

生理の貧困をテーマにした ドキュメンタリー映画“Bleeding Free”から

Bleeding Free: A Documentary Film about Period Poverty



カースティン・マックロード
エディンバラ・ネピア大学准教授

Kirsten MacLeod, Ph.D
Associate Professor at Edinburgh Napier University

要 旨

本プレゼンテーションでは、私たちが作成し、つい最近、初上映したドキュメンタリー映画、『*Bleeding Free*』と、その映画がテーマとしている生理の貧困に関連する現状や課題をいくつか提示します。この映画はエディンバラ・ネピア大学の学生と一緒に制作したもので、その中心となっているテーマは、貧困が若い女性や少女たちの教育と人生のチャンスにどのような影響を与えているかです。

この映画では、大学に設置する生理用品ディスペンサーを設計した3人のスコットランド人学生の活動を軸に描きました。スコットランドには生理用品を必要とするすべての女性と少女が生理用品を利用できるようにするという政府の方針がありますが、この方針に影響を受けての活動でした。映画の中では、政府の政策レベルから、教育機関内で選挙運動をしている学生や女子学生まで、生理の貧困に対する意識を高めるためのさまざまなアプローチを取り上げています。女性のサッカー選手の経験や、高レベルのスポーツをする女性たちが月経の時にどのように対処しているかなど、女性と少女の日常の経験に焦点を当てて描いています。またこの映画では、ウガンダでの活動も取り上げました。ウガンダで行われている女子に再利用可能な生理用ナプキンの作り方を教える学校でのプロジェクトから、女性が生理用パッドを製造し販売する事業の立ち上げまでを支援するコミュニティファシリテーターや高齢者の参加の様子、月経に関する健康教育へのサポート等、さまざまなアプローチを紹介します。映画を通して過酷な時代の貧困の経験から、あらゆるイニシアチブがコミュニティ内に組み込まれ、男性を巻き込みながら、広いコミュニティの賛同を得て、持続的な成功と影響力を持つ必要があるという重要なメッセージを発信します。

Abstract

In this presentation Kirsten will talk about the 2021 documentary film, *Bleeding Free* and some of the themes it presents in relation to period poverty. The film was produced by Kirsten and students at Edinburgh Napier University. Its central theme is the impact period poverty can have on the education and life chances of young women and girls.

Charting the story of 3 Scottish students who are designing period product dispensers for their university, the film includes the development of the Scottish government's policy of making period products available to all women and girls "who need them." In Scotland the film looks at a range of approaches to raising awareness of period poverty– from a government policy level to students and schoolgirls campaigning within their institutions. It highlights the experiences of female footballers and how they cope with menstruation in high level sport, as well as the everyday experiences of women and girls. In Uganda the film offers an insight into different approaches to menstrual health education and support, from projects in schools teaching girls how to make re-usable sanitary pads, to community facilitators and elders who support women to set up businesses making and selling pads. A key message from the experiences of those challenging period poverty is that any initiatives must be embedded within communities and with the buy-in of that broader community, including men to have lasting success and impact.

報 告

はじめに

お茶の水女子大学 IGS の皆さん、本日はご招待くださりありがとうございます。今回このように講演をする機会を得ることができて、本当に光栄に思っております。この講演ではドキュメンタリー映画のご紹介をいたしますが、皆さん、それを観て、映画の上映会の開催等、ご興味を持たれましたら、是非とも私にご連絡ください。この講演の最後に、私の連絡先とウェブサイトのリンクをお知らせいたします。それでは早速、スライドを共有したいと思います。

今回の講演ですけれども、ドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"をご紹介します、イギリス、それと特にスコットランドとウガンダの生理の貧困に関する問題に焦点をあてます。これからお見せするいくつかのスライドの途中では、映画の一部を再生していきます。早速ですが、まずお見せる最初の動画は、この映画の冒頭のシーンになります。ではご覧ください。

<https://vimeo.com/manage/videos/574088073>

ドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"について

私は 2018 年から 2021 年にかけて、エディンバラのネピア大学の学生や同僚とともに、50 分間のドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"を制作し、今年の 5 月に上映会を開きました。これは学部の垣根を越えて共同制作された映画でしたが、学生にとっては生理の貧困に対して社会的

な影響を与えることを、実作業を通じて学習する機会にもなりました。主要なスタッフは、デザイン、映画、テレビの学部の学生とその職員で編成された、「ブリーディング・サウォール」というグループ、そして「スチューデントフューチャーズチーム」の就職コーディネーターでした。デザイン学部の学生は、生理用品のディスペンサーの設計を担当し、映画とテレビの学部の学生は、このドキュメンタリー映画の広報とキャンペーンの資料作成を担当しました。

