

## TY też jesteś POSZUKIWANA

*Profilaktyka ginekologiczna oraz wczesna diagnostyka i leczenie raka jajnika -  
relacja z konferencji ekspertów*

27 września br. w siedzibie Polskiej Agencji Prasowej odbyła się konferencja prasowa inaugurująca siódmą edycję kampanii społecznej „Diagnostyka Jajnika”. Podczas spotkania zaprezentowane zostały wyniki najnowszego badania wśród kobiet na temat świadomości i profilaktyki chorób ginekologicznych „(Nie)wstyd chodzić do lekarza?”, przeprowadzonego przez Instytut Badawczy IQS na zlecenie Organizacji Kwiat Kobiecości. Zaproszeni eksperci dyskutowali również o zmianach systemowych, które mogą poprawić skuteczność leczenia chorych na raka oraz o czynnikach zmniejszających ryzyko zachorowania.

Celem tegorocznej kampanii „Diagnostyka Jajnika” jest zwrócenie uwagi na to, jakie znaczenie ma regularność wizyt u ginekologa w kontekście profilaktyki i wczesnego wykrywania chorób ginekologicznych. Organizatorzy zwracają się tym razem do kobiet, które **ostatni raz robiły badania profilaktyczne ponad dwa lata temu**.

*- Zdecydowałyśmy się na hasło POSZUKIWANA, ponieważ pandemia spowodowała, że kobiety przestały chodzić do ginekologa i nagle nam zniknęły. Szukamy ich i zapraszamy do gabinetu ginekologicznego, ponieważ rak nie zaczeka. Już od 10 lat próbujemy te choroby ginekologiczne wyciągnąć spod długiej spódnicy tematu tabu i zachęcić kobiety do tego, żeby zaczęły stawiać siebie na pierwszym miejscu. W ramach obecnej kampanii wszystkie kobiety będą mogły skorzystać z bezpłatnych badań w całej Polsce i mam nadzieję, że to też będzie bodziec do tego, żeby mogły zadbać o siebie - mówi Ida Karpińska, prezes Ogólnopolskiej Organizacji Kwiat Kobiecości.*

Jak pokazują wyniki badania IQS „(Nie)wstyd chodzić do lekarza?”, w ciągu ostatniego roku z wizyt ginekologicznych skorzystało 53% badanych kobiet. Minimum raz na rok cytologię wykonuje 35% uczestniczek badania, USG dopochwowe 32% z nich. Jest to mniej niż w roku 2020, gdzie odsetek ten wynosił odpowiednio 41 i 37%. Jeszcze mniej kobiet wykonuje mammografię (8%) i USG piersi (20%) – badania te robione są na wyraźne zlecenie lekarza. Wśród najrzadziej wykonywanych badań znalazły się badania genetyczne, m.in. w kierunku mutacji w genach BRCA1/BRCA2 (3%).

*- Wiele Pań zgadza się z tym, że wczesne wykrycie choroby nowotworowej może uratować życie. I to, że kobiety chcą wiedzieć i zrobiłyby wszystko, żeby uniknąć zachorowania jest oczywiste. Niestety kobiety w Polsce nie mają nawyku, by wykonywać regularne badania ginekologiczne i, niestety aż 3 /4 kobiet biorących udział w badaniu zgadza się z tym. I to jest problem, bo choroby kobiece potrafią rozwinąć się w ciągu zaledwie kilku miesięcy. Niepokojące jest również to, że w dalszym ciągu aż 20% kobiet uważa, że lepiej nie wiedzieć, że ma predyspozycje genetyczne. Podobny odsetek twierdzi, że młode kobiety nie mają potrzeby, aby badać się systematycznie, a gdy nic nie dolega, nie ma potrzeby odwiedzania ginekologa. Wpływ na niski poziom profilaktyki, zdaniem uczestniczek badania, ma także*

#### SPONSORZY:



#### PARTNERZY:



#### PATRONI MERYTORYCZNI:



#### PATRONI MEDIALNI:





przekonanie, że „mnie to nie dotyczy”. Myślę, że to jest jedna z kluczowych rzeczy, o których powinniśmy pamiętać, że to jest **najgorsze założenie jakie można przyjąć** – podkreślała **Marta Rybicka, Senior Business Director, Instytut badawczy IQS.**

Dla blisko połowy uczestniczek badania problemem jest też brak środków na prywatne konsultacje natomiast aż 47% twierdzi, że na częstotliwość wizyt u ginekologa wpływa **wstyd przed rozebraniem się**. Ograniczeniem jest też brak wiedzy na temat chorób kobiecych. Na zachowania profilaktycznie negatywnie wpłynęła również **sytuacja związana z pandemią** i wynikające z niej ograniczenia dostępu do lekarza.

