

BACHELORPROEF

Vanakkam girls, let's talk about our body

Hoe kunnen we jonge vrouwen in India bewust maken van het belang van vrouwenhygiëne?

Bachelor	Professionele bachelor Sociaal Werk
----------	-------------------------------------

Academiejaar	2016-2017
--------------	-----------

Student	Prisca Nanda
---------	--------------

Promotor	Johan Bertels
----------	---------------

BACHELORPROEF

Vanakkam girls, let's talk about our body

Hoe kunnen we jonge vrouwen in India bewust maken van het belang van vrouwenhygiëne?

Bachelor	Professionele bachelor Sociaal Werk
Academiejaar	2016-2017
Student	Prisca Nanda
Promotor	Johan Bertels

Woord vooraf

Vanakkam (goedendag). Ik herinner me nog goed de dag waarop ik naar de opendeurdag van Howest trok om meer informatie te verzamelen omtrent de opleiding sociaal werk. Deze richting sprak me aan vanwege de brede invulling en maatschappelijke belangstelling. Waar ik ook door geprikkeld werd, was de kans om een buitenlandse stage te lopen in India.

Drie jaar geleden begon ik dus aan de opleiding sociaal werk. Momenteel ben ik veel inzichten rijker, heb ik twee interessante stageperiodes achter de rug en voel ik me klaar deze opleiding af te ronden.

Om deze bachelorproef tot een goed einde te brengen, kon ik rekenen op de hulp van heel wat verschillende mensen.

Als eerste wens ik Howest te bedanken. Dankzij de hogeschool West-Vlaanderen kreeg ik de kans om via een buitenlandse stage veel bij te leren. Ik bedank hierbij ook mijn promotor de heer Johan Bertels voor de ondersteuning gedurende het volledige proces. Ik ontving nuttige feedback en vele tips die me nieuwe inzichten gaven met het oog op het culturele aspect. Ik bedank ook alle docenten van de opleiding sociaal werk om mij de nodige kennis te geven om een goede sociaal werker te worden.

Vervolgens wil ik mijn stagementor de heer Mani Rajendiran bedanken. Hij is de coördinator van de stageplaats MM Trust waarbij ik gedurende vier maanden veel heb bijgeleerd. Hoewel ik veel vrijheid kreeg binnen het project, stond hij telkens voor me klaar. Ik richt graag het dankwoord tot diegenen die meewerkten aan het onderzoek.

Daarnaast wil ik mijn ouders bedanken die mij tijdens mijn studies gesteund hebben. Zij zorgden ervoor dat mijn droom om naar het buitenland te trekken, werkelijkheid werd. Ze zorgden voor morele steun, motiverende woorden en wijze raad.

Ik bedank ook mijn nicht Kashika Singh en mijn buurvrouw Els Boute voor het kritisch nalezen van deze bachelorproef.

Als laatste wens ik ook de provincie West-Vlaanderen te bedanken voor de financiële steun van dit onvergetelijke avontuur.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
<i>A. India als context.....</i>	<i>3</i>
1. Situering India.....	3
1.1 Geografie	3
1.2 Diverse godsdiensten	4
1.3 Cultureel	6
1.4 Samenleving	7
1.5 Sociaal	9
1.6 Economie.....	11
2. Stageplaats MM Trust.....	12
2.1 Historiek.....	12
2.2 Werking MM Trust.....	13
2.3 Projecten.....	13
2.4 Project Women Entrepreneurship.....	15
<i>B. Theoretisch deel.....</i>	<i>16</i>
3. Vormingswerk	16
3.1 Begrip sociaal cultureel werk	16
3.2 Vormingswerk	17
3.3 Preventie.....	18
3.4 Interculturele bemiddeling als methode	19
4. Adolescente meisjes	21
4.1 Lichamelijke ontwikkeling.....	21
4.2 Cognitieve ontwikkeling	22
4.3 Sociale en persoonlijkheidsontwikkeling	23
5. Hygiëne	24
5.1 Huishygiëne met een lage inkomst	24
5.2 Lichaamshygiëne.....	24
5.3 Handhygiëne.....	25
5.4 Tienerhygiëne	25
5.5 Hygiëne voor meisjes.....	26
5.6 Hygiëne tijdens menstruatie.....	26
6. Educatie over menstruatie in België en in het buitenland	28
6.1 Plan.....	28
6.2 SNV	29
6.3 Ecofemme.....	30
6.4 Sociale media	31

7.	Educatief werken rond thema vrouwenhygiëne.....	32
7.1	CGSO	32
7.2	In de klas	37
7.3	Sensoa.....	39
7.4	Menstrupedia	40
C.	<i>Sensibiliseringscampagnes in scholen</i>	<i>41</i>
8.	Methodologisch deel	41
8.1	Probleemstelling	41
8.2	Verantwoording van de onderzoeksmethoden.....	42
8.3	Beschrijving van onderzoeksplaats en onderzoekseenheden	46
9.	Praktisch deel.....	48
9.1	Werkelijke verloop.....	48
9.2	Context	50
9.3	Weergave dataverwerking	52
9.4	Besluit	57
D.	<i>Sensibiliseringscampagnes in dorpen</i>	<i>61</i>
10.	Methodologisch deel	61
10.1	Probleemstelling	61
10.2	Verantwoording van de onderzoeksmethoden.....	62
10.3	Beschrijving van onderzoeksplaats en onderzoekseenheden	63
11.	Praktisch deel.....	64
11.1	Werkelijke verloop.....	64
11.2	Context	66
11.3	Weergave dataverwerking	67
11.4	Besluit	71
E.	<i>Besluitvorming.....</i>	<i>75</i>
12.	Algemeen besluit	75
12.1	Sensibiliseringscampagnes in de stad en op platteland.....	75
12.2	Aanbevelingen	76
	Bibliografie.....	78
	Bijlagen.....	82
	Bijlage 1	83
	Bijlage 2	85
	Bijlage 3	86
	Bijlage 4	88
	Bijlage 5	94
	Bijlage 6	95

Inleiding

Ik koos voor een buitenlandse stage want ik ben ervan overtuigd dat je zo op vele vlakken bijleert: waarbij je je kennis verrijkt over de cultuur, over het werkveld en over jezelf. Marutha Muthu (MM) Trust gaf me de vrijheid om zowel stage te lopen in lokale organisaties als mee te helpen aan het project Women Entrepreneurship.

Oorspronkelijk was het idee om het project op te starten waarbij het bestaat uit twee delen. Enerzijds sensibiliseringscampagnes voeren in scholen over vrouwenhygiëne aan adolescente meisjes. Anderzijds een machine aankopen waarbij Dalit vrouwen maandverbanden kunnen produceren wat later een bron van inkomsten zou zijn.

De Indische cultuur leerde me echter omgaan met veranderingen en flexibiliteit. In de praktijk werden er niet alleen sensibiliseringscampagnes gegeven op scholen, maar ook in landelijke dorpen aangezien men bemerkte dat de adolescente meisjes al voldoende kennis hadden. Daarnaast kwam er een gebouw als ontmoetingscentrum waarbij Dalit vrouwen workshops kunnen volgen, lessen kunnen meepikken of zich gewoon ontspannen. Ondertussen werden er ook al een paar machines aangekocht maar dit is slechts een deeltje geworden van het project Women Entrepreneurship.

In deze bachelorproef wordt er gericht op hoe we jonge vrouwen in India bewust kunnen maken van het belang van vrouwenhygiëne. De hypothese stelde dat vele vrouwen in Tamil Nadu heel wat kansen missen, wegens de beperkte vrouwenhygiëne, tijdens de schoolloopbaan waardoor de vraagstelling als volgt luidt: “Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?” Tijdens de buitenlandse stage werden er sensibiliseringscampagnes gegeven in scholen. Vanwege de eerdere vaststelling werd er ter plaatse beslist om nog sensibiliseringscampagnes te voeren in plattelandsdorpen. Daarom wordt in deze bachelorproef de methodologie en de praktijk tweemaal aangekaart: een keer in scholen en een keer in dorpen.

Tijdens mijn stage maakte ik een vergelijkende studie omtrent vrouwenhygiëne bij adolescente meisjes in de stad en in dorpen.

De eerste twee hoofdstukken in deze bachelorproef beschrijven de context: het stageland en -plaats. Het onderzoek wordt gekaderd binnen vormingswerk (hoofdstuk 3). Hoofdstuk 4 beschrijft de doelgroep en hoofdstuk 5 vertelt meer over wat hygiëne inhoudt. Hoofdstuk 6 en 7 geven vervolgens een inspiratie: zowel organisaties als educatieve methoden worden hierin aangehaald. Daarna worden de methodologie en praktijk in scholen en in dorpen beschreven (hoofdstukken 8-11). Als laatste in hoofdstuk 12 komt er een algemeen besluit.

Het onderzoek gaf me veel voldoening door de kennis van de doelgroep uit te breiden omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie.

De bachelorproef liep wat vertraging op tijdens de buitenlandse stage vanwege diverse factoren: warmte, onvoldoende materialen, beperkte wifi, geen privacy... Nadien werd er op een enthousiaste manier aan verder gewerkt. Met trots kan ik mijn bachelorproef indienen als laatste opdracht van mijn Bachelor Sociaal Werk.

A. India als context

1. Situering India

De eerste twee hoofdstukken beschrijven India als context. Het project Women Entrepreneurship vindt plaats in Trichy, een stad in het zuiden van India. Het is van belang om kennis te bezitten over het land waar je als student stage loopt. Een sociaal werker moet zich bewust zijn van de culturele en sociale context. Er wordt rekening gehouden met de verschillen in cultuur en deze worden gerespecteerd. Er wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de geografie, diverse godsdiensten, het culturele aspect, de samenleving, het sociale aspect en de economie.

1.1 Geografie

Het project dat we opzetten, zal plaats vinden in India. Dit is een land in Zuid-Oost Azië en telt de op een na grootste bevolking van 1.3 miljard mensen. India is een federale republiek die onderverdeeld is in 29 staten, 6 territoria en 1 nationaal hoofdstedelijk territorium. India grenst aan China, Nepal, Bhutan, Pakistan en Bangladesh. India ligt op het Indisch subcontinent en is voor het grootste deel een schiereiland.

In India zijn er miljoenen steden. De hoofdstad New Delhi is het politiek centrum van het land, daarnaast zijn Mumbai, Calcutta, Madras en Bangalore gekend als grote steden.

Naast deze grootsteden, is India platteland. Vele mensen verdienen hun brood in de landbouw. De agrarische sector wordt dan ook beschermd als beroep. De welvaart van het platteland is afhankelijk van de moesson. Een slechte moesson leidt tot droogte en dus ook rechtstreeks tot hongersnoden. In het geval van heftige regens kampt de regio met overstromingen. (Ars, 2005)

1.1.1 Noord versus zuid

Dé Indiër bestaat niet. Het is een land met een grote verscheidenheid in de bevolking. Doorheen de geschiedenis mengden bevolkingsgroepen uit andere landen zich met de lokale bevolking.

Er is een 'strijd' tussen het noorden en zuiden van India die zich al duizenden jaren afspeelt. De oorspronkelijke bewoners van India zijn Dravidiërs. Zij hebben een relatief donkere huid en vormen een kwart van de bevolking. Zij werden verdrongen door Ariërs (de Zuiveren) die de meerderheid zijn, naar het zuiden. (Ars, 2005) Huidskleur speelt nog steeds een belangrijke rol in de Indiase maatschappij. Men heeft veel aanzien voor een blanke huid. (Singh, 2017, persoonlijke communicatie)

Dravidiërs uit het zuiden vinden dat ze cultureel op een hoger niveau staan dan de bevolking van het noorden. Na de onafhankelijkheid vonden sommige zuiderlingen dat Zuid India een eigen land moest vormen, genaamd Dravidistan. Ten gevolge van dit conflict werd zuid India opgesplitst in vier deelstaten: Tamil Nadu, Andhra Pradesh, Kerala en Karnataka. Tegenwoordig vinden de meeste zuiderlingen een splitsing onnodig aangezien beide culturen elkaar juist goed aanvullen. (Ars, 2005)

1.1.2 Tamil Nadu

De NGO MM Trust is gevestigd in Tiruchirappali (Trichy), een stad in Tamil Nadu. Tamil Nadu, ook wel 'Land van de Tamils' genoemd, is een van de 29 deelstaten in India. De zuidelijke deelstaat van India kent in 2017 bijna 80 miljoen inwoners. (Indiaonlinepages, 2017)

Tamil Nadu is onderverdeeld in 32 districten die worden bewaakt door een district collector (aangewezen door de staatsregering).

Een van de districten is Tiruchirappali District. Het heeft een oppervlakte van 4404 km² en kent bijna 3 miljoen inwoners. Het district bestaat uit zowel dorpen (Taluku) als stadscentra. Een van de grootste steden in Tamil Nadu is Tiruchirappali en dit is ook de hoofdstad van het district. Het is centraal gelegen in de deelstaat en kent een oppervlakte van 167 km². (Indiaonlinepages, 2017) Tiruchirappali kent een rijke geschiedenis waarvan de Rock Fort en de Sri Rangam tempel overblijfselen van zijn. Door de stad lopen twee rivieren: Kaveri en Kollidam. Deze zijn echter opgedroogd wegens een gebrek aan regen en door het warme klimaat. Trichy telt in 2017 bijna 100 000 inwoners.

1.2 Diverse godsdiensten

India is het land van vele religies en godsdiensten. De vijf wereldgodsdiensten - Christendom, Hindoeïsme, Jodendom, Islam en Boeddhisme - zijn er vertegenwoordigd.

Er zijn drie godsdiensten die in Tamil Nadu het meest voorkomen: hindoeïsme, christendom en islam. De mensen leven in vrede met elkaar, ongeacht hun religieuze achtergrond. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

1.2.1 Hindoeïsme

Ongeveer 80% van de Indiërs is hindoe. De staat Tamil Nadu is de meest orthodoxe staat van de hindoes en wordt wel de tempelstaat van India genoemd. Het hindoeïsme is hoogstwaarschijnlijk ontstaan door een vermenging van de religie van de Indo-Ariërs met het geloof van de inheemse Dravidische bevolking. Het hindoeïsme is een van de oudste religies ter wereld en kent geen stichter of heilig boek dat de basis vormt. De meeste hindoes geloven in de oppergeest Brahma, de schepper. Samen met Vishnu (de beschermer) en Shiva (de verwoester) vormen ze een drie-eenheid. Daarnaast zijn er nog tal van goden die een betekenis hebben. Het uiteindelijke doel is moksha: de verlossing, het loskomen van de cyclus van wedergeboorte. (Peterse & Petri, 2007)

1.2.2 Islam

De tweede grootste godsdienst met ongeveer 13 % gelovigen in India is de islam. Ze onderscheiden zich van de rest door de taal (Urdu), kleding en eetgewoonten. Na de dood van Mohammed, de belangrijkste profeet, verspreidde het geloof zich snel over de hele wereld. Door de handel in de 1^e Eeuw, kwamen vele moslims zich vestigen in India. (Peterse & Petri, 2007)

1.2.3 Christendom

De meeste christenen wonen in het zuiden van India. Ze ontstonden al in het begin van de jaartelling door invloeden van buitenaf. Met de komst van de Europeanen steeg het aantal christenen. In Tamil Nadu stijgt het aantal door het toestromen van paria's (onaanraakbaren) die zich verzetten tegen het kastenstelsel ¹. (Peterse & Petri, 2007)

1.2.4 Andere religies

Het aantal Joden is beperkt, vooral aan de westkust van India vindt men kleine joodse gemeenschappen. De laatste tijd is er een emigratie van Joden naar Israël en de Verenigde Staten.

Het boeddhisme vindt zijn oorsprong in India. Boeddhisten geloven in zelfontwikkeling en de manier waarop het gebeurt, bepaalt hoe iemand in het volgende leven reïncarneert. Ze streven naar de verlichting, de verlossing van het lijden door het zien van de werkelijkheid zoals ze is: veranderlijk en onbestendig. De meeste boeddhisten zijn gevestigd in Azië en over de hele wereld leven ongeveer 400 miljoen boeddhisten. De heilige plaatsen voor de boeddhisten zijn gevestigd in het noorden van India, Nepal en Tibet. (Peterse & Petri, 2007)

Een van de oudste nog bestaande godsdiensten is het mazdeïsme. De religie werd gesticht in de 6^e E v.C. in Perzië. Het mazdeïsme wordt ook wel parsisme genoemd naar de provincie Pars in Perzië. Het parsisme is een monotheïstische godsdienst waar de aanhangers geloven in Ahura Mazda, de schepper van hemel en aarde. Ze vluchtten naar India door de toestroming van islamieten. De meeste parsi's wonen in Mumbai. (Peterse & Petri, 2007)

Als reactie op de verstarring in het hindoeïsme is het jainisme ontstaan in het noordoosten van India. Het heeft veel overeenkomsten met het boeddhisme. Het jainisme kent geen goden en is eerder een filosofisch stelsel en een gedragscode. Het belangrijkste pelgrimsoord voor de jaina's bevindt zich in zuid India, in Sravanabelagola. (Ars, 2005)

1.2.5 Kastenstelsel

Er speelt zich een complexe sociale structuur af binnen het hindoeïsme, waaronder het kastensysteem. Dit is een hiërarchische opstelling in kasten waarin men wordt geboren, trouwt en waartoe je je hele leven tot behoort. Ze hebben vaak verwante beroepen en ongeveer dezelfde sociale status.

Er zijn vier kasten, ook wel 'Varnas' genoemd en daarbinnen heb je verschillende gemeenschappen die vermeld worden als Jati.

¹ Het kastenstelsel wordt besproken in 1.2.5.

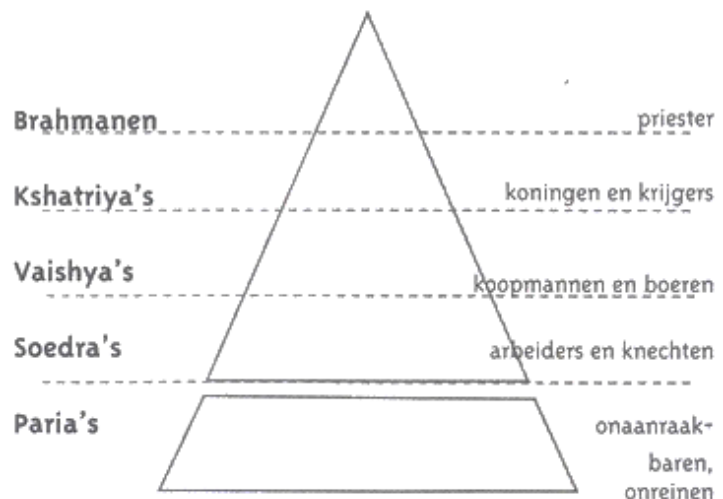
Bovenaan staan de Brahmanen: zij zijn verantwoordelijk voor de religieuze zaken in de maatschappij. Over het algemeen zijn brahmanen veel beter af dan anderen.

Daaronder heb je de Kshatriya's: zij zijn krijgers van de vroegere heersers. Als enige kaste mochten ze heersen over anderen.

Na de strijders kwamen de Vaishya's: dit waren ambachts- en kooplieden.

Als laatste heb je de Soedra's: dit is het grootste deel van de bevolking. Zij zorgden dat de hogere drie kasten het naar hun zin hadden, het waren o.a. boeren, landarbeiders, dienaren...

De kastelozen zijn Dalits: het zijn 'onaanraakbaren', omdat de aanraking van een kasteloze een hindoe van een hogere kaste zou verontreinigen. Ze worden ook wel Paria's genoemd omdat ze vaak onreine beroepen uitoefenen zoals straatveger, leerlooier, medewerker bij crematies. Mahatma Ghandi noemde deze groep Harijans, kinderen van God. (Ars, 2005), (Peterse & Petri, 2007)



Officieel werd het kastensysteem afgeschaft bij het opstellen van de grondwet in 1950. Het onderscheid begint in sommige gebieden te verwateren. Toch is er in de maatschappij nog veel kastendiscriminatie te merken. Vooral Dalits blijven het mikpunt van vernedering. De invloed in Tamil Nadu is nog steeds goed te merken aangezien dit een orthodoxe deelstaat is. Daarbij wordt er nog meer rekening gehouden met het kastensysteem op het platteland dan in de stad. Dit komt hoofdzakelijk door de lage scholingsgraad en oude tradities binnen de Indische cultuur. (Singh, 2017, persoonlijke communicatie)

1.3 Cultureel

1.3.1 Taal

Dat India een veelzijdig land is, blijkt ook uit de talen. Hoewel er 23 officiële talen zijn in India, is Hindi de primaire taal. De indeling van India in deelstaten is dan ook voornamelijk gebaseerd op taalgrenzen. (Ars, 2005) We kunnen dit indelen in drie hoofdgroepen en daarnaast het Engels:

- Indo-Arische groepen: Ariërs spraken de vedische taal, het Sanskriet, dat zich later ontwikkelde tot het Hindi. Het heeft zich vooral verspreid in het noorden en is volgens de grondwet de officiële taal van India.
- Dravidische talen: de Dravidische talen zijn uniek omdat ze geen relatie hebben met andere bekende taalgroepen. Een van de Dravidische talen die in het zuiden wordt gesproken, is het Tamil: de taal van de zuidelijke deelstaat Tamil Nadu. De taal wordt ook gesproken in Sri Lanka, Singapore en Maleisië. Tamil is meer dan tweeduizend jaar oud en kent 77 miljoen sprekers.

Het is niet alleen een oude, klassieke taal maar het heeft ook een onafhankelijke geschiedenis. De taal die men spreekt in Trichy is Tamil. Vele mensen hebben ook de kennis van het dialect dat afgeleid is van Tamil: Malayalam.

- Stamtalen: de derde taalgroep bestaat uit talen gebruikt door autochtone stammen die geïsoleerd leven.
- Er is geen eenheidstaal waardoor Engels wordt gebruikt in bestuur, parlement en nationale organisaties. Dit heeft te maken met het koloniale verleden van India.

(Ars, 2005)

1.4 Samenleving

1.4.1 Bevolkingsgroei

De explosieve bevolkingsgroei van India is zorgwekkend. Ieder jaar stijgt de bevolking zo veel dat het de op een na grootste bevolking ter wereld telt. (Ars, 2005) Een van de belangrijkste oorzaken is de daling van het sterftecijfer. Er kwam een bestrijding van ziekte en hongersnoden. De levensverwachting is dus fors gestegen. Daarnaast is een oorzaak dat er voor gekozen wordt om veel kinderen te hebben opdat ze later voor de ouders kunnen zorgen, er is immers een gebrek aan woon- en zorgcentra. Dit is een eeuwenoud patroon dat door armoede en gebrek aan scholing verder blijft bestaan. Er wordt momenteel sterk ingezet op voorlichting en campagnes omtrent geboortebeperking.

1.4.2 Onderwijs

Het onderwijs is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van de centrale regering in Delhi en van de deelstaatregeringen. Er is leerplicht voor kinderen van 6 tot 14 jaar. Hoewel het aantal kinderen dat naar school gaat gestegen is, haken tal van leerlingen voortijdig af. Dit gebeurt voornamelijk op het platteland, waar kinderen moeten meehelpen. De kosten van boeken en schooluniformen zijn ook een reden om kinderen van school te halen. Meisjes volgen minder vaak lessen dan jongens en zijn vooral ondervertegenwoordigd in het hoger onderwijs. Men kent nog steeds een grote werkloosheidsgraad onder afgestudeerden van het hoger onderwijs, al is dit de laatste jaren verbeterd. Sinds de onafhankelijkheid is het analfabetisme in het zuiden algemeen lager dan andere gebieden, vooral mannen kunnen wel lezen en schrijven. De geletterdheid in de deelstaat Tamil Nadu omvat 81 %.

(Indiaonlinepages, 2017)

De scholen variëren van plattelandsschooltjes waar nauwelijks materiaal is en de leerkrachten vaak afwezig zijn tot zeer goede privéscholen voor de rijken.

In Tamil Nadu is Thiru K. Pandiarajan minister van school onderwijs, sport en jeugd. Hij behoort tot de politieke partij All India Dravida Munnetra Kazhagam (AIADMK).

Het onderwijstraject bestaat uit vier opeenvolgende niveaus gespreid over twaalf jaar. Het volgend schema geeft meer uitleg. (School Education Department, Govt. Of Tamil Nadu, 2016)

Level	Stage	Classes	No. of Years
Elementary	Primary	1 to 5	5
Middle	Upper Primary	6 to 8	3
Secondary	High School	9 to 10	2
Higher Secondary	Higher Secondary	11 to 12	2

Het onderwijstraject opgedeeld in vier niveaus vanaf het eerste leerjaar t.e.m. het zesde middelbaar. (School Education Department, Govt. Of Tamil Nadu, 2016)

In 2012 telde het aantal primary schools 34871, upper primary school telde 9969 scholen en de highschoools en higher secondary school telde maar liefst 10827 scholen in de deelstaat Tamil Nadu.

Kinderarbeid is een groot probleem in India. Hoewel de Indiase grondwet zegt dat elk kind recht heeft op onderwijs, is de wet tegen kinderarbeid heel zwak. Er is hiervoor een internationale belangstelling en er komen noodkreten van Indiase belangenorganisaties. Onderwijs is voor armen de belangrijkste manier om hun lot te verbeteren. (Ars, 2005)

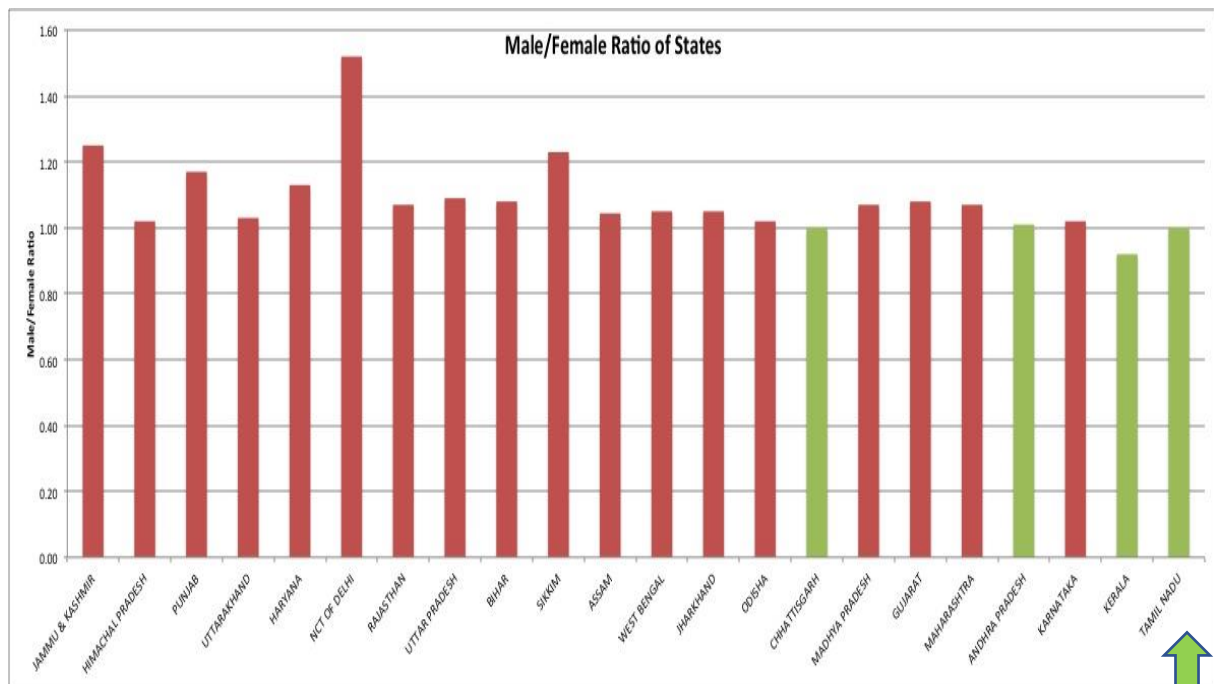
1.4.3 Verhouding man vrouw

De familieband in India is heel sterk. Het is normaal dat er onder een dak drie generaties samenleven. Traditioneel is de man het hoofd van het gezin en zorgt de moeder voor het huishouden. Tegenwoordig gebeurt het vaker dat vrouwen buitenshuis werken wat de traditionele rolverdeling verandert.

De geslachtsverhouding tussen man en vrouw is in India onevenwichtig. De geslachtsverhouding geeft de verhouding aan van het aantal jongens dat wordt geboren in een bepaald gebied ten opzichte van het aantal meisjes. India is een van de weinige landen waar meer mannen dan vrouwen leven.

Dit heeft te maken met de gestegen waarde van de bruidsschatten die worden betaald door de familie van de dochter. Volgens de wet van 1961 is dit fenomeen verboden, maar in werkelijkheid komt het nog vaak voor. In de Indiase cultuur worden vrouwen vaak als tweederangs gezien. (Peterse & Petri, 2007) Het krijgen van een dochter is vaak geen vreugdevolle betekenis meer. Omdat de technologie sinds de jaren 80 sterk geëvolueerd is, wilde de middenklasse van tevoren het geslacht van hun aanstaande kind weten. Hierdoor werd er vaak abortus gepleegd als ze hoorden dat het een meisje zou zijn.

Sinds 1994 mogen de dokters in India het geslacht van de baby niet zeggen om geslachtsafhankelijke abortussen te vermijden. De overheid heeft echter geen controle op de privéziekenhuizen en op ziekenhuizen in het buitenland die wel het geslacht aangeven van de baby. Het probleem is vastgeroest in de cultuur van India: zolang vrouwen als minderwaardig worden gezien, zullen ouders zoons prefereren boven dochters.



De verhouding tussen man en vrouw opgedeeld in staten. (Puram, 2014)

De geslachtsverhouding in Tamil Nadu is beter dan in andere deelstaten in India want voor 995 vrouwen zijn er 1000 mannen. (Indiaonlinepages, 2017) Een normale sekse ratio stelt dat op elke 100 meisjes er 105 jongens geboren worden. Vrouwen leven algemeen langer waardoor de verhouding op den duur evenwichtiger wordt. In India is dat cijfer 1.07. Er zijn grote verschillen tussen de deelstaten waar het in het noorden grotere verschillen zijn dan in de rest van het land. (Landelijke India Werkgroep, 2017)

1.5 Sociaal

De Indische cultuur is zeer ingewikkeld: het is dus eigenlijk een land van contrasten en diversiteit. Om stage te lopen in India, is het belangrijk om je bewust te zijn van de complexiteit van de culturen. Mensen in India zijn opgegroeid met bepaalde normen en waarden die afhankelijk zijn van de cultuur waarin ze leven.

1.5.1 Normen en waarden

Normen en waarden zijn een onderdeel van het culturele systeem. Cultuur kan omschreven worden als verwezenlijkingen die zowel materieel als immaterieel van aard zijn en die het gevolg zijn van het menselijk ingrijpen in de natuur. Een sociale interactie tussen individuen of groepen vindt plaats binnen het geheel van kennis, verwachtingen, waarden, normen en doeleinden. (Desnerck et al., 2008)

Een waarde is een impliciete of expliciete opvatting van een individu, sociale groep of samenleving over het wenselijke. Het gaat om centrale en algemene opvattingen om het individuele, groeps- en maatschappelijk gedrag te bepalen en beoordelen. Waarden zijn idealen die richtinggevend zijn als maatstaf.

