

بسمه تعالی



وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی - معاونت بهداشت
مرکز جوانی جمعیت، سلامت خانواده و مدارس
اداره سلامت کودکان

تغذیه با شیرمادر و اهمیت نظارت بر اجرای کد بین المللی جانشین شونده های شیرمادر

مرکز جوانی جمعیت سلامت خانواده و مدارس - اداره سلامت کودکان

دی ماه - ۱۴۰۲

پیشگفتار

روزهای اول عمر که شامل نه ماه زندگی جنینی در داخل رحم و دو سال اول زندگی کودک است، دوره ای حساس و کلیدی شناخته می شود و نقش مهمی در آینده فرد و جامعه دارد. اتفاقاتی که در هر ثانیه در این مدت (۱۰۰۰ روز) رخ می دهد، اثر حیاتی در ارتقا سلامت کودک دارد.

یکی از مهمترین اقدامات حیاتی برای شیرخوار، تغذیه با شیر مادر است که زیربنای بقا و سلامت کودک می باشد و مزایای آن برای مادر و کودک بر کسی پوشیده نیست.

مزایای شیردهی از پستان برای مادر شامل موارد زیر است:

- جمع شدن زودتر رحم و در نتیجه کاهش خونریزی و کاهش کم خونی مادر
 - مصرف شدن تدریجی مقدار چربی که در دوران بارداری ذخیره شده و بازگشت به وزن قبل از بارداری
 - کاهش سرطان پستان، تخمدان و دهانه رحم
 - کاهش پوکی استخوان و شکستگی استخوان ران در هنگام کهولت
 - کاهش احتمال بروز و عود آرتریت روماتوئید و MS
 - کنترل قند خون مادر و پیشگیری از دیابت نوع دوم
 - کاهش استرس و اضطراب مادر
 - برقراری رابطه عاطفی دو طرفه بین مادر و شیرخوار
 - کاهش احتمال کودک آزاری و خشونت مادر
 - ترشح هورمون اکسی توسین همراه با شیردهی و امنیت خاطر و شادابی بیشتر
 - دسترسی شیرخوار به شیر مادر در هر زمان که نیاز دارد و در نتیجه هزینه کمتر برای خانواده
 - کاهش بیماری کودکان و در نتیجه کاهش غیبت از کار مادران شاغل
- مزایای تغذیه با شیر مادر برای کودک به ویژه تغذیه انحصاری با شیر مادر در شش ماه اول شامل موارد زیر است :
- رشد و تکامل مطلوب و بقاء کودک و کاهش مرگ و میر
 - نقش حفاظتی و حمایتی شیر مادر به ویژه شیر روزهای اول (کلستروم، آغوز یا ماک)
 - به عنوان یک غذای کامل برای شیرخواران تا پایان شش ماهگی
 - مقابله در برابر بیماری ها مانند عفونت های تنفسی، بیماری اسهال ، عفونت گوش، سپسیس، مننژیت، آسم و آلرژی
 - کاهش اختلال اوتیسم
 - ضریب هوشی بالاتر در کودکان

تغذیه با شیر مادر علاوه بر اثر حفاظتی در دوران شیرخوارگی در مراحل بعدی زندگی نیز منجر به کاهش بیماری های غیر واگیر مانند قلبی عروقی، دیابت، چاقی می شود.

همچنین در آیات قرانی (آیه ۲۳۳ سوره بقره، آیه ۱۵ سوره احقاف، آیه ۱۴ سوره لقمان، آیه ۲۳ سوره نساء، آیه ۶ سوره طلاق و...) و روایات مکررا به اهمیت ترویج تغذیه با شیر مادر به عنوان مهم ترین و اساسی ترین منبع تعیین شده ، تاکید شده است. لذا وجود کارکنان آگاه، ماهر و متخصص در سیستم بهداشت و درمان، آموزش اصول و تکنیک های صحیح شیردهی به مادران و خانواده ها ، زایمان ایمن و فیزیولوژیک بدون مداخلات غیر ضروری، تماس پوست با پوست مادر و نوزاد بلافاصله پس از تولد، شروع زودهنگام تغذیه با شیر مادر و هم اتافی مادر و شیرخوار در ۲۴ ساعت در طول مدت بستری شیرخواران در بیمارستان مواردی است که در شیردهی موفق کمک می کند .