- *Ciężko przeprowadzić kontrolę ginekologiczną poprzez teleporadę. Dlatego w tym czasie co druga kobieta albo w ogóle nie chodziła do ginekologa i nie robiła badań, albo robiła to rzadziej niż przed pandemią. W efekcie, wśród uczestniczek badania mamy **30% kobiet, które w ogóle nie chodziły do ginekologa w trakcie pandemii. To jest naprawdę druzgoczący wynik** – przede wszystkim z bardzo silnej obawy przed zarażeniem COVID-19 – podkreśla **M. Rybicka.***

Wśród kobiet biorących udział w badaniu, zaledwie 28% uważa, że wie co to jest rak piersi i orientuje się w tym temacie. Odsetek ten jest jeszcze mniejszy w przypadku raka szyjki macicy i raka jajnika. To pokazuje, że nadal bardzo duży odsetek kobiet, ma niewystarczającą wiedzę w tym zakresie. Informacje na temat chorób nowotworowych i profilaktyki kobiety najczęściej czerpią z Internetu (60%), z rozmów z lekarzem (34%), rozmów z przyjaciółkami i znajomymi kobietami (32%). Kobiety lepiej też rozpoznają objawy niż czynniki ryzyka.

Podczas konferencji eksperci podkreślali, jak ważne jest wsparcie kobiet, które jeszcze nie zachorowały. Omówiona została rola mikro i makroelementów w leczeniu i prewencji nowotworów. Częstoimi **objawami raka jajnika są problemy gastryczne**, takie jak: wzdęcia, uczucie ciężkości w jamie brzusznej czy niestrawność, jednak kobiety nie wiążą ich z rakiem jajnika i nie zgłaszają ich lekarzowi. Wyniki badania pokazują również, że mimo zgłoszenia takich dolegliwości, lekarze nie prowadzą wywiadu w kierunku chorób nowotworowych w rodzinie, sugerując zmianę diety, lub wykonanie podstawowych badań. Dlatego kluczową rolę obok wiedzy lekarza odgrywa **wiedza i świadomość kobiet, aby nie ignorowały takich dolegliwości i je sygnalizowały.**

Profesor dr hab. n. med. Jan Lubiński, specjalista w dziedzinie patomorfologii oraz genetyki klinicznej, Założyciel i Kierownik Międzynarodowego Centrum Nowotworów Dziedzicznych w Szczecinie, zwrócił uwagę na **wpływ pierwiastków** takich jak arsen, selen, cynk, miedź, kadm i ołów **na ryzyko zachorowania na raka u kobiet**. Największym czynnikiem wystąpienia raka u kobiet w Polsce jest arsen. Jego stężenie można zmieniać poprzez stosowanie zoptymalizowanej diety i u wielu kobiet przynosi to dobre efekty. Bardzo ważny jest optymalny poziom pierwiastków. Dlatego należy je regularnie badać, najlepiej raz na rok.

*Z badań wynika że istnieje silna korelacja pomiędzy pierwiastkami, które są odbiciem sposobu odżywiania a produktami, które te pierwiastki zawierają. I to bardzo mocno wpływa na ryzyko raka u*



kobiet. Według danych, które posiadamy, poziom pierwiastków **należy badać co najmniej raz w roku, nie częściej niż raz na pół roku – wyjaśnił prof. Jan Lubiński.**

W Polsce występuje brak koordynacji działań profilaktycznych, jak również pomiędzy różnymi poziomami opieki onkologicznej. W trakcie konferencji eksperci dyskutowali nad tym, czy zmiany systemowe mogą poprawić jakość i efektywność leczenia chorych na raka jajnika.

Wśród głównych czynników mających wpływ na poprawę **systemu opieki ginekologiczno-onkologicznej** wskazano: poprawę dostępności, konsolidację, optymalizację i usprawnianie procesów, w tym dostosowanie zasobów do działań, monitorowanie procesów na poziomie centralnym, elastyczne przepływy pacjentów między ośrodkami, ścieżki opieki zgodne z grupą stratyfikacyjną, kompleksowość. Duże znaczenie ma również digitalizacja pozwalająca na tworzenie rejestrów i baz danych.

