite za čas menstruacije. Kaže, da so bili prav tamponi izbrana metoda zaščite povsod tam, kjer so bile ženske aktivno prisotne v družbenem in kulturnem življenju. V nasprotju s tem pa so bile podloge bolj sprejete v okoljih, kjer sta za žensko bolj prevladovala sedenje in pasivna prisotnost. Kakorkoli že, menstruacija je bila vedno neudobna in je pomembno zmanjšala svobodo žensk pri gibanju in pri večini dejavnosti.

Zaščita ob menstruaciji – nekoč je bilo vse drugače

Časi se spreminjajo!

V dobi industrializacije se je število zaposlenih žensk pomembno povečalo, to pa je povečalo tudi potrebo po novostih na področju zaščite med menstruacijo. Zaradi spremenjenih potreb po mobilnosti in svobodi v času menstruacije se je prvi industrijski higienski vložek na trgu pojavil leta 1885. Izdelan je bil iz platnene tkanine, kirurške bombažne preje in konoplje ter ga je bilo mogoče na primerno mesto pričvrstiti s posebnim pasom. Takšne pralne podloge so ženske uporabljale kar dolgo časa.

Za boljšo seznanitev z modo in higieno takratnega časa uporabite prosojnico »Moda 19. stoletja«.

Podloge za enkratno uporabo, izdelane iz bombažne preje in plasti iz celuloznih vlaken, so se na trgu pojavile leta 1920. Uporabljale so se v posebnih »mesečnih hlačkah«, ki so ženskam dajale dovolj udobja za vsakodnevna opravila.

Leta 1950 so se najprej na nemškem trgu pojavili tamponi za enkratno uporabo. To je bila prava mala revolucija na področju higiene, svobode gibanja in varnosti v času menstruacije.

Kupovanje izdelkov za higieno je bilo še vedno precej težavno, saj je bila higiena za čas menstruacije precej tabuizirana. Tako se je v petdesetih in šestdesetih letih prejšnjega stoletja v učbenikih za odraščajoča dekleta še vedno lahko prebralo: »ne govorite o tem, če ni nujno – čeravno je to najbolj naravna stvar«. Tak pristop k menstruaciji je vodil na primer k temu, da so higienske izdelke »embalirali na diskreten način«, prodajali le v lekarnah in »pod pultom« in večinoma beseda »vložki« ali »tamponi« ni bila izgovorjena, temveč pogosto načečkana na kosu papirja. Ženskam pa je bilo zelo nerodno ob nakupu teh izdelkov.

Na srečo danes ni več tako. Z liberalizacijo in seksualno revolucijo v moderni družbi je ta težava povsem izzvenela in danes lahko kupimo vse vrste higienskih izdelkov v vseh običajnih trgovinah.

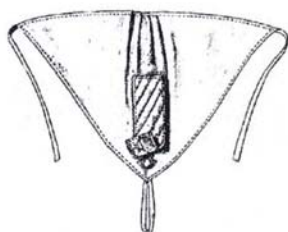
Tampon se je pojavil najprej na nemškem trgu leta 1950 in je med drugim močno izboljšal zavest in samozavest nove moderne svetovljanke.



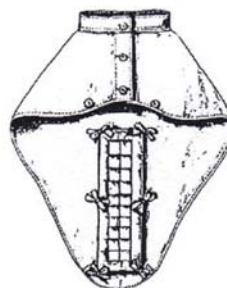
MODA 19. STOLETJA



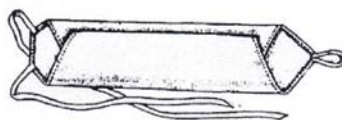
... in pripomočki za menstruacijske dni



Slika 1: trikotna higienska podloga s polnilom in trakci



Slika 2: higienska podloga za vstavljanje v gumbni steznik



Slika 3: ravna higienska podloga s trakci za okrog pasu

Zaščita ob menstruaciji – današnja moda!

Moderni higienski izdelki za ženske zajemajo tako rekoč vso paleto potreb po svobodi in udobju. Športne aktivnosti, tudi plavanje, med menstruacijo danes ne pomenijo nobene težave več. Ženske danes lahko izbirajo med najrazličnejšimi dnevnimi, nočnimi, večjimi, manjšimi, bolj ali manj vpojnimi vložki in tamponi vseh vrst.

Prosojnica »Današnja moda« podrobno predstavlja današnjo svobodo in neodvisnost gibanja med menstruacijo ter kako današnji higienski izdelki ženskam omogočajo, da nosijo modne in ozke obleke.

Seznam higienskih izdelkov za ženske:

1. dnevni vložki
2. higienski vložki (za zunanjo zaščito)
3. tamponi (za notranjo zaščito)

Na tem mestu priporočamo, da razjasnite, kako se ti izdelki uporabljajo.

1. Dnevni ščitniki perila

Dnevni ščitniki perila so namenjeni zlasti zaščiti perila pred različnimi izcedki in jih nosimo neodvisno od menstruacije.

2. Higienski vložki – zunanja zaščita

Higienski vložki so v nasprotju s tamponi namenjeni zunanji zaščiti ob menstrualni krvavitvi. Da lahko

vsrkajo menstrualno tekočino tudi ob močni menstruaciji, morajo biti dovolj dolgi, široki in debeli ter vpojni. Izdelani so iz več plasti vpojne celuloze, uporabljajo se le zunaj, na perilo pa se pritrdijo z vdelanim samolepilnim trakom. Da se preprečijo neprijetne vonjave, jih je treba menjavati večkrat na dan. Na voljo so v različnih velikostih in debelinah, izberejo pa odvisno od intenzivnosti krvavitve. Po uporabi naj se odvržejo v posebni neprepustni higienski vrečki.