**کد بین المللی جانشین شونده های شیر مادر " :
پاسخ به سوالات رایج در مورد مسؤلیت و نقش های کارکنان بهداشتی**

**"The International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes":
Frequently asked questions on the roles and responsibilities of health workers**

مقدمه

مسئولیت اخلاقی، قانونی و حرفه ای کارکنان بهداشتی، حفظ، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر است که نقش حیاتی در آموزش مادر و سایر مراقبین تغذیه نوزاد و شیرخوار دارند.

با این حال، در برخی موارد شرکت‌های تولید و توزیع کننده غذای کودک در سرتاسر جهان از کارکنان بهداشتی برای تبلیغ و ترویج جانشین شونده های شیر مادر مانند شیرمصنوعی، شیرمصنوعی خاص و... استفاده می کنند.

هدف این مجموعه پرسش‌های رایج، ارتقاء دانش کارکنان بهداشتی درباره نقش و مسئولیت‌های خاص آنان در حفظ و حمایت تغذیه با شیر مادر در برابر تبلیغات نامناسب جانشین شونده‌های شیر مادر توسط شرکت‌های تولید و توزیع کننده غذای

۱. کد بین المللی بازاریابی جانشین های شیر مادر چیست؟

مجمع جهانی بهداشت در سال ۱۹۸۱، "قانون بین‌المللی بازاریابی جانشین شونده‌های شیر مادر" را جهت ارائه توصیه‌های لازم برای کنترل و نظارت بر بازاریابی جانشین شونده‌های شیر مادر، شیشه شیر و سرپستانک‌ها توسط شرکت‌ها تصویب کرد. هدف اطمینان از دسترسی جانشین‌های شیر مادر در صورت نیاز و نه امکان انجام تبلیغ است. در این دستورالعمل تاکید می شود، با توجه به آسیب‌پذیری ویژه نوزادان و خطرات ناشی از تغذیه نامناسب، شیوه‌های بازاریابی معمول برای جانشین‌های شیر مادر نامناسب هستند. این آئین نامه شامل قوانین و مقرراتی در مورد نقش کارکنان بهداشتی و سیستم های بهداشتی است و آنان را، با مسئولیت های خود در این آیین نامه آشنا کنند.

۲. کد تقریباً ۴۰ سال پیش نوشته شده است. آیا هنوز به امروز هم مربوط است؟

بله، هنوز قانون به همان اندازه مرتبط و مهم است که در سال ۱۹۸۱ تصویب شد. مجمع جهانی بهداشت بارها در طول ۳۹ سال گذشته اهمیت این کد را تکرار کرده است و گاهی اوقات با قطعنامه‌های بعدی آن را تصریح کرده یا به آن اضافه کرده است. اخیراً در سال ۲۰۱۸، مجمع از کشورها خواست تا اجرای کد را ادامه دهند.

اهمیت تغذیه با شیر مادر به طرق مختلف ثابت شده است. با این حال، فروش جانشین شونده‌های شیر مادر در سرتاسر جهان، عمدتاً به دلیل شیوه‌های بازاریابی جدید، مستمر و مؤثر، همچنان در حال افزایش است. این اقدامات به طور جدی تلاش های انجام شده برای حفظ، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر را تضعیف می کند.

علاوه بر ترویج شیر مصنوعی، شرکت‌های تولید و توزیع کننده غذای کودک، جانشین شونده‌های شیر مادر را برای شیر خواران و کودکان سایر سنین (از ۶ ماهگی تا ۳ سالگی) نیز ترویج می کنند. این محصولات باعث کاهش تداوم تغذیه با شیر مادر تا دو سال یا بیشتر می شود. بسته بندی و بازاریابی این محصولات به طور غیر مستقیم باعث ترویج تغذیه شیرخواران با شیر مصنوعی می شوند.

۳. به نظر می رسد کد برای شرکت های تولید کننده غذای کودک نوشته شده است. چه ارتباطی به من به عنوان یک کارمند بهداشتی دارد؟

این کد متوجه دولت‌ها، کارکنان بهداشتی، شرکت‌های غذای کودک و همه کسانی است که مسئولیت حفظ، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر را دارند.