Op basis van waarden worden normen uitgewerkt. Het zijn concrete richtlijnen over hoe je mag of kan handelen in een samenleving of een ander sociaal systeem.

Normen zijn sterk afhankelijk van iemands culturele, sociale, maatschappelijke en religieuze achtergrond.

De Indische cultuur wordt via socialisatie ² overgedragen aan nieuwe generaties. Een kind leert van kleins af aan de gebruiken en regels die gangbaar zijn in de huidige maatschappij. (Desnerck et al., 2008)

Er bestaan drie soorten van socialisatie naargelang de aard van de relatie waarbinnen de socialisatie plaats vindt:

- Primaire socialisatie: een kind wordt geconfronteerd met primaire socialisatie in primaire groepen. Er is een direct contact en een sterke betrokkenheid dat ervoor zorgt dat bepaalde elementen van de opvoeding gezien worden als vanzelfsprekend. Het gezin is het meest voorkomende type van primaire socialisatie.
- Secundaire socialisatie: deze zijn eerder formeel van aard waarbij we leren welk gedrag verwacht wordt in formele situaties.
- Tertiaire socialisatie: deze socialisatie gebeurt via massamedia. Tegenwoordig heeft de tv, radio, kranten enz. een grote invloed op het gedrag van kinderen.

1.5.2 Taboe van menstruatie

Volgens Van Dale woordenboek is taboe: “Iets dat niet gedaan of gezegd mag worden; *Verboden erover te spreken of als woord te gebruiken*”. (Van Dale Uitgevers, 2017)

Het ontstaan van taboes kan verklaard worden vanuit historische en culturele elementen. Maar volgens de psychoanalyse ligt de nadruk van taboes op onbewuste fenomenen die van generatie op generatie worden doorgegeven.

Een taboe wordt vaak bepaald door de culturele, politieke en/of religieuze context. In India zijn er vele taboes die vaak afstammen uit bijgeloof.

Rond menstruatie is er nog een steeds sterk taboe. Er is een algemene stilte rond de kwestie van de gezondheid van vrouwen, vooral tijdens de menstruatie. Het is een diepgewortelde taboe ontstaan door een mythe rond menstruatie: vrouwen zijn tijdens hun periode onzuiver, smerig, ziek en zelfs vervloekt.

De oorsprong van de mythe bevindt zich in de Hindoeïstische cultuur. (Greynium Information Technologies, 2012) Volgens de Veda ³ krijgen vrouwen elke maand hun menstruatie omdat Indra ⁴ een Brahmaan heeft vermoord. De vrouwen moeten hiervoor een deel van de schuld op zich nemen.

Deze taboes over menstruatie zorgen voor een impact op de meisjes hun emotionele toestand, mentaliteit en levensstijl. Het aanpakken van de sociaal-culturele taboes en overtuigingen tijdens de menstruatie wordt nog verergerd door de minimale kennis over puberteit, menstruatie en reproductieve gezondheid. Daarnaast gebruiken vele vrouwen in India doeken om het bloed op te vangen. Deze worden de hele dag aangehouden en worden niet ververst. Volgens een studie bij 100 vrouwen (BBC, 2014) is er veel schaamte rond het thema ‘menstruatie’.

² Socialisatie is een proces van cultuuroverdracht en cultuurverwerving. Door sociale beïnvloeding draagt men kennis, verwachtingen, doeleinden, waarden en normen over.

³ Veda is een van de oudste en heiligste hindoe geschriften. In het Hindoeïsme telt men vier Veda's.

⁴ Indra is in de Hindoeïstische cultuur de God van oorlog, hemel, onweer en regen. Het is een jaloerse god, die de macht beheerst en waar er geen sprake is van respect.

Een mannelijk familielid zal nooit maandverbanden of tampons kopen. Vrouwen die oude bedlakens als maandverband gebruiken, kunnen deze niet buiten laten drogen na het gebruik want mannen mogen dit absoluut niet zien. Dit zorgt voor een onhygiënisch proces.

Volgens Ecofemme (30/06/17, persoonlijke communicatie) vormt dit een bedreiging voor de gezondheid. Er is een gebrek aan bewustzijn want 70 % van de moeders ziet menstruatie als 'vies'. Daarnaast is er een gebrek aan materialen, 88 % van de menstruerende vrouwen gebruikt alternatieven zoals oude doeken, zand, as, krantenpapier, hout... Als laatste is er een gebrek aan faciliteiten. Aangezien 66 % van de vrouwen geen toilet heeft, regelen ze de menstruatie openbaar. Deze drie elementen leiden tot zwakke gezondheid en infecties. Gebrek aan toiletten leidt tot meisjes die stoppen met school en ongeveer 150 kg materiaal om het bloed op te vangen dat het milieu schaadt. Een op vijf meisjes in India haakt af van school tijdens menstruatie, wat de tweede grootste oorzaak is (na huishoudelijk werk) waarom meisjes school missen.

1.6 Economie

1.6.1 Economische groei

De snel groeiende middenklasse profiteert van de economische groei, dit is vooral te zien in grootsteden. Voor de armen op het platteland en de sloppenwijken is de liberalisering minder positief. Er kwam een afschaffing van subsidies en de stijging van kosten voor de levensbehoeften.

1.6.2 Armoede in India

Het leven in India is geglobaliseerd: je ziet er fastfoodketens, designermerken, dure wagens... Slechts 1 % van de bevolking behoort tot de rijksten van India. De Hindoe partij BJP maakte in 2004 gebruik van de slogan 'India Shining' om weer te geven dat de Indiase economie nog nooit zo fantastisch was. Voor de middenklasse is dit inderdaad zo, maar voor het merendeel van de bevolking hebben de economische hervormingen nog niet geleid tot vooruitgang. (Peterse & Petri, 2007)

Er komt een grote kloof tussen arm en rijk. De ongelijkheid groeit want terwijl de rijken alle elektronica bezitten, hebben armen nog niet eens schoon water, sanitair of onderwijs. India kent de grootste armoedeconcentratie ter wereld waar een derde van de miljard inwoners nog geen dollar verdient per maand.

Op het platteland is de situatie schrijnend. Door de mechanisering van landbouw, stijgt de werkloosheid van boeren. Ze hebben vaak geen geld om te eten wat leidt tot ondervoeding, zelfmoordneigingen, vrouw en kinderen die in prostitutie terecht komen...

Er wordt sterk gestreden tegen de armoede. Zo werd er aandacht gegeven aan achtergestelde groepen. Het beleid is gericht op armoedebestrijding, onderwijs en economische groei. (Ars, 2005)

1.6.3 Armoede in Tamil Nadu

Volgens de laatste updates op 20 augustus 2015 in de Statistics Times (2016) is Tamil Nadu met 8.16 % de derde meest bevolkte staat in India. Volgens het bruto binnenlands product (BBP) is Tamil Nadu de tweede rijkste staat dankzij de productie van landbouwproducten in India. Tamil Nadu staat bekend voor rijst, fruit (vooral mango en banaan) en groenten (tomaat, moringa, tapioca en aubergine). Er wordt daarnaast ook gericht op textiel, auto-industrie, engineering, software en elektronica. Tamil Nadu is een van de meest geïndustrialiseerde staten van India. (Worldatlas, 2017) Volgens de cijfers in 2014-2015 bedraagt het BBP van Tamil Nadu 150 miljoen dollar.

2. Stageplaats MM Trust

Dit project is tot stand gekomen in samenwerking met Marutha Muthu Trust, voornamelijk gekend als MM Trust. Ik koos voor deze stageplaats in Trichy omdat ik o.a. de kans zou krijgen om jonge vrouwen bewust te maken van het belang van vrouwenhygiëne. MM Trust heeft al veel ervaring met internationale studenten en toonde gedurende de stageperiode niet alleen het werkveld, maar ook de Indische cultuur. Het is belangrijk om de cultuur te begrijpen om dit onderzoek goed uit te voeren. Daarnaast werden al veel projecten opgestart dankzij MM Trust. In dit hoofdstuk wordt de historiek en de werking van MM Trust aangehaald om daarna de meest relevante projecten voor deze bachelorproef en het project Women Entrepreneurship uit te leggen.

2.1 Historiek

In 2006 werd MM Trust opgericht door de heer Mani Rajendiran in navolging van Marutha Muthu. Dit is een lokale man uit Trichy die zijn leven gewijd had aan het verbeteren van de situatie van de achtergestelde groepen in zijn eigen gemeenschap. Zelf werd hij geboren in een heel arme gemeenschap. De ongeletterde Marutha Muthu verloor beide ouders op tienjarige leeftijd, waardoor hij verantwoordelijk werd voor zijn jongere broers en zussen. Ze woonden in een smalle hut waar ze in zware omstandigheden leefden, soms zelfs zo erg dat het huis volledig vernield werd door de regen waardoor er niets anders opzat dan het huis opnieuw te bouwen. (Bloom & Myles, 2010)

Op 13-jarige leeftijd trouwde hij met Angamel, een lokaal meisje uit het dorp. Ze konden geen kinderen krijgen en besloten om kinderen te adopteren. Een van de kinderen is de heer Mani Rajendiran (coördinator van MM Trust). De drie geadopteerde kinderen kregen de beste ontwikkelingskansen op vlak van onderwijs. Dankzij de financiële en emotionele steun van Marutha Muthu en zijn eerste vrouw heeft de heer Mani Rajendiran de opleiding sociaal werk kunnen volgen en heeft hij internationale ervaring opgedaan. Daarnaast had Marutha Muthu nog twee andere vrouwen waar hij kinderen mee had. Het was zo dat de schande om geen baby te kunnen krijgen, groter was dan het hebben van een tweede of derde vrouw. Ondanks de eigen moeilijke omstandigheden van Marutha Muthu vond hij de kracht om de situatie van de mensen om hem heen te verbeteren. Tegelijk was hij

de bezieler van een buurthuis in het lokale dorp. Marutha Muthu wordt beschreven als een visionair die andere mensen kan inspireren om zijn levenswerk verder te zetten. Marutha Muthu kwam uit de laagste kaste (Dalit kaste), hij werkte hard om stookhout te verzamelen en te verkopen om zo de winsten te investeren in de lokale samenleving.

De inspirerende man overleed op 15 augustus 2004 na een longontsteking op een leeftijd van 65 jaar (of ouder). (Bloom & Myles, 2010)

Momenteel bestaat MM Trust als een erkende NGO die geregistreerd is bij de Indiase Overheid. MM Trust beschikt over een raad van bestuur die tweemaandelijks bijeenkomt om de verschillende projecten op te volgen. MM Trust is werkzaam in en rond Trichy. Het kantoor is gevestigd in Thalakkudi, het dorp waar Marutha Muthu ligt begraven. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

2.2 Werking MM Trust

De werking van MM Trust kent een complex karakter. De organisatie is actief op veel verschillende domeinen: samenlevingsopbouw, het aanbieden van stages aan studenten en samen met hen projecten organiseren, sensibiliseringscampagnes, nulde- en eerstelijns hulp, trainingsprogramma's bij bedrijven. Het gaat om veel verschillende activiteiten, voor een organisatie van relatief kleine schaal.

2.3 Projecten

MM Trust heeft veel projecten bij verschillende doelgroepen verwezenlijkt. Dit komt voor een deel doordat er vaak met studenten wordt samengewerkt voor de projecten. De projecten worden gebaseerd op een nood van de doelgroep, gecombineerd met de interesse van de studenten. Die studenten blijven maar voor korte duur bij de NGO en krijgen de mogelijkheid en vrijheid om zelf projecten voor te stellen die hen interesseren. Er wordt dus niet altijd gekozen om met een bepaald project door te gaan en MM Trust heeft zelf niet altijd de mankracht en de middelen om projecten door te zetten. Daardoor is het soms moeilijk om de financiering en organisatie van de projecten voort te zetten en worden veel projecten op eerder korte termijn georganiseerd. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

MM Trust wil in het algemeen de lokale gemeenschap helpen, om het even hoe. Als de organisatie of een student ergens een nood ondervindt, proberen de medewerkers van MM Trust en de studenten hier iets aan te doen waarbij ze zich niet beperken tot één methode of project. Iedere uitdaging die binnen hun mogelijkheden ligt, wordt aangenomen. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

Er zijn tientallen projecten die werden opgestart dankzij MM Trust. Deze kennen een diverse doelgroep en uitgebreide doelstellingen. Er worden een aantal projecten aangehaald die een verband hebben met de uitwerking van deze bachelorproef.

2.3.1 Women Empowerment

MM Trust kwam met het initiatief voor dit project waarbij er gericht wordt op vrouwen uit de gemeenschappen.

Hun missie wordt omschreven als volgende: “To empower women in enhancing their capacities and abilities and live with dignity and respect.” De visie van het project is: “Promoting life skills for women in coping with their day to day stress and emotions and to promote sustainable living status for women”

Al sinds het begin van MM Trust, zijn ze gefocust op het empoweren van vrouwen. Het is doel is het motiveren van vrouwen om onafhankelijk te zijn en zelf sterk te staan. Er worden hiervoor veel verschillende activiteiten georganiseerd. In het begin ging dit vooral om sensibiliseringscampagnes over thema's zoals vrouwelijke hygiëne, gezondheid of bebossing. Daarnaast werd er ook een Women Group opgestart. Dit is een groep voor vrouwen, waar ze elkaar helpen en steunen om te proberen in een duurzaam inkomen te voorzien voor hun families. Van daaruit is het eerste naaiproject gegroeid. Dankzij MM Trust werden er al 65 vrouwen opgeleid om als naaister te werken waarbij ze al een aantal opdrachten hebben gekregen. (MM Trust, 2017)

2.3.2 Awareness programs on HIV/ aids, life skills, health and hygiene, climate change, organic farming, goat rearing, tree plantation

MM Trust kwam met het initiatief voor dit project waarbij er gericht wordt op vrouwen, mannen, kinderen, ouderen, hoge- en lage kaste, kinderen die weggelopen zijn van thuis, mensen van het dorp...

Hun missie wordt omschreven als volgende: “To sensitize about social issues and enable the community to lead a co-operative and supportive life.” De visie van het project is: “To enable the people to obtain knowledge and information about HIV/AIDS, health and hygiene and other subjects. To enable the people to strengthen their life skills to deal with the situation.”

Het hele team van MM Trust (Boardmembers ⁵, medewerkers en vrijwilligers) werkt aan sensibiliseringscampagnes waarbij ze de gemeenschap zo goed mogelijk proberen te dienen en rekening houden met het beperkte budget. Ze zetten hun eigen kennis, ervaring en tijd kosteloos in, zodat er niet veel geld moet gespendeerd worden. Ze trekken naar een bepaalde doelgroep met een bepaald thema voor bewustmaking. Er wordt ook samengewerkt met andere organisaties, wat op vraag van beide partijen kan gebeuren. (MM Trust, 2017)

⁵ De Board Members van MM Trust zijn een groep mensen die op verschillende manieren hun steentje bijdragen tot de organisatie. Ze brengen allemaal een eigen achtergrond mee met kennis en ervaring in verschillende domeinen. Met die kennis en ervaring helpen ze de organisatie waar mogelijk. Daarnaast bezitten ze ook een bestuurlijke functie. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

2.4 Project Women Entrepreneurship

Samen met MM Trust wordt er een project opgestart in Trichy. Het initiatief heet Women Entrepreneurship. Het idee kwam van de heer Mani Rajendiran en de heer Muthukumar, twee leden van MM Trust. Ze kregen de kans van de heer Pat Vanhecke en mevrouw Els Salembier (docenten uit Howest) om met een voorstel te komen waarbij men zich richt op empowerment. De heer Muthukumar kwam met een idee om zich te richten op vrouwenhygiëne, geïnspireerd door dit filmpje:

<http://interactive.aljazeera.com/aje/shorts/india-menstruation-man/>

Met dit project willen ze de samenleving bevorderen door mensen die geen diploma hebben of laaggeschoold zijn, te versterken. (Vanhecke, 2017, persoonlijke communicatie)

Er is vastgesteld dat 30% van de vrouwen in Tamil Nadu geen toegang heeft tot het gebruik van gezonde materialen voor vrouwenhygiëne. De grootste oorzaak hiervoor is de kostprijs van de hygiënische maandverbanden. Aangezien 27.5 % van de Indische bevolking onder de armoedegrens leeft, kan zich men de basisproducten voor lichaamshygiëne niet veroorloven. Daarnaast speelt de opvoeding een grote rol (moeder geeft tradities door aan dochter). In de samenleving spelen hieromtrent veel taboes.

Met dit project wordt er gericht op vrouwen die de maandverbanden zullen maken en op jonge vrouwen in het secundair onderwijs met als bedoeling om gezonde vrouwenhygiëne te promoten. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie)

- Er wordt een machine aangekocht om zelf de hygiënische maandverbanden te produceren. Door een sociale onderneming op te zetten in eigen beheer van de organisatie MM Trust, wordt er gezorgd dat de productiekost van de maandverbanden 50 % lager ligt dan de reguliere kostprijs. In het opstartjaar zullen vijf vrouwelijke medewerkers worden aangeworven om de machines te bedienen zodat ze vrouwenverbanden kunnen produceren. Dit kan een vorm van inkomen zijn voor de betrokken vrouwen.
- Daarnaast wordt er vastgesteld dat de beperkte vrouwenhygiëne een negatieve impact heeft op de schoolloopbaan voor jonge vrouwen waardoor ze heel wat kansen missen. Tijdens de menstruatie blijven meisjes vaak thuis waardoor leerachterstand en school verlaten hiervan het gevolg zijn. Graag willen studenten van Howest een sensibiliseringscampagne/ vorming geven aan de jonge vrouwen in het secundair onderwijs (+/- 14/15 jaar) met als bedoeling om gezonde vrouwenhygiëne te promoten. Zo kunnen ze in het begin een gratis starterspakket meekrijgen van maandverbanden. Op scholen kan het verkregen worden aan 50 % van het commerciële tarief (eventueel via automaten in het sanitair gebouw).

Als student zal ik de vrouwengroep stimuleren bij het ondernemerschap. Ik zal helpen om de vrouwen te empoweren: ervoor zorgen dat de vrouwen een opleiding en training krijgen om het project zelf in handen te nemen op lange termijn. Alsook zal het belang van vrouwenhygiëne beklemtoond worden bij jonge vrouwen. Ik zal samen met medestudenten een sensibiliseringscampagne opstellen om deze te promoten in middelbare scholen. Voorafgaand heeft studente ergotherapie Ellen Cruyt een onderzoek uitgewerkt om de attitudes van vrouwen t.o.v. het gebruik van vrouwenverbanden in kaart te brengen. In bijlage 1 vindt u de vragen die werden gesteld, de bevindingen en de resultaten van het onderzoek.

In deze bachelorproef wordt de nadruk gelegd op hoe we jonge vrouwen bewust kunnen maken van het belang van vrouwenhygiëne.

B. Theoretisch deel

3. Vormingswerk

De volgende vijf hoofdstukken omvatten het theoretisch deel. Vormingswerk behoort tot sociaal-cultureel werk. In dit onderzoek zullen de studenten via vorming de doelgroep sensibiliseren. Op dat moment zijn ze vormingswerkers. Men kent een educatieve functie, aangezien er een duidelijke leerbehoefte speelt. Daarnaast is er een preventieve functie waarbij men ervoor zorgt dat het probleem voorkomen wordt of verder escaleert. Er wordt aan vormingswerk gedaan in de vorm van sensibiliseringscampagnes. Hierbij is er oog voor de begeleidingsmethodiek van J. De Braeckeleer en interculturele bemiddeling.

3.1 Begrip sociaal cultureel werk

Sociaal cultureel werk kent een dynamisch karakter waardoor een omschrijving plaatsen niet gemakkelijk is.

Een sociaal cultureel werker richt zich op de participatie van burgers in de samenleving. Ze geven ondersteuning en vorming opdat burgers optimaal zouden functioneren in de samenleving. Sociaal-cultureel werkers proberen de potentie van de cliënten te vergroten, de zelfstandigheid en zelfwerkzaamheid te bevorderen en werkwijzen te ontwikkelen om concrete sociale problemen aan te pakken. Ze werken samen met individuen, groepen en organisaties om maatschappelijke noden te signaleren en op te sporen. Het initiatief van de sociale problemen kan komen van: bewoners, organisatie van sociaal-cultureel werk, lokale overheid. De sociaal-cultureel werker organiseert activiteiten om leer- en vormingsprocessen te ondersteunen. (De Laeter D. et al., 2013)

Sociaal-cultureel volwassenwerk telt vier functies:

1. Culturele functie: we spreken hier van zingeving, normen, waarden en de wijze waarop ze in het dagelijkse leven worden gesymboliseerd
2. Educatieve functie: via groepsgerichte vorming komt er individuele ontplooiing en competentieverhoging (al dan niet van een hele gemeenschap/groep). Er wordt gezorgd voor een maatschappelijke meerwaarde van de leerprocessen
3. Gemeenschapsvorming: vernieuwing en versterking van het sociaal netwerk. Er komt een ontmoeting en groepsvorming met het oog op een democratische, solidaire, open en cultureel diverse samenleving
4. Maatschappelijke activeringsfunctie: stimuleren, organiseren en begeleiden van maatschappelijk engagement en verantwoordelijkheid

(De Laeter D. et al. 2013)

3.2 Vormingswerk

3.2.1 Methodiek

Vormingswerk gaat om een kwaliteitsbewaking van leven en samenleven. Er is een permanente educatie: vorming is een permanent proces dat het hele leven lang duurt, zich afspeelt op alle levensdomeinen en de totale mens omvat.

Een vorming is een proces dat zich afspeelt tussen personen in interactie, waarbij het zoeken naar 'de zin' centraal staat. Betrokkenen gaan hun eigen inzichten en keuzes confronteren met die van anderen wat kan leiden tot bevestiging of wijziging van oorspronkelijke inzichten, houdingen en motivaties. Vormingswerk zorgt voor het intentioneel bevorderen van de kwaliteit van deze wederzijdse verantwoording. Het uiteindelijke effect van een leerproces is (bevestiging van) het gedrag of gewijzigd gedrag. Ter bevordering van het eigen proces zijn er georganiseerde activiteiten tot het ontwikkelen van een eigen identiteit en tot een bewuste plaatsbepaling. Men richt zich in vormingswerk op het maatschappelijk functioneren. (Schellemans, 2015-2016)

3.2.2 Educatie

Vorming is een manier om aan educatie te doen. Je kan educatieve activiteiten organiseren die erop gericht zijn het leervermogen van cliënten te vergroten. Zo leren mensen niet enkel met hun verstand, maar ook met hun gevoel. Leren doen we niet enkel door kennis, maar ook door vaardigheden en houdingen. Dit kan zowel intentioneel zijn als zonder expliciete bedoeling. Sommigen leren zonder hulp, anderen hebben een nood aan begeleiding. Activiteiten die worden gegeven op vlak van educatie, hebben een vormende waarde.

Educatieve activiteiten zijn: informele leermogelijkheden, cursussen geven en begeleiden, instructies geven, voordrachten houden... (Sociaal cultureel werk, 1996)
Educatie kent een brede invulling in het sociaal- cultureel werk.

Er zijn twee uitgangssituaties voor educatie binnen het sociaal-cultureel werk:

1. Er is een duidelijke vraag naar educatieve activiteiten. In dit geval hebben de deelnemers een duidelijke leerbehoefte.
2. De vraag naar leren en educatie is eerder zonder duidelijke grenzen.

Er wordt vooral gericht in beide gevallen op groepen die nauwelijks worden bereikt door de reguliere werking van onderwijsvoorzieningen. Mensen kunnen al negatieve ervaringen hebben gehad in het onderwijs, weinig kansen en mogelijkheden...

Als sociaal werker werk je empowerend, ondersteunend en begeleidend. Er wordt samengewerkt met de deelnemers en er wordt overlegd over de doelstellingen, inhoud, vorm, waarden en normen van het leerproces. (Sociaal cultureel werk, 1996)

De sensibiliseringscampagnes kennen een educatieve functie binnen het vormingswerk. De adolescente meisjes hebben een duidelijke leerbehoefte omtrent vrouwenhygiëne.

3.2.3 Opzet

Bij het opzetten van een programma is het van belang om een concreet werkplan op te stellen als steun en toetsing voor het vormingsproces. Er moet rekening gehouden worden met dynamische variabelen, middelen, situatievariabelen en contextvariabelen. (Schellemans, 2015-2016)

3.2.4 Vijf pijlers van J. De Braeckeleer

Als begeleider is het belangrijk om rekening te houden met de vijf pijlers van de begeleidingsmethodiek van J. De Braeckeleer. Deze methodiek kan je helpen zowel bij de keuze van de werkvorm en de opbouw van de inhoud als om je eigen handelen te sturen. In de campagnes wordt er rekening gehouden met deze pijlers:

- Veiligheid: door experimenteren zal de groep niet faalangstig zijn.
- Vrijheid: door experimenteren zal er minder conformistisch gedrag vertoond worden.
- Beloning: door herhaling en bekrachtiging zal de groep meer aanmoediging en meer motivatie krijgen.
- Modelgedrag: door imitatie van modellen kan de groep sneller en gemakkelijker leren.
- Inzicht: door uitleg en duiding zal de groep niet in oude denkpatronen vervallen.

(Schellemans, 2015-2016)

3.3 Preventie

Preventie wordt omschreven als initiatieven die doelbewust en systematisch een probleem voorkomen. (Goris Et Al., 2007) Preventie is een activiteit die je bewust onderneemt, het voorkomt een probleem via een vooraf bepaalde en doordachte weg. We spreken pas van preventie als het initiatief uitdrukkelijk bedoeld is om een probleem te voorkomen. Om een probleem te voorkomen, wordt er een probleemanalyse gemaakt. Hieruit komen risico- en beschermende factoren.

3.3.1 Niveaus van preventie

Er zijn drie niveaus van preventie.

Bij primaire preventie is er amper sprake van de ontwikkeling van een probleem. Hoewel er al een zicht is op het probleem, is het alleen nog niet acuut en tekent zich nog niet zo af. Er zijn dan wel al signalen, maar er is nog heel wat tijd voor het probleem echt uitbarst. De risico- en beschermende factoren zijn te verbinden met het probleem.

In de tweede fase is er nog geen sprake van manifestatie maar worden de signalen al concreter. Er is meer risico op de ontwikkeling van het probleem. De risico- en beschermende factoren worden afgebakend en zijn ingevuld.

Bij tertiaire preventie heeft het probleem zich duidelijk gemanifesteerd. Men wil voorkomen dat het probleem opnieuw opduikt of verder escaleert. (Goris, Burssens, Melis & Vettenburg, 2007)

Men spreekt in dit geval van tertiaire preventie. 30 % van de vrouwen in Tamil Nadu heeft geen toegang tot gezonde vrouwenhygiëne. Dit heeft te maken met de kostprijs, maar ook met de beperkte kennis. Jonge vrouwen gebruiken vaak geen maandverbanden waardoor het sociale leven even wordt stopgezet. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie) Door jonge vrouwen bewust te maken van het belang van vrouwenhygiëne, wil men voorkomen dat het probleem opnieuw voorkomt of verder escaleert.

3.4 Interculturele bemiddeling als methode

In het filosofisch woordenboek wordt interculturaliteit als volgt beschreven:

“De interculturele filosofie wil een dialoog in de zin van een uitwisseling, een geven en nemen in twee of meer richtingen tussen de filosofieën van verschillende culturen op gang brengen. Er wordt van de veronderstelling uitgegaan dat iedere cultuur haar specifieke filosofie heeft (evenals haar specifieke kunst) en dat de filosofieën van de verschillende culturen gelijkwaardig zijn. Uiteraard is een dialoog in deze zin alleen mogelijk als men over elkaars filosofieën goed geïnformeerd is. De interculturele filosofie wordt als een noodzakelijke tegenhanger beschouwd van de uitwisseling tussen de verschillende delen van de wereld op economisch, politiek, wetenschappelijk, technologisch en cultureel gebied.” (Willemsen, 1992).

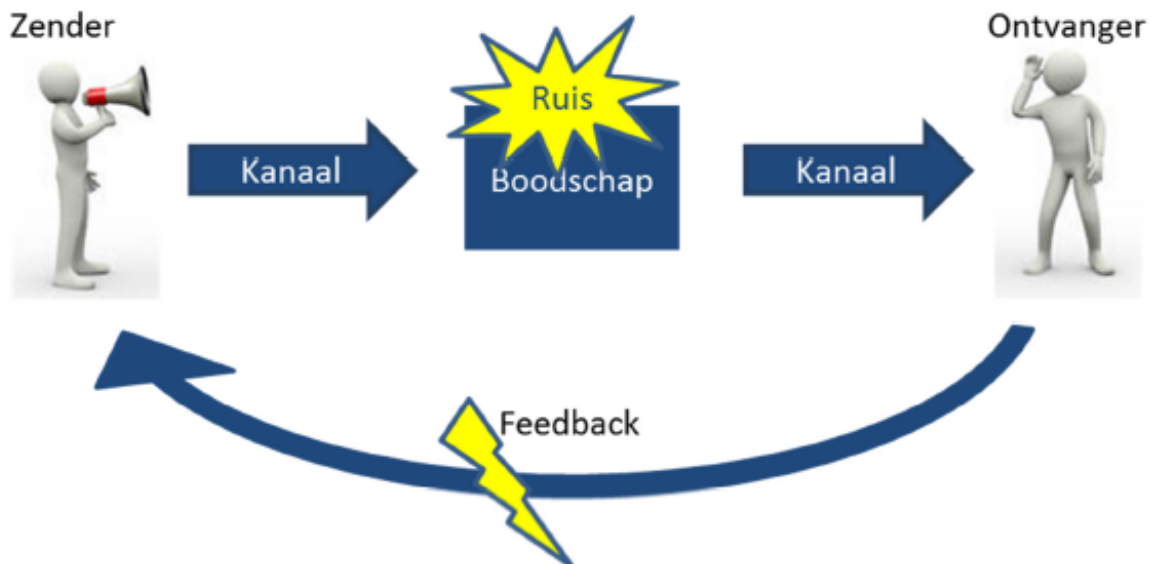
We bouwen vaardigheden op om interpersoonlijke communicatie aan te gaan met mensen van andere culturen. Interpersoonlijke communicatie vraagt om een proces. Binnen dit onderzoek is er een belang van een interculturaliteit. (Onorati & Bednarz, 2010) Men moet bewust zijn van de verschillen tussen de Westerse en Indische cultuur die worden aanschouwd als gelijkwaardig. Het is niet gemakkelijk: zowel persoonlijke waarden en cultuur als de relatie tot de context, individuen en instituties spelen een rol. Om elkaar te verstaan, wordt er een bepaalde betrokkenheid verwacht. Het gaat om individuen van verschillende culturen waar je respect moet hebben voor elkaar gedrag en ethische regels.