3. Tamponi – notranja zaščita

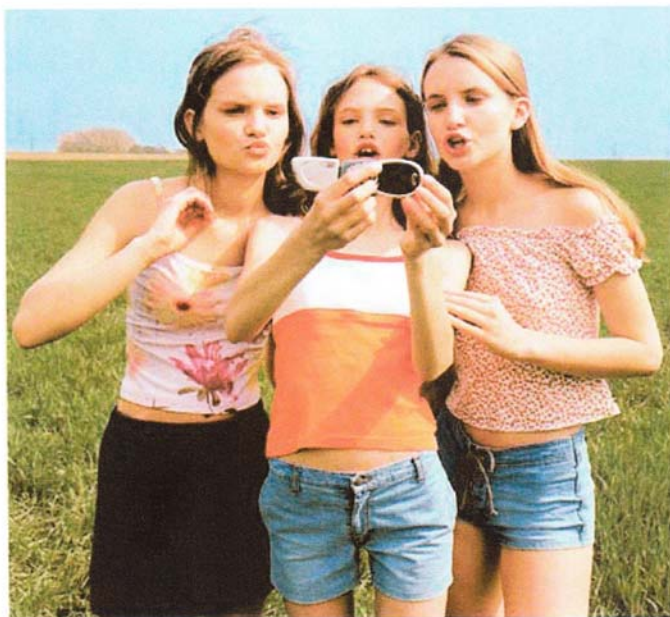
Tampon je namenjen notranji zaščiti ter vsrka menstrualno tekočino že v nožnici. Izdelan je iz medicinsko sterilizirane bombažne preje in ima vdelan trakec za izvlečenje iz nožnice po uporabi. Tampon vsrka tekočino kot spužva in tako prepreči zastajanje krvi v nožnici.

Tampon naj se menjava vsake 3 do 8 ur, odvisno od intenzivnosti krvavitve in velikosti tampona. Težave pri izvleku tampona kažejo, da čas za menjavo še ni primeren.

Po uporabi naj se odvržejo v posebni neprepustni higienski vrečki.



DANAŠNJA MODA



...in zaščita ob menstruaciji



1. Ščitniki perila – dnevna svežina

Ščitnik perila je namenjen dnevni zaščiti perila in se lahko uporablja neodvisno od menstruacije.



2. Higienški vložek – zunanja zaščita

Higienški vložek je v nasprotju s tamponom primeren le za zunanjo uporabo. Da bi vsrkal menstrualno tekočino in nudil popolno zaščito tudi ob močni krvavitvi, mora biti dovolj dolg, širok in vpojen.

3. Tamponi – notranja zaščita

Tampon je namenjen notranji uporabi in neposredno v telesu vpija menstrualno kri. Izdelan je iz medicinsko sterilizirane bombažne preje in ima pritrjeno nitko za nadzor in odstranitev iz nožnice. Tampon vsrka kri podobno kot spužva ter s tem preprečuje nabiranje proste krvi v nožnici.



Seznam ženskih higienskih izdelkov – grafični prikaz razlik med tamponi in vložki

Tamponi v nasprotju z vložki vsrkajo menstrualno tekočino že v nožnici. Pravilno vstavljenega tampona ženska ne občuti, ker leži na posebnem mestu v nožnici, kjer ni skoraj nobenih živčnih končičev za dotik oziroma bolečino. Redno menjavanje tamponov zagotavlja popolno vsrkanje menstrualne krvi brez zaostankov in brez neprijetnih vonjav, kar daje stalen občutek varnosti in čistoče.

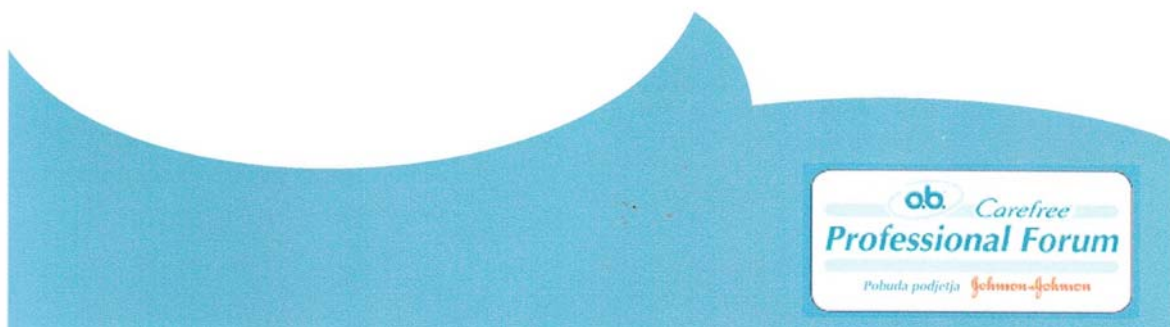
Kot je razvidno iz prosojnice, je pravilno vstavljen tampon nameščen v zgornji polovici nožnice, kjer ga na mestu zadržijo mišice medeničnega dna. Tampon se v nožnici ne more »izgubiti«, ker je kanal materničnega vratu preozek, da bi lahko zašel v maternico.

Higienski vložki so le za zunanjo uporabo. Vsrkajo menstrualno kri zunaj telesa, ko se ta izlije iz nožnice. Izdelani so iz več plasti vpojne celuloze. Vložki se uporabljajo le zunaj nožnice, na perilo pa se namestijo s pomočjo vdelanega samolepilnega traku. Vložke je treba izbrati glede na intenzivnost krvavitve ter jih je treba tudi redno menjati.

Več informacij o izdelkih za intimno higieno je na voljo v promocijskih paketih za učenke.

