



Jak bez skrępowania rozmawiać z córką o dojrzewaniu? Rusza kampania „Porozmawiajmy Mamo”

Warszawa, 10 maja 2019 - Ten symboliczny dzień, w którym dziewczyna staje się kobietą pamięta każda z nas. Dla jednych długo wyczekiwany, dostrzeżony i doceniony, dla innych trudny, krępujący, pełen emocji i obaw. W tym trudnym dla młodej dziewczyny czasie odpowiednie przygotowanie, szczerą rozmowę i wsparcie ze strony matki nabierają szczególnego znaczenia. I choć wydawałoby się, że w dzisiejszych czasach potrafimy bez problemu rozmawiać na każdy temat, kwestia miesiączki wciąż wywołuje w kobietach poczucie wstydu i zakłopotania. Aby to zmienić i nauczyć mamy jak bez skrępowania rozmawiać z córką o dojrzewaniu, powstała kampania „Porozmawiajmy Mamo”, której inicjatorem jest firma Sanofi.

Celem projektu „Porozmawiajmy Mamo” jest przekazanie mamom pomocnych narzędzi do rozmowy z córką, nie tylko w kontekście nadchodzących zmian fizjologicznych, ale co ważniejsze - zmian związanych z psychiką i emocjami młodej, dojrzewającej kobiety.

Impulsem do rozpoczęcia kampanii były wyniki badania przeprowadzonego w 2018 roku przez Instytut Kantar Millward Brown na zlecenie marki No-Spa.¹ Badanie realizowane w formie blisko 100 godzin rozmów z mamami oraz nastolatkami, pokazało wyraźnie, że większość matek nie wie jak rozmawiać z córkami na temat menstruacji i dojrzewania. Miesiączka w wielu polskich domach jest wciąż po prostu tematem tabu, a ciężar przygotowania dziewczynki do zmian towarzyszących dojrzewaniu świadomie przenoszony jest na szkołę.

„Moja córka wczoraj dostała okresu. Przyszła ze szkoły, poszła do ubikacji i powiedziała że ma krew na majtkach, że chyba dostała miesiączkę. Odpowiedziałam, że podpaski są pod zlewem w szafce. Byłam zajęta robieniem obiadu. Później rzuciłam się w wir pracy w domu i nawet nie przyszło mi do głowy aby porozmawiać z nią na temat dojrzewania i jej miesiączki” – to cytat jednej z respondentek, biorących udział w badaniu, mamy 14-letniej Oliwii¹.

W efekcie takiego podejścia dziewczynki wkraczają w wiek menstruacyjny z bardzo ograniczoną wiedzą na temat tego, co dzieje się z ich organizmem. Jak mówi 14-letnia Oliwia, jedna z bohaterek rozmów: *„Nie zdawałam sobie sprawy, że to będzie raz w miesiącu. Stwierdziłam, że to będzie raz, tak jak zęby wypadają, że to jest raz i przestaje. Tak mi się wydawało. Nie drążyłam tego tematu”*¹.

Brak szczerzej rozmowy sprawia, że miesiączka, która powinna być czymś naturalnym, budzi duże negatywne emocje - stres, skrępowanie, niepewność, strach, obawę przed bólem i rozczarowaniem. Dziewczynkom często brakuje tak potrzebnego w tym czasie „emocjonalnego przewodnika”, jakim powinna być matka.

¹ Raport z badania jakościowego „Młode kobiety”. Celem badania było uzyskanie odpowiedzi na pytania: „Jak kobiety wspominają pierwszą miesiączkę? Skąd czerpały wiedzę na temat miesiączki? Jakie mają postawy i podejście do menstruacji?”. Badanie Kantar Millward Brown wykonano metodą wywiadów indywidualnych i grupowych w terminie grudzień 2017 – styczeń 2018. Dane w posiadaniu firmy.