Er moet rekening gehouden worden met de culturele conditie en de individuele vrijheid, want dit leidt tot interculturele communicatie. Als je samenwerkt met iemand van een andere cultuur, is het niet langer genoeg om acceptatie te vergemakkelijken en welkom te heten door empathisch te luisteren, begrijpen, liefdadigheid en solidariteit. Een ware integratie vraagt aandacht voor de culturele waarden die zich uiten door een vergelijking en interesse in gedeelde projecten. (Onorati & Bednarz, 2010)

De communicatie kan een belemmering zijn tijdens de interculturele bemiddeling (De Schutter, 2014-2015). Volgens Watzlawick beïnvloeden we met en vooral zonder woorden: digitale en analoge taal. Digitale taal is de verbale taal, verkeerstekens, pictogrammen... Analoge taal slaat op gedragsaspecten die wijzigbaar zijn (gelaatsuitdrukking, ritme, stem...) en gedragsaspecten die niet wijzigbaar zijn (leeftijd, sekse, grootte...).

Tijdens de communicatie stelt Watzlawick dat een zender via een kanaal de boodschap stuurt naar de ontvanger. Hierbij kan je niet niet communiceren waarbij er telkens wordt gesproken over een bewuste informatieoverdracht. Of de boodschap echt overkomt, is afhankelijk van verschillende factoren: kennis van de taal, codes in lichaamstaal, verschillen tussen (sub-culturen)... (Mertens, Vandenbroek, 2003)

In het methodologisch deel is te vinden wat er tijdens de sensibiliseringscampagnes gedaan wordt om de belemmering tegen te gaan. (Zie 8.2.3)



*Op een boodschap kan er een ruis ontstaan.
(De Schutter, 2014-2015)*

4. Adolescente meisjes

‘Adolescente meisjes’ is de doelgroep die centraal staat in dit onderzoek. De focus ligt op jonge vrouwen die informatie krijgen over vrouwenhygiëne. Het is van belang om de doelgroep te kennen om informatie te geven. Er treden niet alleen fysieke veranderingen op tijdens de puberteit maar er komt ook een cognitieve, sociale en persoonlijkheidsontwikkeling.

De adolescentie is de scharnierperiode in het leven van de mens. Het is een belangrijke periode, het kent de evolutie van een kind naar volwassene. Hoewel adolescentie op een zeker niveau iets universeels is, zijn er verschillen in de duur van de periode. In meer traditionele culturen lopen de biologische rijping en de nieuwe rolverwachtingen vrijwel parallel in de tijd. In complexere samenlevingen vraagt de psychosociale omschakeling meer tijd vanwege de ingewikkelde rol die je krijgt als volwassene waarbij die veel voorbereiding vraagt. (Craeynest, 2013)

In het gewone taalgebruik spreken we ook vaak over puberteit. Dit is eerder de eerste fase van de adolescentie waarbij er verwezen wordt naar het fysiologisch proces van de geslachtsrijping. Op welke leeftijd de stap naar de volwassenheid gebeurt, is moeilijk te zeggen. De term adolescentie wordt gebruikt voor een periode van 12-22 jaar. (Craeynest, 2013)

4.1 Lichamelijke ontwikkeling

4.1.1 Lichamelijke veranderingen tijdens puberteit

Het begin van de adolescentie wordt gekenmerkt door twee belangrijke fysiologische gebeurtenissen. (Craeynest, 2013)

- Allereerst is er de groeisput. Het lichaam groeit definitief weg uit de kinderlijke vormen en bereikt in de loop van tijd de volwassen lichaamsdelen. De eerste jaren van de adolescentie zal het lichaam een aanzienlijke lengtegroei kennen. Dit wordt de strekkingfase genoemd. Daarna is er ook een uitgroei in de breedte: de vullingsfase. Bij meisjes gebeurt de groeisput gemiddeld rond 10 à 11 jaar. Op een jaar groeien meisjes ongeveer 7 centimeter. De breedtegroei zorgt ervoor dat meisjes breder bekken, meer spierweefsel en onderhuids vetweefsel verkrijgen.
- Als tweede is er de seksuele rijping. Net zoals bij de groeisput, begint de seksuele rijping sneller bij meisjes dan bij jongens. Het eerste zichtbare teken van een seksuele rijping bij meisjes is de beginnende borstontwikkeling rond een leeftijd van 10 à 11 jaar. Kort nadien verschijnt het eerste schaamhaar en nemen de kleine schaamlippen en clitoris toe. Rond 12 jaar vindt de menarche plaats, dit is de eerste menstruatie. Rond de leeftijd van 15 jaar is bij de meeste meisjes de seksuele rijping voltooid. Dit is een individueel proces, wat maakt dat het bij sommige enkele jaren eerder of later kan zijn.

Men stelt vast dat jongeren een snellere ontwikkeling doormaken dan enkele generaties geleden. Dit wordt het acceleratiefenomeen genoemd. Volwassenen zijn nu ongeveer 15 centimeter groter dan anderhalve eeuw geleden, dit is het seculiere groeiverschuiving. De seksuele rijping gebeurt ook sneller waarbij er werd vastgesteld dat meisjes hun menarche drie jaar eerder krijgen dan anderhalve eeuw geleden. (Chaube, 2002)

4.1.2 Psychologische gevolgen van de lichaamsveranderingen

De snelle groei van het lichaam heeft een invloed op het gedrag van de jongeren en de manier waarop ze zichzelf beleven. Hoe ze reageren op de veranderingen, hangt vaak af van de manier waarop ze daarop voorbereid waren.

De veranderingen hebben een invloed op het zelfbeeld. Voor jongeren is het uiterlijk belangrijk voor hun zelfwaardering en voor de waardering die ze van leeftijdsgenoten voelen of anticiperen. (Craeynest, 2013)

4.2 Cognitieve ontwikkeling

Volgens Piaget ⁶ worden er tijdens de adolescentie nieuwe vormen van denken ontwikkeld. Deze nieuwe periode is het formeel-operationele denken.

4.2.1 Kenmerken van het formeel-operationele denken

Het formeel-operationele denken is een wetenschappelijke manier van denken waarbij ze bepaalde kwesties op een heel concrete manier aanpakken. De nieuwe manier van denken is volgens Piaget “een veld van potentiële mogelijkheden, waarvan ieder normaal subject gebruik kan maken, ook al worden deze mogelijkheden door niemand volledig gerealiseerd en is de snelheid van hun verwezenlijking sterk afhankelijk van milieu en opleiding” (Piaget, 1979)

Ze zullen meer gebruik maken van abstracte begrippen, logischer redeneren door propositioneel te denken (logische redeneringen opzetten) en hypothesen (veronderstelde beweringen) in te schakelen.

Jongeren maken meer gebruik van hypothetisch-deductief denken. Er wordt gezocht naar enkele mogelijke oplossingen, die te deduceren en verder te toetsen aan nieuw verzamelde observaties. Tijdens de adolescentie gaan jongeren meer experimenteren en gaan meer combinatorisch denken.

⁶ Jean Piaget (1896- 1980) was een Zwitsers psycholoog die de cognitieve psychologische ontwikkeling van kinderen heeft bestudeerd. Hij formuleerde vier verschillende stadia in de ontwikkeling van het kind.

4.2.2 Gevolgen van het formeel-operationele denken

Tijdens de adolescentie nemen jongeren een kritische houding aan. Door de cognitieve evolutie, gaan jongeren meer nadenken want ze hebben een mogelijkheid tot propositioneel denken en redeneren.

De adolescentie kent een invloed op het zelfbeeld. De adolescent zal de vroegere zekerheden in vraag stellen. Men merkt op dat de geïdealiseerde wereld niet overeenstemt met de werkelijkheid wat kan zorgen voor eenzaamheid, slecht gevoel, teleurstelling. Daarnaast zal de metacognitie, de kennis die men heeft over de eigen manier van denken, zal drastisch uitbreiden en ze zullen een euforisch gevoel van uniciteit beleven. Door deze overgang komt er volgens Piaget een metafysisch of intellectueel egocentrisme. (Craeynest, 2013)

4.3 Sociale en persoonlijkheidsontwikkeling

4.3.1 Sociale ontwikkeling

Tijdens de adolescentie ondergaat de jongere niet enkel een metamorfose op fysiek vlak, er komt ook een verandering op sociale en persoonlijkheidsontwikkeling. Jongeren gaan meer afstand nemen van hun ouders. (Craeynest, 2013) Op cognitief vlak worden allerlei zekerheden in vraag gesteld. Er wordt een kritische kijk ontwikkeld. In de puberteit zijn er ook fysieke veranderingen. Er komt een verlangen van privacy en intimiteit, wat een zekere terughoudendheid teweegbrengt ten aanzien van huisgenoten. Soms kan er wat opstandigheid groeien vanuit de adolescent, maar dit wordt meestal beperkt tot praktische of symbolische geschillen.

In deze periode stijgt het belang van leeftijdsgenoten. Een vriendengroep is zeer belangrijk voor adolescenten: een vaste kliek van hooguit een achttal leden die regelmatig contact met elkaar onderhouden. Daarnaast kunnen er ook intense vriendschappen ontstaan tussen aparte individuen. Alsook kunnen er eerste verliefdheden ontstaan. (Chaube, 2002)

4.3.2 Dynamisch-affectieve ontwikkeling

Jongeren ervaren een identiteitscrisis volgens Erikson ⁷. De adolescentie staat voor een snelle en disharmonische groei van het lichaam en seksuele rijping waarbij de adolescent beseft geen kind meer te zijn. De buitenwereld stelt nu ook hogere verwachtingen waardoor de adolescent reflecteert over zichzelf. Hij is geen kind meer, maar wie is hij dan wel? Dit is een identiteitscrisis.

Gedurende de adolescentie bevindt de jongere zich eerst in het psychosociaal moratorium. De jongere krijgt de kans om te experimenteren: als individu kunnen ze zich ontwikkelen en kritisch reflecteren over de samenleving en hun rol hierbij. Na een periode van exploreren en experimenteren komt de identiteitsvoltooiing, het bereiken van de persoonlijke identiteit. (Craeynest, 2013)

⁷ Erik Erikson (1902-1994) was een psycholoog die zich voornamelijk richtte op de psychoanalyse. Erikson behoorde tot de groep postfreudianen die de ego-psychologen werden genoemd.

5. Hygiëne

De adolescente meisjes krijgen meer informatie over hygiëne. Er wordt in de sensibiliseringscampagnes nadruk gelegd op het belang van vrouwenhygiëne. Zowel dagelijkse hygiëne als algemene hygiëne in de puberteit en tijdens de menstruatie komen aan bod. In dit hoofdstuk wordt er gefocust op huishygiëne met lage inkomst, lichaamshygiëne en hygiëne voor adolescente meisjes (tijdens de menstruatie).

Hygiëne wordt gedefinieerd als: “Een verzamelnaam voor alle handelingen en handelingswijzen die ervoor zorgen dat mensen en dieren gezond blijven door ziekteverwekkers uit de buurt te houden.”

Volgens de World Health Organization (2017) verwijst hygiëne naar voorwaarden en praktijken die bijdragen tot de handhaving van de gezondheid en het voorkomen van de verspreiding van ziekten.

Hygiëne is gerelateerd aan netheid, gezondheid, geneeskunde en de meeste aspecten van het leven. Een goede hygiëne zorgt ervoor dat er geen ziekten ontstaan bij jezelf en vermijdt de verspreiding van ziekten in je onmiddellijke omgeving. Netheid verwijdert ziekteverwekkende bacteriën, vuil en vlekken. Er kan enige verwarring ontstaan tussen netheid en hygiëne. Hygiëne is echter meer algemeen: dit zijn de praktijken die de ziekte-veroorzakende organismen voorkomen en/of bestrijden. Er zijn ook andere thema's als we over hygiëne praten: lichamelijke hygiëne, persoonlijke hygiëne, slaaphygiëne, mentale hygiëne, tandhygiëne...

5.1 Huishygiëne met een lage inkomst

In ontwikkelingslanden is er niet altijd toegang tot sanitaire voorzieningen en water. Elk jaar sterven miljoenen mensen (meestal kinderen) aan ziekten als gevolg van ontoereikende levering van water, slechte sanitaire voorzieningen en ondermaatse hygiëne. De gevolgen kunnen een negatieve impact hebben op de veiligheid van eten, levenslange keuzes en educatieve opportuniteiten voor arme gezinnen over heel de wereld. Volgens de Wereldbank kent India ook een water en sanitaire crisis. Er wordt geschat dat 21 % van de ziektes verwijst naar onveilig water en een gebrek aan gezonde hygiëne. (Water. Org, 2017)

De Verenigde Naties hechten belang aan de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelstellingen. Dit is hetgeen wat de Verenigde Naties meegeeft over wat ze willen bereiken tegen 2030: “By 2030, achieve access to adequate and equitable sanitation and hygiene for all and end open defecation, paying special attention to the needs of women and girls and those in vulnerable situations.” (United Nations, 2013)

In bijlage 2 zijn de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelstellingen te zien, waarbij de zesde doelstelling staat voor ‘Schoon water en sanitair’.

5.2 Lichaamshygiëne

Lichaamshygiëne verwijst naar de persoonlijke hygiëne die uitgevoerd wordt door een individu om te zorgen voor zijn lichaamsgezondheid en welzijn door middel van netheid. Persoonlijke hygiëne is noodzakelijk om een ziekte bij zichzelf te voorkomen of om reeds bestaand infectieuze ziekten te genezen. Het zal bijdragen tot een

optimale gezondheid, een gevoel van welzijn, sociale aanvaarding en preventie van de verspreiding van de ziektes naar de andere mensen. (Health net foundations, 2017) Persoonlijke hygiëne verwijst naar regelmatig een bad nemen, jezelf en je haar wassen, je tanden poetsen, je nagels knippen, je handen wassen. Soms kan goede persoonlijke hygiëne bepaald worden door je cultuur.

5.3 Handhygiëne

Het is zeer belangrijk om je handen te wassen. Tijdens de campagne zal een leerling een demonstratie geven over hoe je het best je handen wast. Het is een effectieve manier om de verspreiding van ziektekiemen tegen te gaan. De kiemen komen niet op schone handen en dit gaat ervoor zorgen dat de verspreiding stopt. Door je handen te wassen ga je huidziektes, ooginfecties, diarree infecties van de luchtwegen... verminderen.

De juiste manier om je handen te wassen gaat als volgt (Centers for diseases Control and Prevention, 2011):

Maak eerst je handen nat met schoon water. Het water kan warm of koud zijn. Vervolgens neem je zeep en wrijf je je handen samen met de zeep. Zorg ervoor dat de zeep ook op de achterkant van uw handen is, schuim tussen de vingers, elke vinger apart, ook je polsen en nagels niet vergeten. Scrub je handen gedurende minstens twintig seconden. Na het inzepen spoel je je handen goed onder schoon water en droog je je handen met een schone handdoek of laat ze drogen.

Als u geen zeep heeft, kunt u een zuivering op alcoholbasis gebruiken waarin ten minste 60 % alcohol inzit (hiervoor kijk je naar het productetiket). Deze zuiveringen zal de kiemen verminderen op de handen in bepaalde situatie maar het zal niet alle kiemen verwijderen. Dit zal niet effectief zijn als je handen zichtbaar vuil of vettig zijn. In deze situatie is het belangrijk om eerst je handen te wassen met zeep.

Het kiemdodend effect is het grootst bij het regelmatig wassen van de handen, vooral op volgende momenten:

- voor, tijdens en na het bereiden van voedsel;
- voor het eten;
- voor en na de zorg voor iemand die ziek is;
- voor en na het behandelen van een wonde;
- na het veranderen van luiers of een kind die gebruik heeft gemaakt van het toilet;
- na het gebruik van het toilet;
- na het niezen, hoesten of het snuiten van de neus;
- na het aanraken van een dier;
- na het aanraken van vuilnis.

5.4 Tienerhygiëne

De puberteit zal leiden tot allerlei soorten veranderingen. Het lichaam zal zich ontwikkelen als voorbereiding op de volwassenheid. Een gevolg van de hormonen in het bloed is dat je lichaam meer olie en zweet zal produceren. Een persoon zal okselhaar, haar op de benen en op de secundaire geslachtsdelen verkrijgen. In dat stadium is het nog belangrijker om de huid en kleding schoon te houden.

Sommige tieners zullen zich wat ongemakkelijk voelen vanwege de lichaamsgeur. Tijdens de puberteit begint een adolescent meer te zweten. Vers zweet geeft geen geurtje af, maar bacteriën op de huid kunnen voor een karakteristieke lichaamsgeur zorgen. (Office of the Associate Director for Communication, Digital Media Branch, Division of Public Affairs, 2017)

Het is belangrijk om jezelf te wassen met water en zeep. Besteed extra aandacht aan de oksels en de lies. Draag elke dag propere kledij en kledij die dicht aan je lichaam komt, moet je elke dag ververset (ondergoed, sokken...). Bij het dragen van katoenen kledij, zal het lichaam gemakkelijker ademen en zal de lichaamsgeur minder zijn. Zorg voor verluchting van schooluniformen en sportkleding.

Veranderingen in het lichaam vanwege de hormonen zal de talgproductie doen toenemen wat een vette huid veroorzaakt en zo aanleiding geeft tot verstopte poriën, puistjes en acne. Door zweet en olie op de hoofdhuid, kan het haar van een adolescent stram en vetig lijken. Ideaal is om de haren twee keer in de week te wassen. Was het niet elke dag, want dat is niet goed voor je haar. Het is ook belangrijk om de huid schoon en gezond te houden. Zorg ervoor dat de handdoeken regelmatig worden gewassen zodat ze geen bron van bacteriën vormen die huidinfecties kunnen veroorzaken.

(Office of the Associate Director for Communication, Digital Media Branch, Division of Public Affairs, 2017)

5.5 Hygiëne voor meisjes

Intieme hygiëne is belangrijk voor meisjes. Intieme verzorging is noodzakelijk want wanneer een meisje in de puberteit zit, zullen er dingen gebeuren in en rond het lichaam die ongemak veroorzaken als er geen gebruik wordt gemaakt van goede hygiëne. Te veel schaamhaar en te weinig reinigen kan ervoor zorgen dat de bacteriën opbouwen rond de vagina, wat kan zorgen voor onaangename geuren. Daarnaast kan het ook leiden tot irritaties op de huid of zelfs infecties.

Meisjes hebben vaak lange haren. Het is belangrijk om een shampoo te vinden die goed werkt voor je haar en dat je je haar elke dag borstelt. Zorg goed voor het gezicht door het elke dag te wassen en te reinigen. Indien een vrouw dat wenst, kan ze een reinigingsmiddel gebruiken. Ook is het belangrijk om de huid te hydrateren zodat het zacht en glad blijft. Was jezelf elke dag en zeker je geslachtsdelen. Door de vaginale afscheiding, is de vagina al schoon vanzelf. Rondom de vagina is een gevoelige plaats die een speciale zorg vergt. Het maakt een direct contact met onderbroek, vaginale afscheidingen en dus ook bacteriën. Elke dag moet je je intieme delen wassen met water of met intieme zeep. Vergeet jezelf niet af te drogen met een schone handdoek om vochttopbouw te voorkomen. Het is noodzakelijk om elke dag proper ondergoed te dragen. (Johnson & Johnson Middle East, 2017)

5.6 Hygiëne tijdens menstruatie

Tijdens de menstruatie is het belangrijk om extra hygiënisch te zijn. Omdat vrouwen niet echt over dit onderwerp praten, is er des te meer reden waarom vrouwen last hebben van infecties en andere complicaties. Tijdens de menstruatie is het belangrijk om je lichaam schoon te houden en zeker tijdens deze periode heeft

een vrouw de beste hygiëne nodig. Er is niets om je over te schamen: dit is een normale cyclus van het lichaam.

Om het bloed op te vangen, kan een vrouw een maandverband gebruiken. Er zijn verschillende maten en soorten maandverbanden. Het is belangrijk om te weten wat er bij welk lichaam past aangezien iedereen uniek is. Tijdens de campagne wordt er door een leerling getoond hoe je een maandverband in een onderbroek legt.

Eens het menstruele bloed het lichaam verlaten heeft, zal het maandverband de organismen uit de vagina opvangen. Daarnaast absorbeert het maandverband ook zweet uit die regio. Als het maandverband lange tijd niet verversd wordt, kan het aantal bacteriën zich vermenigvuldigen en dit kan leiden tot aandoeningen zoals urineweginfecties, vaginale infectie of huiduitslag. Een maandverband wordt ongeveer om de vier uur vervangen, maar iedere vrouw heeft haar eigen schema afhankelijk van haar volume bloedverlies. Sommigen verversen het vaker terwijl anderen minder bloed verliezen en dus ook minder verwisselen. (Health net Foundations, 2017)

Tijdens de menstruatie, treedt het bloed op in kleine ruimtes en is het belangrijk om het bloed weg te wassen. De opstapeling van bloed kan ook leiden tot een slechte geur. Het is belangrijk om de schaamlippen te wassen voor het gebruik van een nieuw maandverband. De vagina heeft een eigen mechanisme om vanbinnen schoon te maken, dus de vagina wassen met zeep zal de goede bacteriën doden en kan infecties veroorzaken. (Sensoa, 2017) Voor de geslachtsdelen kan er water of een speciale zeep voor intieme hygiëne gebruikt worden. (Dettol, 2014) Het wassen van de schaamlippen gebeurt richting de anus. Door het nemen van een bad tijdens de menstruatie, zal het lichaam schoon worden en is er een kans om de intieme delen schoon te maken. Een bad kan helpen tegen menstruele krampen, rugpijn... doordat een persoon tijdens het nemen van een bad zich een tijdje in warm water bevindt.

Het is noodzakelijk om een gebruikt maandverband op een juiste manier weg te werpen omdat er anders een kans bestaat om infecties te verspreiden en omdat deze een slechte geur kunnen veroorzaken. Het maandverband mag vooral niet doorgespoeld worden in het toilet aangezien dit kan zorgen voor een verstopping. Wat je ook niet mag vergeten is je handen te wassen nadat je een gebruikt maandverband hebt aangeraakt.

Sommige vrouwen gebruiken twee maandverbanden op elkaar of een maandverband samen met een stuk doek. Dit lijkt misschien een goed idee, maar regelmatig veranderen is een betere optie. Het bloed zal dan wel geabsorbeerd worden als je twee maandverbanden gebruikt, maar daardoor is er geen duidelijk beeld meer is wanneer er best veranderd wordt. Dit kan ook leiden tot huiduitslag en infecties. Als een vrouw een stuk doek gebruikt, is dit niet hygiënisch voor de geslachtsdelen.

Een vrouw moet zich ervan bewust zijn dat er in het begin veel bloed kan zijn in het maandverband. Wanneer het maandverband nat is, wrijft het langs de dijen en kan dit pijnlijk zijn. (Sensoa, 2017)

Als allerlaatste opmerking: als vrouw is het belangrijk om voorbereid te zijn op de menstruatie. Houd altijd een maandverband bij. Op een dag heeft een vrouw meerdere maandverbanden nodig, dus blijft het belangrijk om een aantal te bewaren en regelmatig te veranderen.

6. Educatie over menstruatie in België en in het buitenland

Dit hoofdstuk kan een inspiratie bieden voor de sensibiliseringscampagne binnen het project. Vele Belgische ontwikkelingsorganisaties trekken naar het buitenland om te helpen in derdewereldlanden. Ook in het buitenland zijn er tal van organisaties die hun steentje bijdragen om educatief te werken omtrent vrouwenhygiëne. Het gaat hier om zowel Westerse landen die naar een ontwikkelingsland trekken, maar ook binnenin het land zijn er ondernemingen die zorgen voor de empowerment van de vrouw. Deze bachelorproef richt zich op een aantal ontwikkelingsorganisaties over de hele wereld die in het verleden mensen sensibiliseerden omtrent menstruatie. Daarnaast is in bijlage 3 te vinden op welke manier Belgische ontwikkelingsorganisaties campagne voerden omtrent hygiëne. In onze digitale samenleving heeft sociale media ook een invloed. Daar maken sommige youtubers gebruik van om het thema 'Menstruatie' aan te halen.

6.1 Plan

NGO Plan België is lid van de internationale plan-koepel. Ze werken sinds 1983 met en voor de meest kwetsbare kinderen en hun gemeenschap in het Zuiden. Er wordt gestreden tegen armoede, onrecht en ongelijkheid. In 51 van de armste landen van Afrika, Azië en Latijns-Amerika, proberen ze de leefwereld van de kinderen te veranderen. Eens in België, wordt het publiek gesensibiliseerd en werven ze fondsen aan. Alsook zetten ze de kinderrechten op de agenda van scholen, media en politici.

Een van hun thema's is: seksuele gezondheid en preventie van aids/ HIV. Seks is nog altijd een groot taboe in verschillende maatschappijen. Er is een onwetendheid over liefde, intimiteit en seksualiteit. Plan gaat in interactie met jongeren, gezinnen en lokale partnerorganisaties over seksualiteit. De strijd tegen ongelijkheid tussen meisjes en jongens is een belangrijk onderdeel van de aanpak. Plan geeft advies op maat van adolescenten. Jongeren kunnen terecht bij Plan als ze vragen hebben omtrent seksualiteit. Plan geeft uitleg over: keuze van partner, weigeren van seks als je er nog niet klaar voor bent, anticonceptie, SOA.... Plan moedigt jongeren aan om initiatief te nemen, om probleemsituaties te herkennen en op zoek te gaan naar gepast advies/ medische hulp. Daarnaast vinden ze dat het beleid mee verantwoordelijk is voor seksuele opvoeding en gezondheid van hun bevolking. Ze zetten zich in op preventie, sociale ondersteuning en medische behandeling. (Plan, 2016)

6.1.1 Indonesië: Plan doorbreekt taboes rond menstruatie

Plan organiseert lessen over seksuele opvoeding en intieme hygiëne in basisscholen. Vaak zijn meisjes onvoldoende ingelicht over hun lichaam voor ze voor het eerst ongesteld worden. In verschillende landen vinden mensen het ongemakkelijk om erover te praten. Vaak beschikken meisjes niet over de juiste informatie waardoor het moment van de menstruatie een angstige en vervelende periode is. Ze zijn onvoorbereid en weten niet goed wat er aan de hand is met hun lichaam. Er hangt een taboesfeer en een gevoel van schaamte bij de jonge vrouwen, waardoor ze vaak niet naar school gaan tijdens de menstruatie. Als ze toch naar de les gaan, worden ze vaak gepest of uitgelachen.

Plan richtte zich op speciale lessen over seksuele voorlichting en intieme hygiëne. (Plan, 2016)

6.2 SNV

Stichting Nederlandse Vrijwilligers (SNV) is een organisatie die ontstaan is in 1965 in Nederland. Ze zijn aanwezig in de armste landen van Azië, Afrika en Latijns-Amerika. Er wordt gewerkt met zowel lokale manschappen als met internationale adviseurs om mensen te empoweren zodat de cirkel van armoede gebroken kan worden en waarbij ze zorgen voor eigen ontwikkeling. SNV is gericht op drie onderwerpen:

1. Agricultuur
2. Energie
3. Water, sanitair en hygiëne

Dankzij expertise dragen ze hun steentje bij om lokale oplossingen te vinden voor de mondiale uitdagingen en duurzame veranderingen. Volgens SNV zijn volgende vier zaken essentieel om te zorgen voor een succesvolle ontwikkeling: inclusieve ontwikkeling, systematische verandering, lokaal bezit en gecontextualiseerde oplossingen. (SNV Netherlands, 2017)

6.2.1 Let's educate on menstruation, because it matters

In verschillende landen in Afrika en Azië is menstruatie iets waarover men geen adequate informatie bezit. Er worden ongepaste en onhygiënische producten gebruikt en dat in een atmosfeer van stilte, taboe en vernedering. (SNV Netherlands, 2017)

Sommige meisjes gaan niet naar school omdat de jongens in de klas hun uitlachen, daarnaast kan niet iedereen zich sanitaire producten veroorloven. In sommige gemeenschappen wordt menstruatiebloed gezien als onrein en schadelijk. Daardoor mogen ze de kerk niet binnen of mogen ze niet deelnemen aan bepaalde activiteiten.

Girls in Control is een campagne van SNV om het probleem omtrent menstruele hygiëne bij schoolmeisjes in landelijk gebied aan te pakken in Ethiopië, Zuid-Soedan, Tanzania, Oeganda en Zimbabwe. SNV gelooft dat de educatieve prestaties verbeteren als meisjes meer kennis hebben over menstruatie. Ze streven naar het breken van taboes omtrent menstruatie en zorgen omtrent menstruele gezondheid. Ze willen een wereld creëren waarin elke vrouw haar menstruatie kan beheren op een hygiënische manier wat gepaard gaat met privacy, veiligheid en waardigheid.

Girls in Control is een totaalpakket: men concentreert zich op de verstrekking van vrouwvriendelijk water, sanitaire voorzieningen en hygiënische faciliteiten op scholen, tijdige informatie over menstruatie en een verbeterde toegang tot sanitaire producten. SNV richt zich op 25 districten en 490 scholen over vijf landen met dit project. (SNV Netherlands, 2017)

6.3 Ecofemme

Ecofemme is een sociale onderneming geleid door vrouwen die opgericht is in 2010 en gevestigd in Tamil Nadu (deelstaat in India). Het doel is milieu en sociale verandering te creëren door revitaliserende menstruele praktijken die gezond, ecologisch duurzaam, cultureel en empowerend zijn. Ecofemme produceert en verkoopt wasbare verbanden, geven menstruele gezondheidsvoorlichting aan adolescenten en gaan in open dialoog over menstruatie. (Ecofemme, 2017)

EcoFemme is een wereldwijd vrouwen empowerment initiatief. Hun missie is om menstruele praktijken te promoten die gezond, waardig, betaalbaar en eco-positief zijn.

Hun motivatie hiervoor is:

- omdat menstruatie een natuurlijk proces is dat te lang stilgezwegen werd en dat toebehoort aan alle vrouwen over heel de wereld;
- omdat ze dromen van een wereld waarin menstruatie wordt gezien als iets essentieel in het leven;
- omdat menstruatie niet moet gezien worden als iets onrein;
- omdat ze ervan overtuigd zijn dat duurzame toekomst wil zeggen dat we respect voor de aarde en voor onze lichamen moeten tonen;
- omdat menstruatie wereldwijd belangrijk is voor vrouwen.

6.3.1 Pad for pad

Ecofemme (2017) ondervond in het verleden door onderzoek en uit eigen ervaringen dat menstruatie een heel erg ruim begrip is waarbij er moet rekening gehouden worden met de sociale, culturele, economische, milieu-, gezondheids-, en genderproblematiek. Ecofemme is gericht op educatie en empowerment van de vrouwen waarbij ze informatie verstrekken over gezondheid en hygiëne in het onderwijs. In verschillende delen van India zijn er uiteenlopende rituelen, tradities en systemen van kennis met betrekking tot menstruatie. Men wil niet alleen de taboes doorbreken, maar een veilige ruimte creëren om een kritische en persoonlijke reflectie te uiten omtrent menstruatie.

De campagne 'Pad for Pad' verbindt de bezoekers van Ecofemme met adolescente meisjes in India door een gemeenschappelijke ervaring over menstruatie, respect voor ons lichaam en liefde voor de aarde. (Ecofemme, 2017)

Pad for pad kent zijn oorsprong omdat er werd opgemerkt dat vele vrouwen en meisjes in Tamil Nadu onbeantwoorde vragen hadden over hun lichaam en over hun menstruele cyclus omdat er niet openlijk wordt gepraat over dit onderwerp. Sinds 2013 werkt Ecofemme samen met overheidsscholen in Tamil Nadu en organisaties over heel India om een programma aan te bieden aan meisjes uit economisch kansarme milieus.