Po zaključku predavanja dobi vsaka učenka promocijski paket, ki vsebuje:

- o.b. tampone v potovalni škatlici
- informativno brošuro "O odraščanju"

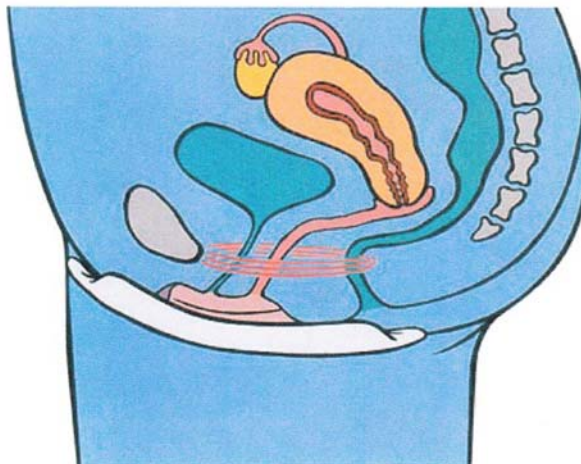


PRIPOMOČKI ZA INTIMNO NEGO

Vložki – zunanja zaščita

Vložke uporabljamo zunaj telesa in menstrualno tekočino vsrkajo šele, ko se izlije iz nožnice. Vložek mora biti dovolj vpojen ter dovolj dolg in širok, da menstrualna kri ne more mimo:

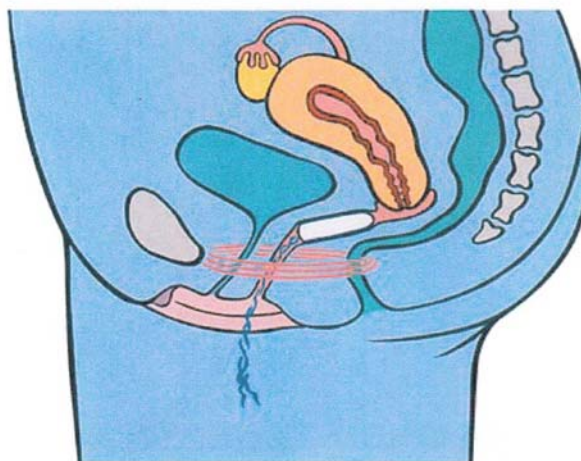
- z mikroporozno površinsko oblogo, vpojno sredico in zaščitnim filmom na strani perila;
- na perilo ga namestimo s pomočjo vdelanega samolepilnega traku.



Tamponi – notranja zaščita

V nasprotju z vložki tamponi vsrkajo menstrualno kri že v nožnici. Zunaj nožnice torej vse ostane suho in čisto. Če je tampon vstavljen pravilno, ga tako rekoč ne občutimo, ker leži na mestu, kjer nožnica nima skoraj nobenih živčnih čutnic:

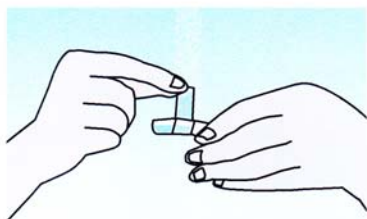
- higiensko neoporečna zaobljeno oblikovana bombažna preja (ki omogoča nežno vstavitev) z zanesljivo vstavljenim trakcem za nadzor in izvlek;
- osemutori tamponi se ob vlaženju širijo enakomerno v krogu in se tesno prilegajo nožnični steni.



KAKO PRAVILNO UPORABLJATI TAMPONE?

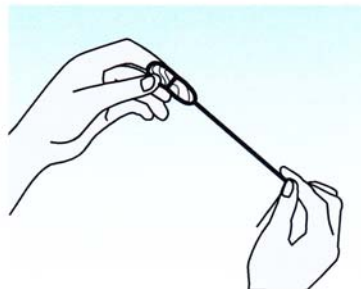
Slika 1

Umijte si roke. Povlecite trakec na sredini ovoja in odstranite spodnji del ovitka.



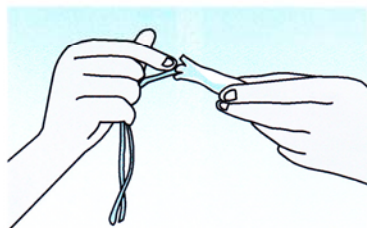
Slika 2

Izvalcite vrvico, ki je zvita na spodnjem delu tampona. Močno jo povlecite.



Slika 3

Konico prsta potisnite v vdolbinico na spodnjem delu tampona. Odstranite zgornji del ovitka. Zdaj lahko tampon vstavite v nožnico.



Slika 4

S prosto roko razprite sramne ustnice, da naredite dovolj prostora. Odprtina nožnice je med sečnico in zadnjično odprtino. Tampon s kazalcem pod kotom potisnite kar se da globoko v nožnico. Če čutite upor, preprosto spremenite smer.



Slika 5

Tampon je vstavljen pravilno, če ga sploh ne čutite. Če ga med sedenjem ali hojo še vedno čutite, ga morate potisniti globlje v nožnico. Po vstavljanju tampona si znova umijte roke. Tampon odstranite tako, da ga povlečete za vrvico.



Pogosto zastavljeno vprašanje

Ali se tampon lahko izgubi v telesu?

Odgovor: Tampon se ne more izgubiti. Dokler ga ne izvalčete, ostane v nožnici. Tampon nikakor ne more zdrsniti skozi ustje maternice, ker je to preozko.