„Musimy pamiętać, że okres odczuwalny jest nie tylko w ciele, ale również w sferze psychicznej. Poza samą bolesnością, menstruacji towarzyszy wiele objawów na tle osobowościowym, które bez wsparcia ze strony matki mogą być wyjątkowo trudne dla każdej młodej kobiety. Prawdziwa, szczerza rozmowa o odczuwaniu menstruacji, emocjach z tym związanych, o obawach i wyobrażeniach to klucz do zapewnienia poczucia bezpieczeństwa i bliskości. To podstawa budowania relacji i tworzenia więzi między matką a córką, której nie zastąpi lekcja w szkole – podkreśla **Agnieszka Górecka, ekspert kampanii „Porozmawiajmy Mamo”, Wiceprezesa Fundacji Edukacji Społecznej, pedagogka, edukatorka seksualna.**

Także aspekt rówieśniczy ma bardzo ważne znaczenie w trakcie dojrzewania. Niektóre dziewczynki zaczynają menstruację wcześniej niż ich koleżanki z klasy. Jest to dla nich powód do wstydu, boją się być inne, dojrzewać zbyt wcześnie. To działa również w drugą stronę - dziewczęta, które w ten etap rozwoju wchodzi później niż rówieśniczki czują się skrępowane tym, że dojrzewają wolniej, często uważają wręcz, że zbyt wolno. „Moment, w którym dziewczynki doświadczają pierwszej miesiączki jest bardzo zróżnicowany, ale zawsze może być to dla nich powód do wstydu, obaw o odmiennność. Niezależnie od wieku warto zachęcać nastolatki do rozmów o dojrzewaniu, nie tylko w kontekście nadchodzących zmian fizjologicznych, ale również przemian zachodzących w ich psychice – przekonuje **Kamila Raczyńska – Chomyn, szkoleniowiec, edukatorka seksualna, znana również jako Pani Miesiączka.** „Nie można jednak zapominać o edukacji chłopców. Ich niewiedza w tej kwestii jest najczęstszym źródłem niechęci i obrzydzenia oraz podtrzymuje tabu wokół miesiączki” - dodaje.

W ramach kampanii powstała specjalna platforma edukacyjna www.porozmawiajmymamo.pl, na której można zapoznać się z materiałami, przygotowanymi przez ekspertów. Działania prowadzone są również na kanale społecznościowym Facebook, poprzez akcję hasztagową w mediach społecznościowych #porozmawiajmymamo, cykl webinarów edukacyjnych skierowanych dla matek. Specjalnie dla kampanii, w przestrzeni miejskiej (ul. Koszykowa 64, naprzeciwko Hali Koszyki) powstał mural autorstwa **Anny Moderskiej**, rysowniczkii magazynu *Kosmos dla Dziewczynek*.

Organizatorem kampanii „Porozmawiajmy Mamo” jest firma Sanofi. **Partnerem inicjatywy jest Fundacja Edukacji Społecznej**, akcję wspiera ponadto **Magdalena Rózcza**, znana aktorka teatralna i telewizyjna, mama dwóch córek.

Dodatkowych informacji udzielają:

Monika Szczygieł
Account Executive, Compass PR
tel.: +48 533 523 313
e-mail: m.szczygiel@compasspr.pl

Alicja JABŁOŃSKA - KRZYWY
PR Manager Consumer Healthcare, SANOFI
tel.: +48 22 280 82 45 - tel. kom. : +48 724 247 245
e-mail: alicia.krzywy@sanofi.com

Informacje o Sanofi

Sanofi wspiera pacjentów w pokonywaniu wyzwań zdrowotnych. Jesteśmy globalną firmą biofarmaceutyczną skoncentrowaną na zdrowiu ludzkim. Zapobiegamy chorobom za pomocą szczepionek, dostarczamy innowacyjne sposoby leczenia bólu i łagodzenia cierpienia. Wspieramy zarówno tych, którzy cierpią na choroby rzadkie, jak również miliony pacjentów zmagających się z chorobami przewlekłymi. Dzięki zaangażowaniu ponad 100 000 pracowników w 100 krajach, Sanofi przekształca innowacje naukowe w rozwiązania opieki zdrowotnej dostępne na całym świecie. Jedną z 112 fabryk Sanofi, jest zlokalizowana w Rzeszowie. Sanofi w Polsce zatrudnia blisko 1000 pracowników. Według danych IMS Health Polska, Sanofi zajmuje jedno z wiodących miejsc w krajowym rankingu największych firm farmaceutycznych.
Sanofi, Empowering Life

Więcej informacji: www.sanofi.pl  [Sanofi Polska](https://www.linkedin.com/company/sanofi-polska)  [@SanofiPolska](https://www.facebook.com/SanofiPolska)  [SanofiPolska](https://www.instagram.com/SanofiPolska)