



الصورة توضح أن التوعية الفعالة مسؤولية مشتركة بين الأفراد والمؤسسات.

● مقدمة وأهمية الموضوع

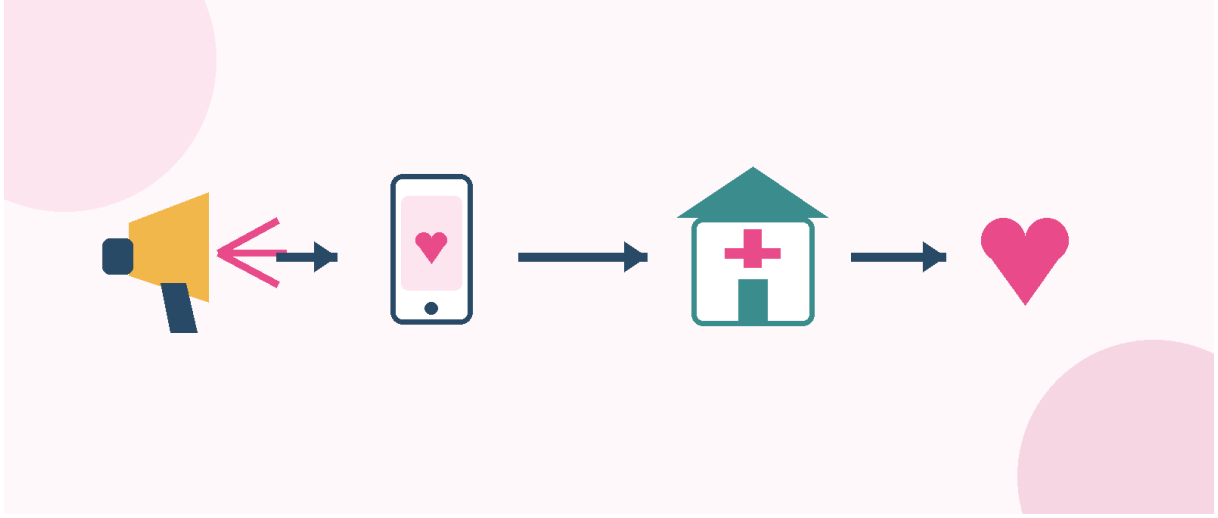
سرطان الثدي مشكلة صحية عالمية تمس النساء والأسر والمجتمعات. وتشير منظمة الصحة العالمية إلى تسجيل نحو 2.3 مليون حالة جديدة و670 ألف وفاة عالميًا في عام 2022. لا تقتصر الاستجابة على المستشفيات؛ فالمجتمع يستطيع أن يرفع المعرفة، ويقلل الخوف والوصمة، ويساعد النساء على الوصول إلى الفحص والتشخيص والعلاج في الوقت المناسب. [1]

الرسالة المركزية

- التوعية ليست منشورًا واحدًا؛ بل مسار يبدأ بالمعلومة وينتهي بخدمة صحية متاحة.
- الكشف المبكر يحسن فرص العلاج، والفحص يحدد حسب العمر والخطورة والإرشادات الوطنية.
- دعم المجتمع يجب أن يحفظ الخصوصية والكرامة ويتعدى عن التخويف.

أهداف المحاضرة

- تفسير سبب أهمية المشاركة المجتمعية في التوعية.
- تحديد الأدوار العملية للأسرة والمؤسسات والإعلام.
- تصميم حملة توعوية آمنة قابلة للتنفيذ والقياس.



المسار المجتمعي: رسالة صحيحة ← معرفة الأعراض ← الوصول إلى الخدمة ← متابعة داعمة.