Intimna higiena

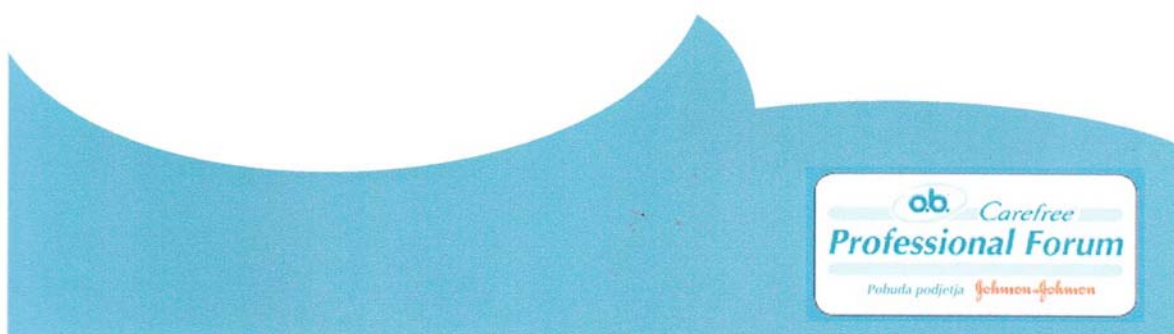
Intimni predeli so zelo občutljivi na zunanje vplive ter zahtevajo posebno pozornost in nego. Zato za nežno in učinkovito čiščenje ter nego teh predelov uporabljamo posebej prilagojene izdelke.

Izdelke za intimno nego lahko uporabljamo vsak dan

Razviti so posebej za nežno čiščenje in nego občutljivih intimnih predelov, pri čemer spoštujejo tudi nevtralni pH. Uporabljamo jih lahko vsak dan in so ginekološko in dermatološko preskušeni.

Intimne robčke lahko uporabljamo za osvežitev, zlasti zunaj doma.

Intimni robčki Carefree® Aloe nežno čistijo in negujejo posebej občutljivo kožo intimnih predelov. Ohranjajo nevtralni pH vaše kože in ne vsebujejo alkohola. So dermatološko preskušeni.



INTIMNA HIGIENA

Intimni predeli so zelo občutljivi na zunanje vplive ter zahtevajo posebno pozornost in nego. Zato za nežno in učinkovito čiščenje ter nego teh predelov uporabljamo posebej prilagojene izdelke.

Izdelke za umivanje intimnih predelov lahko uporabljamo vsak dan.

Razviti so posebej za nežno čiščenje in nego občutljivih intimnih predelov, pri čemer spoštujejo tudi nevtralni pH. Uporabljamo jih lahko vsak dan in so ginekološko in dermatološko preizkušeni.



Intimne robčke lahko uporabljamo za osvežitev, zlasti zunaj doma.

Intimni robčki Carefree® Aloa nežno čistijo in negujejo posebej občutljivo kožo intimnih predelov. Ohranjajo nevtralni pH vaše kože in ne vsebujejo alkohola. So dermatološko preizkušeni.



POGOSTO POSTAVLJENA VPRAŠANJA

Kako močna je menstrualna krvavitev?

Intenzivnost menstruacije se razlikuje od dekleta do dekleta in od ženske do ženske, spreminja pa se tudi med samo menstruacijo – krvavitev je močnejša v prvih dneh in se zmanjšuje proti koncu menstruacije. V povprečju ženska ob vsaki menstruaciji izgubi okrog 65 ml menstrualne tekočine, ki jo sestavljata kri in odluščena maternična sluznica. To ustreza približno polovici majhnega kozarca.

Ali mlado, nedolžno dekle lahko uporablja tampone?

Načeloma lahko dekleta uporabljajo tampone od prve menstruacije dalje. Zaradi normalnih hormonskih sprememb, ki se vedno zgodijo pred prvo menstruacijo, postane deviška kožica tik za vhodom v nožnico precej elastičen obroček, ki se ob vstavitvi majhnega tampona ne poškoduje. Mlada dekleta naj začnejo uporabljati najprej tampone o.b. ProComfort mini, ki jih je še posebej lahko vstaviti.

Ali se tampon lahko zagozdi?

Če potezne vrvice ne najdemo, počakamo nekaj časa, da se tampon povsem napoji. S pritiskom na spodnji del trebuha, kot takrat, kadar gremo na veliko potrebo, se tampon nekako spusti nižje in ga večinoma lahko zgrabimo z dvema prstoma. Če nikakor ne uspemo odstraniti tampona, poiščemo pomoč ginekologa.

Ali se trakec tampona lahko odtrga?

Potezni trakec je varno usidran v tampon in se ne more strgati. To lahko preskusite sami in ugotovili boste, da je trakec resnično trden.

Ali tamponi lahko ustavijo krvavitev?

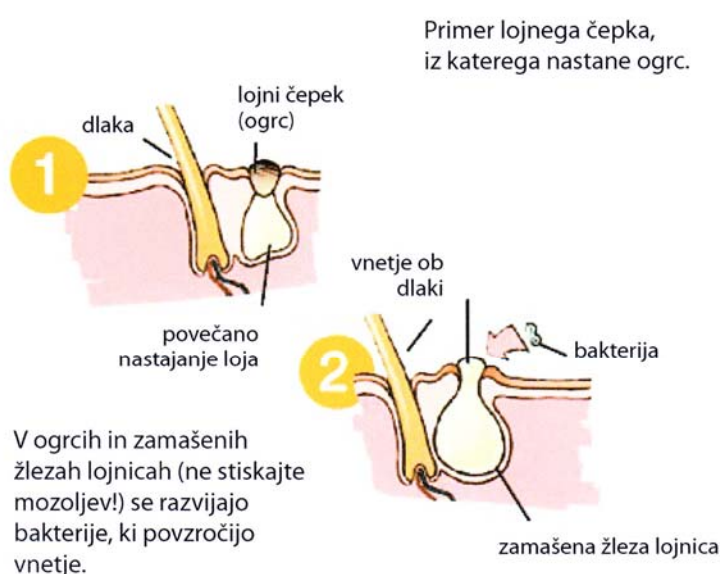
Ne, tampon ne more ustaviti oziroma zavirati krvavitve. Tampon samo vsrka tekočino vase, dokler se ne zasiči. S tekočino zasičen tampon, ki ga ne zamenjamo pravočasno, lahko tekočino prepusti naprej.