このような映画制作のプロジェクトの原動力となったのは、学校、大学での生理用品の無償提供という、2018年のスコットランド政府の取り組みでした。これはスコットランドの生理の貧困を排除するための、モニカ・レノン議員のキャンペーンの一環として発足した取り組みです。この取り組みは2016年に始まり、今回のプロジェクトが開始する頃には、モニカ・レノン議員は2017年に無償生理用品のスコットランド法案というものを提出し、そしてアバディーンという都市でのパイロットプロジェクトに関する審議が実施されていました。2018年の8月に、政府は、教育現場、そして支援団体に対する生理用品の無償提供を確約し、慈善団体や図書館、コミュニティセンターなどの全ての公共施設での製品の無償提供に資金を提供することになりました。このようなスコットランド政府の取り組みがきっかけとなり、ネピア大学の職員と学生はより広範囲な生理の貧困の問題に取り組み、自分たち自身で変化を促すプロジェクトに取り組むことを決めました。

スコットランドにおける生理の貧困

このスコットランドでは、モニカ・レノン議員のキャンペーンが開始するまで、生理の貧困というのは隠されていて、人が話すこともない、認められていないような現象でした。生理の貧困は生理用品を購入する余裕のない低所得者に影響を与えるだけでなく、一般の女性や少女たちも、生理用品を入手することが困難なために、教育現場や職場、そして公共の場所で様々な影響を受けています。また、生理の貧困は、ジェンダー差別、特に教育現場での若い女性や少女の人生における機会の喪失に直結し、影響を及ぼしています。ジェンダーのスティグマと社会的な不名誉として機能し、その存在が恒久的に続くのです。

スコットランドでは2018年に、2000人以上の若者を対象にした「ヤングスコット」と呼ばれる調査が実施され、以下のことがわかりました。まず教育を受けている人の26%、約4分の1が前の年に衛生用品の入手に苦労したと答えています。また、回答者の17%は、フードバンクなどの慈善団体や友人を頼りにしたことがあると答えています。また、5人に1人が経済的事情から、生理用品を使わずに過ごさなければならなかったと答えています。また、10人に1人は、衛生用品の購入よりも、食料品など他の重要な家庭用品を優先せざるを得なかったと述べていました。

2017年に、イギリスで「プラン・インターナショナル・UK」という団体が実施した、イギリスの14歳から21歳の1000人を対象とした調査があるのですが、この対象者の10%が生理用品を買う余裕がなかったと言っております。また15%、少女の7人に1人は、生理ショーツを購入する際に苦労したと報告しています。あと、少女の10人に1人以上、12%が、価格の問題のために生理ショーツを買えず、他の物で代用しなければならなかったと言っています。「自分の生理について教師と自由に話すことができます」というように答えた少女は22%、5人に1人とどまっていた。

教育の影響

では、映画で触れられている内容や場面から見てくる、広範な問題のいくつかについて話を進めていきたいと思います。まず教育に対する影響です。この映画では、生理用品を入手することができない場合の教育に対する影響について触れています。特にスコットランドでは、公共の場での入手の困難さが、スティグマだったりジェンダーにおける差別の原因になっています。イギリスでは少女の49%が、生理が原因で学校を終日休み、そのうちの59%が本当のことを隠したり他の言い訳を言ったりしていました。あと、少女の64%が生理のために体育の授業やスポーツのレッスンを欠席しており、そのうち50%の少女が本当のことを隠したり他の言い訳をしていました。

スコットランドで初めての生理用品の無償提供のパイロットプロジェクトが始まってから1年後、また同じような調査を行ったところ、回答者の89%は生理が来ることについてあまり心配しなくなったと答えています。また64%の回答者は、生理中でも通常の活動が続けることが困難ではなくなってきたと答えています。さらに25%は、生理用品を入手できるようになってからは、精神的な健康、あるいはウェルビーイングといったものが改善したと言っています。

ウガンダにおける「生理と女性」

今度はウガンダの例です。ウガンダの月経に関する教育の担当者とコミュニティのメンバーは、「少女は生理が始まると通学することを諦めなければならないという厳しい現実を経験している」と語っています。このことは、生理用品の入手が困難でトイレの施設も乏しく、自分の生理をちゃんと認められた形でコントロールすることができないからです。このような問題に直面している少女は、自分の学校や人生において多くの機会を失っています。ウガンダでは、中等学校に入学している少女はわずか22%で、91%の少女は小学校止まりです。農村部に暮らす少女は、学校に行く可能性が最も低い集団に属しています。研究者の調査によりますと、生理用品のコスト、あるいは生理をコントロールするときの困難さが原因で、少女が学校から締め出されていると分析されています。

政策の重要性

では、物事の変更に影響を与える政策の重要性について話をすすめたいと思います。この映画では変化を与える・影響を与える政策の重要性についても触れていますが、モニカ・レノン議員のキャンペーンの様子を紹介しています。この箇所の冒頭で、彼女は2018年のスコットランド議会で提案を提出し、衛生用品というのは必需品であって贅沢品ではないというように主張しました。スコットランドは、生理用品の入手を保障する世界で最初の国となり、年間推定870万ポンドの費用をこれに充てています。ウガンダでは、モニカ・ニラグハブア氏が、平等と変化を確実にする最善の方法として、世界中の政府に生理用品の無償提供を確約するように働きかけています。

