**Rola komunikacji w procesie leczenia raka prostaty**

**Dobra komunikacja to niezwykle ważny element w procesie leczenia raka prostaty - wiedza minimalizuje stres i przekłada się na spokojne i racjonalne planowanie przebiegu terapii i podejmowanie decyzji. O tym jak powinna przebiegać optymalna komunikacja pomiędzy lekarzem a pacjentem oraz w jaki sposób o raku prostaty i o jego profilaktyce powinny mówić i pisać media rozmawiano podczas spotkania, które odbyło się 14 lipca w Warszawie.**

Relacja między lekarzem a pacjentem często ma charakter długofalowy, trwa tyle ile leczenie, które może być prowadzone przez kilka lat. Obie strony odgrywają w tej relacji ważne role. Lekarz musi być dla pacjenta przewodnikiem po często skomplikowanej ścieżce terapeutycznej, źródłem wiedzy i doradcą podczas podejmowania decyzji, powinien umieć racjonalizować jego lęki i wspierać go psychologicznie.

Polskie uczelnie medyczne dopiero od niedawna edukują przyszłych lekarzy z zakresu psychologii – mówi dr n. med. Łukasz Nyk, ordynator oddziału urologii Europejskiego Centrum Zdrowia w Otwocku.

Tymczasem taka wiedza, umiejętność rozmowy z pacjentem o rzeczach tak trudnych jak diagnoza, rokowania czy obawa przed wznową choroby jest absolutnie niezbędna dla każdego lekarza. Pamiętajmy, że rak gruczołu krokowego to nie tylko kwestia onkologii, to choroba, które niesie ze sobą cały szereg konsekwencji dla życia mężczyzny i jego rodziny. Dlatego musimy umieć komunikować, używać właściwego języka, żeby jak najrzetelniej przedstawić pacjentowi sytuację, dbając jednocześnie o jego emocje. Każdy lekarz powinien być profesjonalnie wyposażony w niezbędną wiedzę i narzędzia, które pozwolą mu rozmawiać z pacjentem tak, aby stworzyć pełne porozumienie, uniknąć zbędnego stresu i aby móc spokojnie i racjonalnie prowadzić proces leczenia z aktywnym udziałem obu stron. Ważne jest również posiadanie przez lekarza wiedzy o tym, gdzie pacjent może uzyskać dodatkowe wsparcie, jakie proponują zazwyczaj Fundacje i inne organizacje pacjenckie.

Rak gruczołu krokowego, zwany inaczej rakiem prostaty jest drugim, najczęściej rozpoznawanym nowotworem złośliwym u mężczyzn. To nowotwór związany z wiekiem, niezwykle rzadko występuje u mężczyzn poniżej 30 roku życia (ok.5% przypadków), ale ryzyko zachorowania rośnie z każdą kolejną dekadą. Wśród Panów w wieku 80 lat i starszych jest bardzo częsty – stanowi 59% przypadków zachorowań.

O roli komunikacji w leczeniu raka prostaty rozmawiano podczas zorganizowanego przez Fundację OnkoCafe Razem Lepiej i Dziennikarski Klub Promocji Zdrowia spotkaniu, które odbyło się 14 lipca w Warszawie i było jednym z działań realizowanych w ramach tegorocznej odsłony kampanii ProstaTaHistoria: Mów, pytaj, działaj - nie czekaj.

W tegorocznej edycji kampanii stawiamy na edukację i szerokie propagowanie wiedzy na temat raka prostaty – mówi Anna Kupiecka, założycielka i Prezes Fundacji OnkoCafe. – Edukujemy pacjentów, wspieramy lekarzy w obszarach w których tego potrzebują i staramy się dotrzeć jak najszerzej do społeczeństwa z wiedzą na temat profilaktyki raka prostaty. Poza edukacją wspieramy pacjentów w samym procesie leczenia – często pacjenci zgłaszają się do nas rozżaleni, że nie dowiedzieli się w gabinecie o wszystkich możliwościach terapii jakie mogą podjąć. Mając świadomość, że lekarz nie zawsze ma gotowość do informowania pacjenta o dostępnych na świecie a nie refundowanych w Polsce terapiach, staramy się wypełnić te lukę. Doskonałym tego przykładem są pacjenci poszukujący terapii odsuwających w czasie przerzuty.

Partnerami tegorocznej odsłony kampanii są firmy: Janssen i Bayer, patronatem honorowym objął ja Rzecznik Praw Pacjenta, z kolei społecznymi patronami akcji są: Fundacja Po zdrowie, Głos Seniora, Ogólnopolska Federacja Onkologiczna, Polska Liga Walki z Rakiem i Instytut Praw Pacjenta i Edukacji Zdrowotnej.