De Pad for pad sessies leren meisjes vaardigheden aan om om te gaan met hun menstruatie op een hygiënische wijze en met waardigheid. Er wordt nadruk gelegd op het feit dat menstruatie een normale en gezonde ervaring is, waarbij ze ook gratis maandverband van doeken geven. Voor de sensibiliseringscampagne gebruikt Ecofemme interactieve leermiddelen zoals: affiche, model baarmoeders, eerste menstruatie verhaal... om er een leuke en onvergetelijke sessie van te maken. Vaak is de campagne de eerste kans voor meisjes om openlijk vragen te stellen en hun nieuwsgierigheid te uiten over menstruatie. (Ecofemme, 2017)

6.4 Sociale media

Volgens een studie van Unicef en gepubliceerd door British Medical Journal is menstruatie een diepgeworteld taboe in de Indische gemeenschap. De studie onderzocht de mogelijkheden van 97070 meisjes voor menstruele hygiëne. De gegevens werden verzameld in 138 studies tussen 2000 en 2015 (Hindustan Times, 2016).

Hoewel India een jonge natie is, toont de studie aan dat er vele religieuze taboes en voorwaarden meespelen die jonge vrouwen ervaren. De helft van de adolescente meisjes had geen idee wanneer ze voor de eerste keer menstrueerden. Volgens de onderzoeker Trupti Desai bestaat er een mentaliteit waarin vrouwen als onpuur worden gezien en zeker tijdens de menstruatie. Het meest verontrustende is dat de Indische vrouwen dit zelf geloven. Zo zetten ze geen voet in de tempel tijdens de bloeding.

Via sociale media wordt er ook aandacht geschonken aan het doorbreken van het taboe omtrent menstruatie. Een Indische youtuber, ze noemt zichzelf Rikshawali, schreef een liedje over menstruatie. In 2015 zette ze de 'Period Song'⁸ op youtube en kreeg ze heel veel positieve reacties. In een interview met TMI.News vertelt Anisha Dixit (Rikshawali) dat ze o.a. vlogs maakt omtrent seks en menstruatie. Het begon met haar grootmoeder die hele oude en conservatieve gedachtes had: tijdens de bloeding wordt je als 'onrein' gezien en mag je niet naar de keuken, mag je niet bidden tot God en mag je geen augurken eten. Ze besepte dat er nog steeds veel meisjes zijn die hier moeite mee hebben. Ze wilde dit probleem aanpakken op een leuke en boeiende manier. Je kan er niet gewoon over praten, want dan gaat niemand luisteren. Na even denken nam ze bekende Amerikaanse liedjes en veranderde ze de tekst naar informatie over ongesteldheid en ze zong er dan over. Met haar video's hoopt ze veel meisjes te inspireren. Het zal tijd kosten om de taboes te doorbreken maar Anisha Dixit is ervan overtuigd dat het zal gebeuren. (TMI. News, 2017)

⁸ Dit is de link via youtube om de period song te beluisteren:
<https://www.youtube.com/watch?v=9yowXNGwE64>

7. Educatief werken rond thema vrouwenhygiëne

Om vrouwenhygiëne te promoten, moet de vormingswerker kennis bezitten over het onderwerp waarbij er een methode aangehaald wordt om op een leuke en creatieve manier informatie toe te lichten. Zo gaven CGSO (het Centrum voor Geboorteregeling en seksuele opvoeding) en Sensoa alreeds vormingen omtrent hygiëne, puberteit en seksualiteit. Plantyn ontwikkelde een voortplantingsboek om seksuele en relationele vorming te geven in de klas en er bestaat ook een gids over menstruatie, Menstrupedia.

In het zevende hoofdstuk wordt er beschreven hoe men educatief kan werken rond het thema vrouwenhygiëne. Hierbij moet men er zich van bewust zijn dat deze methoden gebruikt worden in de Westerse samenleving. Tijdens het voeren van de sensibiliseringscampagnes in India, kan dit als leidraad worden gebruikt. Er moet rekening gehouden worden met de Indische cultuur alsook respect getoond worden voor het verschil in manier van denken, de aanwezigheid van het taboe rond menstruatie en de beperkte kennis over vrouwenhygiëne.

7.1 CGSO

CGSO is het Centrum voor Geboorteregeling en seksuele opvoeding in Brugge. De vzw ondersteunt mensen bij hun relationele en seksuele ontplooiing. Ze werken rond drie pijlers:

1. Info en advies
2. Vorming
3. Preventie

CGSO werkt samen met Humanistisch-Vrijzinnige Vereniging in West-Vlaanderen en met Sensoa, expertisecentrum voor seksuele gezondheid. (CGSO Brugge vzw, 2016)

CGSO kwam een project voorstellen in 2016 op Howest waar studenten vorming zouden geven omtrent seksualiteit met als doelgroep jonge vluchtelingen. Ze maakten vooral gebruik van beelden en visueel materiaal.

Het projectgroepje beschreef wat ze zouden zeggen ⁹ en wat ze mee zouden hebben tijdens het moment van de voorstelling.

Het project van CGSO besprak zowel het mannelijk als het vrouwelijk geslacht. Sommige zaken werden weggelaten omdat het niet relevant is voor deze bachelorproef. Hierin wordt er aandacht gevestigd op het vrouwelijk geslacht aangezien de doelgroep adolescente meisjes is. Er wordt hier vooral gefocust op algemene en intieme hygiëne, op het menselijk lichaam, de puberteit en op de menstruatie. Er wordt aan de hand van beelden uitleg gegeven over deze onderwerpen. Hier wordt ook stil gestaan bij het belang van hygiëne.

⁹ Informatie werd voornamelijk gehaald uit 'Relationele en seksuele vorming: handboek voor het secundair onderwijs' geschreven door Peeters (2011) en uitgegeven door Sensoa en Garant-uitgevers

7.1.1 Dagelijkse hygiëne

Er wordt met de doelgroep gesproken over hygiëne en daarvoor wordt er gebruikt gemaakt van de voorziene pictogrammen en de kleine toiletpulpetjes zoals zeep, shampoo ... (Peeters, 2011)

De meest belangrijke pictogrammen zijn de twee volgende:

- Pictogram van het handen wassen
Eerst kan er gevraagd worden hoe vaak zij ongeveer hun handen wassen en wanneer. Wanneer je hier bijvoorbeeld naar een restaurant gaat dan hangt er vaak in het toilet hoe belangrijk het is om de handen te wassen. Daarna aangeven hoe belangrijk het is dat je regelmatig je handen wast zoals voor het koken, voor en na het eten, na een toiletbezoek...
- Pictogram van het toilet
Belangrijk dat de vormingswerker hier aangeeft dat wc-papier hier zonder problemen doorgespoeld kan worden in het toilet. In de praktijk werd ondervonden dat de doelgroep hun wc-papier soms in de vuilnisbak gooit en dat er soms echt verwarring is over dit onderwerp. Bij meisjes wordt er best ook aangegeven dat maandverbanden en tampons dan weer niet doorgespoeld mogen worden maar in de vuilnisbak horen.

Er wordt meegegeven dat het belangrijk is als tiener om zich veel te wassen want men gaat meer zweten en ook het haar wordt meestal vetter waardoor het meer aandacht vereist.

Bij meisjes wordt de vagina best gewassen met gewoon water want het is niet gezond om de vagina te wassen met zeep. In de box zal een klein potje Lactacyd zitten waarnaar verwezen kan worden. Hierbij wordt dan verteld dat het de enige zeep is waarmee men de vagina mag wassen. (Peeters, 2011)

De studenten hebben een box bij waar er verschillende materialen in zitten:

- toiletgerief: zeepje, shampoo, douchegeld, Lactacyd, deodorant;
- daarnaast maken ze gebruik van 11 pictogrammen.



Deze pictogrammen geven het belang van hygiëne weer. (Sensoa, 2017)

7.1.2 Het menselijk lichaam

Om het menselijk lichaam te illustreren, werd er een vrouwelijk silhouet getekend op een doek.

Er worden tekeningen voorzien van verschillende ogen, neuzen, monden, borsten en vagina's. Deze kunnen door de doelgroep op het doek bevestigd worden via de velcro. (Project CGSO, 2016, persoonlijke communicatie)

Hiermee toont de vormingswerker aan dat elk lichaam anders gevormd is. Er zijn ook kaartjes met de begrippen van de lichaamsdelen en het is de bedoeling dat de doelgroep deze op de juiste plaatsen legt.

Daarnaast worden de vrouwelijke geslachtsdelen uitgebreider besproken aan de hand van gepaste tekeningen. Aan de buitenkant worden de schaamlippen, clitoris en plasgaatje doorgenomen. Aan de binnenkant wordt uitleg gegeven over: eierstokken, eileiders, baarmoeder, baarmoederhals en vagina. Elke deelnemer krijgt een invulblad van de vagina. Ze kunnen de begrippen noteren wanneer de vormingswerker de verschillende delen van de geslachtsdelen overloopt en bespreekt. (Peeters, 2011)

De studenten hebben een box bij waar er verschillende materialen in zitten:

- het doek met vrouwelijk silhouet;
- tekeningen van ogen, monden, neuzen, borsten en vagina's;
- benamingen van verschillende lichaamsdelen; geplastificeerd;
- tekeningen van geslachtsorganen;
- invulbladen.



*Invulbladen met betrekking tot het vrouwelijk geslachtorgaan.
(Sensoa, 2017)*

7.1.3 Puberteit

De vormingswerker begint met de volgende vragen te stellen aan de doelgroep:

- Weet je wat het woord 'puberteit' betekent?
- Wat gebeurt er in de puberteit?
- Vanaf welke leeftijd begint de puberteit volgens jou?

Er wordt informatie meegegeven met de jongeren over de puberteit.

Hierbij legt men de nadruk dat puberteit bij iedereen op een ander tijdstip begint. Het is een belangrijke levensfase waarin veel veranderingen gebeuren. Geleidelijk aan gaan pubers ook steeds meer kenmerken vertonen van het eigen biologisch geslacht. Hierbij kan een voorbeeld gegeven worden: dat meisjes borsten krijgen. (Peeters, 2011)

Daarnaast maakt het projectgroepje CGSO gebruik van een filmpje ¹⁰ over puberteit. Het is belangrijk om te bespreken wat er in het filmpje werd verteld. (Project CGSO, 2016, persoonlijke communicatie)

- In het filmpje van Pauwels (2016) werd gezegd dat het lichaam veel groeit in de puberteit. Dit is typisch voor deze levensfase en dit noemen we eigenlijk de groeispurt. Jongens hebben hun groeispurt ongeveer twee jaar later dan meisjes maar uiteindelijk worden ze meestal wel groter. Jongens worden meestal ook zwaarder.
- Zowel jongens als meisjes ervaren lichamelijke veranderingen. Hierbij kan er gevraagd worden aan de doelgroep welke veranderingen zij ervaarden. Ook vanbinnen gebeuren er een aantal zaken. Bij meisjes wordt de eerste eikel rijp van het 12^e levensjaar. Hierbij kan er aangegeven worden dat deze lost en op weg is naar de baarmoeder. Dat loslaten heet de eisprong maar als je niet zwanger bent, dan wil je lichaam af van dat eitje en het warm nest dat de baarmoeder voorzien had voor het bevruchte eitje. Hierdoor ontstaat de menstruatie die 5 tot 7 dagen kan duren. (Pauwels, 2016) Dit wordt alvast meegedeeld: “Wees steeds voorbereid en neem voor de zekerheid steeds een maandverband of tampon en verse onderbroek mee. Het is normaal dat je je niet altijd zo lekker voelt in je vel, dat je wat onzeker bent of dat je aangezicht overgenomen wordt door acné. Elk meisje maakt vroeg of laat hetzelfde mee.”
- De lichamelijke veranderingen bij meisjes typeert een vrouwelijk lichaam. Zo worden de binnenste schaamlippen vleziger, de buitenste schaamlippen en de venusheuvel dikker. Er wordt ook uitleg gegeven over een waterachtige afscheiding uit de vagina. Er wordt meegegeven dat men dit witverlies noemt. Het lichaam maakt dit namelijk aan om de vagina gezond en schoon te houden. Het voorkomt dat de vagina uitdroogt en het beschermt tegen infecties. Als men merkt dat het witverlies groengeel is, als de afscheiding klontertjes bevat of als het bloederig is, kan je dit best laten onderzoeken. (Pauwels, 2016)
- In de puberteit is het ook normaal dat meisjes een vetlaagje krijgen op hun heupen, dijen, billen en bovenarmen. In het filmpje (Pauwels, 2016) wordt ook aangehaald dat meisjes borsten krijgen in de puberteit. Het is ook nuttig om te weten dat de linker- en rechterborst meestal ongelijk groeien en dat de borsten van de meeste meisjes niet precies even groot zijn. Er wordt meegegeven dat er vrouwen verschillende maten en vormen hebben van borsten: groot, klein, opstaand, peervormig, langwerpig...

¹⁰ Dit is de link van het filmpje: <https://www.youtube.com/watch?v=Ks3eQwOxiW8>. Het filmpje dat de projectgroep CGSO heeft gebruikt, zal niet van toepassing zijn. Dit komt doordat de uitleg van het filmpje in het Nederlands is. De adolescente meisjes in Trichy bemachtigen de Engelse en de Tamil taal.

De studenten hebben een box bij waar er verschillende materialen in zitten:

- Filmpje over puberteit
- Foto's:



In het filmpje wordt uitleg gegeven over wat er binnenin het vrouwelijk lichaam gebeurt. (Sensoa, 2017)

De vormingswerker begint met de volgende vragen te stellen aan de doelgroep:

- Weten jullie wat de woorden 'menstruatie' en 'menstruatiecyclus' inhouden?
- Wat weten jullie omtrent deze begrippen?
- Hoe verloopt de menstruatiecyclus volgens jullie?
- Welke beschermingsmiddelen kennen jullie?

De vormingswerker geeft informatie aan de hand van tekeningen die zich bevinden in de box. (Peeters, 2011)

Meisjes gaan voor de eerste keer menstrueren in de puberteit en dat noemen we ook 'maandstonen', 'regels' of 'ongesteld zijn'. Men is gemiddeld 13 jaar wanneer men voor de eerste keer menstrueert maar er zijn ook meisjes die 10 of 15 jaar zijn. Er wordt nadruk gelegd dat het tijdstip van de eerste menstruatie sterk kan verschillen en hangt dus af van meisje tot meisje. Het is pas aan te raden een arts te raadplegen wanneer een meisje al menstrueert voor er sprake is van borstontwikkeling of wanneer ze rond haar 16 jaar nog steeds niet menstrueert. Er wordt uitleg gegeven over de 500.000 eicellen die zich in beide eierstokken bevinden, de vruchtbaarheid vanaf de eerste menstruatie, de onregelmatigheid van de menstruatiecyclus in de beginjaren en over het menstruatiebloed.

Sommige meisjes en vrouwen ervaren ook ongemakken tijdens hun menstruatie zoals opgezwollen benen, gevoelige borsten, een opgeblazen gevoel, krampen in de buik en/of in de onderrug. Bij krampen kunnen lichaamsbeweging en een warm bad zorgen voor wat verlichting. (Peeters, 2011)

7.1.4 Maandverbanden, tampons en de menstruatie-cup

Er bestaan verschillende beschermingsmiddelen die vrouwen kunnen gebruiken tijdens hun menstruatie. Er bestaan verschillende soorten manieren om het bloed op te vangen. Er zijn verschillende soorten tampons zoals een tampon met inbrenghuls en een 'gewone' tampon. Er zijn maandverbanden voor overdag, 's nachts, van extra groot naar eerder klein. (Peeters, 2011)

Zowel maandverbanden als tampons zijn te koop in allerlei verschillende maten en diktes, aangepast voor elke vrouw. Beide moeten zeker om de vier uur vervangen worden en sneller bij veel bloedverlies. Er zijn meisjes die liever maandverbanden gebruiken en meisjes die liever tampons gebruiken. Er zijn ook meisjes die ze afwisselend gebruiken en nog anderen die bijvoorbeeld enkel 's nachts een maandverband gebruiken. De meeste meisjes die nog maar net menstrueren hebben een voorkeur voor maandverbanden. (Peeters, 2011)

Er bestaan heel wat misverstanden over het gebruik van tampons. (Sensoa, 2017) Meisjes kunnen bijvoorbeeld niet ontmaagd worden door een tampon te gebruiken, dit is een fabeltje. Daarnaast kunnen meisjes wel een bad nemen wanneer ze ongesteld zijn. De druk van het water zorgt er namelijk voor dat het bloed niet naar buiten kan sijpelen. Daarnaast kunnen meisjes tijdens hun menstruatie gewoon gaan sporten zoals anders. Men kan zelfs gaan zwemmen wanneer men gebruik maakt van een tampon, zwemmen kan zelfs helpen tegen mogelijke krampen.

De studenten hebben een box bij waar er verschillende materialen in zitten:

- tampons, maandverbanden en menstruatie – cup;
- tekeningen menstruatie cyclus

7.2 In de klas

Plantyn ontwikkelde in 2010 een voortplantingsboekje, een lesmethode over seksuele en relationele vorming bij jongeren. Het biedt een oplossing om op een respectvolle manier les te geven over de verschillende aspecten van seks. In deze bachelorproef wordt er vooral een focus gelegd op puberteit, organen, cyclus en hygiëne bij meisjes omdat er een sensibiliseringscampagne opgestart wordt omtrent vrouwenhygiëne voor adolescente meisjes. Na het geven van de informatie is er telkens een oefening om te kijken of de leerlingen de leerstof snappen.

7.2.1 Puberteit

De klas wordt verdeeld in groepjes van vier kinderen. Ze krijgen een omschreven situatie die een overgangsperiode behandelt. De vormingswerker vraagt de leerlingen wat hen opvalt, wat is er gebeurd en of ze dit herkennen. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

In een vraaggesprek kan men de overgang van kind naar jongvolwassene stellen. Wat de leerlingen zeggen kan zowel op lichamelijk vlak zijn, als op mentale verandering.

Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen primaire en secundaire geslachtskenmerken.

Lichamelijke veranderingen bij meisjes:

- borsten
- menstruatie
- schaamhaar en okselhaar
- tepels donkerder
- heupen en billen worden ronden
- groei
- puistjes
- ...

Mentale veranderingen bij jongens en meisjes:

- seksuele gevoelens
- zelfstandig willen zijn
- verliefd worden
- onzekerheid
- ...

Hierover kan men een klasgesprek aangaan. Hierbij is het belangrijk om vragen te stellen en te peilen naar hun ervaringen. Er moet hier nadruk worden gelegd dat dit individueel bepaald is en dat iedereen op een andere manier hiermee omgaat. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

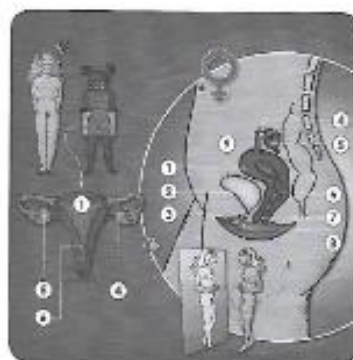
7.2.2 Vrouwelijk voortplantingsorgaan

Door de Venus van Willendorf te tonen, kan de vormingswerker vragen of het een meisje of jongen is. Het is duidelijk een meisje door de brede heupen, borsten, billen, dijen. Het is echter geen realistische kijk want alles van de vrouw werd in de verf gezet. De maker van dit beeldje benadrukt dus deze vrouwelijke geslachtskenmerken.

Bij de Venus van Willendorf is het voortplantingsorgaan duidelijk zichtbaar. Het geslachtskenmerk is de venusheuvel. Hierbij wordt er meer informatie gegeven over de venusheuvel, grote schaamlippen, kleine schaamlippen en clitoris. De inwendige voortplantingsorganen zijn de eierstokken, eileiders, baarmoeder en baarmoederslijmvlies. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

2.2 De vagina

Hang de didactische plaat D2 op het bord.



- 1 baarmoeder
- 2 blaas
- 3 urinebus
- 4 eileiders
- 5 eierstokken
- 6 baarmoederhals
- 7 vagina
- 8 plasgaatje
- 9 clitoris

Via de cijfers kunnen de termen worden aangeleerd. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

7.2.3 Vrouwelijke cyclus

Eerst wordt er gevraagd welk seizoen het is. Daarna welke andere seizoenen er zijn en in volgorde zetten. Vraag wat er vervolgens gebeurt: het start opnieuw. Hierbij vertelt men dat er nog gebeurtenissen zijn die elke keer opnieuw terugkeren: maanden, verjaardagen, feestdagen, dagen/ nachten...

Dit is de inleiding om te vertellen dat er nog een cyclus is: de vrouwelijke cyclus of de menstruatiecyclus. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

Er wordt hier informatie gegeven over de eicel die rijpt en dat er een eisprong komt. Daarna maakt de baarmoeder zich klaar voor de komst van de bevruchte eicel. Een onbevruchte eicel komt toe in de baarmoeder en zo ontstaat de menstruatie.

Hierbij kan de vormingswerker even dieper ingaan op de menstruatie. Men kan vragen stellen over hoe lang het duurt en hoeveel bloed een vrouw dan verliest. Het duurt ongeveer twee tot zeven dagen en men verliest ongeveer een vingerhoedje bloed. Het is belangrijk om te benadrukken dat het bij elke vrouw anders is.

Een cyclus duurt 28 dagen maar ook dat verschilt van vrouw tot vrouw.

Menstruatie betekent dat je niet zwanger bent.

De meeste meisjes menstrueren voor het eerst tussen twaalf en vijftien jaar. (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

Er kan een klasgesprek komen om bijkomende vragen te stellen of om over hun gevoelens te praten. Zijn ze bang om te menstrueren of kijken ze daarnaar uit? Zijn ze bang voor de gevolgen van menstruatie? (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

7.2.4 Hygiëne

Er wordt een hygiëne tas/doos samengesteld met volgende voorwerpen: washandje, zeep en of douchegel, shampoo, gel en of haarlak, tandenborstel, wc-papier, oorstokjes, deodorant en parfum, kam of borstel, eventueel middel tegen puisten, enkele maanverbanden, tampons, inlegkruisjes...

Men bespreekt in groep hoe deze voorwerpen kunnen bijdragen tot een goede lichaamsverzorging. De leerlingen kunnen vooral vertellen en de vormingswerker vult aan. Waarom gebruik je dit? Hoeveel keer moet je het gebruiken? Hoe gebruik je het precies? Is dit voorwerp noodzakelijk? (Van Ginderachte & Veelaert, 2010)

7.3 Sensoa

Sensoa is het Vlaams expertisecentrum voor seksuele gezondheid. Ze hebben aandacht voor de aangename en plezierige kanten van seksualiteit enerzijds en werken aan het voorkomen van risico's op vlak van ongeplande zwangerschap, seksueel grensoverschrijdend gedrag, SOA's anderzijds. Sensoa verdedigt de seksuele rechten en is een dynamische organisatie. Ze reageren en anticiperen op toekomstige ontwikkelingen en werken samen met externe partners.

Sensoa Vorming organiseert vormingen voor professionals omtrent relationele en seksuele vorming en het voorkomen van seksueel grensoverschrijdend gedrag. (Sensoa, 2017)

7.3.1 Diversiteit in culturen

Als er vorming wordt gegeven aan jongeren uit verschillende culturen, vraagt dit niet om een andere aanpak maar er zijn wel zaken waarmee je rekening kan houden. (Sensoa, 2017)

Hoewel je vorming geeft aan jongeren van een specifieke origine, is deze groep heterogeen. Deze jongeren hebben vaak uiteenlopende socio-culturele achtergronden waardoor elke cultuur 'anders' kijkt naar seksualiteit en relaties.

Gebruik maken van materialen met weinig tekst of met eenvoudige taal, zorgt ervoor dat de jongeren de uitleg beter begrijpen. Bij het tonen van afbeeldingen, foto's of filmfragmenten, is het belangrijk om deze aan te kondigen, toe te lichten en de jongeren er zelf mee laten omgaan. Er kan gebruik gemaakt worden van interactieve werkvormen zodat de jongeren mee richting geven aan de vorming en deze meer aan hun leefwereld aanpassen. Door verhalen en getuigenissen van jongeren te gebruiken, helpt dit om een realistisch beeld te krijgen. (Sensoa, 2017)

Er moet voldoende aandacht worden geschonken aan culturele diversiteit. Seksuele normen en waarden van jongeren wordt gevormd door: religieuze en culturele achtergronden, ouders, vrienden, persoonlijke ervaringen, media.

Religie geeft vaak richtlijnen over hoe je moet omgaan met seksualiteit en relaties. Niet alle jongeren volgen deze richtlijn strikt op, we moeten dus oppassen met vooroordelen. Voor vele culturen is het huwelijk zeer belangrijk. Het is een verbintenis tussen partners. Homoseksualiteit en seks voor het huwelijk is voor sommige culturen taboe. (Sensoa, 2017)

7.4 Menstrupedia

Het boek 'Menstrupedia Comic' is een verstaanbare gids over menstruatie voor meisjes.

Er zijn vijf grote thema's die worden aangehaald in het boek.

- Als eerste wordt het opgroeien besproken. Er wordt gekeken naar de fysieke veranderingen van beide geslachten.
- Daarna wordt er stilgestaan bij het onderwerp 'menstruatie'. Daarin wordt er een antwoord gegeven op de vragen hoe baby's worden gemaakt en hoe menstruatie ontstaat. Er worden ook tips meegegeven om de pijn te verzachten tijdens de menstruatie.
- Als derde onderwerp wordt er berekend wanneer je volgende menstruatie is. Men haalt hier ook het premenstrueel syndroom aan.
- Het laatste onderwerp is hoe je je moet verzorgen tijdens de menstruatie. Wat een maandverband is, hoe je er een thuis maakt en waar je het moet droppen, zijn antwoorden die gegeven worden in het boek. Wat je moet doen tijdens je eerste keer menstrueren, wordt ook aangehaald.
- Als laatste wordt de hygiëne ook besproken. (Menstrupedia, 2017)

C. Sensibiliseringscampagnes in scholen

8. Methodologisch deel

Het theoretisch deel van deze bachelorproef is afgerond, waardoor de beschrijving van de campagnes in de scholen nu aan bod komt. In het 8^e hoofdstuk wordt er beschreven wat de probleemstelling is en waartoe de centrale vraagstelling werd geconcretiseerd. Er wordt uitvoerig stilgestaan bij de onderzoeksmethoden, zodat men weet op welke manier de sensibiliseringscampagne wordt gegeven. Drie studenten van Howest zijn betrokken in het project als groepsleider. Als laatste is er een beschrijving van de onderzoeksplaats en de onderzoekseenheden.

8.1 Probleemstelling

Om tot een probleemstelling te komen, is er een lang proces afgelegd in samenspraak met bepaalde actoren. In functie van het project Women Entrepreneurship werd een probleemstelling opgesteld. Voor het vertrek naar India was er niet veel zekerheid omtrent het onderzoek. Dit zou vooral duidelijk worden eens we daar waren, aldus de stagementor Mani Rajendiran (2016, persoonlijke communicatie). Daarnaast werd er ook gekozen voor een probleemstelling die tot een duurzame oplossing kon leiden voor de doelgroep adolescente meisjes en voor de organisatie MM Trust.

Het project Women Entrepreneurship richt zich op twee doelgroepen (zie 2.4). Enerzijds Dalit vrouwen die aan de hand van een maandverbandenmachine werk zullen hebben en dus ook een bron van inkomsten. Via empowerment worden de vrouwen gesteund. Anderzijds wordt er gefocust op jonge vrouwen die onvoldoende kennis en middelen bezitten over gezonde vrouwenhygiëne. Zoals beschreven in hoofdstuk 5 is hygiëne belangrijk om ziekte-veroorzakende organismen te voorkomen en/of te bestrijden (World Health Organization 2017). 30% van de vrouwen in Tamil Nadu heeft geen toegang tot het gebruik van gezonde materialen voor vrouwenhygiëne. De grootste oorzaak hiervoor is de kostprijs voor hygiënische maandverbanden. Daarnaast speelt de opvoeding een grote rol want moeder geeft tradities door aan de dochter. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie) In de samenleving spelen hieromtrent vele taboes, zoals aangehaald in 1.5.2. Hoofdstuk 6 werd een inspiratie om aan te geven dat er al eerder aan educatie werd gedaan over menstruatie, zowel in het binnenland als in het buitenland. In het project Women Entrepreneurship trekt men naar secundaire scholen met als bedoeling om gezonde vrouwenhygiëne te promoten.

Er werd vastgesteld dat de beperkte vrouwenhygiëne een negatieve impact heeft op de schoolloopbaan voor jonge vrouwen waardoor ze heel wat kansen missen. Tijdens de menstruatie blijven meisjes vaak thuis en wordt het sociale leven even stopgezet. Dit kan leiden tot een leerachterstand of zelfs drop-out van school. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie) De probleemstelling die onderzocht zal worden, is in samenwerking met adolescente meisjes uit scholen in Trichy. Door het geven van sensibiliseringscampagnes over vrouwenhygiëne zullen meisjes meer kennis bezitten over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Men kent een educatieve functie binnen het vormingswerk, zie 3.2.

8.1.1 Centrale vraagstelling

De centrale vraagstelling werd geconcretiseerd in de vraag: **“Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?”**

Uit voorgaande literatuurstudie blijkt dat hygiëne bij adolescente meisjes van zeer groot belang is. Lichaamsverzorging zorgt voor een optimale gezondheid, een gevoel van welzijn, sociale aanvaarding en preventie van de verspreiding van ziektes naar andere mensen. (Health net foundations, 2017) Tijdens de puberteit en menstruatie moet je je lichaam schoon houden om ziektekiemen tegen te gaan. In tegenstelling tot het Westen, waar je maandverbanden in allerlei verschillende maten, soorten en zelfs geuren hebt, is dit in veel gemeenschappen een onbespreekbaar thema. Door het taboe dat hier rond hangt, wordt zeer weinig gepraat over vrouwelijke hygiëne en blijven de tradities (doeken om het bloed op te vangen (zie 1.5.2)) van generatie tot generatie voortduren. Dit zorgt ervoor dat vrouwen hun sociale leven even stopzetten tijdens de periode waardoor ze een achterstand kunnen oplopen op school.

8.1.2 Centrale doelstelling

De centrale doelstelling van dit project is om gezonde vrouwenhygiëne te promoten bij jonge vrouwen. Door jonge vrouwen te sensibiliseren, zullen ze meer bewust zijn van het belang van vrouwenhygiëne en wordt hier gericht op tertiaire preventie (zie 3.3.1). In dit onderzoek wordt er gezocht naar een manier waarop de doelgroep hun sociale leven niet stopzetten tijdens de menstruatieperiode en waardoor ze nog steeds naar school kunnen. Door het gebruik van maandverbanden zullen jonge vrouwen de lessen kunnen blijven volgen. Ook Ecofemme werkt sinds 2013 samen met overheidsscholen uit Tamil Nadu waarbij ze een programma aanbieden over het lichaam en menstruele cyclus (te vinden in de literatuurstudie op 6.3).