知識の必要性

今度は知識という側面についてお話ししたいと思います。この映画では、社会的スティグマの影

響と、知識の欠如というものが組み合わさることで、どのようにこの生理用品の入手を困難にする障壁が生まれるのか、また、知識を得ることで少女をどのように守ることができるか、そういった側面についても触れています。またネピア大学の学生と、グラスゴーの女子学生の経験を描き、生理が始まったときに最初どのような経験をしたのか、そして生理に関する知識不足がどのようなものであったのかということも紹介しています。具体的には、イギリスでの調査が、以下のことを示しています。7人に1人、14%の少女は自分に生理が始まったときに何が起きているのかわからなかったと言い、また4分の1以上、26%の少女は、生理が始まったときにどうしたらいいのかわからなかったと回答しています。ウガンダのカンパラという場所で、月経教育を担当している人や女子生徒の語りから、少女も、また家族ですら生理が始まったときには何が起きているのかわからなかったと言っており、これも知識の欠如を表しています。しかし同時に、学校や家庭からの支援を受けている少女であれば、自信と安心感をちゃんと持つことができるということもわかってきています。

月経教育とキャンペーン

この映画の中では、ますます活発化している月経と健康に関する啓発運動やキャンペーン、教育や政策の変化の様子も描いています。ネピア大学の学生は、「ブラッディ・ビッグ・ブランチ」という企画を立ち上げました。その目的は、学生たちの生理の貧困に対する意識を高め、そして月経、生理にまつわるスティグマをなくすことです。また、グラスゴーにある聖ムンコ学校の女子生徒たちは、学校でキャンペーンを実施し、クラスメートの知識の向上に努めていました。生理に関して活発な活動を実施しているビクトリア・ヒーニー氏は、彼女の研究とキャンペーンについて語っています。また、社会的企業である「ヘイ・ガールズ」という団体は、生理用品を実際に生産し、また教育プログラムも提供しています。

一方ウガンダでも、月経、生理の健康教育に関しまして、様々なアプローチをとっています。例えば「ガール・アップ」という団体がありまして、そこのモニカ・ニラグハバ氏は、自信を醸成するためのプログラムを通じて、少女が自分で発言するための勇気と力を与え、あるいは男性や少年を含むコミュニティ全体に対して啓蒙活動を実施し、少女が自分で生理用ナプキンを作製する方法を教えています。あとは、「アイライズ・インターナショナル」という団体がありまして、ここでは学校やコミュニティグループと協力して、月経教育と支援を提供しています。また、「公衆衛生アンバサダー・ウガンダ」というところでは、若い世代が主導で運営をし、月経や公衆衛生に関するメッセージを学校に対して直接発信しています。あとは「デイズ・フォー・ガールズ」では、女性に対して生理用品ナプキンの作製方法を教えますし、コミュニティの講師を通じて、ソーシャルエンタープライズの起業にも貢献しています。この映画では様々なアプローチが紹介されていますが、その目的は、映画を観た人が今度は自信を持って生理について話し、自分たちの生活で変化を起こし、他者への支援を提供してもいいんだと、そういうことを感じてもらうようにするということです。また、このウガンダで進行中の、今までにはないような革新的な取り組みと、そういった取り組みが世界の他の国々にとっての模範になり得るということ、それも重要なテーマです。

それではここで、もう一つ、動画をご紹介します。その内容は、ネピア大学の学生による生理の貧困に対するキャンペーンと意識向上のための活動、そしてウガンダにおける再利用可能な生理用ナプキンやその他の用品を生産する、ソーシャルエンタープライズを運営する女性を紹介しています。<https://vimeo.com/manage/videos/574369591>

スティグマと羞恥心

次に、スティグマと羞恥心ということについてお話をします。この映画では、スコットランドとウガンダの両方で、生理を取り巻くスティグマと羞恥心についても触れています。実際、このモニカ・レノン議員の法案の目的の一つも、スティグマとの闘いがありました。イギリスでの研究では、生理と生理用品の入手に関してもスティグマというものが存在するということが明らかにされています。まず、イギリスの14歳から21歳の少女の半数近く、48%は、生理について羞恥心を持っていると答えています。あと、14歳から21歳の少女の71%は、生理用品を購入することは恥ずかしいことだというように感じています。ローさんという方は、1990年に月経、生理の存在を示す全ての証拠を隠されなければならないという前提を中心に、女性と少女が遵守すべき規則と行動というもの、それが月経のエチケットになっているということについて言及しました。こういったことを遵守するためには、多くの気遣いを伴います。女性と少女は経血を隠すだけでなく、経血を隠す生理用品自体も隠さなくてはなりません。しかも、生理中であるということ気付かれなないようにしなければなりません。ロー氏の言葉を借りると、これらの慣行というのはジェンダー階層の産物であり、階層の強化であるということになります。もっと最近の話になりますと、モファット氏とピカリング氏、この二人は月経、あるいは生理のスティグマとタブーが与える真の影響、そしてこの月経のエチケットを、二重負担であると論じました。両氏はこのような二重負担というのが、技術と組み合わせたとき、制度的にさらに大きな存在になると言っています。具体的には、サニタリーボックスや生理用品のディスペンサーなどの技術がなかったり、あるいは機能していない場合、女性と少女は社会的インフラの支援がないところで自分の生理を見えないようにしなければならない。つまり、第二の負担を経験することになります。アイルランドのサッカー選手の経験は、この問題の実際に示しています。サッカークラブでは衛生用品を提供する場所がなく、女子選手は生理用品を入手することができません。映画で紹介されている内容ですけれども、ネピア大学の学生は、政府の方針によって生理用品をすべて無償で提供されることが決まって、ディスペンサーを製作しました。これは今述べたような、負担に対応する前向きな方法です。学生や女子学生が行ったキャンペーンというものは公開されますし、それぞれの学校、大学でも実施状況を確認することができます。また、ソーシャルメディア上でもその内容は共有されています。ヘイ・ガールズという団体に属しているモリーさんは、アイライズ・インターナショナルのアクロさんと同様に、学校での授業を通じて、羞恥心というのは無用の産物だと伝えています。

