**VII edycja kampanii „BreastFit. Kobiecy Biust. Męska Sprawa.”**

**Jak zmieniło się postrzeganie zaawansowanego raka piersi?**

**W tym roku już po raz siódmy została zainaugurowana kampania „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa”, której organizatorem jest Fundacja Onkocafe – Razem lepiej. Liczba siedem symbolizuje w naszej kulturze zmianę i rozwój, stąd tematem przewodnim tegorocznej edycji jest właśnie zmiana – zarówno ta, zachodząca w życiu kobiety w momencie diagnozy choroby oraz podjęcia leczenia, ale także zmiana rozumiana w znacznie szerszym kontekście. Mowa tu o zmianach, które nastąpiły w ostatnim czasie w postrzeganiu chorób nowotworowych przez nasze społeczeństwo, ale też w postawach samych pacjentek, w organizacji opieki onkologicznej czy w końcu w dostępie do leczenia.**

W ramach kampanii „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa”, wzorem lat ubiegłych, dwunastu mężczyzn ze świata sportu połączyło siły, aby wspólnie stworzyć wyjątkowy kalendarz „Power of Community 2023”. W sposób symboliczny przedstawiono w nim spektrum emocji związanych z diagnozą raka piersi – od lęku, smutku, aż po gniew. Ambasadorzy kampanii od lat aktywnie promują profilaktykę oraz ideę wspierania kobiet w profilaktyce oraz w czasie choroby. *–Tematem przewodnim tegorocznego kalendarza jest zmiana. Chcemy, aby mężczyźni w obliczu zmiany jaką jest choroba bliskiej kobiety, byli na nią gotowi, wiedzieli jak dobrze zareagować, oraz jak być dla niej wsparciem. Zmianom towarzyszą emocje i właśnie na kartach kalendarza możemy zobaczyć 12 emocji jakie mogą targać mężczyzną. Zdjęcia zostały wykonane przez znakomitego fotografa Tomasza Zienkiewicza. W tym roku, na każdej z dwunastu fotografii znajdziemy kod QR odsyłający do wypowiedzi sportowców, z których dowiemy się m.in. czym dla nich jest zmiana, jak ewoluowała ich definicja dbania o siebie, na ile dzięki udziałowi w wielu edycjach kampanii zmieniła się ich świadomość i podejście do chorób onkologicznych oraz czy po tylu latach idea BreastFitu stała się częścią ich codziennego życia* - mówi Kuba Popławski – pomysłodawca, producent oraz uczestnik kalendarza od pierwszej edycji kampanii.

Podczas tegorocznej edycji kampanii Fundacja Onkocafe – Razem Lepiej zrealizowała cykl warsztatów Profilaktyki BreastFit, dzięki któremu udało się przeszkolić ok 250 osób. Ideą warsztatów jest, aby ich uczestniczki - nowe Ambasadorki Profilaktyki Breastfit – przekazywały wiedzę z zakresu profilaktyki raka piersi kolejnym kobietom w swoim regionie. Ważnym elementem kampanii są też regionalne spotkania dedykowane pacjentkom z zaawansowanym rakiem piersi oraz ich najbliższym. Na potrzeby tegorocznej edycji kampanii została przygotowana również specjalna analiza przekazów medialnych dotyczących postrzegania oraz sposobu opisywania tematu zaawansowanego raka piersi.

Rak piersi – obraz choroby w przestrzeni publicznej

Rak piersi jest najczęściej występującym nowotworem złośliwym u kobiet na świecie . Szacuje się, że w Polsce na raka piersi choruje rocznie ok. 20 tys. kobiet, a u 5-10% z nich nowotwór rozpoznawany jest od razu w stopniu zaawansowanym . Mimo tych alarmujących danych, jak podkreślają eksperci, o zaawansowanym raku piersi wciąż w debacie publicznej mówi się zdecydowanie za mało. Z danych przedstawionych w raporcie „Zaawansowany rak piersi. Analiza medialna 2012 – 2022” zrealizowanym przez Press Service na zlecenie Novartis wynika, że w ciągu ostatnich 10 lat w mediach pojawiło się ponad 257 tysięcy publikacji na temat raka piersi . Jednak tylko 3 225 z nich poświęconych było zaawansowanemu stadium tej choroby. To zaledwie 1.2% wszystkich publikacji dotyczących tego nowotworu.

Zaledwie dekadę temu zaawansowany rak piersi był marginalnym tematem w mediach – w 2012 roku w mediach zostało opublikowanych jedynie 45 artykułów na temat tej choroby, natomiast w 2021 roku publikacji było siedmiokrotnie więcej . Jednak, jak twierdzi Anna Kupiecka, Prezes Fundacji OnkoCafe – Razem lepiej, w obszarze podnoszenia świadomości społeczeństwa na temat zaawansowanego raka piersi jest jeszcze wiele do zrobienia.