Het onderzoek zal plaats vinden tijdens de stageperiode bij MM Trust in Trichy, het zuiden van India. In de periode van 2 februari tot 31 mei 2017 zullen er vijf sensibiliseringscampagnes gegeven worden.

8.2 Verantwoording van de onderzoeksmethoden

8.2.1 Globale onderzoeksbenadering

Voor dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van een kwalitatief onderzoek. Dit gaat gepaard met kwalitatieve fenomenen die verband houden met de betrekking tot de kwaliteit van de soort.

In een kwalitatief onderzoek probeert een onderzoeker de werkelijkheid te beschrijven in non-numerieke data. (Roose & Meuleman, 2014).

Een kwalitatief onderzoek richt zich op aspecten van het menselijke leven die niet voldoende worden gedekt door kwantitatief onderzoek: aspecten zoals cultuur, overtuigingen, moraal, expressie en verbeelding.

Dit onderzoek is kwalitatief. Aan de hand van sensibiliseringscampagnes zal er een antwoord worden gezocht op de vraag hoe vrouwenhygiëne kan worden gepromoot bij jonge vrouwen in Trichy. Er wordt hier gefocust op de uitbreiding van de kennis van de jonge vrouwen over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie.

8.2.2 Ontwerp van het onderzoek

Het onderzoek gebeurt via beschrijvende data. In een beschrijvend onderzoek wordt vaak de huidige stand van zaken beschreven. Het belangrijkste kenmerk van deze methode is dat de onderzoeker geen controle heeft over deze variabelen. Hierbij kan de onderzoeker enkel aangeven wat er is gebeurd of wat er gebeurt.

Vandaar heeft de onderzoeker gekozen voor een beschrijvend onderzoek om de kenmerken van de variabelen met betrekking tot vrouwenhygiëne te beschrijven. (Mishra, Kotecha, Et Al.,2013)

De resultaten die uit het onderzoek zullen komen, mogen niet veralgemeend worden. Er wordt slechts een deel van de populatie van adolescente meisjes uit Trichy bevraagd.

8.2.3 Onderzoeksverloop en dataverzameling

Allereerst wordt de kennis van de meisjes getoetst waarbij ze een woord of zin mogen schrijven op post-its over: dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Een inleiding met discussie kan het nadelige eenrichtingsverkeer doorbreken door in interactie te gaan met de doelgroep vóór de informatieoverdracht plaats vindt. Op een speelse manier wordt er getoetst naar de kennis van de leerlingen waarbij ze bewust worden en inzicht krijgen op het onderwerp alvorens de informatie start. (Schellemans, 2015-2016)

Voor dit onderzoek wordt er informatie verzameld met betrekking tot vrouwenhygiëne. Hierbij wordt er uitleg gegeven over dagelijkse hygiëne, vrouwenhygiëne, puberteit, menstruatie en maandverbanden. Er wordt gebruik gemaakt van een aantal methoden (Schellemans, 2015-2016):

- Toespraak: tijdens de sensibiliseringscampagnes wordt er een toespraak gegeven. Dit is een van de oudste en meest gebruikte methode van informatieoverdracht. Je kan hier een groot publiek mee bereiken, kan inspelen op de reacties van de mensen, je kan gebruik maken van hulpmiddelen en het is niet bedreigend.
- Demonstratie: deze methode zorgt voor bewustwording voor het gedrag dat wordt gedemonstreerd. Tijdens de campagne wordt er gevraagd of er iemand wil tonen hoe je je handen moet wassen (zie 5.3) en hoe je een maandverband in een onderbroek steekt. Hierbij wordt er volgens J. De Braeckelee (zie 3.2.4) gericht op het creëren van inzicht en op model-leren waarbij andere leerlingen aantonen wat het best is zodat anderen hiervan oppikken.
- Interactie in functie van sociale vaardigheid: tijdens de campagne worden er vragen gesteld waarbij de leerlingen de vrijheid krijgen om te antwoorden en worden beloond met een compliment als ze (correct) hebben geantwoord.

Zie bijlage 4 voor de informatie die wordt gegeven aan de meisjes. Deze informatie werd op voorhand verdeeld in drie aangezien er drie studenten de sensibiliseringscampagne voeren.

De data wordt verzameld via focusgroep. Het is een samenkomst van geselecteerde mensen die deelnemen aan een geplande discussie. Dit zal zorgen voor percepties over een bepaald onderwerp of gebied van interesse in een niet-bedreigende en ontvankelijke omgeving. Een focusgroep is een specifieke vorm van een

groepsinterview waar je informatie verzamelt van verschillende mensen op een moment. (Mishra, Kotecha, Et. Al, 2013)

Volgens Migchelbrink (1996) wordt er best gefocust op een groep van 4 tot 12 personen. Er wordt gedurende een bepaalde tijd gefocust op een onderwerp waar er een interactie ontstaat tussen de leden van de focusgroep zodat ze zelfs elkaar beginnen te interviewen. Als groepsleider is het belangrijk om elk lid van de groep te betrekken. In een focusgroep wordt er gewerkt met een semi gestructureerde vragenlijst of een topic lijst.

Een groep kan homogeen (dit kan leiden tot veiligheid en zal zorgen voor meer interactie) of heterogeen (de verschillen zorgen voor interactie) zijn. (Stevens, 2016-2017)

Dit onderzoek gebeurt via een focusgroep. Er wordt gekozen voor deze methode omdat MM Trust hier al wat ervaring mee had. Via een focusgroep kan je elke deelnemer bereiken en kan je zorgen voor interactie tussen deelnemers en er alsnog op letten dat iedereen een stem krijgt tijdens de groepsdiscussie.

Er zal gevraagd worden om de campagne te voeren aan ongeveer 30 leerlingen. Deze leerlingen zullen Engels spreken. Toch worden de groepsleiders vergezeld door vrouwelijke vertalers voor de zekerheid. Er wordt gekozen voor een vrouw omdat het over een gevoelig onderwerp gaat en om op deze manier veiligheid te creëren waarbij de doelgroep meer open zal praten met een vrouwelijke vertaler.

Op scholen zijn er drie groepsleiders. De groep wordt verdeeld waarbij elke leider een focusgroep start met ongeveer tien leerlingen. Het gaat om een homogene groep (met oog op de diversiteit in culturen) aangezien de meisjes dezelfde ervaring kennen met betrekking tot vrouwenhygiëne.

In het begin van de focusgroep legt de groepsleider uit dat er nu een moment van reflectie zal plaats vinden. De groepsleider werkt met een semigestructureerde vragenlijst (zie verderop in 8.2.4). Deze vragen dienen als leidraad maar gedurende het gesprek kan er dieper worden ingegaan op onderwerpen of kunnen er vragen worden weggelaten. Er wordt gepeild naar hun ervaringen, gevoelens en naar de rituelen.

Op het einde ontvangt de groepsleider feedback van de doelgroep. Hierbij wordt er gevraagd wat ze van de presentatie vonden, wat ze hebben geleerd en welke werkpunten er zijn voor de groepsleiders. Er wordt meegedeeld dat dit anoniem is en dat elke feedback nuttig is voor de onderzoeker.

Na elke sensibiliseringscampagne wordt er samengezeten met de groepsleiders en de coördinator van MM Trust. Daarin worden de vaststellingen, die men zal ondervinden tijdens de focusgroep, meegegeven. Na de campagne zullen de groepsleiders onmiddellijk hun bevindingen/ opmerkingen noteren. Daarbovenop zijn de geschreven briefjes met feedback ook een extra bron van informatie die de verwerking van het onderzoek vergemakkelijken.

Vóór de sensibiliseringscampagne werkelijk plaats vindt, wordt de informatie en de semigestructureerde vragenlijst eerst bekeken door de coördinator van MM Trust. Na zijn bevestiging, kunnen de sensibiliseringscampagnes omtrent gezonde vrouwenhygiëne doorgaan.

8.2.4 Semigestructureerde vragenlijst

De vragenlijst werd opgesteld op basis van de informatie die we meegeven aan de doelgroep. De focus ligt op dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Het doel is de bewustmaking van vrouwenhygiëne en het gebruik van maandverbanden tijdens de menstruatie. Hierbij moet er oog zijn voor de diversiteit in culturen waarbij de Indische cultuur heel anders aankijkt tegen dit onderwerp dan de Westerse samenleving. Er moet sprake zijn van een interculturele bemiddeling. (Zie 3.4) De semigestructureerde vragenlijst is opgemaakt op basis van de centrale vraagstelling: “Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?”

Moment of reflection

- ❖ Are there things you know and we didn't say anything about?
- ❖ Are there things you still want to know or you have a question where we didn't give an answer to?
- ❖ Is this what you expected from the presentation? Or did you have any other expectations?
- ❖ In which things you recognize yourself from the things we told about puberty?
- ❖ Did you experience any difficulties while your puberty, so yes, what kind of difficulties?
- ❖ I will start with telling about my experiences with my first menstruation. (...) Are there some girls who also want to talk about their menstruation? Did you have it already?
- ❖ How did you feel when you got your first period? Did you tell anybody? What did you do? Did you already know something about menstruation? Are there any ritual or cultural things about menstruation (like the ceremony)? Do you feel when your menstruations are about to come?
- ❖ Do you use sanitary napkins? What are you doing with the sanitary napkins after using (throw it away, burn)?
- ❖ Are there some girls who don't have their menstruation yet and want to talk about it? How do you feel about it? Did you talk with anybody about this?
- ❖ Do you wash your genital organ if you're on your period?
- ❖ In general, how did you find the presentation? You can write it down on the paper.

De vragen kunnen theoretisch worden onderbouwd als we terugblikken naar hoofdstuk 7 in de literatuurstudie.

Puberteit

Door in interactie te gaan over deze subjectieve informatie, worden de meisjes bewust van de veranderingen en creëren ze inzicht op de stap naar volwassenheid. In het moment van reflectie wordt er gepeild naar de gevoelens en ervaringen van de meisjes tijdens de puberteit. In 7.1.3 wordt er verteld lichamelijke veranderingen. Geleidelijk gaan pubers ook steeds meer kenmerken vertonen van het eigen biologisch geslacht. In 7.2.1 worden ook de mentale veranderingen beschreven die jongens en meisjes ervaren tijdens de puberteit.

Menstruatie

Het is van belang om te weten wat er met je eigen lichaam gebeurt waarbij er in interactie wordt gegaan in de hoop het taboe wat te doorbreken. Volgens J. De Braeckeleer is er een belang van model-leren waardoor de groepsleider allereerst begint over de eigen ervaring van menarche. In 7.1.3 wordt er verteld wat menstruatie inhoudt, het tijdstip van de eerste menstruatie en wat je kan ervaren. In 7.2.3 werd al aangegeven dat er een klasgesprek kan plaatsvinden over de gevoelens.

Maandverbanden

Er wordt meer duiding gevraagd omtrent maandverbanden aangezien de hypothese stelt dat er zich velen geen gezonde materialen voor vrouwenhygiëne kunnen veroorloven. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie) Er wordt bewust niet gesproken over tampons en menstruatie-cup zoals in 7.1.4 omdat dit niet gekend is in Trichy volgens de vrouwelijke medewerker van MM Trust.

Hygiëne

In het verleden gaven het Rode Kruis en UNRIC sensibiliseringscampagnes omtrent hygiëne. Wat deze Belgische ontwikkelingsorganisaties deden, is te vinden in bijlage 3.

Tijdens de menstruatie is het belangrijk om hygiënisch te zijn. Omdat vrouwen niet echt over dit onderwerp praten, is er des te meer reden waarom vrouwen last hebben van infecties en andere complicaties. (Health net Foundations, 2017) Er wordt meer gefocust op hygiëne tijdens de menstruatie (zie 4.6) waarbij een demonstratie wordt gegeven tijdens de informatieoverdracht over hoe je je handen moet wassen en over hoe je een maandverband in je onderbroek steekt.

8.3 Beschrijving van onderzoeksplaats en onderzoekseenheden

Het onderzoek zal plaatsvinden in vijf scholen in de stad van Tiruchirappalli (Trichy). Deze scholen zijn Engelstalig en worden aangesproken door de heer Mani Rajendiran.

Dit zijn de vijf scholen op volgorde:

- OOM Maruthi school Karumandapam
- YWCA school Thiilainagar
- Sevanthday school Beemanagar
- Arokimatha school Karumandapam
- Bharathi matriculation school KK Nagar

Er worden vijf sensibiliseringscampagnes gegeven aan meisjes tussen 14 en 15 jaar in scholen. Zoals beschreven in hoofdstuk 4 behoort deze doelgroep tot adolescente meisjes. Ze volgen les op een Engelstalige school in Trichy waar ze in het derde of vierde middelbare zitten. Deze scholen bevinden zich allemaal in de stad van Trichy, vandaar dat deze doelgroep ook wel ‘Stedelijke meisjes’ zal genoemd worden in de praktijk. De campagne wordt uitgevoerd op de middelbare scholen zelf, wat drempelverlagend is voor de doelgroep. Ze moeten zich niet verplaatsen en blijven in hun veilige omgeving (zie vijf pijlers van J. De Braeckeleer op 3.2.4). Daarnaast zijn ze niet alleen, samen met de hele klas kunnen ze luisteren naar de vormingswerker waardoor de focus ligt op alle leerlingen. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

Bij het onderzoek zijn er een aantal actoren betrokken:

- Drie studenten van Howest: in februari 2017 vertrekken Liese Rosseel (studente sociaal werk) en Talia Seys (studente ergotherapie) met Prisca Nanda (studente sociaal werk) naar India. Daar wordt een sensibiliseringscampagne opgesteld om gezonde vrouwenhygiëne te promoten bij de doelgroep.
- De heer Mani Rajendiran: de coördinator van MM Trust zal de studenten begeleiden tijdens de stageperiode. Hij zal het project opvolgen en hen begeleiden bij de voorbereiding van de campagnes. Daarnaast zullen er supervisiemomenten plaatsvinden waar ze reflecteren en evalueren.
- Medewerkers MM Trust: dit project zal samen met de medewerkers verwezenlijkt worden. Tijdens het opvoeren van de sensibiliseringscampagne zal er hoogstwaarschijnlijk een vrouwelijke medewerker meegaan om te vertalen. Er wordt iemand gekozen op basis van geslacht aangezien we hier over een taboe-onderwerp spreken.
- Jonge vrouwen van 14/15 jaar uit middelbare scholen in Trichy: zij zijn de onderzoekseenheden waar men de campagne op gaat uitvoeren.
- Rekening houden met de moeders: menstruatie is vaak een thema waar culturele factoren in meespelen. Traditie wordt doorgegeven waar moeder (al dan niet) uitleg geeft over menstruatie. Als zij mede-oorzaak is van het taboe, kunnen er acties worden gepland voor de moeder.
- Schooldirecties en leerkrachten: om vorming te geven op scholen, moet de directie hier mee akkoord gaan. Het kan de taak zijn van de medewerkers van MM Trust om contact op te nemen met de scholen.

9. Praktisch deel

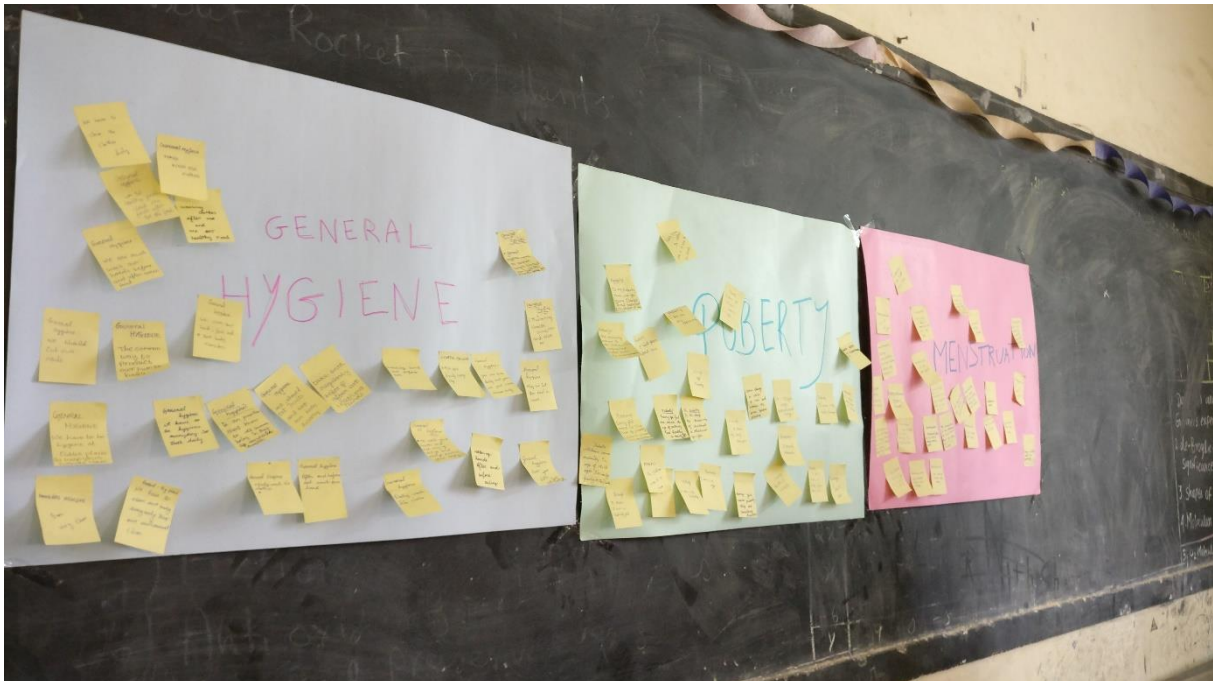
In dit hoofdstuk wordt er dieper ingegaan op de praktische uitwerking van het onderzoek. Het werkelijke verloop met oog op de context wordt hierin beschreven. Via de vijf sensibiliseringscampagnes in scholen kreeg de onderzoeker meer informatie zodat men die data kon verwerken, opgedeeld in zeven thema's. Er wordt een besluit gekoppeld aan het onderzoek in scholen.

9.1 Werkelijke verloop

In het begin van de stageperiode werd gevraagd aan de heer Mani Rajendiran of er een mogelijkheid was om sensibiliseringscampagnes omtrent vrouwenhygiëne te geven op middelbare scholen in Trichy. Hij zocht vijf Engelstalige scholen waarin ongeveer 30 jonge vrouwen tussen 14/15 jaar zaten.

De groepsleiders werden er telkens naartoe gebracht met de auto door een medewerker van MM Trust. Vooraleer er naar de klas werd gegaan, namen ze de tijd om de directrice te begroeten en haar te bedanken. Ze kregen anderhalf uur de tijd om een sensibiliseringscampagne te voeren.

Tijdens de sensibiliseringscampagnes werd er eerst gepeild naar de kennis van de doelgroep. Er werden drie grote bladen en post-its gebruikt. Het paarse blad (links) staat voor 'Dagelijkse Hygiëne', het groene blad (midden) beschrijft 'Puberteit' en het roze (rechts) geeft 'Menstruatie' aan. Elke leerling kreeg drie post-its aan het begin van de sessie. Het was de bedoeling om in één woord of in één zin te beschrijven wat ze wisten over het onderwerp. Nadat iedereen iets had opgeschreven, las een van de groepsleiders een aantal post-its voor.



Post-its geschreven door stedelijke meisjes waarbij ze hun kennis neerpennen over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie.

Daarna startte de informatiesessie. Er werd informatie gegeven over dagelijkse hygiëne, vrouwenhygiëne, puberteit, menstruatie en maandverbanden. De informatie werd van het internet geplukt, zorgvuldig geselecteerd en in een document geplaatst. Hoewel de informatie niet letterlijk werd meegedeeld zoals in het document, was het een leidraad om de campagne te voeren. De informatie die werd gegeven tijdens de sensibiliseringscampagnes is te vinden in bijlage 4.

Om op een creatieve en leuke manier over dit onderwerp te communiceren, werden er afbeeldingen doorgegeven over hoe je hygiëne kan interpreteren, over de anatomie van een vrouwenlichaam (ook het geslachtsorgaan vanbinnen en vanbuiten) en over de menstruatiecyclus. Sensoa gaf mee in de literatuurstudie op 7.3 dat het tonen van materialen met weinig tekst, ervoor zorgt dat jongeren de uitleg beter begrijpen. Daarnaast gebruikten ook CGSO en Plantyn pictogrammen voor meer duidelijkheid (zie 7.1 en 7.2).

Als tweede werden er demonstraties gegeven. Tijdens het onderwerp dagelijkse hygiëne werd er aan een leerling gevraagd om te tonen hoe je goed je handen moet wassen. Tijdens het onderwerp maandverbanden werd er aan een leerling gevraagd om te tonen hoe je een maandverband in een onderbroek legt, wat soms leverde tot hilariteit.

Daarnaast werden er af en toe vragen gesteld om te toetsen of ze aan het luisteren waren en of ze de stof verstonden. Dit werd al eerder gedaan door CGSO en Plantyn,

De informatie werd verdeeld over drie studenten. Om de beurt gaven de studenten uitleg. Hoewel de sensibiliseringscampagnes gegeven werden in scholen die Engelstalig waren (dit heeft te maken met het koloniale verleden van India zie 1.3.1), werden de studenten telkens vergezeld door een vrouwelijke vertaler. De eerste keer was dit een vrouwelijke medewerker van MM Trust. Wegens onvoorziene omstandigheden kon ze echter niet meer participeren. De laatste vier campagnes, werden vertaald door een studente Master sociaal werk uit het Jamal Mohammed College. De heer Mani Rajendiran zocht ook andere vertaalsters die de groepsleiders tijdens de sensibiliseringscampagnes vergezelden.

Na het ontvangen van de informatie, werden de leerlingen verdeeld in drie groepen. Elke groepsleider had ongeveer tien leerlingen, waarbij een vrouwelijke vertaler hielp om de communicatie vlotter te laten verlopen. Daarnaast werden vragen gesteld aan de leerlingen en werd er via de focusgroep openhartig gepraat over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie.

Op het einde werd er gevraagd om (anoniem) op een blaadje te verwoorden wat ze vonden van de sensibiliseringscampagne.

De kosten van papier, post-its, maandverbanden, zeep... werden verdeeld over de drie studenten.

9.2 Context

9.2.1 Taal

Tijdens het voeren van de sensibiliseringscampagnes was taal wel een moeilijkheid. In theorie (zie 3.4) werd al aangehaald dat er een ruis kan ontstaan als de boodschap belemmerd wordt door de gebrekkige kennis van de taal. Hoewel we voor een klas stonden die Engelstalig was, hadden de meisjes onvoldoende kennis over de vaktermen die werden gebruikt en durfden sommigen in het begin geen Engels praten.

Tijdens de campagnes waren er telkens vrouwelijke vertalers mee. Dit zorgde ervoor dat de communicatie vlotter zou verlopen. De heer Mani Rajendiran zorgde voor een vrouwelijke vertaler die hij vond dankzij zijn groot netwerk.

De eerste sensibiliseringscampagne werd vertaald door een vrouwelijke medewerker van MM Trust. De laatste vier campagnes vergezelde een studente uit het Jamal Mohamed College de groepsleiders. Het Jamal Mohamed College is een universiteit in Trichy waar mevrouw S. Rajeswari (echtgenote van de heer Mani Rajendiran) doceert als professor sociaal werk. Via haar werd contact opgenomen met een van haar studenten die bereid was om een sociaal thema te vertalen van het Engels naar het Tamil.

Daarnaast vertoefden er nog veel andere vertaalsters (meestal drie vertaalsters per sensibiliseringscampagne). Dit kwam goed uit tijdens de focusgroepsdiscussie: in groepen van drie was er telkens een vertaalster aanwezig om te helpen.

Tijdens de informatie-overdracht was dit echter soms verwarrend. Vaak was het de studente uit het Jamal Mohamed College die alles vertaalde. Zij kende ondertussen het onderwerp en was al vertrouwd met de stof en met de studenten.

De andere vertaalsters voelden zich daarom soms wat nutteloos waardoor ze vaak ook een stukje probeerden te vertalen. Het was zo vaak moeilijk te volgen wie er zou vertalen, wat voor verwarring zorgde bij de leerlingen die luisterden. Dit escaleerde eens zo ver dat er als het ware gekibbeld werd door de vertaalsters wie nu de informatie zou vertalen. Daarnaast was er een volgend probleem bij een vertaalster namelijk dat ze niet letterlijk vertaalde wat de vormingswerkers zeiden naar het Engels. Zij begon haar eigen kennis uit te spreiden en begon over voeding te spreken.

Deze taalbarrière werd besproken met de heer Mani Rajendiran. De studenten waren niet altijd vertrouwd met een vrouwelijke vertaler. Daar werd rekening mee gehouden met als resultaat dat ze niet opnieuw gevraagd werd. Wel werd er expliciet meegegeven dat de studente uit het Jamal Mohamed College een echte troef is waardoor zij telkens werd uitgenodigd om de sensibiliseringscampagne te vertalen.

9.2.2 Omstaanders

Tijdens alle vijf campagnes werden de leerlingen vergezeld door een vrouwelijke leerkracht of soms zelf een aantal leerkrachten (drie). Dit kon ervoor zorgen dat de leerlingen belemmerd werden en zich niet durfden uiten tijdens het beantwoorden van de vragen, tijdens de demonstratie of tijdens het bekijken van afbeeldingen. Soms luisterden de leerkrachten mee tijdens het focusgroepsgesprek. Dit kon er ook

voor zorgen dat de leerlingen zich zouden terugtrekken en hier niet over zouden praten omdat het taboe rond menstruatie nog een te grote rol speelt in India (zie 1.5.2 In de literatuurstudie)

De vormingswerkers merkten echter op dat de leerlingen zeer open waren over hun ervaringen omtrent vrouwenhygiëne en geen problemen hadden om hierover te communiceren terwijl de leerkracht aanwezig was.

Tijdens de derde sensibiliseringscampagne kwam de directrice ook eens meekijken. Dit had wel een invloed. Ze kwam langs gedurende het focusgroepssgesprek. De meisjes werden stil en durfden niets meer te zeggen. In het onderwijs bestaat er een groot respect voor de directeur. Deze straalt een zekere autoriteit uit wat vertaald wordt in het gedrag van de leerlingen. Er wordt verondersteld dat de leerlingen zwijgzamer worden tijdens de komst van de directrice. Dit kan liggen aan de haar autoriteit, aan haar als persoon, kan toevallig zijn...

9.2.3 Lokaal

Aangezien er een sensibiliseringscampagne gegeven werd aan 30 leerlingen, waren de scholen telkens voorzien op grote lokalen. Dit gaf dat de meisjes voldoende ruimte hadden en niet afgeleid werden door de minimale plaats die ze bezitten. Voor het focusgroepssgesprek was er voldoende plaats in het lokaal waar er ofwel in een kring werd gezeten (op de grond indien mogelijk) of banken werden samen geplaatst waardoor iedereen elkaar kon zien. Daarnaast werd er gekozen om de sensibiliseringscampagnes te houden in hun scholen, zo moesten de leerlingen zich niet verplaatsen en bleven ze in hun vertrouwde omgeving. Zoals J. De Braeckelee al aangaf in 3.2.4 is veiligheid van belang in een groep.

9.2.4 Benodigdheden

Tijdens de campagnes werd er telkens aan de leerlingen gevraagd om een pen bij te hebben. Dit was om de informatie over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie neer te pennen enerzijds en feedback te geven over de presentatie anderzijds.

Bij aanvang van de sensibiliseringscampagne werd aan de leerkracht gevraagd om een klein emmertje met water. Dit was in functie van de demonstratie 'Handen wassen'.

Om de sensibiliseringscampagne tot een goed eind te brengen waren nog andere zaken nodig zoals: post-its, grote bladen, zeep, onderbroek, maandverband en papier om feedback te schrijven. Dit alles werd meegenomen door de studenten.

9.2.5 Veranderingen

Na het geven van de eerste sensibiliseringscampagne werd al snel besloten een aantal veranderingen door te voeren:

- Er moesten meer vragen gesteld worden om te peilen of de meisjes de stof begrepen en of ze wel aan het opletten waren.
- Het filmpje dat we toonden werd weggelaten (via youtube kwam er een 'Period Song' om het taboe omtrent menstruatie te doorbreken, zie 6.4): door de beperkte technische mogelijkheden werd dit eerst getoond op de laptop met als resultaat een vrij klein beeld en moeilijk verstaanbare inhoud. Enkel de leerlingen op de eerste rij konden goed meevolgen, voor de anderen bood het filmpje geen meerwaarde.
- In het begin werd de vraag gesteld welke lichaamsdelen een man en een vrouw gelijk hebben en welke lichaamsdelen enkel een vrouw heeft. Die laatste vraag leidde vaak tot verwarring waarbij de leerlingen eerder innerlijke veranderingen meegaven in plaats van fysieke veranderingen. Daarenboven duurde het bespreken van dit onderwerp lang waardoor het te veel tijd van het beschikbare anderhalf uur in beslag nam. Vandaar dat die vraag werd weggelaten.

Zoals eerder vermeld, was het de heer Mani Rajendiran die ervoor zorgde dat de studenten een sensibiliseringscampagne konden geven op een school. Vaak wisten de vormingswerkers pas vijf dagen op voorhand dat er een school had toegezegd. Het uur werd daarenboven ook vaak veranderd waardoor de groepsleiders pas de dag voordien wisten of de campagne in de ochtend of in de namiddag gegeven zou worden.

Daarnaast hebben de vormingswerkers zelf eens de campagne afgezegd. Normaal zou de vierde campagne gegeven worden op 21/03/2017, maar deze dag was 'World Down Syndrom day'. De vormingswerker vierden die dag feest.

Deze constante veranderingen zijn typisch aan de Indische cultuur, deze wordt via socialisatie overgedragen aan nieuwe generaties. Een kind- zoals aangegeven in de literatuurstudie op 1.5.1- leert van kleins af aan de gebruiken en regels die gangbaar zijn in de huidige maatschappij. (Desnerck et al., 2008)

Er werden gedurende de stageperiode meermaals andere plannen voorgesteld wat soms leidde tot verwarring. Maar positief is dat de vormingswerkers zo leerden omgaan met flexibiliteit en meerdere kansen kregen.

9.3 Weergave dataverwerking

Allereerst werd aan de meisjes gevraagd wat ze wisten over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Dit mochten ze opschrijven (woorden of zin) en kleven bij het onderwerp. Na het geven van informatie omtrent vrouwenhygiëne aan de adolescente meisjes, werd er in interactie gegaan aan de hand van een focusgroep. De bedoeling was om meisjes bewust te maken van gezonde vrouwenhygiëne en dat dit een aanzet zou zijn tot het gebruik van maandverbanden.

In het methodologisch deel was de semigestructureerde vragenlijst te zien. Deze vragen waren een leidraad tijdens het reflectie moment. Uit de interactie werden volgende zaken geanalyseerd en geïnterpreteerd.

9.3.1 Kennis omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie

De meisjes in scholen verstonden Engels, daarnaast konden ze de taal schrijven en spreken. De leerlingen hadden al een uitgebreide kennis over dagelijkse hygiëne. De meeste meisjes schreven dat je je handen dagelijks moet wassen, dat je jezelf en de omgeving proper moet houden.