Ali lahko tampone uporabljamo tudi čez noč?

Da, tampone lahko brez zadržkov uporabljamo tudi čez noč. V nasprotju z vložki se tampon med spanjem ne more premakniti. Tampon vstavimo tik pred spanjem in ga zamenjamo takoj zjutraj. Tako lahko uporabljamo enotno velikost tamponov podnevi in ponoči. Ponoči nam morda ni treba menjati tampona tako pogosto kot podnevi, ker je krvavitev ob ležanju ponavadi nekoliko manjša.

KAKO NASTANEJO AKNE?

Akne so bolezen žlez lojnic, ki ne nastane zaradi slabe prehrane, ampak jo povzročijo hormonske spremembe v obdobju pubertete.



Ogrc ali mozolj – kakšna je razlika?

Pore na površini kože se lahko zamašijo zaradi maščobe v koži. Pod vplivom ultravijoličnih žarkov se barva maščobe spremeni v črno barvo in na vaši koži se pojavijo ogrci. Ko pa je pora z maščobo zamašena dlje časa in globlje v koži, se poleg loja v pori naberejo tudi odmrle celice, ki povzročijo nastanek mozolja. Če ogrc ali mozolj okužijo bakterije, ki so vedno prisotne na površini kože, se vnetje lahko razvije v gnojni mozoljček ali gnojno cisto.

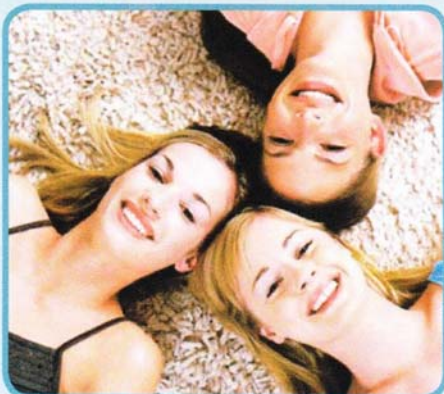
VZROKI ZA NASTANEK GNOJNIH MOZOLJEV:

• Notranji dejavniki

- Hormoni
- Preveč mastna koža
- Potenje

• Zunanji dejavniki

- Pomanjkljiva osebna higiena
 - Mastne in zamašene pore
 - Umazane roke in lasje v stiku z obrazom
- Prehrana
 - Uživanje mastne in sladke hrane
 - Neredno prehranjevanje
 - Premalo uživanja sadja in zelenjave
- Vplivi okolja
 - Umazan zrak/veter
 - Izpostavljenost žarkom UV
 - Vročina
- Neustrezni izdelki za nego kože
- Način življenja
 - Premalo počitka in spanja
 - Stres



KAKO LAHKO PREPREČIMO NASTANEK MOZOLJEV – NEGA KOŽE V TREH KORAKIH:

Za preprečevanje nastanka mozoljev vam priporočamo nego kože v treh korakih. Z vodo sicer lahko očistite kožo, vendar z njo ne morete odstraniti vse odvečne maščobe in umazanije z obraza. V nadaljevanju preberite naše priporočilo za dnevno nego svoje kože. Z nekaj vztrajnosti in rednim čiščenjem bo tudi vaša koža postala čista in zdrava.

1 ČISTILNO MLEKO

Pomembno je, da čistilno mleko za kožo uporabljate dvakrat dnevno – zjutraj in zvečer pred spanjem – in tako s kože odstranite umazanijo, maščobe in druge nečistoče. Čistilna sredstva so v različnih oblikah – izberite tako, ki najbolj ustreza vašim potrebam.

2 TONIK

Po čiščenju s čistilnim mlekom s tonikom odstranite ostanke maščobe in umazanije z vaše kože. Tonik preprečuje zamašitev por in nastanek mozoljev. Nanesite ga z vatno blazinico ali kosmom vate.

3 VLAŽILNO SREDSTVO

Vlažilno sredstvo omehča kožo in preprečuje njeno izsušitev. Za občutljivo mozoljasto kožo uporabite nemastno vlažilno sredstvo, najbolje takšno, ki vsebuje posebne zdravilne sestavine za preprečevanje nastanka mozoljev.

NASVETI ZA ČISTO KOŽO:

- Ne dotikajte se obraza z rokami in odstranite z njega lase, da preprečite širjenje maščobe, umazanije in bakterij.
- Prehranjujte se zdravo, pijte zadostno količino vode, gibajte se in poskrbite za svoj spanec.
- Mozoljev nikoli ne stiskajte – to lahko povzroči hudo vnetje ali nastanek brazgotin.
- Naj postane nega kože vaša vsakodnevna navada.
- Brez skrbi, nisi edina! Več kot 80 % deklet, starih od 12 do 17 let, ima mozolje*.

Pripravljeni!

Gibanje za „tiste dni“
Menstruacija in šolske
športne dejavnosti



ob. Carefree
Professional Forum
Polnata podjetja Johnson & Johnson

Uvod

„Menstruacija in šolske športne dejavnosti“

V starosti med 9. in 16. letom dekleta ponavadi pričakujejo menarho (prvo menstruacijo). Nekatera dekleta imajo pri tem težave, druge ne vedo, kako se ob tem vesti. To sproža številna vprašanja, zlasti v zvezi s šolskimi športnimi dejavnostmi. Pogovorite se s svojimi učenkami in jim ponudite podporo in informacije, ki jih potrebujejo.