男性たちの関わりと理解

ここでは、男性や少年からの側面についてもお話します。特に重要なのは、スティグマをなくそうと努力する中で、男性や少年、そしてコミュニティにも対話に参加してもらうということが

必要だということです。この映画に登場する何人かの人たちが、このことを指摘しています。この点はグラスゴーの女性生徒にとって、特に重要な意味を持ちます。なぜなら、ウガンダのガール・アップのモニカさんがいっておられるように、少年あるいはコミュニティ全体が少女の発言に反対したり、生理用品の入手を支援しないと、仮に少女が発言する勇気を持っていたとしても、それが意味のないことになってしまうからです。この映画ではまた、男性に欠けているのは月経を理解しようとする意志ではなくて、月経に関する知識であるということをユーモアを交えて紹介しています。

それでは、ネピア大学の男子生徒が生理について話し、その後高校生が男子生徒にキャンペーンへの参加を呼びかける様子をお見せしましょう

<https://vimeo.com/manage/videos/574364472>

まとめとして

ではまとめに入ります。生理用品を無償で提供するということは、生理の貧困を終わらせるのに役立つだけでなく、ジェンダー平等を促進することにも役に立ちます。この映画では、冒頭のタイトルから実例、あるいはスコットランドとウガンダの女性と少女のリアルな経験まで紹介してきましたが、映画の中で伝えたかったメッセージは、まず生理用品は全ての人に無償で提供されるべきであるということです。生理は恥ずかしいことではないし、隠される必要があるものでもありません。恥ずかしいもの、隠されるべきものというふうに思う限り、生理用品の入手の困難さ、女性の人生における機会の喪失や不平等は永遠に続いてしまいます。個人にも組織にも、できることは必ずあります。また、変化を実現させるということは可能です。このような変化を支援、促進するには、政治家をも巻き込んでいく必要があります。

皆さん、ご静聴ありがとうございました。

Presentation

Thank-you for inviting me to the Institute for Gender Studies at Ochanomizu University to speak. I am really honoured to be invited and to have the opportunity to talk with you. Please do contact me if you are interested in hosting screenings of the film! I will share details at the end and with the hosts of the Website and my contact details.

I will share my slides with you now.

SLIDE 1

In this presentation I will discuss the documentary film, *Bleeding Free* and use it to highlight issues relating to period poverty in the UK – specifically in Scotland and also in Uganda. I am going to share some slides and show clips from the film. This first clip I am showing is from

the beginning of the film.

CLIP1 : BEGINNING OF FILM: <https://vimeo.com/manage/videos/574088073>

SLIDE 2

Background the Film

I produced the 50-minute documentary, *Bleeding Free*, with students and colleagues at Edinburgh Napier University between 2018 and 2021, launching it in May of this year. It was a collaborative inter disciplinary production that embedded work based learning for students with social impact aims relating to period poverty. At its heart was the collective, *Bleedin Saor* made up of Design and Film & Television students and staff along with our placements coordinator from the Student Futures team.

The Design students were tasked with designing dispensers for period products in schools and universities and the Film & TV students to make publicity & campaigning materials and a documentary film.

SLIDE 3

Every Student Should Have A Free Period

The impetus for this project was the Scottish Government's initiative in 2018 to provide free period products in schools, colleges and universities. This came midway in what was MSP Monica Lennon's campaign to eliminate period poverty in Scotland.

This had begun in 2016 and by the time our project started Monica Lennon had lodged a **Free Period Scotland Bill – Draft** (11 August, 2017) and a consultation process was underway with a pilot project in the city of Aberdeen.

In August 2018 the government's commitment to free period product provision in education included supporting communities by funding free products for charities and in all public buildings such as libraries, community centres.

This Scottish Government initiative inspired the Napier staff and students to engage with the broader issues of period poverty and take on a project to promote change themselves.

Period Poverty in Scotland *was* a hidden, unspoken and unacknowledged phenomenon until Monica Lennon's campaign. **Period poverty** affects those on low incomes who cannot afford access to period products, as well as being part of a broader lack of access to period products in public places (such as the workplace and education) where women and girls often need period products.

SLIDE 4

Period Poverty Reflects & Impacts

Period poverty reflects & impacts GENDER INEQUALITY, THE LIFE CHANCES of women and

girls, especially in EDUCATION & is a function of and perpetuates gendered STIGMA and social shame.