به عنوان یک کارمند بهداشتی، بخشی از کار شما اطلاع رسانی و آموزش مادر و سایر مراقبین در خصوص تغذیه مناسب شیرخوار و کودک خردسال است. مادر باید برای تصمیم گیری آگاهانه و بی طرفانه و عاری از هرگونه تأثیرگذاری تجاری از جانب شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک حمایت شود.

این قانون، هر نوع تبلیغ جانشین شونده‌های شیر مادر در مراکز بهداشتی و درمانی را ممنوع می‌کند و توصیه‌های ویژه‌ای در مورد نحوه پیشگیری از تحت تاثیر قرار نگرفتن کارکنان بهداشتی دارد.

۴. چگونه شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک، جانشین شونده های شیر مادر را از طریق کارکنان بهداشتی ترویج می کنند؟

اقدامات تبلیغاتی شامل اهدای رایگان یا یارانه ای محصولات این شرکت ها مانند جانشین شونده های شیر مادر، شیشه شیر، سر پستانک و نیز اهدای هدایایی به کارکنان بهداشتی و خانواده های آنها، و دعوت از آنان در کنفرانس ها و جلسات داخلی و خارجی است. شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک، اغلب کارکنان بهداشتی و مراکز بهداشتی و درمانی را برای ترویج محصولات خود هدف قرار می دهند. آنها با استفاده از برقراری ارتباط مناسب و نیز تبلیغات، انگیزه های نامحسوسی ارائه می دهند که منجر به تأیید مستقیم یا غیرمستقیم محصولات خود می شوند. این روابط عدم وابستگی، یکپارچگی و اعتبار عمومی کارکنان بهداشتی را تهدید می کند. همه این اقدامات بر اساس قانون بین المللی بازاریابی جانشین شونده های شیر مادر ممنوع است.

۵. من در بیمارستانی در یک منطقه فقیرنشین کار می کنم که باید هزینه ها را کاهش دهیم. چرا پذیرفتن استفاده از شیر مصنوعی رایگان برای مادرانی که قادر به شیر دادن نیستند، اشتباه است؟

تجربه نشان داده است که عرضه نامحدود شیر مصنوعی منجر به ادامه استفاده از این محصول و تضعیف جایگاه تغذیه با شیرمادر می شود. همچنین شرکت ها با علم به اینکه توزیع رایگان محصولات شان منجر به تشویق مادران به تداوم استفاده از محصولات این برند پس از ترخیص از بیمارستان می شود، فرمولاها را به صورت رایگان اهدا می کنند.

بنابراین اهدای محصولات جانشین شونده های شیر مادر یا سایر فرآورده های رایگان و یارانه ای در هیچ بخشی از نظام سلامت مجاز نیست. هر گونه تجویز شیر مصنوعی با دلایل پزشکی مورد نیاز برای شیرخواران باید از طریق مجاری قانونی معمول انجام شود.

۶. بسیاری از بیماران ما توانایی خرید محصولات شیر را ندارند. چرا نباید به خانواده هایی که توانایی خرید این محصولات را ندارند نمونه رایگان بدهیم؟

این قانون به وضوح بیان می کند که کارکنان بهداشتی نباید نمونه هایی از جانشین شونده های شیر مادر را به زنان باردار، مادران دارای شیرخوار زیر دو سال یا اعضای خانواده شان اهدا کنند. اغلب زنان از نظر جسمی قادر به شیر دادن هستند و نیازی به استفاده از جانشین شونده های شیرمادر ندارند. استفاده از شیر مصنوعی یا سایر جانشین شونده های شیرمادر در تولید شیر مادر اختلال ایجاد می کند. حتی در موارد نادری که شیرخوار، مبتلا به بیماری متابولیک است و منع مصرف شیردهی دارد، و به شیر مصنوعی خاص نیاز دارد، کارکنان بهداشتی نباید نمونه بدهند.

اگر نمونه رایگانی در بیمارستان یا مرکز بهداشتی و درمانی به مادر داده شود، حتی اگر نیازی به آن نداشته باشد تمایل دارد از آن استفاده کند. به علاوه خانواده را تشویق می کند به محض اتمام محصولات، مجدداً آن را خریداری کند، حتی اگر واقعاً توانایی خرید محصول را نداشته باشد. حتی ممکن است خانواده متقاعد شود از این به بعد شیرخوار را با شیر مصنوعی تغذیه کند زیرا نمونه به طور ضمنی توسط شما تأیید شده است.