Enkele post-its getuigen van de kennis:

*“We should be clean”
“General hygiene means clean the places because it’s important for society”
“Keep the surroundings and body clean”*

Over puberteit en menstruatie wisten de meesten ook iets. Een klein aantal meisjes schreef ‘I don’t know’ bij de onderwerpen. De meeste ‘I don’t know’s’ waren te vinden bij puberteit en menstruatie. Sommigen werkten samen, anderen hielden de informatie die ze bezaten voor zichzelf.

Enkele post-its getuigen van de kennis:

*“Puberty is growing period for boys and girls”
“Puberty when the girls attain their age of 12”
“You become adult”*

*“Menstruation: use clean napkins”
“5 days in a month”
“I feel dirty during menstruation time”*

9.3.2 Verwachtingen van de presentatie

100 % van de stedelijke meisjes waarmee de groepsleider in interactie ging antwoordde niets op volgende vragen:

“Are there things you know and we didn’t say anything about?”

“Are there things you still want to know or you have a question where we didn’t give an answer to?”

Geen enkele leerling had andere verwachtingen van de presentatie waarbij er vermeld werd dat dit hetgeen was dat ze verwachtten van de presentatie.

Het feit dat niemand hierop antwoordde kan liggen aan bepaalde zaken:

- Sociale wenselijkheid: de leerlingen durven niet te antwoorden omdat ze bang zijn voor de reactie van de anderen. Tijdens een onderzoek is er een kans dat mensen antwoorden geven waarvan ze denken dat het antwoord gewenst is
- Indische cultuur: Indiërs zullen niet snel zeggen dat iets slecht is. Dit is typisch aan de cultuur en wordt meegegeven via socialisatie. Daarnaast wordt er gecommuniceerd over een taboe-onderwerp waarvoor meisjes zich zouden kunnen schamen
- Taal: er wordt gepraat in het Engels en vertaald naar het Tamil. Dit kan ertoe leiden dat er een barrière ontstaat

9.3.3 Puberteit

Bij de vraag welke elementen de meisjes herkenden van de informatie die werd gegeven over puberteit, begonnen ze in eerste instantie te giechelen. De lichamelijke veranderingen kunnen leiden tot een invloed op het gedrag (zie 4.1.2) De stedelijke meisjes gaven mee dat ze puistjes, okselhaar en schaamhaar krijgen. Sommigen gebruiken crème om de puistjes te verwijderen. Okselhaar wordt door de meisjes geschoren. Een aantal stelden de vraag aan de groepsleider hoe zij omgingen met de puberteit: wat zij deden/doen tegen puistjes en ongewilde haartjes.

9.3.4 Eerste menstruatie

Bij het onderwerp menstruatie begon de groepsleider allereerst over haar eigen ervaring tijdens de menarche. Ecofemme gebruikte eerder dit interactief leermiddel (zie 6.3.1). Volgens J. De Braeckelee (zie 3.2.4) moet de doelgroep een model hebben. Daarnaast was dit om vertrouwen te scheppen bij de meisjes. Vervolgens werd er gevraagd aan de doelgroep zelf om te praten over hun eerste menstruatie. Aanvankelijk waren er een aantal meisjes aan het twijfelen. Maar na de opmerking dat het geen probleem mag zijn omdat we allen meisjes zijn, deelden velen hun ervaring. In dit geval is het belangrijk om de leerlingen aan te moedigen en te motiveren om hierover te spreken waarbij de groepsleider de meisjes complimenteert als ze hierover praten.

Wat bleek: de meesten waren niet gelukkig, ze waren gestrest en een aantal begonnen zelfs te wenen bij de menarche. Enkelen waren gelukkig aangezien ze nu een vrouw waren. De stedelijke meisjes vertelden hun leeftijd tijdens de eerste menstruatie, waar ze voor het eerst waren toen ze het bloed ontdekten en aan wie ze het vertelden. Bijna elk meisje wist wat er gaande was met hun lichaam omdat ze al informatie hadden gekregen van een oudere vrouw (meestal hun moeder) of opdat ze hier al over hadden geleerd op school. Niet alle meisjes tussen 14 en 15 jaar had al de menarche achter de rug. Deze meisjes zijn dus wel al voorbereid op het hebben van de eerste menstruatie. Ze weten hier al van aangezien ze les hebben gekregen op school over dit onderwerp.

9.3.5 Rituelen tijdens menstruatie

In Tamil Nadu wordt er een feest georganiseerd als meisjes hun eerste menstruatie krijgen. Tijdens de menarche, komt de hele familie samen. Ze vieren in het huis dat het meisje nu volwassen is. De meisjes worden echter niet toegestaan om het huis voor vijf dagen te betreden. Er wordt een huis van kokosnootbladeren gemaakt en het meisje in kwestie moet apart eten. Ze moeten hun eigen kleren wassen en ze mogen niet naar de tempel tijdens de eerste menstruatie. Sommige meisjes moeten zelfs een ei met olie opdrinken. De meisjes moeten ook 'Uru dhall porridge'¹¹ opdrinken. Het meisje eet gevarieerde voedzame vegetarische maaltijden. De oom van moeders kant viert de functie uitbundig en presenteert het meisje een nieuwe jurk en prachtige juwelen.

Hoewel de stedelijke meisjes de rituelen goed konden uitleggen, heeft niet iedereen de ceremonie meegemaakt.

¹¹ Uru dhall porridge is een pap gemaakt van linzen.

9.3.6 Maandverbanden

Bij de vraag wat de meisjes gebruiken tijdens de menstruatie om het bloed op te vangen, antwoordde 100 % van de meisjes dat ze maandverbanden gebruiken. Hierbij moet men bewust zijn van de sociale wenselijkheid waarbij er geen zekerheid is of ze de waarheid spreken. Geen enkel meisje gebruikt nog doeken. Sommige meisjes gebruikten wel een maandverband voor een hele dag en leerden tijdens de sensibiliseringscampagne dat je het best om de vier uur verandert. De meeste meisjes die ondervraagd werden, rollen het gebruikte maandverband in krantenpapier en gooien deze weg in de vuilnisbak. Enkel verbranden de maandverbanden.

9.3.7 Feedback

Na het moment van reflectie, kregen de meisjes de kans om feedback te geven over de presentatie, over wat ze hadden geleerd en wat ze de sensibiliseringscampagne over vrouwenhygiëne vonden.

Hieronder zijn er een aantal letterlijke weergaven te vinden van feedback gegeven door leerlingen:

"I like the class very much. All the three sisters explain very nicely. It is a very useful class. Please give these informations to uneducated village girls also. And I also love your way of talking and your fluent English. Please go to many schools and give awareness to many people"

"This helps us to use hygiene in all the time. Giving information about puberty and menstruation helps to know about it to those who don't know. It helps all of us to prevent from getting infections. It would be good to talk about this in villages"

*"*It is useful*

**If anyone explain about this topic they never show any demo, or pictures etc...*

**We already knew about this, we were studying since 7th standard and also till.*

**General hygiene is very important in our daily today life, without washing hands, it greatly affect our health*

**We clearly understood about this topic"*

"It is very usefull to me. Your teaching is very well. I learn more about that. I should follow your advise"

*"*It is very useful to us.*

**Change the dressing*

**Learn Tamil*

**Nice teaching*

**Gives more information about menstruation*

**Usefull in future*

**Learn more*

**Cannot understand the language*

**Gives tips to us*

**Nice class very interesting"*

“Doubt: Hairfall? / Dark circles?”

Feedback: I understand these topic very much. General hygiene is useful for all. Thank you for coming to our school. Your teach very well and we understand more information. When I have period and pain in body, you say I do some work. I do it. Thank you Prisca Sister...”

“It is very usefull to us. We understood better when you said because no on will show demo but you did. It was lively which we can understand better and clean our doubts. You asked us write about the above three topics, it was new experience no one told us like this. You was so frienly which me to share about it. These three topics are helpful. But is was little difficult to understand because you spoke fast”

Bespreking feedback:

Er werd gekozen voor deze nota's omdat ze hebben bijgedragen tot de besluitvorming van de sensibiliseringscampagnes op scholen.

De stedelijke meisjes in de scholen schreven hun feedback in het Engels. De leerlingen vonden de campagne over het algemeen nuttig. Ze schreven dat ze hadden bijgeleerd uit de informatie en dat ze de tips en het advies zeker zullen gebruiken in de toekomst. Veel meisjes haalden aan dat ze deze informatie al wisten omdat ze al op de hoogte waren gebracht door een oudere vrouw en door de school die lessen organiseert over dit onderwerp.

De demonstratie en het gebruik van afbeeldingen gaf meer duiding en kon hun twijfels wegwerken. Ze apprecieerden het open gesprek over menstruatie waarbij iedereen zijn ervaring mocht delen.

Sommige leerlingen durfden ook kritiek te geven zoals de taal: ze verstonden niet alles omdat te snel werd gepraat of omdat ze de Engelse taal niet machtig genoeg zijn en dit dus liever zouden horen in Tamil. Als laatste gaven enkele meisjes mee dat dit programma nuttig zou kunnen zijn voor meisjes in landelijke dorpen.

9.4 Besluit

De vijf sensibiliseringscampagnes werden afgerond op 28/03/2017 door Talia Seys, Liese Rosseel en Prisca Nanda. Dit zijn de drie studenten van Howest die aan vormingswerk deden gedurende de campagnes waarbij ze zowel facilitator als groepsleider waren. Er werd uitleg gegeven over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie aan meisjes van 14/15 jaar opdat ze zich bewust zouden worden van het belang van vrouwenhygiëne omdat aangenomen werd dat 30% van vrouwen in Tamil Nadu onvoldoende kennis had tot het gebruik van gezonde materialen tijdens de menstruatie. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie)

Op scholen waren de leerlingen erg aandachtig tijdens het geven van de informatie en antwoordden ze de vragen zonder veel twijfel. Tijdens het doorgeven van de afbeelding waren de meisjes echter wat beschaamd en gaven deze snel door aan hun buur.

Voor het moment van reflectie werden de meisjes verdeeld in drie groepen met ongeveer tien leerlingen per groep. Gedurende de interactie legden vele meisjes uit wat er gebeurde tijdens de menstruatie en spraken ze openlijk over dit onderwerp. De leerlingen praten ook onderling over dit onderwerp. In 4.3.1 wordt aangegeven dat de adolescent een sociale ontwikkeling ondergaat met een belang aan leeftijdsgenoten. Uit onderzoek bleek dat de stedelijke meisjes al lessen op school kregen over dit onderwerp en bijna iedereen al de nodige kennis bezat dankzij een oudere vrouw (meestal de moeder).

Aan de hand van de antwoorden die voortkwamen uit het focusgroepsgesprek en uit de geschreven feedback, kunnen er conclusies worden getrokken uit dit onderzoek.

9.4.1 Terugblik op de centrale vraagstelling

Volgens de hypothese werd er gesteld dat vele jonge vrouwen onvoldoende kennis bezitten over gezonde vrouwenhygiëne. Zowel de kostprijs als de opvoeding spelen hierbij een rol. Op voorhand werd er voorgesteld om sensibiliseringscampagnes te voeren opdat de meisjes meer kennis zouden bezitten waardoor ze hun sociale leven zouden verderzetten tijdens de menstruatie.

De probleemstelling werd gekaderd en samen met de promotor werd er besproken welke onderzoeksvraag relevant is voor het onderzoek en voor het project Women Entrepreneurship. Hieruit is de onderzoeksvraag van deze bachelorproef gegroeid. De centrale vraagstelling werd geconcretiseerd in de vraag: **“Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?”**

Via focusgroepen werd er informatie verzameld voor het onderzoek. Er werden vragen gesteld omtrent puberteit, menstruatie, maandverbanden en hygiëne. Aan de hand van een semigestructureerde vragenlijst werden de jonge vrouwen bevraagd waarbij deze vragen een leidraad waren om het gesprek structuur te geven. Het focusgroepsgesprek verliep telkens wat anders vanwege de diversiteit binnen de groep maar bij elk gesprek kwamen dezelfde onderwerpen naar voor.

Door het geven van sensibiliseringscampagnes, kreeg de onderzoeker informatie over volgende onderwerpen die een antwoord kunnen bieden op de onderzoeksvraag:

- Kennis omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie
- Verwachtingen van de presentatie
- Puberteit
- Eerste menstruatie
- Rituelen tijdens menstruatie
- Maandverbanden
- Feedback

Door het schrijven van mijn theoretisch deel en door mijn informatiebronnen 'de heer Vanhecke en de heer Mani Rajendiran' had ik verwacht dat vele meisjes niet veel kennis zouden bezitten over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Velen konden hier iets over zeggen en zelfs als ze niet zeker waren, probeerden veel leerlingen iets neer te pennen. Slechts een klein aantal meisjes schreef "I don't know".

100 % van de bevroegde leerlingen op scholen had geen andere verwachtingen van de presentatie.

Tijdens het focusgroeps gesprek werd er in interactie gegaan over de ervaringen en gevoelens van de meisjes tijdens de puberteit en hun eerste menstruatie. Vele meisjes vonden het in het begin wat onwennig om hierover te communiceren maar vertelden wel over de veranderingen van het lichaam die zij meemaakten en hoe zij hiermee omgingen. Daarnaast vertelden bijna alle meisjes over hun ervaring en gevoelens tijdens de menarche nadat de groepsleider haar eigen ervaring hierover meegedeeld had. De stedelijke meisjes vertelden hun leeftijd tijdens de eerste menstruatie, waar ze voor het eerst waren toen ze het bloed ontdekten en aan wie ze het vertelden. In Tamil Nadu wordt de eerste menstruatie van het meisje gevierd met een feest. De meisjes konden de rituelen goed uitleggen, maar niet iedereen heeft de ceremonie meegemaakt.

Het project Women Entrepreneurship is ook gericht op Dalit vrouwen die maandverbanden zou produceren via een machine en verkopen voor een lagere prijs. De onderzoeksvraag was dan ook gericht op het aanzetten tot maandverbanden opdat de meisjes hun sociale leven zouden kunnen verderzetten en naar school zouden kunnen blijven gaan tijdens de menstruatie. Hoewel de hypothese verklaarde dat velen geen toegang hebben tot gezonde vrouwenmaterialen, antwoordde 100 % van de ondervraagde meisjes dat ze maandverbanden gebruiken tijdens de menstruatie. Hiervoor kunnen er verschillende oorzaken zijn:

- De armoede in Trichy (stad in Tamil Nadu) is lager dan de gemiddelde armoede in India aangezien Tamil Nadu de tweede rijkste staat is volgens het BBP (zie 1.6.3).
- De ondervraagden behoren tot rijkere families. De scholen bevinden zich in de stad van Trichy en de armoede in India is op het platteland veel groter dan in steden (zie 1.6.2).

- Analfabetisme in het zuiden van India is lager dan andere gebieden waarbij 81 % van de mensen kunnen lezen en schrijven volgens de literatuurstudie op 1.4.2. Er is leerplicht voor kinderen van 6 tot 14 jaar en het aantal kinderen die naar school gaat, is gestegen. Ze volgen les op school waar er seksuele opvoeding wordt gegeven.
- Binnen het gezin wordt via primaire socialisatie (zie 1.5.1) informatie gegeven over gezonde vrouwenhygiëne. Vaak is het een oudere vrouw (meestal de moeder) die uitleg geeft over de eerste menstruatie. Doordat de meisjes al veel informatie bezaten en vanwege tijdgebrek werden er geen acties meer gepland voor de moeders (zoals eerder vermeld bij de betrokken actoren in 8.3).

Daarnaast kreeg de onderzoeker meer informatie van de meisjes via geschreven feedback. De meeste meisjes vonden de campagne over het algemeen nuttig hoewel ze al het meeste van deze informatie wisten. Een aantal gaf mee dat de demonstratie en het gebruik van afbeeldingen meer duidelijkheid gaf, maar dat ze niet alles verstonden vanwege de taal. Als laatste gaven enkele leerlingen mee dat dit programma nuttig zou zijn voor meisjes in landelijke dorpen.

9.4.2 Terugblik op het onderzoek

Als men terugblik op het onderzoek waarbij er sensibiliseringscampagnes werden gegeven op scholen in Trichy aan jonge vrouwen van 14/15 jaar, kan men het volgende concluderen:

Alle meisjes hadden al voldoende voorkennis over vrouwenhygiëne waardoor de sensibiliseringscampagnes een goede herhaling waren voor de doelgroep. Ze hebben via interactie op een andere manier gecommuniceerd over dit onderwerp. Hoewel ze zich al bewust waren over het belang van dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie, hebben ze zo misschien het taboe iets meer doorbroken.

De meeste meisjes gaven aan dat dit komt omdat ze al meer wisten dankzij een oudere vrouw en doordat ze lessen kregen op school.

Het feit dat de meisjes hier lessen over kregen op scholen, werd niet vermeld in de literatuurstudie omdat de onderzoeker en medewerkers van MM Trust hier geen idee over hadden. Bij verdere navraag werd bevestigd dat de overheid van Tamil Nadu hier een grote bijdrage bij heeft.

In de afgelopen jaren heeft de Indiase regering een aantal significante initiatieven ondernomen om slechte menstruele hygiëne te bestrijden. (Ecofemme, 2017) Op beleidsniveau zorgt de regering, in samenwerking met ontwikkelingsorganisaties, om een impuls te geven aan de verzorgingssector.

De beleidsvoorstellen en -projecten zijn vrij recent en streven naar een uitgebreide oplossing. Tamil Nadu was de eerste staat om in 2004 menstruele gezondheid en hygiëne te promoten. De regering zorgde ervoor dat de scholen voorzien werden voor menstruerende meisjes door het versterken van relevante infrastructuur zoals aparte toiletten voor jongens en meisjes, door menstruele hygiëne clubs op te richten die bestaan uit studenten en docenten uit de school.

Op scholen geven leerkrachten les om de meisjes op te voeden en voor te bereiden op de fysieke en psychologische veranderingen in hun lichamen zodra ze de puberteit bereiken. (Ecofemme, 2017)

De hypothese dat er veel meisjes onvoldoende kennis hebben over vrouwenhygiëne, werd niet bevestigd door de onderzoeker. Een aantal leerlingen gaven tijdens de feedback aan dat deze campagne goed zou zijn voor meisjes in landelijke dorpen. Als toekomstig sociaal werker is het belangrijk om open te staan voor een dynamisch proces waarbij er flexibiliteit en creativiteit wordt gevraagd. Op een doordachte wijze en op een professionele manier wordt er ingegaan op de realiteit. Na het bespreken met stagementor Mani Rajendiran kwam de onderzoeker tot het besluit om sensibiliseringscampagnes te voeren in plattelandsdorpen.

9.4.3 Blik op de toekomst

Het idee was om eerst een onderzoek te voeren bij meisjes tussen 12-18 jaar in landelijke dorpen over hun kennis over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Gebaseerd op die resultaten zou men een sensibiliseringscampagne geven.

De heer Mani Rajendiran stelde voor om hierover te communiceren met Mevrouw S. Rajeswari, docente sociaal werk aan het Jamal Mohamed College Trichy.

Tijdens het gesprek wist ze de onderzoeker te vertellen dat een interview afnemen bij deze meisjes zou lijken op een bevraging en dat ze te beschaamd zouden worden om te antwoorden. Een beter idee zou zijn als de onderzoeker eerst een sensibiliseringscampagne zou geven en daarna ook hier in interactie te gaan met de meisjes. Met andere woorden om dezelfde methode te hanteren zoals in scholen. Na het gesprek werd er gevraagd aan de heer Mani Rajendiran om ook vijf sensibiliseringscampagnes te voeren aan meisjes in dorpen.

In functie van de stage zou de onderzoeker aan de hand van de verkregen informatie een vergelijkende studie kunnen maken over vrouwenhygiëne bij meisjes in de stad en in dorpen. ¹²

Een aantal foto's van de sensibiliseringscampagnes in scholen is terug te vinden in bijlage 5.

¹² Deze werd niet opgenomen in de bachelorproef aangezien hierin veel informatie verwerkt is vanuit de vergelijkende studie.

D. *Sensibiliseringscampagnes in dorpen*

10. Methodologisch deel

Vanuit de sensibiliseringscampagnes in scholen kan er geconcludeerd worden dat de meisjes in de stad van Trichy alreeds een goede kennis hadden. Daarom werd er besloten om sensibiliseringscampagnes te voeren in landelijke dorpen. Vandaar wordt in deze bachelorproef nog eens het methodologisch en praktisch deel in dorpen uitgewerkt, om duidelijkheid te scheppen. Men verwijst vaak naar hoofdstuk 8 aangezien er werd beslist om op dezelfde manier aan de slag te gaan tijdens de sensibiliseringscampagnes in plattelandsdorpen.

10.1 Probleemstelling

Vanuit de hypothese werd er gesteld dat vele vrouwen onvoldoende kennis bezitten over gezonde vrouwenhygiëne en dat ze geen toegang hebben tot het gebruik van maandverbanden. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie) Tijdens het onderzoek op scholen werd deze hypothese echter niet bevestigd. Over het algemeen wisten de jonge vrouwen al veel over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie en gebruikte 100 % van de ondervraagde doelgroep maandverbanden tijdens de menstruatie.

In de literatuurstudie (op 1.5.2) werd alreeds vermeld dat er een groot taboe heerst omtrent 'Menstruatie'. Veel vrouwen bezitten een minimale kennis en gebruiken doeken om het bloed op te vangen. Er zou een gebrek aan bewustzijn, een gebrek aan materialen en een gebrek aan faciliteiten zijn. (Ecofemme, 30/06/17, persoonlijke communicatie)

Alsook kent India, zoals aangegeven in de literatuurstudie op 1.6.2, een grote kloof tussen arm en rijk. Door de mechanisering van landbouw, is de situatie op het platteland schrijnend. Vooral veel mensen in dorpen hebben het moeilijk om rond te komen. Hoewel kinderarbeid verboden is in India, is deze wet heel zwak en komt het nog steeds vaak voor. (Ars, 2005) Dit kan ertoe leiden dat veel kinderen niet naar school gaan en dat meisjes bijgevolg geen kennis opdoen over gezonde vrouwenhygiëne.

Een derde bron van informatie was de feedback van de leerlingen. Door de gekregen feedback van de schoolgaande meisjes werd duidelijk dat het nuttig zou zijn voor de meisjes in landelijke dorpen om deze sensibiliseringscampagne te krijgen.

Door deze vaststellingen wordt in samenspraak met de heer Mani Rajendiran en mevrouw S. Rajeswari beslist om sensibiliseringscampagnes te voeren bij meisjes in plattelandsdorpen tussen 12 en 18 jaar omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. De probleemstelling die onderzocht zal worden, gebeurt in dorpen in Trichy.

Door het geven van sensibiliseringscampagnes over vrouwenhygiëne, zullen meisjes meer kennis bezitten over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Men kent een educatieve functie binnen het vormingswerk, zie 3.2.

10.1.1 Centrale vraagstelling

De centrale vraagstelling voor de sensibiliseringscampagnes op scholen werd geconcretiseerd in de vraag: **“Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?”**

Ook tijdens de sensibiliseringscampagnes in dorpen is het doel het gebruik van maandverbanden en de bewustmaking van vrouwenhygiëne. Zoals eerder aangegeven blijkt uit de literatuurstudie dat hygiëne bij adolescente meisjes heel erg van belang is. Hygiëne zorgt voor een optimale gezondheid, een gevoel van welzijn, sociale aanvaarding en preventie van verspreiding van ziektes naar de andere mensen. (Health net foundations, 2017) Tijdens de puberteit en de menstruatie moet je je lichaam schoon houden om ziektekiemen te verwijderen. Momenteel is er een groot taboe omtrent menstruatie en gebruiken vele vrouwen doeken om het bloed op te vangen (zie 1.5.2). Dit zorgt ervoor dat vrouwen hun sociale leven even stopzetten tijdens deze periode.

10.1.2 Centrale doelstelling

Net zoals de centrale doelstelling in scholen wil men gezonde vrouwenhygiëne promoten bij jonge vrouwen. Door jonge vrouwen te sensibiliseren, zullen ze zich meer bewust zijn van het belang van vrouwenhygiëne. In dit onderzoek ligt de focus op meisjes uit plattelandsdorpen. Door de bewustmaking van gezonde vrouwenhygiëne zullen de meisjes meer kennis bezitten met als doel tertiaire preventie (zie 3.3.1). Door het gebruik van maandverbanden zullen jonge vrouwen hun sociale leven niet langer hoeven stop te zetten.

Het onderzoek zal plaats vinden tijdens de stageperiode bij MM Trust in Trichy, het zuiden van India. In de periode van 1 mei tot 31 mei 2017 zullen er vijf sensibiliseringscampagnes gegeven worden.

10.2 Verantwoording van de onderzoeksmethoden

Er werd vastgesteld dat de sensibiliseringscampagne in de scholen erg duidelijk overkwam. De kennis werd getoetst over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Er werd op een leuke en creatieve manier informatie gegeven. Er vond een interactiemoment plaats om te communiceren over gevoelens, ervaringen en rituelen.

Daardoor werd beslist om op dezelfde methode te hanteren tijdens de sensibiliseringscampagnes in dorpen. In de verantwoording van de onderzoeksmethoden zal er daarom veel worden verwezen naar het hoofdstuk 8.2.

10.2.1 Globale onderzoeksbenadering

De globale onderzoeksbenadering is net zoals in scholen via een kwalitatief onderzoek. Zie 8.2.1 voor meer informatie.

10.2.2 Ontwerp van het onderzoek

Het ontwerp van het onderzoek is net zoals in scholen via beschrijvende data. Zie 8.2.2 voor meer informatie.

10.2.3 Onderzoeksverloop en dataverzameling

De dataverzameling verloopt hetzelfde zoals in scholen. Hiervoor wordt er verwezen naar 8.2.3. Ook hier wordt de data verzameld via focusgroep.

Het verschil met de sensibiliseringscampagnes in scholen is dat er zal gevraagd worden om de campagne te voeren voor een groepje van ongeveer 10 meisjes. Er zal een groepsleider zijn die vergezeld wordt door een vrouwelijke vertaler. Ook hier wordt gekozen voor een vrouw omdat het over een gevoelig onderwerp gaat waarbij de doelgroep meer open zal praten met een vrouwelijke vertaler.

Buiten de omvang van de groep, blijft het onderzoeksverloop hetzelfde.

10.2.4 Semigestructureerde vragenlijst

De semigestructureerde vragenlijst is net zoals in de scholen gericht op de bewustmaking van vrouwenhygiëne en het gebruik van maandverbanden tijdens de menstruatie waarbij de focus ligt op dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Zie 8.2.4 voor meer informatie.

10.3 Beschrijving van onderzoeksplaats en onderzoekseenheden

Het onderzoek zal plaatsvinden in dorpen van Tiruchirappalli (Trichy). Er wordt meer gericht op platteland gebieden in Trichy waarbij de heer Mani Rajendiran zorgt dat de doelgroep geïnformeerd wordt.

In onderstaande volgorde vinden in deze dorpen in Trichy een sensibiliseringscampagne plaats:

- Thalakkudi
- Angrai
- Mettupatti
- Konnakkudi
- Thalakkudi

Er worden vijf sensibiliseringscampagnes gegeven aan meisjes tussen 12 en 18 jaar in plattelandsdorpen. Zoals beschreven in hoofdstuk 4 behoort de doelgroep tot adolescente meisjes. De leeftijd van de doelgroep wordt uitgebreid om meer bewustzijn te creëren bij de diverse leeftijden en om moeilijkheden door kieskeurigheid te vermijden. Deze meisjes wonen in het dorp waar de sensibiliseringscampagne plaats vindt, vandaar dat deze doelgroep ook wel 'Landelijke meisjes' zal genoemd worden in de praktijk. De campagne wordt uitgevoerd in de dorpen waar ze verblijven omdat dit drempelverlagend is voor de doelgroep. Ze moeten zich amper verplaatsen en blijven in hun veilige omgeving (zie vijf pijlers van J. De Braeckeleer op 3.2.4). Daarnaast zijn ze niet alleen want samen met andere dorpelingen (die elkaar tevens wel kennen en misschien wel vriendinnen zijn) kunnen ze luisteren naar de vormingswerker waardoor de focus ligt op alle meisjes. (Rajendiran, 2017, persoonlijke communicatie)

Bij het onderzoek zijn dezelfde actoren betrokken zoals in 8.3, niettegenstaande deze uitzonderingen:

- Student van Howest: deze sensibiliseringscampagnes gebeuren in de maand mei waardoor Prisca Nanda (studente sociaal werk) de informatie alleen zal geven. Liese Rosseel (studente sociaal werk) en Talia Seys (studente ergotherapie) zullen in mei al terug in België vertoeven.
- Jonge vrouwen van 12 tot 18 jaar uit dorpen in Trichy: zij zijn de onderzoekseenheden waar we de campagne op gaan uitvoeren.

11. Praktisch deel

Net zoals in het negende hoofdstuk, wordt hier dieper ingegaan op de praktische uitwerking van het onderzoek. Het werkelijke verloop met oog op de context worden hierin beschreven. Via de vijf sensibiliseringscampagnes in landelijke dorpen kreeg de onderzoeker meer informatie zodat men de data kon verwerken, opgedeeld in zeven thema's. Er wordt een besluit gekoppeld aan het onderzoek in dorpen.

11.1 Werkelijke verloop

Er werd afgesproken met de heer Mani Rajendiran om enkele sensibiliseringscampagnes omtrent vrouwenhygiëne te geven in dorpen in Trichy. Hij regelde vijf groepen van ongeveer tien adolescente meisjes. De groepsleider werd telkens met de auto gebracht naar het dorp door een medewerker van MM Trust. Er werd ongeveer anderhalf uur de tijd gegeven om de sensibiliseringscampagne uit te voeren.

Net zoals in de scholen werd er tijdens de sensibiliseringscampagnes eerst gepeild naar de kennis van de doelgroep. Hetzelfde concept met de drie grote bladen en post-its werd ook gebruikt in de landelijke dorpen. Omdat de doelgroep de Engelse taal niet machtig was, werden de termen in het Tamil genoteerd zodat dit duidelijk was. Elke leerling kreeg drie post-its aan het begin van de sessie. Het was de bedoeling om in één woord of in één zin te beschrijven wat ze wisten over de onderwerpen: dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. De landelijke meisjes schreven hun kennis in het Tamil. Nadat iedereen iets had opgeschreven, was het de bedoeling om een aantal post-its voor te lezen. De groepsleider vroeg hierbij hulp aan de vertaalster.

Daarna volgde de informatiesessie. Er werd informatie gegeven over dagelijkse hygiëne, vrouwenhygiëne, puberteit, menstruatie en maandverbanden. Dezelfde informatie werd meegegeven die te vinden is in bijlage 4.

Om op een creatieve en leuke manier over dit onderwerp te praten, werden dezelfde afbeeldingen doorgegeven als in de scholen over hoe je hygiëne kan interpreteren, over de anatomie van een vrouwenlichaam (ook het geslachtsdeel vanbinnen en vanbuiten) en over de menstruatiecyclus. Sensoa gaf mee in de literatuurstudie op

7.3 dat het tonen van materialen met weinig tekst, ervoor zorgt dat jongeren de uitleg beter begrijpen. Daarnaast gebruikten ook CGSO en Plantyn pictogrammen voor meer duidelijkheid (zie 7.1 en 7.2).