SLIDE 5

Period Poverty in Scotland

In Scotland a **Young Scot** 2018 survey of more than 2000 young people found that:

- Around a quarter (26%) of respondents in education said they had 'struggled to access sanitary products' in the previous year.
- 17% said that they had at some point relied on charitable sources, such as food banks or friends.
- Nearly one in five respondents said that they had had to go without period products because of finances,
- one in 10 said they had been forced to prioritise other essential household items, such as food, over buying sanitary wear.

SLIDE 6

Period Poverty in The UK

- A **survey (by Plan International UK) in 2017** of 1,000 14-21 year olds in the UK reported that: 10% of those surveyed had been unable to afford sanitary products, while 15% (One in seven girls) had struggled to afford sanitary wear
- More than one in ten girls (12%) has had to improvise sanitary wear due to affordability issues
- Only one in five (22%) girls feel comfortable discussing their period with their teacher

I would like to draw out aspects and scenes from the film and discuss some of the broader issues they exemplify or represent.

SLIDE 7

Impact on Education

The film seeks to emphasise the impact on education that lack of access to period products can have – in Scotland especially through the stigma and lack of access in public places creating gender inequality.

- UK - 49 per cent of girls have missed an entire day of school because of their period, of which 59 per cent have made up a lie or an alternate excuse
- UK - 64 per cent of girls have missed a PE or sport lesson because of their period, of which 52 per cent of girls have made up a lie or excuse
- A year after the initial Scottish pilot project for free sanitary provision, '89% of respondents admitted they were less worried about having their period, 64% were more able to continue with day-to-day activities during their period, and 25% said having

access to products has improved their mental health and wellbeing.

SLIDE 8

Uganda-Education

In Uganda the testimony of menstrual educators and community members reveals the lived experience of the stark drop off for girls in education attendance when they begin menstruation. The challenges faced by girls with lack of access to products, to toilet facilities, and to the dignity to manage their periods, means many miss school and their life chances are significantly impaired.

- In Uganda, only 22 per cent of girls are enrolled in secondary schools compared with 91 per cent in primary schools, with those living in rural areas being the least likely group to go to school. Researchers believe that the cost of hygiene products and the difficulties in managing periods play a key role in keeping girls out of school.

SLIDE 9

The Importance of Policy to Affect Change

The film demonstrates the importance of policy to affect change. It loosely charts Monica Lennon's campaign, opening with her 2018 Proposal in the Scottish parliament where she asserts that, "**sanitary products are a necessity, not a luxury.**" Scotland is the first nation in the world to guarantee this access to menstrual products, costing an estimated £8.7 million per annum.

In Uganda, Monica Nyiraguhabwa calls on governments around the world to commit to free sanitary provision as the best way to ensure equality and change.

SLIDE 10

Knowledge

The film highlights how a lack of knowledge combined with the impact of social stigma can create barriers to accessing menstrual products and how our young girls want to be armed with that knowledge. The film draws on the experiences of Napier students and Glasgow schoolgirls who recount their first experiences of getting their periods and the lack of knowledge they had when menstruation began. UK data has shown that:

- One in seven (14 per cent) girls admitted that they did not know what was happening when they started their period and more than a quarter (26 per cent) reporting that they did not know what to do when they started their period

This lack of knowledge was further reflected in Uganda where menstrual health educators and schoolgirls in Kampala tell us stories of girls and even their families not knowing what is happening when girls begin menstruation.

We also witness however the confidence and assurance of girls who are supported by their families and schools.

SLIDE 11

Campaigning & Menstrual Health Education – the film reflects a growing movement of menstrual health awareness, campaigning, education and policy change.

- The students at Napier organise the Bloody Big Brunches that raise awareness of period poverty to their peers and with the aim of de-stigmatising menstruation.
- The schoolgirls at St. Mungo's School in Glasgow run a campaign at their school and educate their classmates;
- period activist Victoria Heaney speaks about her research and campaigning
- and social enterprises such as Hey Girls, produce period products and deliver education programmes.

SLIDE 12

Education & Social Enterprise

In Uganda we see different approaches to menstrual health education.

- Monica Nyiraguhabwa of Girl Up empowers girls through confidence building programmes, she educates communities, including men and boys and teaches skills for girls to make their own pads.
- At Irise International, they work with schools and community groups to deliver menstrual education and support;
- Public Health ambassadors Uganda is youth led, taking menstrual and public health messages directly into schools;
- Days for Girls train people in period pad production as well as initiating social enterprises through community trainers.

The film shows a range of approaches and aims to encourage audiences to feel confident in talking about periods, making a change in their lives and supporting others. It was important as well to represent the innovative work being done in Uganda and how initiatives there can set examples for the rest of the world.

FILM CLIP 2 Campaigns & Social Enterprises:

This clip shows the Napier students campaigning and raising awareness of period poverty; and in Uganda a woman who runs a social enterprise making re-usable sanitary pads and other goods.

<https://vimeo.com/manage/videos/574369591>

SLIDE 13

Stigma and Shame

The film highlights the stigma and shame surrounding menstruation in both Scotland and Uganda. Combatting stigma was an aim of Monica Lennon's bill.