Šolske športne dejavnosti

Mnoga dekleta zaradi menstruacije ne želijo sodelovati pri šolskih športnih dejavnostih. Dekleta v puberteti se pogosto ne počutijo več lagodno v „lastni koži“. Strah jih je in imajo različne predsodke. Na primer, da se med menstruacijo ni primerno povsem umiti, zaradi česar se seveda sproščajo neprijetne telesne vonjave, ali da je sodelovanje pri športu med menstruacijo povezano z bolečino. Dekleta se pogosto bojijo, da bi se higienski vložki premaknili izpod perila in telovadne obleke in bi se lahko opazila krvavitve. Prav tako je neprijetno, če po končani športni dejavnosti ni primerne kraja niti dovolj časa za ustrezno higieno, umivanje in osvežitev. Med vrstniki te starostne skupine sta pogosti tudi porogljivost in zasmehovanje.

Teh večplastnih razlogov za nesodelovanje pri šolskih športnih aktivnostih verjetno ni lahko obvladovati, še težje je zlasti moškim učiteljem telovadbe. Zato je pomembno, da dekleta na posebnosti ob menstruaciji in na dejstvo, da postajajo ženske, privajamo s čim večjim občutkom in pozitivno naravnanoostjo.

Pripravljeni?

Gradivo pred vami nudi veliko informacij za izobraževanje o spolnosti. Tridelni komplet za učenke vsebuje primerke sodobnih izdelkov za intimno higieno. Priloženo pisno gradivo vključuje ustrezne odgovore na številna vprašanja, povezana s telesnim razvojem v puberteti ter menstruacijo in higieno v tem času. Demonstracijski komplet vam pomaga pri predstavitvi delovanja tampona. Dodana je še literatura za kopiranje, sezname, primeri, možna in tipična vprašanja učenk v zvezi z menstruacijo in higieno v času menstruacije ter kratki odgovori na ta vprašanja. Med samim izobraževanjem lahko tudi interaktivno uporabite spletno stran za učence <http://www.oodrascanju-si.com/> in za učitelje <http://www.izobrazevalnitecaj-si.com/>, da ustvarite še boljše vzdušje.

OSNOVNE INFORMACIJE

Osnovne informacije o „menstruaciji in športu“

Konec 19. stoletja so kot „primerna ženska dejavnost“ pomenila le delo v hiši, na vrtu ali kvečjemu še sprehod po trgovinah. Ko pa so postale popularnejše gimnastika in olimpijske športne discipline, so se razvili tudi ženski športi in druge fizične dejavnosti za ženske. Na prvih modernih olimpijskih igrah v Atenah leta 1896 so tekmovali le moški, štiri leta pozneje v Parizu je sodelovalo že enajst žensk. Od takrat so se ženske discipline v športu razmahnile do neslutelih razsežnosti in skoraj ni športa, v katerem ne bi tekmovala tudi ženske.

Sodelovanje pri športu v času menstruacije je bilo dolgo časa sporno oziroma odsvetovano. Čeprav se strokovnjaki o tem niso mogli zediniti, pa so ženske z vse večjo vneto prezirale priporočila in so trenirale in tekmovala tudi v „tistih dneh“. Šele leta 1960 so uradno tudi športni zdravniki dovolili sodelovati na tekmovanjih tudi tekmovalkam v času menstruacije, vsaj zdravim in naporov vaje, vendar s pridržkom, da jih k temu ni primerno siliti. Le plavanje je bilo prepovedano.

Kakorkoli, higiena je otežila plavanje, vse dokler niso iznašli tamponov – ti so se pojavili na trgu leta 1950. Anketa med 140 plavalnimi društvi v letu 1965 je prinesla zanimiv izid: mnoge plavalke so sicer uporabljale tampone, vendar so prav tako mnoge v nožnico vstavljale kar preproste kosme vate. Higijenske vložke in druge starejše pripomočke pa so še vedno uporabljale kar pogosto tudi pod kopalkami. Odgovorni v teh društvih so dekletom ob menstruaciji še vedno priporočali zelo stare metode zaščite v času menstruacije, kot so bili trikotni vštiki ali gobe brez vsakršne druge zaščite.

Menstruacija je zelo občutljiv pokazatelj hormonskega in telesnega ravnovesja med vneseno in s športom izgubljeno energijo. Kadar zelo mlada dekleta zelo intenzivno trenirajo (npr. pri umetnostnem drsanju, tekmovalni gimnastiki ipd.), se prva menstruacija pogosto odmakne v poznejše obdobje. Vendar lahko k temu pripomorejo tudi družbene razmere. Mnenje, da šport lahko pozitivno vpliva na bolečino med menstruacijo, je zagovarjalo mnogo avtorjev. Največ težav se ponavadi pojavi kratek čas po prvi menstruaciji, nato lahko pojemajoče trajajo nekaj let in tako rekoč vedno povsem izginejo.



INFORMACIJE

Informacije, povezane z „menstruacijo in športom“

Primeren nasvet za vaše učenke

Glede na to, da morajo pri šolskih športnih dejavnostih sodelovati vse učenke, morajo biti izpolnjeni nekateri nujni pogoji. Sekcija „Šport za ženske“ pri Nemškem združenju športnih zdravnikov je sprejela priporočila v zvezi s sodelovanjem deklet pri športu v času menstruacije. Športni zdravniki so pripravili odgovore na vprašanja učenk, staršev in učiteljev ter spodbujajo dekleta k sodelovanju pri šolskih športnih dejavnostih.

* Izvirnik je priložen.