*W onkologii niezbędne są: diagnostyka, profilaktyka - ponieważ musimy wiedzieć, co leczymy - oraz kompleksowość. Onkologia to nie tylko badanie histopatologiczne, to także genetyka, badania molekularne, proces leczenia, a po nim rehabilitacja. Dlatego niezwykle ważną rzeczą jest wdrożenie **kompleksowego i wszechstronnego modelu**, który będzie sprawny i efektywny. Kwestie zasadnicze to profilaktyka, diagnostyka, leczenie, rehabilitacja i nadzór po leczeniu. Zależy nam na tym, żeby odczarować słowo „rak”. Wiele osób po leczeniu raka wraca do normalnej aktywności życiowej, pod warunkiem, że zostają zdiagnozowani we wczesnej fazie choroby i trafiają do bardzo wyspecjalizowanych ośrodków – stwierdził prof. dr hab. n. med. Mariusz Bidziński, ginekolog onkolog, konsultant krajowy w dziedzinie ginekologii onkologicznej.*

Anna Dereszowska, Ambasadorka kampanii, zwróciła uwagę na fakt, że diagnostyka i leczenie raka jajnika stoi na znacznie wyższym poziomie w dużych ośrodkach, w których łatwiej o informację i przypomnienie o konieczności badań, niż w mniejszych miastach i na wsiach.

*Rak jajnika to trudny przeciwnik, trudno go wykryć, ponieważ daje niejednoznaczne objawy. W przypadku tej choroby kobiety diagnozowane są przez około 4 lata, zanim usłyszą właściwą diagnozę. Często są odsyłane od lekarza do lekarza, leczone na dolegliwości gastryczne. Dlatego uważam, że niezwykle cenna jest inicjatywa scentralizowania ośrodków specjalizujących się w leczeniu konkretnych schorzeń, aby pacjentki były wysyłane od razu do właściwych specjalistów, **żeby nie tracić czasu**. Szybkie wykrycie choroby, **jest absolutnie sprawą kluczową – podsumowała Anna Dereszowska.***

Rozpoczynająca się dziś kampania „Diagnostyka Jajnika” **będzie trwała 4 tygodnie**, do końca października br.. W tym czasie, dzięki wsparciu Partnerów Medycznych, **każda kobieta będzie mogła skorzystać bezpłatnie z badań** diagnostycznych jajników, takich jak:

- USG transwaginalne
- test ROMA
- marker HE4
- marker CA125
- test BRCA1

SPONSORZY:



PARTNERZY:



PATRONI MERYTORYCZNI:



PATRONI MEDIALNI:





Lista placówek dostępna jest na stronie internetowej [www.diagnozykajajnika.pl](http://www.diagnozykajajnika.pl).

Bezpłatne badania dla kobiet zadeklarowały: Centrum Medyczne CenterMed Katowice 2 Sp. Z o.o., Lecznice Citomed Sp. z o.o., Centrum Zdrowia Kobiety CORFAMED, Dolnośląskie Centrum Ginekologii i Zdrowia Rodziny, Poliklinika evi-MED nr 3, Gabinet Lekarski Ginekologia i Położnictwo lek. Maciej Lewandowski, Klinika Zdrowia Kobiety INVICTA, Mazowiecki Szpital Wojewódzki im. św. Jana Pawła II w Siedlcach Sp. z o. o., Siedleckie Centrum Onkologii, Centrum Medyczne Mediconcept, Poradnia Ginekologiczna Samodzielnego Publicznego Szpitala Klinicznego Nr 2 PUM w Szczecinie, ProClinic Centrum Położnictwa i Ginekologii, Radomskie Centrum Onkologii, Read-Gene, NZOZ Przychodnia Lekarska SANUS Sp. z o. o., Szpital Powiatowy w Chrzanowie, SPZOZ Szpital Uniwersytecki w Krakowie, Centrum Medyczne "Żelazna" i ALAB Laboratoria.

## O akcji „Diagnostyka Jajnika”

Akcja „Diagnostyka Jajnika” organizowana jest przez Ogólnopolską Organizację Kwiat Kobiecości od 2015 roku i ma na celu jak najszersze zainteresowanie kobiet badaniami diagnostycznymi w kierunku raka jajnika. Tegoroczna odsłona kampanii odbywa się pod zagadkowym hasłem POSZUKIWANA, a jej Ambasadorką jest Anna Dereszowska.