Research in the UK demonstrated the stigma still surrounding periods and access to products

- Nearly half (48 per cent) of girls aged 14-21 in the UK are embarrassed by their periods
- 71% of 14-21 year olds felt embarrassed buying period products

Laws (1990) has framed as "menstrual etiquette" the rules and behaviors for women and girls which are centred around the premise that all evidence of menstruation must be hidden. This entails a lot of work - women and girls must conceal both blood and the products used for this concealment. And all the while ensuring menstruation is not mentioned. These practices are, for Laws, "***both a product and reinforcement of gender hierarchies.***"

Moffat and Pickering (2019) have discussed the real impacts of the stigma and taboo of menstruation and managing this menstrual etiquette as a '**double burden.**' They highlight how this intersects with technology and is reinforced institutionally - when technologies such as sanitary bins or product dispensers are absent or out of order, women and girls experience this 'second burden' of having to maintain the invisibility without the support of 'social infrastructure.'

SLIDE 14

Challenging Stigma

The Hibernian footballers exemplify this challenge with their experiences of a lack of sanitary facilities at the football club which lacks provision for women players.

In the film, the Napier students produce accessible dispensers with free for all period products (provided as a result of policy at Government level) - a positive response to tackling this burden. The students and schoolgirls' campaigns are public, visible in their institutions and further communicated on social media.

Molly from ***Hey Girls*** challenges the shame in her education sessions in schools, as does Agnes Akullo from ***Irise International***.

SLIDE 15

Men & Boys

And crucially, challenging stigma includes bringing men, boys and communities into the conversation. Several of our contributors make this point, and it is crucial for the schoolgirls in Glasgow as it is in Uganda for Monica of Girl Up, who states, that there is no point in just empowering the girls if the boys and wider community resent them or do not support their access to products. With humour the film also shows how our men lack knowledge, not the will to understand menstruation.

FILM CLIP3: MEN & BOYS: <https://vimeo.com/manage/videos/574364472>

This clip shows some of the Napier male students talk about periods, followed by the pupils at the high school and their efforts to include the boys in their campaign.

SLIDE 16

Conclusion

Free products not only help to end period poverty, they promote equality. The key message from our film, from the title to the examples and lived experiences of women and girls in Scotland and Uganda is that period products should be free for all. Menstruation is not something shameful or that need be hidden and where it is we perpetuate a lack of access, life chances and inequality. Individuals and groups can do something about this –change is possible and policy makers need to be involved to support and facilitate this change.

SLIDE 17

Thank-you.

Back to Un-SHARE SCREEN

k.macleod2@napier.ac.uk

Bleeding Free: <https://bleedingfree.wordpress.com>

Hey Girls: <https://www.heygirls.co.uk>

Days for Girls: <https://www.daysforgirls.org>

Girl Up: <https://www.girlupuganda.org>

Irise International: <https://www.irise.org.uk/east-africa-work/>

Public Health Ambassadors Uganda: <https://phauganda.org>



Presentation Slides

Slide 1



Slide 2



Slide 3

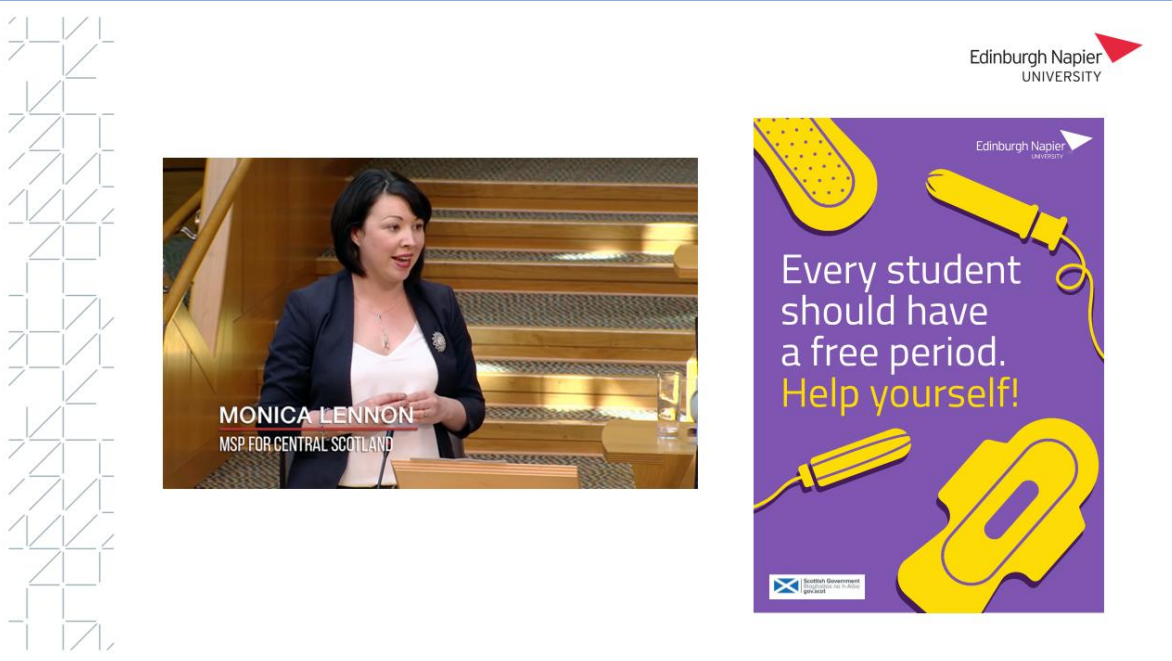


MONICA LENNON
MSP FOR CENTRAL SCOTLAND

Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Every student
should have
a free period.
Help yourself!