– *Kiedy siedem lat temu rozpoczynaliśmy kampanię „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa”, temat zaawansowanego raka piersi prawie nie istniał w przestrzeni publicznej. Dziś sytuacja wygląda inaczej, jednak wciąż w tym temacie potrzeba mnóstwo pracy* - podkreśla Anna Kupiecka i dodaje – *W ramach kampanii edukujemy na temat roli profilaktyki i wczesnego wykrywania raka piersi i pracujemy z problemem, jakim jest brak otwartości do rozmowy nt. zaawansowanego raka piersi, spowodowanego niską świadomością na temat tej choroby. A brak wiedzy powoduje u kobiet, u których diagnozuje się zaawansowanego raka piersi wiele obaw. Pacjentki są przerażone, traktują chorobę jak wyrok. Musimy zmieniać takie postrzeganie tej choroby.*

Jak wynika z przeprowadzonej analizy, w przekazie medialnym na temat zaawansowanego raka piersi dominują materiały edukacyjne, dotyczące tego, czym jest zaawansowany rak piersi i jak wygląda proces leczenia . W dyskursie publicznym poruszane są głównie cztery konteksty związane z zaawansowanym rakiem piersi. Najczęściej pojawiającymi się frazami są:

l leczenie zaawansowanego raka piersi (41,82%)

l walka z nowotworem (23,29%)

l lęk, strach związany z chorobą (15,91%)

l na raka się umiera (6,47%)

Jak podkreśla Adrianna Sobol, psychoonkolog niezwykle istotna w mówieniu o zaawansowanym raku piersi jest odpowiednia semantyka.

– *Wokół raka piersi – a szczególnie jego zaawansowanego stadium – istnieje wiele stereotypów. Dlatego tak ważne jest to, w jaki sposób mówimy o tej chorobie, aby uświadamiać, że zaawansowany rak piersi nie musi być wyrokiem. Budowanie odpowiedniego, rzetelnego obrazu tej choroby w oczach społeczeństwa pomoże w dodawaniu pacjentkom nadziei. Na pewno należy uważać na sformułowania, które straszą, podnoszą lęk czy wywierają presję. Takim, bardzo często używanym w przestrzeni publicznej sformułowaniem jest „walka z rakiem”. W określeniu „walka” zawsze mamy wygranego i przegranego. Leczenie - można porównać do drogi, w czasie której pacjent musi wykonać wiele zadań. Każdy etap leczenia obarczony jest kolejnymi zadaniami do zrealizowania, bez których nie da się ruszyć dalej* – podkreśla Adrianna Sobol.

Czas zmian w leczeniu zaawansowanego raka piersi

Żyjemy w czasach ogromnych zmian i dzięki postępowi w medycynie zaawansowany rak piersi powoli staje się chorobą przewlekłą. W ostatnich latach sposób leczenia chorych w tym stadium choroby przeszedł ogromną zmianę, dając nadzieję pacjentkom. Obecnie już wiemy, że istnieje kilka typów raka piersi, jak również mutacji wpływających na rokowanie. W zależności od typu biologicznego raka istnieje coraz więcej możliwości skutecznego leczenia – *Jeszcze kilka lat temu temat zaawansowanego raka piersi w przestrzeni społecznej i medialnej prawie nie istniał. Było to spowodowane m.in. niewielkim wyborem ścieżek leczenia, które mogliśmy zaoferować pacjentkom. W ostatnich latach dokonał się ogromny postęp w podejściu do leczenia zaawansowanego raka piersi i naszej wiedzy na temat biologii tego nowotworu. Celem obecnie stosowanych terapii jest zapewnienie jak najdłuższego życia przy zachowaniu jego jak najlepszej jakości. Postęp w zakresie leczenia pozwala nam powiedzieć, że zaawansowany rak piersi jest chorobą poddającą się leczeniu. Dlatego tak ważna jest edukacja na temat raka piersi – nie tylko pacjentów i ich bliskich, ale całego społeczeństwa* – powiedział Profesor Tadeusz Pieńkowski, Kierownik Kliniki Diagnostyki i Leczenia Chorób Piersi CSK MSWiA oraz Kierownik Kliniki Onkologii i Chorób Piersi CMKP.

BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa.

Kampania „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” wystartowała w 2015 roku z inicjatywy Fundacji Onkocafe–Razem Lepiej. Nazwa „BreastFit” nawiązuje do popularnej dyscypliny sportu – crossfit’u- rodzaju treningu, ale także pewnej filozofii samodyscypliny oraz codziennej walki ze słabościami. BreastFit to sztuka badania piersi, rozmowy oraz wsparcia emocjonalnego. Jest to rodzaj treningu włączający mężczyzn w dbanie o zdrowie najważniejszych dla nich kobiet.Sponsorem głównym kampanii jest firma Novartis. Do grona sponsorów dołączyła w tym roku firma AstraZeneca. Patronat honorowy nad siódmą edycją kampanii „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa” objął Rzecznik Praw Pacjenta. Patronami społecznymi są: Ogólnopolska Federacja Onkologiczna i Kobiety w Centrum. Inicjatywę wspiera także serwis Przelewy24 a patronatem medialnym miesięcznik Twój Styl.W kampanię zaangażowanych jest szereg wyjątkowych ambasadorów. Wśród nich są: trener, motywator Daniel Józek Qczaj, dziennikarze Joanna Górska i Rafał Bryndal, bloger „Modny Tata”, czyli Michał Będźmirowski, Daria Ładocha – ekspertka kulinarna, blogerka,, Dorota Godzina – mistrzyni świata i 36-krotna mistrzyni Polski w kick-boxingu oraz Michał Karmowski – sportowiec, trener personalny, wykładowca i aktor.