W Polsce problem zachorowalności i umieralności kobiet na ten rodzaj nowotworu wciąż jest poważny. **Każdego roku aż 2800 kobiet umiera na raka jajnika z powodu zbyt późnego wykrycia nieprawidłowości.** Dodatkowo pandemia COVID-19 negatywnie wpłynęła na regularność wizyt kontrolnych u ginekologa. Dlatego też w tym roku kampania skierowana jest **do kobiet, które od dwóch lat nie były na badaniach.**

## SPONSORZY, PARTNERZY, PATRONI MERYTORYCZNI I MEDIALNI

Przeprowadzenie akcji specjalnych, promocji kampanii oraz udostępnienie bezpłatnych badań dla kobiet w całej Polsce, nie byłoby możliwe, bez wsparcia finansowego firm odpowiedzialnych społecznie: **Amica, Julimex i Volvo.**

Za produkcję i postprodukcję spotów kampanii odpowiedzialny był Dom produkcyjny **Timecode-Film Production**, za reżyserię i zdjęcia - **Antoni Ferency.**

Działania PR kampanii realizuje Agencja **Solski Communications.**

Zdjęcia do plakatu kampanii wykonał **Krystian Szczęsny.** Sesja zdjęciowa odbyła się w zaprzyjaźnionym **Studio Tęcza.** Za stylizację Ambasadorki kampanii odpowiedzialna była **Katarzyna Wysocka**, właścicielka marki **Lulu de Paluza.** O makijaż zadbała firma **Golden Rose**, a stylizacji fryzur dokonał **Mariusz Szymojko**, właściciel marki **O!Fryzjerzy.** Za backstage z sesji zdjęciowej odpowiedzialna była **Katarzyna Strzelecka**, a making off wyprodukowała **Fotografika – [www.fotografika.edu.pl](http://www.fotografika.edu.pl).**

Patronat merytoryczny nad kampanią objęli: Instytut badawczy IQS, Polskie Towarzystwo Ultrasonograficzne, Polskie Towarzystwo Ginekologów i Położników oraz Polska Unia Onkologii.



Patronat medialny nad kampanią objęli: Wirtualna Polska, Radio Kolor, Świat Zdrowia, Radio Szczecin, Radio Rzeszów, Radio Warszawa, Głos Mordoru, Home&Market, kobietyimoc.pl, Dobra Mama, Zdrowie z Wyboru, Gentleman.

Spot telewizyjny zostanie wyemitowany na ponad 20 tysięcy ekranów digital OOH, należących do Partnera strategicznego kampanii, firmy **Screen Network**. Spoty wyświetlane będą na ekranach digital OOH usytuowanych w centrach miast przy najbardziej uczęszczanych drogach, dworcach kolejowych, lotniskach, a także w centrach handlowych. Spoty zostaną również wyemitowane przed wybranymi seansami **Kina Kobiet w sieci Kin Helios** w całej Polsce, na nośnikach LCD przy kasach sklepów: Intermarche, Piotr i Paweł, EuroSpar (dzięki współpracy z **LokalMedia**), na ekranach MyLED w Warsz (dzięki współpracy z **JetLine**), na ekranach w wagonach warszawskiego metra (dzięki współpracy ze **Ströer**). Spot radiowy kampanii został wyprodukowany w **Studio 103**, mieszczącym się w siedzibie Radio Kolor.

Kampania monitorowana jest w mediach przez **Newspoint**, który jest Partnerem akcji.

Upominki kosmetyczne dla kobiet, które zgłoszą się na bezpłatne badania w ramach kampanii, ufundowały firmy: **Sylveco, Julimex, Golden Rose, z.one concept Polska, Delia**.

## Kontakt dla mediów:

Justyna Sokołowska  
Redaktor Naczelna, Media Manager  
[media@kwiatkobiecosci.pl](mailto:media@kwiatkobiecosci.pl)  
tel. 791 999 816

Ida Karpińska  
Prezes oraz Rzecznik Prasowy  
[biuro@kwiatkobiecosci.pl](mailto:biuro@kwiatkobiecosci.pl)  
tel. 607 833 788

Anna Jarczewska  
Project Manager  
[anna.j@kwiatkobiecosci.pl](mailto:anna.j@kwiatkobiecosci.pl)  
tel. 605 353 130