Dobro je vedeti

V Nemčiji 40 odstotkov deklet uporablja tampone že od prve menstruacije dalje. Ta dekleta najverjetneje sodelujejo pri šolskih športnih aktivnostih med menstruacijo.

Pri povprečni starosti 12,6 leta ob menarhi nekatera dekleta dobijo prvo menstruacijo že v 4. ali 5. razredu. V tem pogledu „zgodnjih“ deklet menstruacija ponavadi kljub želenemu pričakovanju ne osrečuje. Novo stanje pogosto doživljajo kot boleče, vsekakor pa ne želijo, da bi okolica kakorkoli zaznala njihovo „stanje“. Dekleta, ki prvo menstruacijo doživijo pozneje, jo sprejmejo bolj pripravljene. Vsa dekleta pa potrebujejo dovolj časa, da se v novi situaciji znajdejo, da sprejmejo spremembe v svojem telesu in se navadijo na povečano pozornost, ki jih zahtevajo intimni predeli telesa.

Dekleta je koristno obveščati in jih motivirati k telesni aktivnosti med menstruacijo, ni pa dobro, da jih k telesni aktivnosti silite, če se med menstruacijo pri športu ne počutijo prijetno, še zlasti v dnevih, ko je krvavitev močna. Ponavadi vsaka ženska potrebuje nekaj časa in nekaj poskušanja pri iskanju najboljše praktične rešitve v obvladovanju menstruacije, dokler ta ne postane uveljavljena navada. Zato je treba dekletom podariti dovolj časa in potrpežljivosti.



Priporočila DGSP (Nemške zveze za športno medicino in preventivo) v zvezi s sodelovanjem pri šolskih športnih aktivnostih med menstruacijo

Spodnja priporočila nudijo odgovore na vprašanja učenk, njihovih staršev in učiteljev v zvezi s športnimi aktivnostmi med menstruacijo:

1. Menstruacija je naravni proces v ženskem telesu, ki od deklet ne zahteva posebnih prilagoditev v telesnih aktivnostih v teh dneh. Sodelovanje pri športnih aktivnostih v času menstruacije bi torej moralo biti samoumevno.
2. Načeloma je med menstruacijo mogoče sodelovati pri vseh vrstah športa. Menstruacija ne vpliva na telesno pripravljenost. Slabša telesna pripravljenost je povsem osebne narave, prav tako je namreč mogoče med menstruacijo doseči izjemne dosežke. Če je le mogoče, naj bi se za preverjanje telesne pripravljenosti pri dekletih predvidela vsaj dva ločena termina.
3. Znanje in tehnično neoporečno pojasnjevanje anatomskih in fizioloških razmerij med menstruacijo dekletom pomagata premagovati morebitne strahove in predsodke ter jim omogočata razvijati dovolj samozavesti v dneh z menstruacijo.
4. Nepravilnosti v menstrualnem ciklusu so zelo pogoste zlasti prvi dve do tri leta po menarhi (prvi menstrualni krvavitvi). Ponavadi pa motnje niso pomembne in ne ovirajo sodelovanja pri šolskih športnih aktivnostih.
5. Nenavadno močne ali boleče menstruacije naj bi bile razlog za posvet pri zdravniku.
6. Pogosto telesna aktivnost celo olajša preživljanje menstrualnih tegob, ker pospeši odtekanje krvi, zmanjša krče maternice ter omogoča sproščanje.
7. Težavam s higieno se lahko izognemo s pomočjo tamponov.

S stališča zdravja je uporaba tamponov neškodljiva od prve menstruacije dalje. Na ta način so dekleta zanesljivo zaščitena celo med plavanjem.

8. Kadar zdravnik sicer odsvetuje sodelovanje pri športni aktivnosti med menstruacijo, pa naj bo dekle pri telovadbi prisotno in naj spremlja navodila učitelja, čeprav jih potem ne izvaja.

DGSP

(Nemška zveza za šport in preventivo) * ustanovljena leta 1912 (Registrirana zveza nemških športnih zdravnikov)

Status: 26.02.2002 /vir: www.dgsp.de



PRIPRAVLJENI ZA POUČEVANJE

Pripravljeni za poučevanje

Preprečite nelagodje ob pogovoru o menstruaciji takoj na začetku pouka, na primer z naslednjimi vprašanji, ki hitro vodijo do bistva in hkrati sprostijo vzdušje:

- **Kaj pomeni beseda „menstruacija“?**

Beseda menstruacija prihaja iz latinske besede „mensis“ = koledarski mesec in grške besede „mene“ = zemljin naravni satelit Mesec. Lunarni mesec znaša namreč točno 28 dni in to ustreza povprečnemu trajanju menstrualnega cikla.

- **Katere soznačnice še poznate za menstruacijo?**

„Moji dnevi“, „mesečno perilo“, „mesečna krvavitev“, „menzes“, „menstra“, „teta roza“, „bolna“ itd.

- **Na kaj naj bi bili pozorni pri menstruaciji v zvezi s športom?**

Gibanje je med menstruacijo celo priporočljivo, saj zmanjšuje pozornost na morebitne bolečine, izboljša odtekanje krvi ter zmanjšuje krče.

- **Kako je s plavanjem v teh dneh?**

Da, vendar iz higienskih razlogov le s tamponom.

- **Katere vrste zaščite obstajajo?**

Dnevni vložki, higienski vložki in tamponi.

- **Koliko menite, da se ob povprečni menstruaciji izgubi krvi?**

Učenke praviloma močno precenijo količino izgubljene krvi. Povprečna izguba krvi je le okrog 65 ml.