Najlepszą rzeczą jaką możemy zrobić dla pacjenta jest wyposażenie go w wiedzę – mówi Adrianna Sobol, psychoonkolog i Członek Zarządu Fundacji OnkoCafe. Wiedza daje spokój, poczucie kontroli nad własnym zdrowiem, a więc także umiejętność racjonalnego podejścia do prowadzonej terapii. Pozwala w sposób rozważny i przemyślany podejmować wspólnie z lekarzem decyzje, które warunkują sposób prowadzonego leczenia.

Pacjent dobrze przygotowany do rozmowy z lekarzem to korzyść dla obu stron. Lekarz, który nie musi wyjaśniać pacjentowi podstawowych pojęć i może skupić się na ważnych aspektach jego leczenia, rozmowa staje się wtedy merytoryczna i jeszcze bardziej wzmacnia zasób wiedzy pacjenta.

Zawsze staramy się podpowiadać pacjentom, aby przemyśleli pytania, jakie chcą zadać lekarzowi i zanotowali je – to daje pewność, że nie umknie im żadna kwestia, o której chcieli porozmawiać z lekarzem – mówi Adrianna Sobol - Pamiętajmy, że rozmowie w gabinecie lekarskim zawsze towarzyszy stres, który sprawia że o wielu informacjach przekazanych podczas rozmowy – w tym, jak brzmiały odpowiedzi na nasze pytania możemy po prostu zapomnieć. Dlatego dobrze jest mieć przy sobie coś do pisania i zanotować te informacje.

Niezwykle istotną role w dostarczaniu informacji odgrywają również media. Obecni na spotkaniu dziennikarze wspólnie zastanawiali nad tym jak media powinny mówić i pisać o raku prostaty aby jak najlepiej dotrzeć zarówno do osób chorych jak i do pozostałej, zdrowej części społeczeństwa dla której z kolei ważna jest profilaktyka.

Podkreślano korzyści wynikające z systematycznego informowania o profilaktyce raka prostaty, które jest o wiele skuteczniejsze niż działania o charakterze akcyjnym, kiedy w stosunkowo krótkim czasie przekazuje się bardzo dużo informacji na temat choroby, poruszając ten temat ze znaczną częstotliwością, co powoduje naturalne zniecierpliwienie odbiorców.

Dziennikarz Polskiego Radia - Artur Wolski, na bazie własnych doświadczeń, zwracał uwagę na głos pacjenta, który jest najbardziej wiarygodnym a więc również przekonującym elementem w przekazach medialnych i właśnie dlatego powinien być w nich stosowany.

Mówiono także o odpowiednim doborze rodzaju komunikatu, który jest uwarunkowany specyfiką poszczególnych mediów – media publiczne nastawione są na dłuższą narrację, pogłębione informacje i wywiady, z kolei dla nowoczesnych mediów komercyjnych podstawową formą przekazu są krótkie, newsowe wiadomości. Ważnym źródłem informacji, ze stale rosnącą grupą odbiorców są media internetowe.

Krzysztof Suszek reprezentujący Fundację Misja Medyczna zwrócił uwagę na potrzebę równomiernego dostępu do informacji dla wszystkich mediów: warszawskich i regionalnych, które zazwyczaj nie posiadają tak dużych zasobów informacyjnych jak redakcje zlokalizowane w Warszawie. Jako zasadne ocenił, stworzenie sieci mediów zajmujących się tematyką zdrowia i wzajemna wymianę informacji.

Uczestniczący w spotkaniu Krzysztof Jakubiak redaktor naczelny portalu mZdrowie zaprezentował swój najnowszy raport na temat chirurgii robotycznej jako alternatywy dla tradycyjnych technik operacyjnych, która jest w coraz większym zakresie stosowana w terapii raka gruczołu krokowego.

W najbliższym czasie planowane są kolejne spotkania z dziennikarzami w celu dalszej pracy nad językiem, jakim media powinny posługiwać się pisząc o raku prostaty. Fundacja OnkoCafe stara się również dotrzeć do społeczeństwa z profilaktyką na temat raka prostaty. W najbliższych dniach wystartuje z programem pilotażowym adresowanym do klientów kilku wybranych warszawskich pubów. Goście pubów, będą mogli wziąć udział w konkursie wiedzy na temat profilaktyki prostaty, który będzie przeprowadzony na stronie internetowej kampanii ProstaTaHistoria.pl. Odpowiadając poprawnie na pytania konkursowe będzie można wygrać wakacyjne kąpielówki, a informacje na temat konkursu i jego zasad goście pubów znajdą na podkładkach do piwa.