

Sportowcy przypominają: mimo pandemii - dbaj o klatę

Wrz 29, 2020

Jak pokazują badania opinii, ponad połowa ankietowanych mężczyzn (56%) będących w związkach deklaruje, że zachęcali swoje partnerki/żony do samobadania piersi. Z kolei co piąta kobieta nie wie, jak je przeprowadzić. O profilaktyce raka piersi powinny pamiętać nie tylko Polki, ale także najbliżsi im mężczyźni. O tym m.in. dyskutowali paneliści podczas debaty połączonej z premierą wyjątkowego kalendarza „Power of Community 2021” wydanego w ramach 5. edycji kampanii „BreastFit. Kobiety Biust. Męska sprawa”.

Badania potwierdzają – Polki badają się zbyt rzadko

Badania sondażowe, przeprowadzone na zlecenie Novartis Oncology i Fundacji Onkocafe-Razem Lepiej na potrzeby tegorocznej edycji kampanii „BreastFit. Kobiety Biust. Męska sprawa”, pokazują, że Polacy są dość pewni swojej wiedzy o raku piersi, 85% respondentów (a w szczególności kobiety: 93%) deklaruje, że wie w jaki sposób diagnozuje się raka piersi u kobiet. Pomimo tego wyniku, wciąż 20% badanych kobiet przyznaje, że nie wie, jak samodzielnie wykonać badanie. Sytuację pogarsza panująca pandemia, to właśnie przez nią co czwarta respondentka odwołała lub przesunęła termin umówionych badań, a 13% kobiet w ogóle nie umówiło wizyty.

Wyniki przeprowadzonego badania były omawiane podczas spotkania towarzyszącego premierze kolejnej edycji wyjątkowego kalendarza „Power of Community 2021”, które odbyło się 23 września w Warszawie. W 2015 roku powstał pierwszy kalendarz, który dał początek kampanii „BreastFit. Kobiety Biust. Męska Sprawa”. Jej misją i głównym celem jest zwiększenie świadomości na temat wczesnego wykrywania raka piersi, przebiegu tej choroby w różnych stadiach zaawansowania, ze szczególnym podkreśleniem roli mężczyzn towarzyszących w chorobie. Dochód z kalendarza co roku jest przeznaczony na wsparcie kobiet z zaawansowanym rakiem piersi.

- Zgodnie z wynikami badań, co czwarty ankietowany mężczyzna, będący w związku nie wie, czy partnerka/żona wykonuje samobadania piersi. Jednocześnie ponad połowa badanych deklaruje, że zachęcali swoje partnerki do samobadania piersi. Ten wynik nie jest zły, ale pokazuje, że wciąż dużo jest do zrobienia. Dlatego nasza kampania skierowana jest nie tylko do kobiet, ale również, albo nawet przede wszystkim, do panów. Oswojenie mężczyzn z rakiem piersi, uświadomienie im, jak mogą pomóc kobiecie w samobadaniu, jak powinni z nią rozmawiać i wesprzeć w procesie diagnozy oraz choroby to kluczowe aspekty naszej kampanii - mówi Adrianna Sobol, psychoonkolog, Fundacja Onkocafe–Razem Lepiej.

- Dostęp do świadczeń medycznych w Polsce wciąż nie jest taki sam we wszystkich regionach kraju. Im dłużej kobiety czekają na badanie, tym mniejsza szansa na wczesne wykrycie nowotworu. Z Fundacją kontaktuje się wiele kobiet, które chciałyby przeprowadzić USG piersi, ale muszą na nie czekać zdecydowanie za długo, niekiedy nawet 3-4 miesiące. W tym roku chcieliśmy pomóc kobietom z regionów, gdzie dostęp do świadczeń medycznych jest utrudniony i dać im szansę na badanie. Dzięki naszej inicjatywie, przeprowadzonej wspólnie z Fundacją Philips, 1000 Polek w całym kraju może skorzystać z darmowych badań USG piersi – mówi Anna

Podstawą są regularne badania – apelują eksperci

Zaproszony na wydarzenie prof. dr hab. n. med. Tadeusz Pieńkowski, Prezes Polskiego Towarzystwa Badań nad Rakiem Piersi podkreślał, jak wczesne wykrycie choroby zwiększa szanse jej wyleczenia:

- Umieralność na raka piersi spada w większości państwach Europy, a w Polsce rośnie. Tymczasem z perspektywy medycznej coraz częściej uznajemy raka piersi za chorobę przewlekłą, którą się leczy i z którą można żyć długo, nawet w przypadku przerzutów. Badania przesiewowe i zwiększanie liczby nowotworów piersi wykrywanych wcześniej to klucz w poprawieniu tej przykłej statystyki - podkreśla prof. Tadeusz Pieńkowski - Klinika Onkologii i Chorób Piersi CMKP, Oddział Radioterapii i Onkologii CSK - MSWiA w Warszawie.