Als tweede werden er demonstraties gegeven. Tijdens het onderwerp dagelijkse hygiëne werd er aan een meisje gevraagd om te tonen hoe je goed je handen moet wassen. Tijdens het onderwerp maandverbanden werd er aan een meisje gevraagd om te tonen hoe je een maandverband in een onderbroek legt wat tot onnodige schroom leidde. Daarnaast werden er af en toe vragen gesteld om te toetsen of iedereen aan het luisteren was en of ze de stof begrepen. Dit werd al eerder gedaan door CGSO en Plantyn.

De informatie werd gegeven door een student. Dit was de groepsleider en tevens ook de facilitator binnen de groep. Tijdens de sensibiliseringscampagnes in dorpen was er telkens een vrouwelijke vertaler betrokken. De eerste drie campagnes werden vertaald door de studente uit het Jamal Mohamed College en de laatste twee campagnes werden vertaald door mevrouw S. Rajeswari, docente sociaal werk.

Er werd gekozen voor een groep van ongeveer tien studenten vanwege de focusgroep. Na het geven van de informatie werd er in interactie gegaan met de meisjes. Telkens zorgde de vertaalster dat iedereen de vragen van de groepsleider begreep en dat de groepsleider de antwoorden van de meisjes te horen kreeg. Via de focusgroep kon er openhartig worden gepraat over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Op het einde werd er gevraagd om (anoniem) op een blaadje te beschrijven wat ze vonden van de sensibiliseringscampagne. Dit werd geschreven in het Tamil.

De kosten van post-its, maandverbanden, zeep... werd gedragen door de studente.



Landelijke meisjes schrijven anoniem feedback op een blaadje om die vervolgens mee te geven met de groepsleider.

11.2 Context

11.2.1 Taal

Net zoals in de scholen was de taal een moeilijkheid tijdens het voeren van de sensibiliseringscampagnes. In theorie (zie 3.4) werd al aangehaald dat er ruis kan ontstaan als de boodschap belemmerd wordt door de gebrekkige kennis van de taal. De landelijke meisjes bezitten heel weinig tot geen kennis van de Engelse taal waardoor de vertaling noodzakelijk was om elkaar te begrijpen.

Tijdens de campagnes was er telkens een vrouwelijke vertaler mee. Dit zorgde ervoor dat de communicatie vlotter verliep. De heer Mani Rajendiran zorgde in samenspraak met de vormingswerker voor een vrouwelijke vertaler waarmee zij zich comfortabel voelde.

De eerste drie sensibiliseringscampagnes werden vertaald door de studente uit het Jamal Mohamed College. Er werd voor haar gekozen aangezien zij al campagnes had vertaald en een idee had wat ze moest vertalen. Daarnaast voelde de vormingswerker een positieve professionele relatie met de Indische studente.

De laatste twee sensibiliseringscampagnes werden vertaald door eerder vernoemde mevrouw S. Rajeswari. Zij was betrokken in het project vanaf dat er sprake was om de campagnes te organiseren in landelijke dorpen. Daarnaast hielp ze aan de vergelijkende studie over vrouwenhygiëne bij meisjes in de stad en in dorpen. De student voelde zich ook comfortabel bij mevrouw S. Rajeswari.

De feedback die de vormingswerker meekreeg van de vertaalster was dat de vertaling aangepast moest worden aan de doelgroep. Waar ze in de scholen soms de Engelse termen niet vertaalde omdat het vrij natuurlijk is om soms Engels te gebruiken als je Tamil spreekt, was dit niet mogelijk in plattelandsdorpen. De vertaalster vertaalde alle woorden naar het Tamil wat soms moeilijk was omdat die woorden zelden worden gebruikt. Zo vond de vertaalster geen letterlijke vertaling voor puberteit. Bij het navragen van deze verwarring bij de heer Mani Rajendiran en mevrouw S. Rajeswari, deelden zij mee dat sommige woorden overgenomen worden uit het Engels omdat er geen letterlijke vertaling bestaat. Dit kan gelinkt worden aan het taboe over menstruatie (zie 1.5.2).

Bij de schriftelijke vragen werd er meegedeeld dat de meisjes hun kennis en feedback mochten schrijven in het Tamil. Zoals eerder aangegeven, waren de meisjes de Engelse taal niet machtig.

Op het moment zelf kon de groepsleider de kennis niet lezen waardoor de vertaalster een aantal briefjes voorlas en vertaalde zodat de groepsleider zich een idee kon vormen van wat ze wisten.

Zowel de kennis briefjes als de feedback werden nadien vertaald door mevrouw S. Rajeswari.

11.2.2 Omstaanders

Tijdens alle sensibiliseringscampagnes waren de groepsleider en vertaalster nooit alleen met de doelgroep van ongeveer 10 dorpelingen. Telkens was er wel minstens een omstaander: moeder(s), eigenares van het gebouw of huis waar een campagne zich afspeelde, dorpelingen die een kijkje nemen omdat er iemand nieuw in het dorp langs kwam...

Dit zou ervoor kunnen zorgen dat de landelijke meisjes minder open konden zijn tijdens de sensibiliseringscampagne. Omstaanders kunnen ervoor zorgen dat ze zich bedreigd en minder veilig voelen.

Daarnaast werd de werkelijke doelgroep verruimd naar meisjes tussen de 10 en 21 jaar, wat een groot leeftijdsverschil is als er wordt gecommuniceerd over een gevoelig onderwerp.

11.2.3 Plaats

De plaatsen waar de sensibiliseringscampagnes werden gegeven, waren verschillend: drie keer bij iemand thuis, één keer in een klein lokaaltje van een school en één keer in een kerk. De meisjes zaten ofwel op de grond (in een kring of naast elkaar) ofwel op een stoel (in een kring). Als er plaats was, werd er verkozen om in een kring te zitten om een vertrouwd gevoel te geven aan de landelijke meisjes. Er werd gekozen om de sensibiliseringscampagnes te houden in de dorpen waar de meisjes gevestigd zijn. Zoals De Braeckelee al aangaf in 3.2.4 is veiligheid van belang in een groep. De heer Mani Rajendiran kon meedelen dat de meeste meisjes behoren tot de Dalit kaste (laagste kaste in het kastensysteem zie 1.2.5).

11.2.4 Benodigdheden

Er werden pennen meegenomen door de groepsleider. Dit was om de kennis over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie te laten schrijven enerzijds en feedback te geven over de presentatie anderzijds.

Bij aanvang van de sensibiliseringscampagne werd aan de persoon die zich op de plaats bevond, gevraagd om een klein emmertje met water. Dit was in functie van de demonstratie 'Handen wassen'.

Om de sensibiliseringscampagne tot een goed eind te brengen, waren nog andere zaken nodig zoals: post-its, grote bladen, zeep, onderbroek, maandverband en papier om feedback te schrijven. Dit werd allemaal meegebracht door de student.

11.2.5 Klimaat

In 1.1.2 wordt verteld dat Tamil Nadu een warm klimaat kent. Vooral in april en mei zijn de temperaturen heel hoog in Trichy (rond 42 °C). De sensibiliseringscampagnes werden gegeven in mei wat ook kan meespelen tijdens de interactie van de campagne. Door de warmte zou het kunnen dat de meisjes zich anders voelden dan normaal. De plaatsen waar de campagnes zich afspeelden, bezitten geen air conditioning. Er was wel een ventilator aanwezig maar, in de drukkende warmte hielp dit slechts minimaal aangezien er vele meisjes in een kleine ruimte aanwezig waren.

11.3 Weergave dataverwerking

Net zoals in de scholen werd er allereerst aan de meisjes gevraagd wat hun voorkennis was over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Dit mochten ze opschrijven (woorden of zin) en kleven bij het onderwerp. Na het geven van de informatie omtrent vrouwenhygiëne aan de adolescente meisjes, werd er in interactie gegaan aan de hand van een focusgroep. De bedoeling was om meisjes

bewust te maken van gezonde vrouwenhygiëne opdat er een aanzet zou zijn tot het gebruik van maandverbanden.

In het methodologisch deel was de semigestructureerde vragenlijst te zien. Deze vragen waren een leidraad tijdens het reflectie moment. Uit de interactie werden volgende zaken geanalyseerd en geïnterpreteerd.

11.3.1 Kennis omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie

De landelijke meisjes bezitten geen (goede) kennis van de Engelse taal en schreven dus alles op in het Tamil. De vertaalster vertaalde ter plaatse wat de meisjes hadden opgeschreven. Later werden de post-its vertaald door mevrouw S. Rajeswari. Veel meisjes waren te beschaamd om iets te schrijven over de onderwerpen. In het begin keken ze elkaar aan en lachten wat onwennig. Hoewel er velen waren die niets durfden schrijven, waren er toch een aantal die iets neerpendeden over dagelijkse hygiëne.

Enkele post-its getuigen van de kennis:

*“Keeping our body clean”
“Taking bath daily and washing clothes daily”
“We have to keep our house clean. When our house is clean we can live without disease”*

De meeste meisjes wisten niet wat puberteit was aangezien er geen vertaling bestaat in Tamil voor de transformatie van kind naar volwassene.

Dit zijn een aantal post-its die getuigen van de kennis over puberteit:

*“When we become adolescent: some changes in us”
“At the stage of adolescence there will be development of hip bones and the genital hair will be there”
“Our body changes”*

Over menstruatie konden vele meisjes niet veel of niets zeggen. Daarnaast kwam er soms voor dat de doelgroep verkeerde informatie opschreef.

Enkele post-its getuigen van de kennis:

*“It’s a program which happens once in a month”
“I get my period for 4 days. I will put it in a cover and then burn it”
“Menstruation is a disease”*

Op bijna de helft van de post-its (40 %) werd geschreven “I don’t know”. De meisjes schreven niets op over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie.

11.3.2 Verwachtingen van de presentatie

100 % van de landelijke meisjes waarmee de groepsleider in interactie ging, zei niets op de volgende vraag:

“Are there things you know and we didn’t say anything about?”

Bij de vraag: “Are there things you still want to know or you have a question where we didn’t give an answer to?” waren er enkelen die vragen stelden waarbij de rest van de groep goed luisterde. Al snel werd duidelijk dat ze met vele vragen zaten.

Hier kregen ze de vrijheid om zichzelf open te stellen in een sfeer van veiligheid. Volgens De Braeckeleer is het dan ook belangrijk om inzicht te geven aan de doelgroep waarbij er wordt gericht op preventie: men wil voorkomen dat het probleem zich voordoet of dat het probleem zich verder escaleert. (Goris Et.Al, 2007) Dit waren de meest voorkomende vragen:

- “Is it normal that you have your period for one month?”
- “Is it normal that I don’t have pain during menstruation?”
- “Why does my blood looks more brown at the end?”
- “What should I eat during menstruation? Am I allowed to eat everything?”

Geen enkel meisje had andere verwachtingen van de presentatie waarbij er vermeld werd dat dit hetgeen was dat ze verwachtten van de presentatie.

11.3.3 Puberteit

Bij de vraag welke elementen de meisjes herkenden van de informatie die werd verteld over puberteit, waren de meesten heel beschaamd. Ze praatten niet over welke moeilijkheden ze ondervonden tijdens de puberteit. Na het bevragen welke veranderingen ze opmerkten en na de suggestie te gegeven werd of ze puistjes kregen, waren er een paar die knikten. Dat de meisjes niet veel durfden zeggen kan liggen aan verschillende actoren: context, persoonlijkheid, taboe...

11.3.4 Eerste menstruatie

Bij het onderwerp menstruatie begon de groepsleider allereerst over haar eigen ervaring tijdens de menarche. Volgens J. De Braeckeleer (zie 3.2.4) moet de doelgroep een model hebben. Daarnaast was dit om vertrouwen te creëren bij de meisjes. Daarna, werd er gevraagd aan de doelgroep om te praten over hun eerste menstruatie. Allereerst waren er een aantal meisjes aan het twijfelen en leken ze heel beschaamd om hierover te communiceren. Bij het vragen of ze gelukkig waren toen ze ontdekten dat ze hun menstruatie hadden, kwam er wat interactie. Niemand van de landelijke meisjes, die deze vraag beantwoordde, was op dat moment gelukkig. Slechts enkelen antwoordden kort op de vragen omtrent menstruatie en ze waren beschaamd om erover te praten.

Niet alle meisjes tussen 10 en 21 jaar waren al aan het menstrueren. Alle bevroagde meisjes die hun menstruatie nog niet hadden, wisten niets over dit onderwerp. Het was de eerste keer dat ze hoorden over de maandelijkse bloeding.

11.3.5 Rituelen tijdens menstruatie

Zoals aangehaald in 9.3.5 kent Tamil Nadu een groot feest tijdens de eerste menstruatie.

De landelijke meisjes waren zeer enthousiast bij deze vraag. Ze vertelden uitbundig over de ceremonie waarbij ze heel goed werden verzorgd. 100 % van de meisjes die zijn menstruatie had, maakte deze ceremonie mee.

Op het plattenland in India wordt er meer aandacht geschonken aan oude tradities zoals beschreven in de literatuurstudie op 1.2.5.

11.3.6 Maandverbanden

Bij de vraag wat de meisjes gebruiken tijdens de menstruatie om het bloed op te vangen, antwoordde 100 % van de meisjes dat ze maandverbanden gebruiken tijdens de menstruatie. Geen enkel meisje gebruikt nog doeken. Daarnaast zal 100 % van de meisjes de maandverbanden verbranden na het gebruik. Hierbij moet men bewust zijn van de sociale wenselijkheid waarbij er geen zekerheid is of ze de waarheid spreken.

11.3.7 Feedback

Na het moment van reflectie, kregen de meisjes de kans om feedback te schrijven over de presentatie, over wat ze hebben geleerd en hoe ze de sensibiliseringscampagne over vrouwenhygiëne vonden.

Hieronder zijn er een aantal weergaven te vinden van feedback gegeven door meisjes in de landelijke dorpen die vertaald werd van het Tamil naar het Engels:

“It is very important information which you shared. It is usefull for me. It is very essentiel for each and every woman and it is essentiel to keep ourself clean. And the translation was also good.”

“I expected few things from you but you explained many things.”

“I knew something about this, but not much. Now I completely learnt about this. It’s very usefull to me. From your class I learnt many things, I will share them with my friends. Thank you so much.”

“The informations you shared are superb and enjoyable to me. You have to share more general information. You come with some other topic and you teach us, we are waiting...”

“The information was very usefull. I will share this information with others in the village. I will explain them how to use the pad.”

“The information which you shared was very usefull to me. When I attended my puberty, I felt nervous. Now I understand the changes that had happened in my body structure. I will share this information with my mother.”

Bespreking feedback:

De landelijke meisjes schreven hun feedback in het Tamil. Met behulp van een vrouwelijke vertaler kon de groepsleider begrijpen wat de meisjes hadden geschreven. De meeste meisjes vonden het een nuttige sessie waarbij ze veel leerden wat ze nog niet wisten. Ze zijn zich bewust van het belang van vrouwenhygiëne waarbij ze zowel informatie als tips meekregen. Sommige meisjes schreven dat ze het zullen doorvertellen aan andere meisjes om hen te sensibiliseren, anderen zouden hierover praten met hun moeder. De landelijke meisjes leerden over eerder onbekende informatie en een aantal meisjes schreven dat ze uitzien naar een nieuwe sensibiliseringscampagne over andere onderwerpen.

11.4 Besluit

De vijf sensibiliseringscampagnes in de dorpen op het platteland vonden plaats tussen 03/05/2017 en 13/05/2017 en werden gegeven door Prisca Nanda. Dit is een studente van Howest die aan vormingswerk deed gedurende de campagnes waarbij ze zowel facilitator als groepsleider was. Er werd uitleg gegeven over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie aan meisjes tussen 10 en 21 jaar opdat ze bewust zouden worden van het belang van vrouwenhygiëne aangezien 30% van vrouwen in Tamil Nadu onvoldoende kennis bezit tot het gebruik van gezonde materialen tijdens de menstruatie. (Vanhecke, 2016, persoonlijke communicatie)

In de landelijke dorpen waren de leerlingen erg aandachtig tijdens het geven van de informatie. Bij het stellen van vragen tijdens de sensibiliseringscampagne, durfden de meisjes niet te antwoorden. Af en toe suggereerde de groepsleider een aantal antwoorden waarbij de meisjes bevestigend knikten. Tijdens het doorgeven van de afbeeldingen waren de meisjes geïnteresseerd in het vrouwenlichaam (vanbinnen en vanbuiten), de fysieke veranderingen en de menstruele cyclus.

Tijdens het moment van reflectie waren de meisjes te beschaamd om over de onderwerpen te praten. Slechts enkelen (twee of drie per sessie) vertelden over hun ervaring en gevoelens tijdens de eerste menstruatie. De andere meisjes waren verlegen en stil. Wel waren sommige meisjes aan het knikken tijdens ja/nee vragen van de groepsleider. Ook de omstaanders toonden interesse voor de sensibiliseringscampagne door vragen te stellen en zo hun kennis uit te breiden.

Aan de hand van de antwoorden die voortkwamen uit het focusgroepsgesprek en uit de geschreven feedback, kunnen er conclusies worden getrokken uit dit onderzoek.

11.4.1 Terugblik op de centrale vraagstelling

In het voorgaand onderzoek werd vastgesteld dat de leerlingen op scholen in Trichy al voldoende kennis bezitten over gezonde vrouwenhygiëne.

Vandaar werden er sensibiliseringscampagnes gegeven in landelijke dorpen. Dit was naar aanleiding van de eerder gestelde hypothese en de feedback gekregen op scholen.

De centrale vraagstelling werd ook behouden in dorpen aangezien de centrale probleemstelling en doelstelling gelijklopend waren als in de scholen. De centrale vraagstelling werd geconcretiseerd in de vraag: **“Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?”**

Net zoals in de scholen werd er informatie verzameld via focusgroepen voor het onderzoek. Er werden vragen gesteld omtrent puberteit, menstruatie, maandverbanden en hygiëne. Aan de hand van een semigestructureerde vragenlijst werden de jonge vrouwen bevraagd waarbij deze vragen een leidraad waren om het gesprek structuur te geven. Het focusgroepsgesprek verliep telkens wat anders vanwege de diversiteit binnen de groep maar bij elk gesprek kwamen dezelfde onderwerpen naar voor.

Door het geven van sensibiliseringscampagnes, kreeg de onderzoeker informatie over volgende onderwerpen die een antwoord kunnen bieden op de onderzoeksvraag:

- Kennis omtrent dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie
- Verwachtingen van de presentatie
- Puberteit
- Eerste menstruatie
- Rituelen tijdens menstruatie
- Maandverbanden
- Feedback

De meisjes in de landelijke dorpen waren te beschaamd om iets op te schrijven over dagelijkse hygiëne, puberteit en menstruatie. Het valt op dat er slechts een beperkte kennis was over deze onderwerpen in vergelijking met de kennis van meisjes in de scholen. Op bijna de helft van de kaartjes werd er geschreven “I don’t know”. Vooral over puberteit en menstruatie werd er niet veel geschreven.

100 % van de bevraagde meisjes in plattelandsdorpen had geen andere verwachtingen van de presentatie. Wel zaten de meisjes nog met vele onbeantwoorde vragen die ze openlijk konden stellen in een sfeer van vrijheid en veiligheid.

Tijdens het focusgroepsgesprek werd er in interactie gegaan over de ervaringen en gevoelens van de meisjes tijdens de puberteit en de eerste menstruatie. De meeste meisjes in de landelijke dorpen durfden niet te vertellen welke veranderingen zij meemaakten tijdens de puberteit. Enkel werd er af en toe geknikt bij de suggesties van de groepsleider.

Daarnaast waren de meisjes te beschaamd om in interactie te gaan over hun ervaring en gevoelens tijdens de menarche nadat de groepsleider haar ervaring met hen meegedeeld had. Wel kon iedereen die zijn menstruatie al had, vertellen dat ze niet gelukkig waren op het moment van het ontdekken van de menarche. Voor sommigen was het de eerste keer dat ze informatie over dit onderwerp kregen.

Het project Women Entrepreneurship is ook gericht op Dalit vrouwen die maandverbanden zou produceren via een machine en verkopen voor lagere prijs. De onderzoeksvraag was dan ook gericht op het aanzetten tot maandverbanden opdat de meisjes hun sociale leven kunnen verder zetten en naar school gaan tijdens de menstruatie.

Hoewel de hypothese verklaarde dat velen geen toegang hebben tot gezonde vrouwenmaterialen, antwoordde 100 % van de ondervraagde meisjes dat ze maandverbanden gebruiken tijdens de menstruatie. Hiervoor kunnen er verschillende oorzaken zijn:

- De armoede in Trichy (stad in Tamil Nadu) is beter dan de gemiddelde armoede in India aangezien Tamil Nadu de tweede rijkste staat is volgens het BBP (zie 1.6.3).
- De ondervraagden behoren tot rijkere plattelandsfamilies. Hoewel de armoede in India op het platteland veel groter is dan in steden (zie 1.6.2), kunnen de families zich maandverbanden veroorloven.
- Analfabetisme in het zuiden van India is lager dan andere gebieden waarbij 81 % van de mensen kunnen lezen en schrijven volgens 1.4.2. Er is leerplicht voor kinderen van 6 tot 14 jaar en het aantal kinderen die naar school gaat, is gestegen. Ze volgen les op school waar er seksuele opvoeding wordt gegeven.
- Binnenin het gezin wordt via primaire socialisatie (zie 1.5.1) informatie gegeven over gezonde vrouwenhygiëne. Vaak is het een oudere vrouw (meestal de moeder) die uitleg geeft over de eerste menstruatie. Vanwege tijdgebrek werden er geen acties meer gepland voor de moeders (zoals eerder vermeld bij de betrokken actoren in 10.3).

Daarnaast kreeg de onderzoeker meer informatie van de meisjes via geschreven feedback. De meisjes op het platteland vonden de campagne over het algemeen nuttig waarbij ze veel bijleerden. De gekregen informatie zullen sommigen doorvertellen aan anderen in het dorp of hierover in interactie gaan met hun moeder. Ze zien uit naar andere sensibiliseringscampagnes.

11.4.2 Terugblik op het onderzoek

Als men terugblik op het onderzoek waarbij er sensibiliseringscampagnes werden gegeven aan jonge vrouwen van 10-21 jaar in plattelandsdorpen, kan men het volgende concluderen:

De meisjes waren erg beschaamd en voelden zich soms wat onwennig om in interactie te gaan over dit onderwerp. Sommige landelijke meisjes wisten hier al iets over, terwijl het voor anderen de eerste keer was dat ze hierover informatie kregen. De sensibiliseringscampagne heeft de meisjes inzichten gegeven over dagelijkse hygiëne, vrouwenhygiëne, puberteit, menstruatie en maandverbanden.

De sfeer in de landelijke dorpen was helemaal anders dan in de scholen. Tijdens de sensibiliseringscampagnes kreeg de onderzoeker nieuwe ervaringen. Meisjes kwamen vaak te laat of kwamen niet af waardoor er vertraging opliep. Velen durfden geen antwoord te geven op de vragen die gesteld werden of durfden de demonstratie niet voor te tonen. Een aantal meisjes liepen plots weg tijdens het interactiemoment.

In landelijke dorpen was de sfeer wel veel losser en informeler. Een kleine groep van ongeveer tien meisjes zorgde ervoor dat de groepsleider gemakkelijker kon communiceren. Daarnaast toonde een omstaander veel respect door iets aan te bieden. De gastvrijheid in de Indische cultuur is zeer groot waarbij ze er alles aan doen om een buitenstaander op zijn gemak te stellen ook al hebben ze (soms) weinig middelen.

Omdat bijna alle meisjes geen Engels spraken of begrepen, werd er vooral gecommuniceerd via lichaamstaal (naast de vertaler). De onderzoeker leerde dat je niet altijd verbale taal nodig hebt om elkaar te verstaan maar dat lichaamstaal heel belangrijk is om waar te nemen.

Alle bevraagde meisjes gebruikten dan wel maandverbanden, maar de kennis over vrouwenhygiëne leek eerder beperkt. Dat de meisjes zo beschaamd waren, kan liggen aan een aantal factoren:

- Taal: er werd vooral gecommuniceerd via een vrouwelijke vertaler. Dit zorgde ervoor dat de meisjes niet rechtstreeks de informatie kregen maar via vertaling. Zoals aangehaald in de literatuurstudie in 3.4 kan er in de interculturele bemiddeling een ruis ontstaan in de communicatie via verbale taal. De boodschap die meegegeven werd via de groepsleider, werd niet meteen ontvangen maar werd eerst vertaald.
- Omstaanders: tijdens alle sensibiliseringscampagnes vergezelde iemand de groepsleider, vertaalster en de doelgroep. Dit kan ervoor gezorgd hebben dat de doelgroep te beschaamd was om in interactie te gaan over een gevoelig onderwerp indien een omstaander aanwezig was. Daarnaast was er binnen de groep een groot leeftijdsverschil wat tot twijfel en onzekerheden kon leiden.
- Scholing: Hoewel er leerplicht is in India voor meisjes tussen 6-14 jaar (zie 1.4.2) haken tal van leerlingen voortijdig af. Dit gebeurt vaak op het platteland, waar kinderen moeten meehelpen met de ouders. (Indiaonlinepages, 2017) Hoewel kinderarbeid verboden is in India, is de wet hiertegen heel zwak. (Ars, 2005) Vele meisjes bezitten geen kennis over dit onderwerp. Dit zou een gevolg kunnen zijn van vroegtijdig afhaken van school en tot slot kinderarbeid op het platteland.
- Kastenstelsel: de meeste meisjes in de dorpen die de sensibiliseringscampagne volgden, behoren tot de Dalit-gemeenschap. In 1.2.5 wordt meegegeven dat Dalits tot de laagste kaste behoren en onaanraakbaren worden genoemd. Op het platteland wordt er nog steeds veel rekening gehouden met het kastensysteem. Dit komt hoofdzakelijk door de lage scholingsgraad en oude tradities binnen de Indische cultuur. Daarnaast vertelde mevrouw S. Rajeswari dat de cultuur op het platteland inhoudt dat de informatie niet wordt gedeeld met elkaar. Tijdens de menstruatie 'leven' de meisjes vaak apart gedurende enkele dagen in de maand. In dorpen hebben moeders niet altijd de (juiste) kennis over vrouwenhygiëne en zal er zeker niet over gecommuniceerd worden met de dochters.

Een aantal foto's van de sensibiliseringscampagnes in dorpen is terug te vinden in bijlage 6.

E. Besluitvorming

12. Algemeen besluit

Het laatste hoofdstuk geeft nog een algemeen besluit mee over de sensibiliseringscampagnes in de stad (in scholen) en op het platteland (in dorpen) bij adolescente meisjes. De doelgroep werd bewust gemaakt van het belang van vrouwenhygiëne waarbij de onderzoeker heel wat ervaringen opdeed tijdens het uitvoeren van het project op buitenlandse stage. Allerlaatst worden nog enkele aanbevelingen meegegeven.

12.1 Sensibiliseringscampagnes in de stad en op platteland

Dit onderzoek werd uitgevoerd op buitenlandse stage in het zuiden van India. Volgens de ervaringen van de onderzoeker is een onderzoek uitvoeren in het buitenland moeilijker dan in België.

De literatuurstudie was een bron van informatie voor het opstellen van de sensibiliseringscampagne. Voor het vertrek werd er al veel informatie opgezocht. Daarnaast werd er gebruik gemaakt van internetbronnen om zaken op te zoeken tijdens de stage. Dit was niet altijd even gemakkelijk. De onderzoeker was gehuisvestigd in een dorpje in Trichy waar de wifi niet optimaal werkte. Dit zorgde soms voor stress en frustratie. Daarnaast was ze sterk afhankelijk van de heer Mani Rajendiran. Hij was degene die contact zocht met de scholen in de stad en zorgde voor de sessies op het platteland. Hij bezit een groot netwerk en dankzij hem kreeg de onderzoeker de kans om op vijf scholen en vijf plaatsen op het platteland de sensibiliseringscampagne te voeren. Tijdens het onderzoek werd ze geconfronteerd met de Indische cultuur en meer bepaald de 'Indian time' waarbij de onderzoeker flexibel leerde omgaan met tijd en gemaakte afspraken.

De literatuurstudie werd voor het vertrek naar India gemaakt maar was zeker nog niet af. Tijdens de buitenlandse stage kon er niet veel verder gewerkt worden aan de bachelorproef wegens verschillende omstandigheden (warmte, onvoldoende materialen, beperkte wifi, geen privacy). Hoewel er in het methodologisch deel theoretische onderbouwing is voor het onderzoek, is dit in de praktijk nadien gebeurd vanwege de beperkte mogelijkheden van theorieën op dat moment. Het onderzoek gebeurde dan wel allemaal in India, de werkelijke beschrijving in de bachelorproef werd pas geschreven na de buitenlandse stage.

Over het algemeen kan gesteld worden dat dit een unieke ervaring was voor de onderzoeker om sensibiliseringscampagnes te voeren in scholen en in dorpen. Als sociaal werker in spe werd er gericht op kwetsbaren in de maatschappij waarbij er preventief en educatief aan de slag werd gegaan. Er werd gezorgd voor sociale verandering waarbij de adolescente meisjes bewust werden van het belang van vrouwenhygiëne.

Een onderzoek in het buitenland heeft de onderzoeker verrijkt op vele vlakken: over de Indische cultuur, vorming geven, verschillen en gelijkenissen tussen stad en platteland...

Dit onderzoek is kwalitatief en kan bijgevolg niet veralgemeend worden. Er is nood aan meer onderzoek en experimenten om de conclusies en voorstellen te relativeren.

Uit dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de sensibiliseringscampagne voor de stedelijke meisjes een goede heropfrissing was aangezien ze al voorkennis hadden door lessen op school en/of hierover in interactie gingen met een oudere vrouw. Ze vonden de presentatie nuttig, vooral door het gebruik van demonstraties en afbeeldingen. Tijdens het reflectiemoment werd er openlijk gepraat over ervaringen, hun rituelen en uitbreiding van kennis over vrouwenhygiëne. Voor vele meisjes van op het platteland, was de gedeelde informatie nieuw en dus nuttig om voor het hele leven te onthouden. Tijdens de sensibiliseringscampagnes luisterden ze zeer aandachtig en waren ze erg nieuwsgierig, hoewel ze beschaamd waren om in interactie te gaan. De ontvangen informatie zullen ze delen met anderen in het dorp en een aantal meisjes hopen dat er nog sensibiliseringscampagnes komen in de toekomst. De fundamentele conclusies werden uitgebreider geformuleerd in 9.4 en 11.4.

100 % van de bevroegde meisjes gebruikt maandverband tijdens de menstruatie. Deze gooien ze ofwel in de vuilnisbak ofwel verbranden ze ze. De hypothese die stelde dat vele vrouwen in Tamil Nadu geen toegang hebben tot het gebruik van gezonde materialen voor vrouwenhygiëne, werd niet bevestigd. Er is een mogelijkheid dat de meisjes die geen maandverbanden gebruiken niet aanwezig waren (vanwege schaamte?). Men is bewust dat er een onzekerheid bestaat of ze de waarheid spreken.