すべての学生が無償で生理用品を入手
できるべきです。
どうぞご自由にお取りください！




MONICA LENNON
MSP FOR CENTRAL SCOTLAND

Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Every student
should have
a free period.
Help yourself!


Slide 4




Edinburgh Napier
UNIVERSITY

生理の貧困の反響と影響

- ジェンダー不平等
- 女性と少女たちの人生の機会(特に教育において)
- ジェンダーのスティグマと社会的に恥ずかしいこととして機能し、それを継続させる。








Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Period poverty reflects & impacts

- GENDER INEQUALITY,
- THE LIFE CHANCES of women and girls, especially in EDUCATION
- It is a function of and perpetuates gendered STIGMA and social shame.





Slide 5



スコットランドにおける生理の貧困

スコットランドで(ヤング・スコットが) 2018年に実施した2000人以上の女子を対象にした調査では、以下のことがわかった。

- 教育を受けているおよそ4分の1 (26%) の回答者が、前年に生理用品を入手するのに苦労していたと答えた。
- 17% が、ある時点でフードバンクや友人など慈善的なところを頼っていた。
- およそ5分の1 の回答者が、経済的な理由で、生理用品がないために、そうしたところに行かざるを得なかったと答えていた。





Period Poverty in Scotland

In Scotland a 2018 (**Young Scot**) survey of more than 2000 young people found that:

- Around a quarter (26%) of respondents in education said they had 'struggled to access sanitary products' in the previous year.
- 17% said that they had at some point relied on charitable sources, such as food banks or friends.
- Nearly one in five respondents said that they had had to go without period products because of finances.

Slide 6



英国における生理の貧困


- 英国で2017年に実施された14歳から21歳の女子1000人を対象とした調査では、次のようなことが報告された。
- 調査対象の女子の10%が生理用品を買うお金がなく、さらに、15%（約7分の1）が生理ショーツを買うお金がなく、苦勞していた。
- 女子の10人に1人以上（12%）が、経済的な問題で、生理ショーツを間に合わせで済ませなければならなかった。
- 教師と生理について安心して話せると感じている女子は、たったの5分の1（22%）しかいなかった。




Period Poverty in the UK

- A survey (by Plan International UK) in 2017 of 1,000 14–21 year olds in the UK reported that: 10% of those surveyed had been unable to afford sanitary products, while 15% (one in seven girls) had struggled to afford sanitary wear
- More than one in ten girls (12%) has had to improvise sanitary wear due to affordability issues
- Only one in five (22%) girls feel comfortable discussing their period with their teacher

Slide 7







Edinburgh Napier
UNIVERSITY

教育における影響

- 英国- 女子の49%が、生理のために丸一日、学校を休んでいた。
- 英国 - 女子の64%が、体育の授業やスポーツのクラスを休んでいた。(そのうちの52%が、うそをついたり、言い訳をして休んでいた。)
- スコットランドで最初の無償で生理用品を提供する試験プロジェクトを行った翌年、89%の女子回答者が生理のことを心配しなくて済むようになったと言っていた。
- 64%が生理期間中も日常的な活動がさらに継続できるようになったと言っていた。
- そして25%が、生理用品を入手できるようになったことで、メンタルヘルスやウェルビーイング(健康や幸福)が改善されていると答えていた。





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

IMPACT ON EDUCATION

- UK - 49 per cent of girls have missed an entire day of school because of their period
- UK - 64 per cent of girls have missed a PE or sport lesson because of their period (of which 52 per cent of girls have made up a lie or excuse)
- A year after the initial Scottish pilot project for free sanitary provision, '89% of respondents admitted they were less worried about having their period,
- ...64% were more able to continue with day-to-day activities during their period,
- ...25% said having access to products has improved their mental health and wellbeing.

Slide 8



Edinburgh Napier
UNIVERSITY

ウガンダ – 教育

ウガンダでは、女子の91%は小学校に通っているのに、中学校には22%しか通っていない。田舎で暮らす女子たちは、とくに学校に行っていない集団である。



調査によると、衛生用品のコストと生理の管理の難しさが、女子たちを学校に行けないようにする重要な要因になっていた。



Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Uganda - Education

In Uganda, only 22% of girls are enrolled in secondary schools compared with 91% in primary schools. Girls living in rural areas are the least likely group to go to school.



Research shows the cost of hygiene products and the difficulties in managing periods play a key role in keeping girls out of school.