● أولاً: نشر رسائل صحية دقيقة

- تعريف النساء بالتغيرات التي تستدعي التقييم الطبي: كتلة جديدة في الثدي أو الإبط، تغير الحجم أو الشكل، انكماش الحلمة، إفراز غير طبيعي، تغيرات جلدية أو تورم مستمر. وجود عرض لا يعني تلقائيًا وجود سرطان، لكنه يستوجب الاستشارة. [2]
- التأكيد أن تصوير الثدي الشعاعي يمكن أن يكتشف السرطان قبل ظهور كتلة محسوسة لدى كثير من النساء، وأن مواعيد الفحص تختلف حسب العمر والخطورة والإرشادات المحلية. [3]
- تصحيح الخرافات؛ مثل أن كل كتلة سرطان، أو أن السرطان معدٍ، أو أن طلب الفحص يجلب المرض. الرسائل الخاطئة تزيد التأخر ولا تحمي الناس.
- استخدام لغة بسيطة ومحترمة، مع مواد تناسب مستويات التعليم واللغة والثقافة، وإتاحة وسيلة واضحة للأسئلة والإحالة.

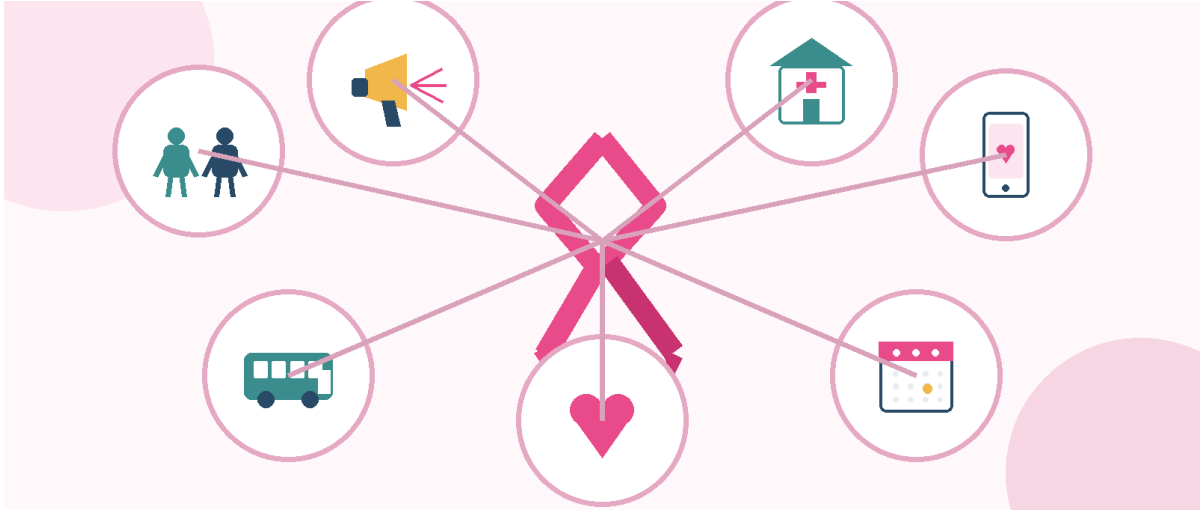
● ثانيًا: تقليل الخوف والوصمة

ما الذي يجب أن نقوله الرسالة؟

- الفحص المبكر خطوة للاطمئنان وليس حكمًا بالمرض.
- الخصوصية حق، ولا يجوز تداول قصص المريضات دون إذن.
- الدعم النفسي والاجتماعي جزء من الرعاية.
- الرجال وأفراد الأسرة شركاء في الدعم العملي والعاطفي.