- Wczesne wykrycie to niemal stuprocentowa szansa na pełne wyleczenie, dlatego wspieram wszelkie działania, które mają stymulować czujność onkologiczną. Oczywiście w ostatnich latach dużo się zmieniło, jeśli chodzi o samoświadomość w zakresie profilaktyki raka piersi. Coraz więcej kobiet ma świadomość, że powinny zainteresować się tym tematem, zrobić badania, wykonać samobadanie piersi, wciąż jednak jest spora liczba kobiet, które ignorują zalecenia, myślą, że choroba ich nie dotyczy. Tymczasem należy sobie uświadomić, że ta choroba może dotyczyć każdej z nas i dlatego trzeba robić badania profilaktyczne – podkreśla dr Agnieszka Jagiełło-Gruszfeld z Narodowego Instytutu Onkologii PIB w Warszawie.

5. edycja wyjątkowego kalendarza „Power of Community” – nadzy sportowcy dla kobiet

Kampania ma na celu także wspomóc chorujące na raka piersi pacjentki. Jak co roku, ambasadorzy kampanii, sportowcy z całej Polski, spotkali się na wspólnej sesji zdjęciowej, aby stworzyć wyjątkowy projekt – kalendarz „Power of Community 2021”. Dochód z jego sprzedaży przeznaczany jest na działania wspierające kobiety z zaawansowanym rakiem piersi i ich bliskich. Jak wyjaśniał Jakub Popławski, pomysłodawca i twórca kalendarza, motywem tegorocznej edycji kalendarza jest damska torebka:

- Co roku umieszczamy mężczyznę w scenerii, która jest dla niego wyzwaniem. W tym roku wybór padł na damską torebkę, gdyż symbolizuje ona kobiecą codzienność i masę spraw do ogarnięcia. Ta kobieca codzienność jest dla mężczyzny wyzwaniem, kiedy musi zastąpić swoją partnerkę podczas leczenia. To, czy dobrze podoła temu zadaniu, zależy w dużej mierze od jego wiedzy i siły charakteru, a nie od pozycji zawodowej czy finansów, dlatego mężczyźni pozują nago. Chcemy, aby mężczyźni byli czujni i przewidujący, przypominali ważnym dla siebie kobietom o profilaktyce oraz sami potrafili zbadać piersi swojej ukochanej – dodaje.

Podczas spotkania obecni byli również goście specjaliści: ambasadorowie kampanii, m.in. zawodnik CrossFit Bartek Lipka, mistrzyni Polski w kick-boxingu Dorota Godzina, dziennikarze Joanna Górka i Rafał Bryndał oraz Tomasz Rejman, autor książki *Życie każdym dniem*.

Kampania „BreastFit. Kobiety biust. Męska sprawa”, wspierana przez firmę Novartis Oncology, wystartowała w 2015 roku z inicjatywy Fundacji Onkocafe–Razem Lepiej. Do tegorocznej edycji kampanii dołączyła Fundacja Philips, a dzięki tej współpracy w całej Polsce ruszyły badania USG piersi dla kobiet w ramach akcji 1000 badań USG dla 1000 kobiet. Lista placówek biorących udział w akcji dostępna jest na stronie <https://breastfit.onkocafe.pl/>.

Patronat honorowy nad piątą edycją kampanii „BreastFit. Kobiety biust. Męska sprawa” objął Rzecznik Praw Pacjenta, inicjatywę wspiera także serwis Przelewy24 oraz PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

Do grona ambasadorów może dołączyć każdy! Wystarczy zakupić charytatywny kalendarz, który dostępny będzie na stronie internetowej kampanii: <https://breastfit.onkocafe.pl/kup-kalendarz/>.



Source URL: <https://www.novartis.com/pl-pl/aktualnosci/media-releases/sportowcy-przypominaja-mimo-pandemii-dbaj-o-klate>

List of links present in page

1. <https://www.novartis.com/pl-pl/pl-pl/aktualnosci/media-releases/sportowcy-przypominaja-mimo-pandemii-dbaj-o-klate>
2. <https://breastfit.onkocafe.pl/>
3. <https://breastfit.onkocafe.pl/kup-kalendarz/>