



JAVNO ZDRAVSTVO

Javnozdravstvena kampanja #Pinkypromiss za rano otkrivanje raka dojke

UHrvatskoj godišnje od raka dojke oboli više od 250.000 žena, a umre ih 800. Najviše se javlja kod žena u dobi iznad 50 godina, ali sve su veći pobil i smrtnost u mlađih žena. Ako se otkrije u ranom stadiju, rak dojke je izlječiv u 90% slučajeva. Novom javnozdravstvenom kampanjom želi se skrenuti pozornost na važnost redovitog samopregleda dojki, koji omogućava rano otkrivanje raka dojke.

Edukativna kampanja pokrenuta je u suradnji Klinike za tumore KBC-a Sestre milosrdnice, udruga Europa Donna Hrvatska, Nismo same i SVE za NJU, uz podršku Rochea Hrvatska i komunikacijskih platformi *lifestyle* portala miss7, a trajat će godinu dana. Na predstavljanju kampanje u Klinici za tumore KBC-a „Sestre milosrdnice“ 22. listopada 2019. godine prikazan je i prvi edukativni film o samopregledu dojke udruge Nismo same, s ambasadoricom kampanje Idom Prester. U sklopu kampanje predstavljen je poseban *microsite pinkypromiss.24sata.hr* kao glavni izvor informacija o samopregledu i raku dojke na kojem će se svaki interesirani moći detaljno informirati i pronaći odgovore o toj bolesti.

Prester je izjavila kako je bez razmišljanja prihvatile poziv udruge Nismo same da bude ambasadorica kampanje. Kao razloge navela je da su rak i ljudsko tijelo još uvijek teme te borbu s tumorom oba njezinu roditelja, koji su, zahvaljujući ranoj dijagnozi, i danas su živi. Izrazila je uvjerenje da će i druge javne osobe slijediti njezin primjer i tijekom godine dana uključiti se u kampanju.

Vršitelj dužnosti predstojnika Klinike za tumore KBC-a „Sestre milosrdnice“ doc. dr. sc. Ivan Milas rekao je da pozitivno gleda na kampanju.

U Hrvatskoj još uvijek ima mjesta za napredak u odazivu žena na preventivne pregledove; u svijetu se pokazalo da preventivni pregledi kao što su kolonoskopija, gastroskopija, ultrazvuk i mamografija dovode do otkrivanja bolesti u ranoj fazi, kada



Cilj javnozdravstvene kampanje #Pinkypromiss je podizanje svijesti o nužnosti redovitog samopregleda dojki kojim se omogućava rano otkrivanje raka dojke. Osim podizanja svijesti, kampanjom se potiču žene da preuzmu aktivnu ulogu u očuvanju zdravlja svojih dojki. Jednogodišnja kampanja je usmjerena prema ženama svih dobnih skupina, a provodit će se na portalima miss7 grupacija 24 sata-miss7, missZDRAVA i missMAMA.

je liječenje lakše, uspješnije i manji su troškovi. U Hrvatskoj postoji program skrininga, mamografija za žene u dobi od 50 do 70 godina. Odaziv žena na mamografiju je veći od 60%, ali može i bolje. Kad žene samopregledom napišu kværticu, prva osoba kojoj se moraju javiti je njihov liječnik primarne zdravstvene zaštite, koji će ih dalje uputiti na dijagnostičku obradu u nadležnu ustanovu, rekao je doc. Milas.

Predsjednik Koalicije udruge u zdravstvu Ivica Belina, prof. edukac. reh., naglasio je da je cilj kampanje poticanje žena na samopregled i edukacija kako se ispravno samopregledati. Uime udruga SVE za NJU, Nismo same i Europa Donna Hrvatska, koje su članice platforme Onkologija.hr, najavio je da će se u kampanji nalažavati i važnost redovitih liječničkih pregleda žena od navršenih 20 godina nadalje.

Kako se rak dojke ne može prevenirati, za njegovo uspješno liječenje važno je rano otkrivanje. Unutar kampanje žene mogu obećati prijateljici, majci, kćeri sestri, kolegici da će otići na pregled, a putem aplikacije na to će ih se periodično poticati, rekao je Belina. Naglasio je da odaziv žena na Nacionalni program za rano otkrivanje raka dojke nije loš, iako

nikada nije postignut ciljni odaziv od 75%. No, program je usmjeren na žene od 50 do 70 godina, dok se bolest sve češće javlja u ranijoj dobi i već u dvadesetoj godini potrebno je jednom godišnje obaviti ultrazvučni pregled dojke.

Generalni direktor Rochea Hrvatska Milorad Gošev, dr. med., rekao je da i zahvaljujući Klinici za tumore KBC-a „Sestre milosrdnice“ rak dojke nije prvi, nego treći uzrok smrtnosti kod žena te je smanjena i smrtnost, ali to nije još uvijek dovoljno. Tvrta Roche Hrvatska glavni je pokrovitelj kampanje, prije svega kao društveno odgovorna kompanija koja sudjeluje u projektima za opće dobro, istaknuo je dr. Gošev.

Na kampanju se osvrnula i glavna tajnica udruge SVE za NJU Ljiljana Vukota.

SVE za NJU s radošću i velikim očekivanjima sudjeluje u kampanji. Znamo da je prijateljstvo među ženama svih dobi vrlo moćno. Savez među prijateljicama utječe na ponašanje, a savjet i mišljenje prijateljice su često važniji od bilo čega drugog. I sami smo jednu javnozdravstvenu kampanju temeljili upravo na prijateljskoj vezi među ženama, rekla je Vukota te naglasila da samopregled nije zamjena za pregled liječnika, ali je iznimno koristan u praćenju zdravlja dojke.

Dapače, žene koje provode redovite samopreglede u pravilu ne propuštaju kontrolne preglede dojke kod liječnika. Osvoještene su i odgovorne. S obzirom na moć društvenih mreža i dosege platformi 24 sata, vjerujemo da će golem broj žena dobiti korisnu informaciju i uključiti samopregled i druge preglede u svoje kalendare. Dugoročno kampanja može pridonijeti otkrivanju raka u ranoj fazi kada je izlječiv te dodatnom smanjenju smrtnosti od raka dojke, koje bilježimo zadnje tri godine, zaključno je rekla Vukota.

Ivana Vranješ, dipl. def., dipl. nov.