ما الذي يجب تجنبه؟

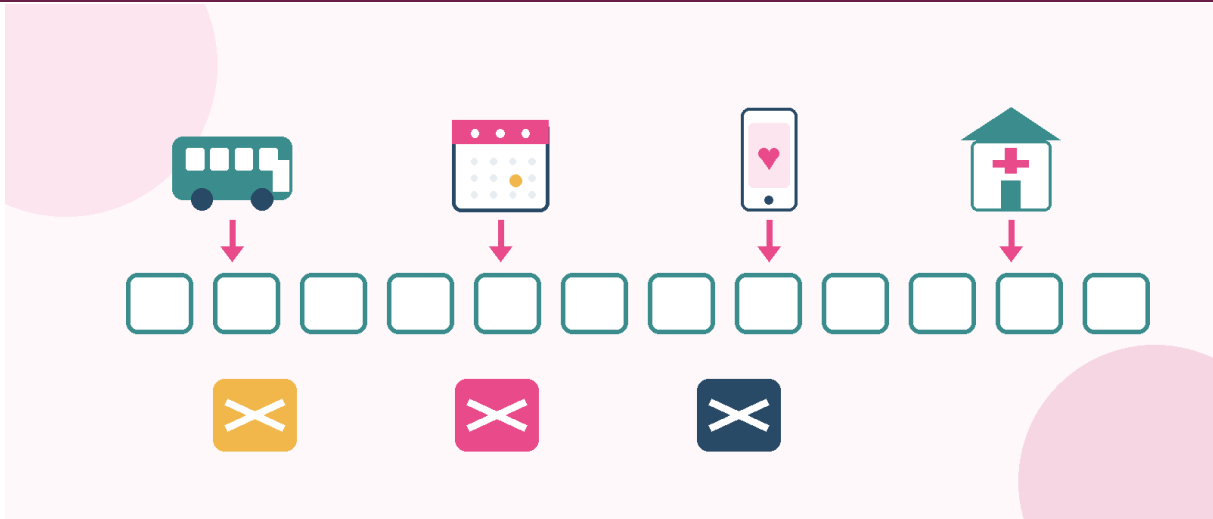
- التخويف بصور صادمة أو عبارات تهديدية.
- لوم المريضة أو ربط المرض بأخطاء شخصية.
- وعد الناس بأن الفحص يمنع كل الحالات أو أن العلاج مضمون.
- تقديم نصيحة علاجية فردية خارج الاختصاص.



شبكة الشركاء: الأسرة، المؤسسات التعليمية، الإعلام، القطاع الصحي، أماكن العمل، والمنظمات المجتمعية.

● أدوار الجهات المجتمعية

الأسرة والأصدقاء	تشجيع طلب الاستشارة، المرافقة إلى الموعد، المساعدة في النقل ورعاية الأطفال، وتجنب اللوم أو نشر المعلومات الخاصة.
المراكز الصحية والعاملون الصحيون المجتمعيون	جلسات قصيرة، حجز وإحالة، متابعة النتائج، ربط النساء بالخدمات منخفضة التكلفة، وتوضيح الخطوات بلغة مفهومة.
المدارس والجامعات	تعليم مبادئ الثقافة الصحية، تدريب سفراء طلابيين، وتنظيم أنشطة تراعي العمر والخصوصية.
أماكن العمل	وقت مرن للمواعيد، حملات داخلية، تغطية أو دعم للفحص عندما يكون متاحًا، ومنع التمييز ضد المصابات.
الإعلام والمؤثرون	نشر قصص واقعية بموافقة أصحابها، استضافة مختصين، مكافحة الشائعات، وإرفاق كل رسالة بجهة خدمة موثوقة.
المنظمات والقيادات المحلية والناجيات	الوصول إلى الفئات المهمشة، بناء الثقة، تنظيم مجموعات دعم، والمناصرة لتحسين النقل والمواعيد والخدمات.



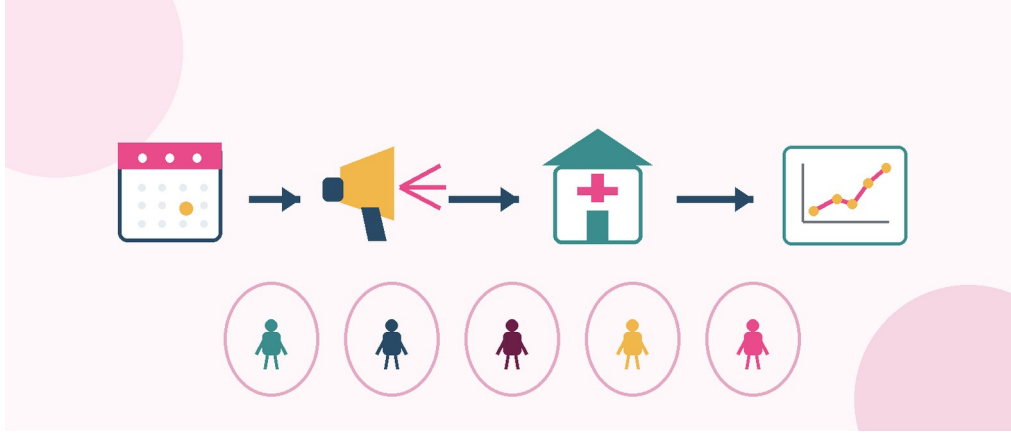
أمثلة للدعم العملي: النقل، المواعيد المرنة، الإرشاد عبر الهاتف، والخدمات القريبة.