۷. آیا می توانم در مرکز خود پوستر/تقویم /اطلاعات ارائه شده توسط شرکت تولید و توزیع کننده غذای کودک که دارای تصاویری از تغذیه شیرخوار با شیر مادر است را به نمایش بگذارم؟

خیر هرگونه هدیه به مراکز بهداشتی و درمانی از طرف شرکت های غذای کودک مجاز نیست. حتی هدایای کوچک مانند تقویم، خودکار و ... احساس تعهد و دین ایجاد می کند و به طور مستمر به فردی که هدیه دریافت کرده است، "سخاوت" هدیه دهنده را یادآوری می کند.

علاوه بر این، آیین نامه کد بین المللی بازار یابی جانشین شونده های شیر مادر صراحتاً تأکید می کند که از امکانات سیستم بهداشت و درمان کشور برای نمایش محصولات این شرکت ها به صورت پلاکارد و پوستر و ... استفاده نشود. معمولاً پوستر و اطلاعات ارائه شده توسط شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک، حتی اگر تصاویری از تغذیه شیرخوار با شیر مادر را نشان دهند، حاوی نکات ظریفی هستند که تغذیه با شیر مادر را تضعیف می کنند.

۸. نمایندگان شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک وقتی برای معرفی محصولات خود مراجعه می کنند، شکلات و خوراکی می آورند. آیا می توانم آن را بگیرم و به کودک بدهم؟

ممکن است اهدای شکلات و خوراکی توسط نماینده شرکت عادی به نظر برسد، ولی هدایای کوچک مانند شکلات نیز باعث می شود احساس کنید چقدر اقدام شرکت خوب و انسان دوستانه است و شما مدیون وفاداری و قدردانی از شرکت می شوید. متأسفانه این حس وفاداری یا قدردانی اغلب منجر به تأیید و تبلیغ محصولات شرکت می شود. این یکی از دلایلی است که آیین نامه کد بین المللی بازار یابی جانشین شونده های شیر مادر اجازه اهدای هیچ گونه هدیه به مراکز بهداشتی و درمانی را نمی دهد.

۹. گاهی از یک شرکت لوازم التحریر، خودکار و سایر اقلام مفید دریافت می کنیم. آیا پذیرش چنین مواردی هم خلاف قانون است؟

بله، اینها به عنوان هدایایی از طرف شرکت های تولید و توزیع کننده هستند. این آیین نامه به وضوح نشان می دهد که هدایای شرکت های غذای کودک مجاز نیست. علاوه بر این، اقلام اغلب دارای لوگو یا شعارهایی از شرکت هستند که می تواند به معنای تأیید محصولات آنها باشد.

۱۰. یک شرکت تولید و توزیع کننده غذای کودک میزبان رویدادی در مرکز ما برای مادران و نوزادان است و جوایزی هم به برندگان اهدا می کنند. آیا این کار درست است؟

نه درست نیست. اگر مراکز بهداشتی و درمانی به شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک اجازه دسترسی مستقیم به خانواده ها را بدهند، به طور ضمنی به جای ارتقای سلامت، محصولات شرکت را تبلیغ می کند. این آیین نامه کاملاً تصریح می کند که کارکنان بازاریابی شرکت ها در فعالیت تجاری خود نباید به دنبال تماس مستقیم یا غیرمستقیم از هر نوع با زنان باردار یا مادران نوزادان و کودکان خردسال باشند.

۱۱. آیا می توانیم وسایل و تجهیزاتی مانند لپ تاپ را به شرطی که هیچ نشانی از شرکت نداشته باشند، از شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک بپذیریم و در مراکز استفاده کنیم؟

خیر. اهدای تجهیزات، از جمله لپ تاپ، تأثیر مثبتی بر نگرش کارکنان بهداشتی و مدیریت مرکز نسبت به شرکت و محصولات آن دارد. این احساس دین و نفوذپذیری ممکن است در سیاست گذاری و تصمیم گیری سازمانی و مسئولیت حرفه ای برای ارائه توصیه های سلامت اثر سوء داشته باشد. این اقدامات به طور بالقوه، سلامت و رشد مطلوب شیرخوار و کودک خردسال را تضعیف می کند. حتی اگر هیچ لوگوی شرکت وجود نداشته باشد، خود کمک مالی باعث ایجاد احساس تعهد و وفاداری می شود.