- **Ali poznate kakšne ljudske vraže ali predsodke v zvezi z menstruacijo?**

V preteklosti je veljalo, da med menstruacijo „ni dovoljeno plavati“, „ni dovoljeno gibanje oziroma šport“, poznane pa so celo prave vraže, da se na primer ob menstruaciji „smetana pri stepanju ne strdi“, „ogledalo postane slepo“, „hrana in pijača se pokvarita“, „ženske imajo med menstruacijo magično moč“, v mnogih kulturah so ženske med menstruacijo „nečiste“ in niso zaželeni v družbi.



PREDLOGI ZA DEKLETA

Predlogi za dekleta o ravnanju med menstruacijo

„Tisti dnevi“ so nekaj dobrega

Dekleta naj bi bila ponosna, da postajajo ženske. Menstruacijo naj sprejmejo kot nekaj naravnega in ženstvenega. Tak pristop jim bo pomagal dobro premagati te dni. Morebitne težave ob menstruaciji pa pomagajo preprečiti ali zmanjšati tudi nekateri triki na naraven način.

Soočenje z lastno menstruacijo

Rednost, dolžina ciklusa, intenzivnost in trajanje krvavitve so tako osebne lastnosti, kot je žensko telo samo. Vsaka ženska ima povsem edinstven cikel in menstruacijo. Že od prve menstruacije dalje je zelo primerno voditi menstruacijski koledarček. V začetku je lahko cikel tudi nereden in neenakomeren, kar naj dekleta pri vodenju koledarčka ne skrbi. Po daljšem vodenju koledarčka se ženska nauči tudi napovedati naslednjo krvavitev. Glede na hormonske spremembe v ciklusu se pogosto pojavljajo tudi spremembe v zdravstvenem stanju in odpornosti proti zunanjim vplivom. Spolni hormoni lahko vplivajo tudi na psihično stanje in telesno pripravljenost ter ga izboljšajo ali okrnijo.

(Na tem mestu uporabite projekcijo „ženskega ciklusa“ – prosojnica.)

Gibanje v dnevih menstruacije

Tik pred začetkom menstruacije se lahko v spodnjem delu trebuha ali v križu pojavi rahla občutljivost ali bolečina. Karkoli, kar zmanjša krče v tej situaciji, pomaga, zlasti telesna aktivnost in gibanje. Tudi kratek sprehod po svežem zraku lahko deluje sproščujoče na krče, redna športna aktivnost pa bolj ali manj prepreči ali zmanjša težave. Sodelovanje pri šolskih športnih aktivnostih je zato priporočljivo, podobno tudi kolesarjenje, plavanje ali tek.

Nekaj odstotkov deklet se ob menstruaciji srečuje z nadpovprečno močno in dolgo krvavitvijo, krčevitimi bolečinami v trebuhu in splošno onesposobljenostjo. To ni normalno in naj bi se posvetovale z zdravnikom.

Higiena je pomembna

Dekleta naj imajo za higieno v času menstruacije dovolj časa. Redno umivanje, najprimernejše je tuširanje zjutraj in zvečer, je pomemben del tega in je pogoj za dobro počutje in primerno samopodobo. Tudi športne aktivnosti v šoli naj bi bile organizirane tako, da imajo dekleta z menstruacijo dovolj časa za nevpadljivo opravljanje nujnih higienskih opravil.



PREDLOGI ZA DEKLETA

Prednosti uporabe tamponov

Večina deklet in žensk se zaveda prednosti uporabe tamponov ne le ob telesnih aktivnostih, temveč tudi sicer pri vsakodnevnih opravilih. Tampone izdelujejo v najrazličnejših oblikah in z različnimi vpojnimi lastnostmi, da lahko zadovoljijo vsakršno potrebo pri ženskah med menstruacijo tako podnevi kot preko noči.

Glavne prednosti tamponov pred vložki so:

- tampon vsrka kri že v nožnici in zato ne pride v stik z zunanjim spolovilom, dlakami in kožo ter onemogoča zlepljenje;
- pravilno vstavljen tampon je povsem neviden;
- tampon omogoča popolno svobodo telesa tudi pri dejavnostih, ki so sicer med menstruacijo skoraj nemogoče.

Priporočamo vse, kar dobro dene.

Za dobro počutje in prijetno preživljanje menstrualnih dni obstaja več možnosti:

- razvedrilo: preživljanje prijetnih priložnosti, na primer nakupovanje, srečevanje s prijatelji, poslušanje glasbe ali ukvarjanje s konjički;
- gibanje: sprehajanje ali kolesarjenje po svežem zraku;
- sprostitvev: zagotovite si dober nadzor krvnega pretoka na primer s toplim termoforjem, vročo prho ali kopeljo. Vroče pijače telo ogrevajo od znotraj (zeliščni čaji so še posebej primerni). Osnovno načelo delovanja: toplota širi krvne žile in sprošča mišice;
- dovolj spanja.

Če menstruacija ne povzroča nobenih težav in je dekle zdravo ter se dobro počuti, ni nobenega razloga za spremembo življenjskih navad.

Viri:

- Greiner, E., Arndt, K.-H.: "The first German Congress of Sport Physicians, 1912" - Deutsche Zeitschrift für Sportmedizin 55, 12 (2004).
Bausenwein-Plank, I.: "Sport for women and girls" in the book by Heiss, F.: "Praktische Sportmedizin" [Practical sport medicine] - Stuttgart (1960).
Märker, K.: "Frau und Sport" [Woman and sport] - Leipzig (1982).
Oppelt, H.G.: "Bathing and swimming during menstruation" - Die medizinische Welt 19; 1093-1097; (1966).
Wurster, K.G., Keller, E. (editors): "Frau im Leistungssport" [Women in high performance sport] - Berlin/Heidelberg (1988).



Vir: Lomas d. o. o. (2014).