● عوائق شائعة يمكن للمجتمع تخفيفها

- التكلفة، ضعف التأمين، صعوبة النقل، عدم القدرة على ترك العمل، ومسؤوليات رعاية الأطفال.
- الخوف من النتيجة أو الألم، الحرج، التجارب الصحية السلبية، وضعف التواصل مع مقدم الخدمة. [4]
- عدم معرفة مكان الخدمة أو كيفية الحجز، والحواجز اللغوية أو الجغرافية.
- انقطاع المسار بعد الفحص: نتيجة غير مفهومة، تأخر موعد المتابعة، أو غياب من يوجه المريضة.

● نموذج حملة قصيرة لمدة أربعة أسابيع

المرحلة	النشاط	المخرج المطلوب
الأسبوع 1	استطلاع سريع ولقاء مع المركز الصحي	تحديد الجمهور والعوائق والخدمات المتاحة
الأسبوع 2	جلسات صغيرة ومحتوى رقمي موحد	رسائل صحيحة وأسئلة شائعة مع جهة اتصال
الأسبوع 3	يوم إحالة أو عيادة متنقلة/حجز جماعي	مواعيد فعلية ودعم للنقل والمتابعة
الأسبوع 4	اتصالات متابعة وتقييم	عدد الإحالات والحضور وملاحظات المشاركات



الحملة الجيدة تخطط، تنفذ، تحيل إلى الخدمة، ثم تقيس النتائج وتحسن الأداء.

● مؤشرات تقييم بسيطة

مؤشرات التنفيذ

- عدد الجلسات والمواد المنشورة والمشاركات.
- نسبة وصول الرسائل للفئة المستهدفة.
- عدد النساء اللواتي طلبن معلومات أو حجراً.
- عدد الإحالات المكتملة ومواعيد المتابعة.

مؤشرات الأثر القريب

- تحسن المعرفة بالأعراض ومكان الخدمة.
- انخفاض الخرافات والخوف المبالغ عنه.
- زيادة الالتزام بالمواعيد المناسبة.
- رضا المشاركات عن الخصوصية والوضوح.

● ضوابط أخلاقية

- الموافقة قبل التصوير أو نشر القصص، وإخفاء البيانات الشخصية في الاستبيانات.
- إتاحة المعلومات لجميع الفئات دون تمييز، وتوفير بدائل لذوات الإعاقة أو محدودات القراءة.
- مراجعة المحتوى من مختص صحي، وتحديث بيانات الخدمات قبل كل حملة.
- التأكيد أن المحاضرة للتوعية العامة ولا تستبدل تقييم الطبيب أو الإرشادات الوطنية.

الخلاصة

دور المجتمع لا يقتصر على ارتداء الشريط الوردي. التأثير الحقيقي يحدث عندما تجمع المبادرة بين معلومة صحيحة، وثقة اجتماعية، وخدمة يمكن الوصول إليها، ومتابعة تحترم كرامة المرأة.

■ المراجع المختارة

- 1) WHO. Breast cancer fact sheet (2026): who.int/news-room/fact-sheets/detail/breast-cancer
- 2) CDC. Symptoms of Breast Cancer (2026): cdc.gov/breast-cancer/symptoms/
- 3) CDC. Screening for Breast Cancer (2024): cdc.gov/breast-cancer/screening/
- 4) CDC Vital Signs. Social Needs and Mammography (2024): cdc.gov/vitalsigns/mammograms/
- 5) IARC/WHO. Global breast cancer projections (2025): iarc.who.int/news-events/breast-cancer-cases-and-deaths-are-projected-to-rise-globally/