۱۲. آیا تبلیغات شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک در اتاق انتظار مرکز قابل قبول است؟

خیر، آیین نامه تصریح می کند که از امکانات مراکز بهداشتی و درمانی برای نمایش و تبلیغ محصولات موضوع این آیین نامه یا پلاکارد و پوستر مربوط به این محصولات استفاده نشود.

۱۳. در بیمارستان، قفسه هایی از شیر مصنوعی برای شیرخوارانی داریم که نمی توانند با شیر مادر تغذیه کنند. آیا باید آن را با پرده بپوشانیم؟

بله. هر گونه جانشین شونده های شیر مادر که در برخی بخش های بیمارستان نگهداری می شوند، باید دور از دید مراجعین باشند.

۱۴. آیا توزیع بروشورهای ترویج تغذیه با شیر مادر توسط شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک، به شرطی که تبلیغاتی برای محصولات آنها وجود نداشته باشد مجاز است؟

خیر. این آیین نامه به شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک اجازه نمی دهد که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به والدین و سایر مراقبین تغذیه شیرخوار و کودک خردسال در مراکز بهداشتی و درمانی آموزش دهند. بروشور یکی از شیوه های آموزش است. علاوه بر این بروشورهای این شرکت ها، اغلب دارای تصاویر و پیام های ضمنی هستند که بیشتر به نفع محصولات تجاری شرکت است تا تغذیه با شیر مادر.

۱۵. مادران به آموزش تغذیه شیرخوار نیاز دارند ، آیا من می توانم برای برگزاری کلاس های آموزشی از شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک به شرط عدم تبلیغ محصولات خود کمک بگیرم؟

خیر، نمایندگان این شرکت ها مجاز به ارائه آموزش مستقیم و غیر مستقیم به والدین شیرخواران و کودکان خردسال در مراکز بهداشتی و درمانی نیستند.

اگر مادر و شیرخوار نیاز به استفاده از جانشین شونده های شیر مادر داشته باشد، باید اطمینان حاصل شود که هر گونه آموزش توسط سیستم بهداشتی انجام می شود.

۱۶. من باید دانش حرفه ای خود را ارتقا دهم. چرا نمی توانم از یک شرکت تولید و توزیع کننده غذای کودک برای سفر یا شرکت در کنفرانس ها و جلسات حرفه ای کمک مالی بپذیرم؟

بودجه ای که توسط شرکت های تولید و توزیع کننده غذای کودک برای سفر یا شرکت در کنفرانس ها یا کارگاه های آموزشی تامین می شود ، یکی از راه هایی است که شرکت سعی می کند بر شما تأثیر بگذارد و شما را مدیون خود کند. این نوعی مشوق مالی است که ممنوع است

۱۷. اگر نماینده شرکت تولید و توزیع کننده غذای کودک به من بگوید که پذیرش نمونه، هدایا یا دعوت به کنفرانس یا برنامه های مطالعاتی در کشور مجاز است، چه باید بکنم؟

برای شما به عنوان یک کارمند بهداشتی مهم است که با قوانین و دستورالعمل های کشوری که در راستای مقابله با ترویج نامناسب جانشین شونده های شیر مادر اتخاذ شده، آشنا باشید. فقط به این دلیل که ممکن است دریافت این هدایا در کشور غیرقانونی نشده باشد، به این معنی نیست که پذیرش آنها اخلاقی یا مناسب است.

به یاد داشته باشید صرف نظر از اینکه قانون کد در کشور تصویب شده است یا نه، به عنوان یک کارمند بهداشتی وظایفی در چارچوب این آیین نامه برای حفظ، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر دارید. این کد از شما می خواهد که اطمینان حاصل کنید که والدین و شیرخوار با نظارت شما در برابر شیوه های بازاریابی شرکت ها محافظت و حمایت می شوند

۱۹. در صورت مشاهده تبلیغ جانشین های شیر مادر در محل کار خود چه کنم؟

در صورت اطلاع از فعالیت های ناقص کد باید آنها را به مسئولین گزارش دهید. شیوه گزارش ممکن است به صورت موردی باشد، یا بخشی از ارزیابی های منظم و مستمر آن مرکز باشد.