Na dit onderzoek kan men concluderen dat de onderzoeksvraag: “Hoe kunnen we jonge vrouwen aanzetten tot het gebruik van maandverbanden?” op een andere manier ingevuld kon worden. Aangezien 100 % van de ondervraagde populatie maandverbanden gebruikt, werd er vooral gericht op tertiaire preventie waarbij er wordt gezorgd dat de vrouwen de maandverbanden op een efficiënte en juiste manier gebruiken.

De onderzoeksvraag: “Hoe kunnen we vrouwenhygiëne promoten bij jonge vrouwen in Trichy?” zou voor het onderzoek beter van toepassing zijn. Hierbij ligt de focus op de bewustmaking van gezonde vrouwenhygiëne en niet op het gebruik van maandverbanden (wat slechts een deel is van het onderzoek).

12.2 Aanbevelingen

Volgend uit het onderzoek zijn er een aantal aanbevelingen die in de toekomst mogelijks gerealiseerd kunnen worden. Er zijn bepaalde aanbevelingen die meegedeeld werden door dorpelingen zelf. Andere aanbevelingen werden nog niet gerealiseerd wegens tijdsgebrek. Sommige aanbevelingen zullen in een utopisch kader geformuleerd worden. Dit betekent dat er geen rekening wordt gehouden met kosten, haalbaarheid, infrastructuur...

Dit zijn de aanbevelingen die werden meegedeeld tijdens de sensibiliseringscampagnes in dorpen. Deze werden ook al meegedeeld aan de studenten die naar India vertrekken in het schooljaar 2017-2018:

- Tijdens een aantal sensibiliseringscampagnes waren er moeders aanwezig. Zij vonden het een leerrijke sessie over vrouwenhygiëne en werden bewust over het belang hiervan. Ze toonden enorme interesse en stelden kritische vragen omtrent de menopauze. Deze sensibiliseringscampagne was eerder gericht op adolescente meisjes en de menarche, waardoor de kennis van de onderzoeker omtrent de menopauze niet uitgebreid was. Hierbij wordt er gesuggereerd om een sensibiliseringscampagne te voeren omtrent menopauze aan vrouwen (+40 jaar) in plattelandsdorpen.

- Daarnaast stelden een aantal meisjes voor om nog sensibiliseringscampagnes te voeren. Ze vonden het belangrijk om zich bewust te worden van seksuele vorming. Dit werd geformuleerd met deze woorden: “Giving awareness about ‘good touch and bad touch from your body’ and what you can do in case of sexual harassment”.

Deze aanbevelingen werden niet gerealiseerd door de onderzoeker wegens tijdsgebrek:

- Het is belangrijk dat de overheid zich blijft focussen op lessen omtrent menstruele hygiëne en gezondheid. Dit moet gebeuren in stedelijke scholen maar zeker ook in scholen op het platteland. Daarnaast moet er nog meer onderzoek worden verricht rond dit thema, wat voor de onderzoeker niet haalbaar was wegens tijdsgebrek.
- Vooral in de landelijke dorpen is het belangrijk om de moeder te betrekken bij dit proces. Uit onderzoek bleek dat de landelijke meisjes minimale/ onjuiste informatie bezitten omtrent vrouwenhygiëne en dat er niet over vrouwenhygiëne wordt gecommuniceerd. Wegens tijdgebrek heeft de onderzoeker hier niets mee kunnen doen maar door de moeders te betrekken, kan er een positieve evolutie komen in de bewustmaking en het doorbreken van het taboe rond menstruatie.

Daarnaast geeft de onderzoeker nog deze aanbevelingen mee over de sensibiliseringscampagnes zelf:

- Tijdens de sensibiliseringscampagnes zorgen visuele prikkels voor meer interesse en variatie. Het tonen van filmpjes over puberteit en/of menstruatie zou voor afwisseling zorgen. Daarnaast is het een leuk idee om meisjes te filmen over hun ervaring en die te tonen aan andere adolescenten. Dit is een creatieve manier van modelleren. Zelf ondervond de onderzoeker dat het moeilijk was omdat men niet beschikt over een beamer en/of omdat er een kans is dat de elektriciteit uitvalt in India.
- Tijdens de sensibiliseringscampagnes was de taal soms een ruis. Ideaal zou zijn als de groepsleider de taal machtig zou zijn zodat een vertaalster niet meer nodig is. Daardoor zou de boodschap rechtstreeks toekomen bij de ontvanger.
- Op het einde zou de groepsleider een handleiding kunnen meegeven waarin alles beschreven staat wat er werd verteld tijdens de sensibiliseringscampagne. Dit zou een handig instrument kunnen zijn waarin de meisjes altijd in kunnen bladeren als ze meer informatie willen weten over dagelijkse hygiëne, vrouwenhygiëne, puberteit, menstruatie en maandverbanden. Een voorbeeld hiervan is Menstrupedia (zie 7.4): een verstaanbare gids over menstruatie.

Bibliografie

Geschreven bronnen

- Ars, B. (2005), *India*, Den Haag: NOVIB
- Bloom, E. & Myles, E. (2010), *Marutha Muthu Trust*, Tiruchirappali: MM Trust
- Chaube, S.P. (2002), *Psychology of Adolescents In India*, New Delhi: Concept Publishing Compagny
- Craeynest, P. (2013), *psychologie van de levensloop*, Leuven: Acco
- De Laeter D., Lemahieu T., Vermeersch L. & Wouter P. (2013), *sociaal-cultureel en educatief werk, Het beleid in Vlaanderen*, Mechelen: Wolters Kluwer Belgium NV
- De Schutter, L. (2014-2015), *Communicatietheorie*, Brugge SJS: Howest
- Desnerck, G.; Vaderstraeten, A. & Verbruggen, A. (2008), *Sociologische verbeelding: visie en vizier*, Gent: Academia Press
- Goris, P., Burssens, D., Melis, B. & Vettenburg, N. (2007), *Wenselijke preventie stap voor stap*, Antwerpen, Apeldoorn: Garant
- Hens, H. & Geomini, M. (1996), *sociaal cultureel werk beroependomeinprofiel*, Utrecht: Casparie
- Mertens, M, Vandenbroek, E. (2003), *Systeemgerichte methoden in de hulpverlening: een initiatie in het omgaan met mensen en hun netwerken*, Antwerpen: Garant
- Mishra, R.& Kotecha, K. et Al. (2013), *International journal of humanities and social sciences*, Chennai: IASET
- Onorati, M.G. & Bednarz, F. (2010), *building intercultural competences, a handbook for professionals in education, social work and health care*, Leuven: Acco
- Peeters, K. (2011), *Relationele en seksuele vorming: Handboek voor het secundair onderwijs*, Sensoa en Garant-Uitgevers
- Peterse, L. & Petri, J. (2007), *Zuid-India*, Haarlem: J.H.Gottmer
- Schellemans, D. (2015-2016), *Groepswerk semester 4*, Brugge SJS: Howest
- Stevens, F. (2016-2017), *Onderzoeksmethodologie*, Brugge SJS: Howest
- Van Ginderachter, R. & Veelaert, T. (2010), *Het voortplantingsboekje, handleiding*, Mechelen: Plantyn
- Van Parijs, J. (2006), Intieme hygiene is big business, *Bodytalk*, 1, 1, p.7

Digitale bronnen

Amnesty International (2016), *Over Amnesty*, <https://www.aivl.be/> , laatst geconsulteerd op 17/12/2016

BBC (2017), *100 Women: "Why I fought being banished to a hut during my period"*, <http://www.bbc.com/news/world-asia-38559566> , laatst geconsulteerd op 15/06/2017

BBC (2017), *100 Women 2014: The taboo of menstruating in India*, <http://www.bbc.com/news/world-asia-29727875> , laatst geconsulteerd op 15/06/2017

CGSO Brugge vzw (2016), *Over ons*, <http://cgsovzw.wixsite.com/cgsobrugge> , laatst geconsulteerd op 27/11/2016

Centers for diseases Control and Prevention (2011), *Keeping hands clean*, <https://www.cdc.gov/healthywater/hygiene/hand/handwashing.html> , laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Dettol (2014), *Teen Hygiene tips*, <http://www.dettol.co.uk/your-family/family-health/teen-hygiene-tips/> , laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Ecofemme (2017), *In action*, <https://ecofemme.org/> , laatst geconsulteerd op 23/06/2017

FOD buitenlandse Zaken, Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking (2016), *Onderwijs en vorming*, <http://diplomatie.belgium.be/nl/Beleid/Ontwikkelingssamenwerking> , laatst geconsulteerd op 13/11/2016

Greynium Information Technologies (2012), *Hindu myths about Menstruation*, <https://www.boldsky.com/yoga-spirituality/faith-mysticism/2012/hindu-myths-menstruation-029957.html>, laatst geconsulteerd op 02/07/2017

Health net Foundations (2017), *Personal Hygiene during menstruation* <https://www.healthonnet.org/>, laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Hindustaan times (2016), *Periods still a taboo in Indian society: TISS study*, <http://www.hindustantimes.com/mumbai-news/periods-still-a-taboo-in-indian-society-tiss-study/story-Dc5Muh2PWkJkbGg2j5DhWO.html> , laatst geconsulteerd op 15/06/2017

Indiaonlinepages (2017), *Population of Tamil Nadu*, <http://www.indiaonlinepages.com/population/tamil-nadu-population.html> ,laatst geconsulteerd op 15/06/2017

Information Technology Department Secretariat, Fort St. George (2016), *School education department*, <http://www.tn.gov.in/> , laatst geconsulteerd op 06/01/2017

Information Technology Department Secretariat, Fort St. George (2016), *Minister List*, <http://www.tn.gov.in/> , laatst geconsulteerd op 06/01/2017

Johnson & Johnson Middle East (2017), *Intimate hygiene for teen girls*, <https://www.carefreearabia.com/en/understand-your-body/intimate-hygiene-teen-girls>, laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Landelijke India Werkgroep (2017), *Over sekse selectieve abortus*, <http://www.indianet.nl/>, laatst geconsulteerd op 06/01/2017

Menstrupedia (2015), *Home*, <https://www.menstrupedia.com/> , laatst geconsulteerd op 18/01/2017

Office of the Associate Director for Communication, Digital Media Branch, Division of Public Affairs (2017), *healthy living*, <https://www.cdc.gov/features/handwashing/>, laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Pauwels, N. (2016), *Puberteit meisjes*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ks3eQwOxiW8> , laatst geconsulteerd op 18/01/2017

Plan Belgie (2013), *Plan doorbreekt taboes rond menstruatie*, <http://www.planbelgie.be/> , laatst geconsulteerd op 23/11/2016

Plan Belgie (2013), *wat doet Plan*, <http://www.planbelgie.be/> , laatst geconsulteerd op 23/11/2016

Puram (2014), *Gender ratios rural vs urban India*, <http://puram.in/gender-ratios-rural-vs-urban-india/> , laatst geconsulteerd op 15/06/2017

Rode Kruis Vlaanderen (2017), *Wie zijn we*, <http://www.rodekruis.be/>, laatst geconsulteerd op 06/01/2017

School Education Department (2016), <https://tnschools.gov.in/> , laatst geconsulteerd op 06/01/2017

Sensoa (2017), *Diensten*, <http://www.sensoa.be/> , laatst geconsulteerd op 18/01/2017

Sensoa (2017), *Menstruatie*, <http://www.sensoa.be/> , laatst geconsulteerd op 28/06/2017

Sensoa (2017), *Seksuele vorming aan culturele gemengde groepen*, <http://www.seksuelevorming.be/> , laatst geconsulteerd op 18/01/2017

StatisticsTimes (2016), *Economy of Tamil Nadu*, <http://statisticstimes.com/economy/economy-of-tamil-nadu.php> , laatst geconsulteerd op 02/07/2017

Team duurzame ontwikkeling (2016), *Beleid*, <http://do.vlaanderen.be/> , laatst geconsulteerd op 17/12/2016

TMI. News (2017), *Breaking taboos: vlogs about sex & tampons in India #TMI*, <https://www.youtube.com/watch?v=as7DPG1BFjU&feature=youtu.be> , laatst geconsulteerd op 21/06/2017

UNICEF België (2016), *Over UNICEF*, <https://www.UNICEF.be/nl/> , laatst geconsulteerd op 17/12/2016

United Nations (2013), *Red levens: was je handen*, <http://www.unric.org/nl/nieuwsoverzicht/26420-red-levens-was-je-handen> , laatst geconsulteerd op 16/06/2017

United Nations (2017), *Water and sanitation*, <http://www.un.org/sustainabledevelopment/water-and-sanitation/> , laatst geconsulteerd op 10/05/2017

Water.org (2017), *India's water and sanitation crisis*, <https://water.org/our-impact/india/> , laatst geconsulteerd op 08/07/2017

Wikipedia (2016), *Ontwikkelingssamenwerking*, <https://nl.wikipedia.org/wiki/Ontwikkelingssamenwerking> , laatst geconsulteerd op 13/11/2016

Worldatlas (2017), *Indian states by GDP*, <http://www.worldatlas.com/articles/indian-states-by-gdp.html> , laatst geconsulteerd op 02/07/2017

Bijlagen

Bijlage 1: Onderzoek Ellen Cruyt

Bijlage 2: 17 duurzame ontwikkelingsdoelstellingen

Bijlage 3: Rode Kruis en UNRIC omtrent hygiëne

Bijlage 4: Uitleg sensibiliseringscampagne

Bijlage 5: Foto's campagne in scholen

Bijlage 6: Foto's campagne in dorpen

Bijlage 1

A study to collect woman from the lower cast to participate in the sanitary napkins project.

My name is Ellen and I'm doing my internship with MM Trust in Thalakkudi. We will start a project who involves woman from the lowest caste. In a few months, there will be a machine that makes sanitary napkins and these are very cheap to buy. I have the task to search for people who will work in this project and will make and sell this product. I asked you these questions to know better the women and if you can and be willing to participate in this project. Thank you for your commitment .

Participants

25 participants were involved in this research.

Cent percentage of the respondents are women. The population in this research are women aged between 15 and 60 years old. Half of the respondents had a higher education.

More than half of the respondents are below 30 years. They all live in Thalakudi and are participating in a stitching project. They belong in the SC caste, the lowest caste in the community and cent percentage of the respondents has Parayan as subcaste. They are also called the untouchables or the Dalit ladies.

Cent percentage of the women are Hindu . More than half of the respondents are married.

Women in higher caste and men are not allowed in this research, also children.

Questions: Hygiene conditions during menstruation

➤ Do you use sanitary napkins during the menstruation? YES/ NO

If no: what do you use?.....

If yes: Do you use the same sanitary napkin more than once? YES/NO

If yes:
why?.....
.....

➤ Did you ever had education about the hygiene during the menstruation?
YES/NO

If no: Do you like to receive some information about it? YES/NO

➤ How much a week do you wash yourself when you're in your menstruation?
...../ a week

Results

We need to know if the women use the sanitary napkins because it's also an issue in India that the women don't use sanitary napkins because it's too expensive. The women sanitary napkins project want to help these women also, they can make their own sanitary napkins and use it because it's cheaper and more approachable than in an expensive shop.

Vast majority of the respondents use sanitary napkins. Sizeable size of the respondents don't re-use sanitary napkins. Sizeable size of the respondents have knowledge of hygiene. Sizeable size of the respondents don't want suggestions about female hygiene of more information.

Discussion and conclusion

Almost 80% of the ladies uses sanitary napkins which is very good to conclude. The women are aware about the female hygiene. They don't need education about it anymore, but the reason can be that it is still a taboo around sanitary napkins. It was a big step for them to answer this theme.

Bijlage 2



Bijlage 3

❖ *Wat is ontwikkelingssamenwerking?*

Ontwikkelingssamenwerking is een partnerschap tussen derdewereld- of ontwikkelingslanden en hun burgers en instellingen. Er wordt geholpen om ze verder te ontwikkelen en zo een hogere levensstandaard te bereiken. Ontwikkelingssamenwerking is gericht op thema's zoals: onderwijs, gezondheid, landbouw, infrastructuur... Ze zijn ook gericht op het versterken en vergroten van participatie van achtergestelde groepen. (Team duurzame ontwikkeling, 2016)

In de federale overheidsdienst werd in 2002 de Directie-Generaal Ontwikkelings-samenwerking en Humanitaire Hulp geïntegreerd. Het hoofddoel van de Belgische Ontwikkelings-samenwerking is menselijke ontwikkeling.

Een van de vijf sectoren waar de Belgische ontwikkelingssamenwerking zich op concentreert is: onderwijs en vorming. (FOD, Buitenlandse zaken, Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking, 2016) Het afgelopen decennium werd gemiddeld 10 % van de DGOS-uitgaven besteed aan de sector 'onderwijs'.

❖ *Rode Kruis*

Het Rode Kruis van Vlaanderen is een onafhankelijke vrijwilligersorganisatie. Ze maken deel uit van de internationale Rode Kruid en Rode Halve Maanbeweging. Ze komen op voor kwetsbare mensen in binnen- en buitenland, ze zijn actief op het vlak van rampenbestrijding, zelfredzaamheid en bloedvoorziening, doen maximaal beroep op vrijwilligers.

Gebrek aan hygiënisch sanitair

Wereldwijd zijn er nog steeds 2.5 miljard mensen die geen toegang hebben tot een basis sanitair. Door een gebrek aan voldoende hygiëne op scholen zorgt ervoor dat meisjes en jonge vrouwen vaak thuis blijven tijdens hun menstruatie. Dit zorgt voor een belemmering voor hun verdere opleiding en toekomst.

Daarnaast gaan 9 op 10 mensen op het platteland in ontwikkelingslanden in openlucht naar toilet, vele vrouwen hebben geen toegang tot veilig en hygiënisch sanitair en bijgevolg sterft iedere 20 seconden een kind.

Als er een betere en veilige sanitair ontstaat, moet er minder geld worden besteed aan medicijnen voor zieken. Rode Kruis stelt vast dat water en sanitair geen luxe zijn, maar basisrechten.

Rode Kruis Vlaanderen zorgden actief voor verbetering van water, sanitair en hygiëne in Nepal, Malawi, Oeganda en Burundi. (Rode Kruis Vlaanderen, 2017)



Via deze affiche werd de bevolking geïnformeerd en gesensibiliseerd.
(Rode Kruis Vlaanderen, 2017)

❖ UNRIC

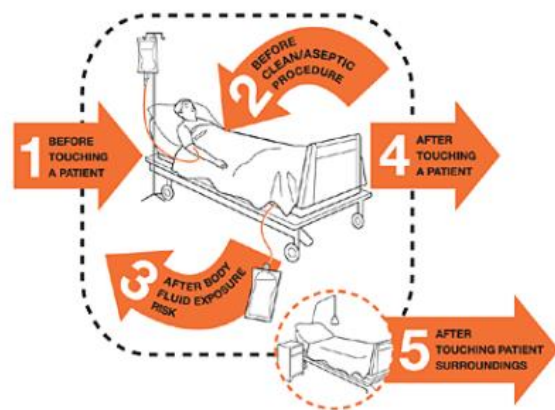
UNRIC is het Regionaal Informatiecentrum van de Verenigde Naties dat werd geopend in 2004 in Brussel.

De Verenigde Naties is een intergouvernementele organisatie die opgericht is in 1945 door 51 landen. De Verenigde Naties hecht belang aan behoud van mensenrechten, planeet, partnerschap, internationale recht, ontwikkelen van wereldeconomie en waardigheid. Deze elementen werden samengevoegd in: Sustainable Development Goals (SDG) van de Verenigde Naties. Deze geven richting aan mondiale activiteiten op het vlak van ontwikkelingssamenwerking en duurzame ontwikkeling. Het gaat om zeventien doelstellingen en 169 subdoelstellingen. In bijlage 2 vindt u elementen rond SDG en de 17 ontwikkelingsdoelstellingen. (Team Duurzame ontwikkeling, 2016)

Red levens: was je handen

Door de

Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) werd op 5 mei 2017 een wereldwijde campagne gelanceerd: “Red leven: was je handen”. Deze campagne zorgde ervoor dat nieuwe landen en lidstaten beloftes maakten om infecties die geassocieerd worden met gezondheidszorg aan te pakken en nationale campagnes op te zetten rond handhygiëne. Bij de aanpak rond handhygiëne werd er uitgelegd hoe hulpverleners kunnen handelen aan de hand van vijf sleutelhandelingen. (United nations, 2016)



Bijlage 4

Introduction of ourselves

3 papers in front of the class

With the following subjects (everyone writes one word on the papers she got, then you can go to the front and stick it on the big paper):

- Menstruation
- Puberty
- General hygiene

General hygiene

Hygiene is a set of practices performed for the preservation of health. Or like World Health Organization (WHO), "Hygiene refers to conditions and practices that help to maintain health and prevent the spread of diseases."

Demonstration washing hands

Women hygiene

Before we talk about women hygiene, it's important to know the anatomy of the body of the women. Maybe we can start by saying what we have similar with the boys?...

- Also urethra

Now, what are the differences between the body of a man and a woman?...

- Boops
- Vagina
- Broad hips
- Ovary
- Ovarian ligament
- Uterus
- Cervix

Now we're going to explain the most important things of the anatomy of the genital organ:

Outside

- There are two parts of labia. Labia majora (larger and fatter) and Labia minora (folds of skin between the labia majora). The labia surrounds and protects the clitoris, the openings of the vagina and the urethra.

- Clitoris: is a small sensitive organ located just above the urethral opening.

- Urethral opening: this is the opening we use for peeing. It is connected with the urethra inside.

Inside

- Ovary (eierstokken): the woman has 2 ovaries that are connected to the uterus. They create several hormones.
- Fallopian tube (eierleider): It connects the ovary to the uterus. The fallopian tube is around 15 centimetres.
- Uterus (baarmoeder): is a strong muscular organ that is responsible for the development of the embryo and foetus during pregnancy. The organ inside a woman's body where a baby grows
- Cervix (baarmoederhals): The cervix is the neck of the uterus. This is the place that connects the uterus with the end of the vagina. It helps to prevent infections.
- Urethra: the urethra is a tube that connects the urinary bladder to the outside of the body. The urethra has the function to pass urine to the outside

Puberty

Puberty is the time where your body begins to develop and changes as you move from kid to adult. On that time the girl also reaches sexual maturity. It begins much earlier in girls than boys - it starts about the age of 9 or 10 (between 12 and 14 for boys) and lasts roughly 5 years. During puberty, you will get the feeling that your sleeves are always getting shorter and your pants are creeping up your legs, which is called a growth spurt. It lasts for about 2 or 3 years and some grow 4 or more inches in a year. You also may notice a period of rapid weight gain, which is surely normal. With all the growing and developing going on, some girls may be uncomfortable with how their bodies are changing, but it's unhealthy to diet to try to stop any normal weight gain.

Most girls reach their mature height soon after their first menstruation (menarche) which happens about 3 or 4 years after the start of puberty. The average age for menarche is around the age of 12. But we want to highlight that the puberty and the first menstruation is individually determined.

The increase in estrogen, which is a female hormone, causes more fat on the breasts, hips, thighs, bottom and upper arms. Because of this the girl develops the characteristic body shape of a woman. Influenced by the rush of hormones, the uterus becomes bigger, the vagina becomes longer and the lips of the vulva become more pronounced. Puberty is also when secondary characteristics develop. The girl develops underarm hair, genital hair, starts sweating more and can it's possible she can get pimples. The breast becomes larger, but it's possible that one breast will grow faster than the other one.

Some teenagers worry that they are developing too quickly but most often they worry about developing too late (delayed puberty). Delayed puberty is caused by late hormone production, but there's no reason to start worrying. If however there is no sign of puberty change by the age of 16 it is important to consult a doctor to find the underlying reason.

Menstruation

When will I get my first period?

This usually happens about 2 years after puberty starts. The menstrual period, or monthly cycle, is when blood is released through the vagina. That may sound alarming, but it's normal and it signals that the girl is growing up and her body is preparing so she can have a baby someday. The duration of a menstruation period is around 2 to 7 days. You lose around the 30 milliliters blood in a period.

What's going on inside?

The blood and clots (the lining) leave the body because it's no longer needed. It comes from the uterus. Each month, blood and clots build up in the uterus in case the woman becomes pregnant. That covering would be needed if the woman's egg was fertilized by a man's sperm cell.

But most of the time, the egg does not get fertilized, so the lining isn't necessary anymore. Then the girl has her period.

Let's talk for a minute about eggs. They're not the kind you buy in a carton at the store! Girls and women have two ovaries. Each of these ovaries holds thousands of eggs, which are tiny (each no bigger than the tip of a pin). During the menstrual cycle, an egg is released from one of the ovaries and begins a trip down one of the fallopian (say: fuh-LO-pee-un) tubes to the uterus.

If a sperm cell does not fertilize the egg, the unfertilized egg and the lining from the uterus leave the body. In other words, a girl has her period. The cycle then begins again. The lining of the uterus will start building up, and about 2 weeks after the last period, another egg will be released.

What's a cycle?

When people talk about the menstrual cycle, they usually mean the days when blood and clots leave the body through the vagina. That's the most visible part of the process.

But the monthly cycle is exactly a process that takes about a month. A normal menstrual cycle for girls and teens ranges from 21 to 45 days. At most, only a week of the cycle the girl loses blood. Does anybody still remember how many days a girl gets her period?

The rest of the time, the girl doesn't have any bleeding but other stuff is happening inside the body.

When does your period start?

Most girls start to menstruate between ages 10 and 15 years. The average age is 12, but every girl's body has its own schedule.

Although there's no one right age for a girl to get her period, there are some clues that menstruation will start soon. Typically, a girl gets her period about 2 years after the puberty starts. Another sign is vaginal fluid (sort of like mucus) that a girl might see or feel on her underwear. This loss of vaginal fluid usually begins about 6 months to a year before a girl gets her first period.

What's Normal?

Especially when menstrual periods are new to a girl, it can be tough to know what's normal and what's not. Talking to your mom or another grownup woman is a good idea since they've been through it.

But for some problems, it's best to talk with the doctor. Here are some of them:

- Your period lasts longer than a week.
- You go longer than 3 months between periods.
- You have bleeding in between periods.
- You have an unusual amount of pain before or during your period.

Concerns you can experience

- What If My Periods Are Irregular?

For older girls and women, their periods pretty much stick to a regular pattern. The entire cycle lasts the same number of days (21 to 34) and they have bleeding for about the same number of days (less than a week). For the first year, a girl's periods are often irregular and hard to predict.

There are many conditions and circumstances that affect the menstrual cycle such as illness, emotional stress and an abrupt change in temperature. They can cause an irregular pattern, which can be normal because of these circumstances.

It's a good idea to keep track of your period with a calendar. About 6 years after a girl's first period, the cycles usually get shorter and more regular.

- What about physical symptoms?

Before or during your period, you can suffer with cramps, headache, painful breasts, full stomach... For minor pain, you can take medication especially for menstruation. Other things you can do that may help with menstrual pain include: regular exercise, heating pads on your stomach or meditation or relaxation.

- Is it normal I get moody around my period?

Yes, because hormone changes can make girls feel more sad or irritable before their periods start or during the periods. But not every woman suffers with this mood. Being physically active is a natural mood lifter. So regular exercise often helps like yoga, aerobic, sporting, dancing...

When you worried too much, it may be a good idea to consult a doctor to talk about this concerns.

In Praise of Periods!

It's normal to be a little nervous about your first period. And if you've already had your period a while, it's okay to dislike the problems it can cause. But don't forget to feel proud, too. Menstruation is a sign of normal growth and development. In other words, you're healthy and you're growing up just the way you should!

When does your periods stop?

The menstruation continues until a woman is either pregnant or reaches her menopause. So if you're pregnant you don't get your periods, but after the birth of a baby, the menstrual cycle recommences.

When menopause is reached, around the age 45-50, periods completely stop and pregnancy is no longer possible. It may also be defined by a decrease in hormone production by the ovaries and this informs the body to stop menstruating. Menopause is a natural change.

sanitary napkins

Once you get your period, you'll need to use something to soak up the menstrual blood. You can use the sanitary napkins.

Sanitary napkins are made of absorbent materials that you stick to the inside of your underwear (*DEMONSTRATION*).

I want someone to come in front to demonstrate how to wear a sanitary napkin. The wings (on the side) is to hold the sanitary napkin in place and prevent leakage.

Sanitary napkins come in different sizes for heavier and lighter periods. They also come in deodorant varieties, but these can irritate the vagina.

You might wonder how often pads must be changed. It depends on how much menstrual blood you have, but it's a good idea to change pads at least every 3 or 4 hours even if you're not menstruating much. Naturally, if your period is heavy, you should change pads more often because they may get saturated more quickly. If you don't change the sanitary napkin often, it can cause a bad smell and irritations.

Once you've removed your pad, wrap it in toilet paper and put it in the dustbin. Don't try to flush a pad down the toilet, it can cause obstructions in the toilet. Don't forget to wash your hands after you use the toilet, especially when you changed your sanitary napkin!

Don't use clothes as a sanitary napkins or to hold to blood during the menstruation, because it can cause irritations and maybe infections.

While you having your periods, it's still necessary to wash yourself, also your genital organ. Remove your underwear and you can take a shower. It's possible the menstrual fluid come down while showering, it can look shocking but it's normal. Never wash your genital organ with soap, it's not good for infections. The only thing you can use is soap for intimate hygiene like lactacyl. It's also important to dry the genital organ after showering, it's normal that there is a little bit blood on the towel.

Also the bathroom can be dirty, make sure you leave the bathroom clean again. It's not nice for the persons who come after you.

After showering it's better you take a new sanitary napkin.

The collage consists of five distinct illustrations:

- Top Left: Hygiene** - A blue grid containing 25 white icons representing various personal care items such as soap, toothbrush, comb, hairbrush, nail clipper, scissors, hair dryer, hair curler, hair straightener, hair tie, hair clip, hair band, hair net, hair cap, hair mask, hair oil, hair cream, hair gel, hair spray, hair wax, hair pomade, hair conditioner, hair shampoo, hair lotion, hair serum, hair essence, hair mist, hair foam, hair powder, hair spray, hair mist, hair foam, hair powder.
- Top Right: Puberty Development** - Three anatomical drawings of a female torso showing the progression of breast development from "Before puberty" to "During puberty" to "Adulthood".
- Middle Left: Internal Reproductive System** - A detailed diagram of the female reproductive system with labels: Ovary, Fimbria, Uterine cavity, Fallopian tube, Uterus, Endocervical canal, Endocervix, Ectocervix, Cervix, Internal os, External os, Vagina.
- Middle Right: External Genitalia** - A diagram of the vulva with labels: Mons pubis, Clitoris, Labium minora, Labium majora, Urethra, Hymen, Vaginal opening, Perineum, Anus.
- Bottom Left: How Your Menstrual Cycle Works** - Four sequential diagrams illustrating the stages of the menstrual cycle: 1. Egg Maturing, 2. Ovulation, 3. Ready for Fertilization, 4. Menstruation. Labels include Fallopian Tube, Ovary, Endometrium (Uterine Lining), Uterus, Uterine Cavity, Ovum (Egg), Cervix, and Vagina.
- Bottom Right: Menstrual Cycle** - A circular diagram showing the four phases of the menstrual cycle: Follicular Phase (Developing Egg), Ovulation Phase (Egg gets Released), Luteal Phase (Thickening of Endometrium), and Menstrual Phase (Endometrium Sheds). Labels also include Fallopian Tube, Ovary, Uterus, Vagina, and Endometrium.

Bijlage 5



Bijlage 6