Slide 9



Edinburgh Napier
UNIVERSITY

THE IMPORTANCE OF POLICY TO AFFECT CHANGE

変化を促すための政策の重要性

生理用品は必要不可欠なもので、贅沢品ではないのです。
(モニカ・レノン、2018年)





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

THE IMPORTANCE OF POLICY TO AFFECT CHANGE

変化を促すための政策の重要性

“sanitary products are, a necessity, not a luxury”
(Monica Lennon, 2018)

生理用品は必要不可欠なもので、贅沢品ではないのです。
(モニカ・レノン、2018年)



Slide 10




知識

英国 - 女子の7分の1 (14%)
が、生理がはじまったときに、
何がおこっているのかわから
なかったと言っている。

英国 - 女子の4分の1以上
(26%) が生理が始まったとき
に、どうしたらいいのかわから
なかったと言っている。







KNOWLEDGE

UK - One in seven (14%) girls
admitted that they did not
know what was happening
when they started their
period.

UK - More than a quarter (26
) did not know what to do
when they started their
period.



Slide 11

CAMPAIGNING & MENSTRUAL HEALTH EDUCATION

CAMPAIGNING & MENSTRUAL HEALTH EDUCATION

キャンペーンと月経健康教育






BLOODY BIG BRUNCH.

Slide 12

Education & Social Enterprise

Education & Social Enterprise

教育と社会企業





MONICA NYIRAGUAKWA
Co-ordinator of the initiative Uganda











DORCUS OGIANG
Tussock Social Enterprise Manager
I have girls, some of them are orphans
and I couldn't be able to buy pads every month.

Slide 13



スティグマと羞恥心

- 英国の14歳から21歳の女子のおよそ半数(48%)が、生理によって恥ずかしい思いをしていた。
- 14歳から21歳の女子の71%が、生理用品を買うことを恥ずかしいと感じていた。
- “月経エチケット” (法律,1990)
- “製品とジェンダーヒエラルキーの強化” (法律,1990)
- ‘**二重の負荷**’ (Moffat and Pickering, 2019)



STIGMA AND SHAME

- Nearly half (48%) of girls aged 14–21 in the UK are embarrassed by their periods
- 71% of 14–21 year olds felt embarrassed buying period products
- “menstrual etiquette” (Laws,1990)
- “*both a product and reinforcement of gender hierarchies.*” (Laws,1990)
- ‘*double burden*’ (Moffat and Pickering, 2019)

Slide 14



Edinburgh Napier UNIVERSITY


Challenging stigma スティグマへの挑戦



LIA TWEEDIE & LEAH EDDIE
HIBERNIAN WOMEN FC




Slide 15





Edinburgh Napier UNIVERSITY

Men & Boys 男性および男子



Slide 16








Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Bleeding Free

<https://bleedingfree.wordpress.com>



Hey Girls: <https://www.heygirls.co.uk>
Days for Girls: <https://www.daysforgirls.org>
Girl Up: <https://www.girlupuganda.org>
Irise International: <https://www.irise.org.uk/east-africa-work/>
Public Health Ambassadors Uganda: <https://phauqanda.org>

Slide 17





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Thank you!

ご清聴ありがとうございました。

k.macleod2@napier.ac.uk

カースティン・マックロード氏 プロフィール

カースティン・マックロード氏は、エディンバラ・ネピア大学の映画・テレビ学部の准教授であり、BA (Hons) テレビのプログラムリーダーを務めている。マックロード氏は、映像人類学、テレビ放送、コミュニティメディア制作のバックグラウンドを持ち、研究対象は、コミュニティ、参加型および代替メディア、社会的影響のある映画製作、ジェンダー、地域の知識などである。AHRC / GCRF が資金提供するプロジェクト、Pacific Community Filmmaking and Gender, Impact and Public Engagement (2021-22) のリーダー、および ESRC が資金提供するプロジェクトの利益相反委員会の委員も務めており、COVID-19 の発生時の亡命希望者と難民を収容するための一時的な宿泊施設の使用について、デジタル手法と映画製作のアウトプットという方法を採用して調査している。彼女は、エディンバラ・ネピア大学の学生や同僚と一緒に作成した月経の健康教育と生理用品へのアクセスに関するドキュメンタリー映画『*Bleeding Free*』(2021) のエグゼクティブプロデューサー兼編集プロデューサーも務めた。

Kirsten MacLeod, Ph.D.

Profile

Kirsten MacLeod is Associate Professor in Film & Television at Edinburgh Napier University, where she is Programme Leader for BA (Hons) Television. She has a background in Visual Anthropology, broadcast television and community media production. Her research interests include community, participatory and alternative media, social impact filmmaking, gender and local knowledge. She leads on the AHRC/GCRF funded project, *Pacific Community Filmmaking and Gender, Impact and Public Engagement* (2021-22) and is a Co-I on ESRC funded project, *Investigating The Use Of Temporary Accommodation To House Asylum Seekers And Refugees During The COVID-19 Outbreak*, employing digital methods and filmmaking outputs. She is the Executive Producer and Edit Producer of *Bleeding Free (2021)*, a documentary on menstrual health education and access to period products, made with students and colleagues at Edinburgh Napier University.