



Talk to me!  
Breastfeeding, a 3D Experience

با من صحبت کن! تغذیه با شیر مادر یک تجربه سه بعدی

اتحادیه بین المللی تغذیه با شیر مادر (WABA) مفتخر است که شعار هفته جهانی تغذیه با شیر مادر سال ۲۰۱۱ را موضوع: "با من صحبت کن! تغذیه با شیر مادر یک تجربه سه بعدی" اعلام کند که بر تعامل و بسیج بین نسلی جوانان تاکید دارد. شعار امسال به ارتباطات بین سطوح مختلف و بین بخش های مختلف می پردازد.

چرا سه بعدی؟

وقتی که به حمایت از تغذیه با شیر مادر توجه می کنیم تمایل داریم آنرا دو بعدی در نظر بگیریم: زمان (از قبل از حاملگی تا از شیر گرفتن) و مکان (خانه، جامعه، سیستم مراقبت بهداشتی و غیره) ولی هیچکدام بدون بعد سوم که ارتباطات است اثر پندانی ندارند.

ارتباطات یک بخش اساسی از مفاصل، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر است. ما در جهانی بسر می بریم که در آن افراد و جوامع در سراسر جهان در فواصل دور و نزدیک بلافاصله ارتباط برقرار می کنند. روزانه خطوط جدید ارتباطی در حال شکل گیری است و ما باید توانایی استفاده از این کانال های ارتباطی را داشته باشیم تا از این طریق افق دیدمان را وسعت بخشیده و اطلاعات تغذیه با شیر مادر را فراتر از مکان و زمان گسترش داده و فعالانه گفتگو کنیم.

بعد سوم شامل ارتباطات بین نسلی، بین بخشی، بین جنسیتی و بین فرهنگی است و به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه را تشویق می کند تا از این طریق بتوان به توسعه وسیع تری دست یافت.

## چه کنیم تا یک تجربه سه بعدی داشته باشیم- فعال کنیم و جشن بگیریم

۱- با سایر مامیان تغذیه با شیر مادر از طریق پست الکترونیکی (email) یا سایت روی Facebook or Twitter تماس برقرار کرده برنامه ریزی را آغاز کنیم.

۲- با گروههای اجتماعی مملی تماس برقرار کنیم. از جمله: معلمین، روزنامه نگاران، مدیران رسانه ای، دانشمویان، دانش آموزان و مدیران و مسئولین جامعه - تا به آنها کمک کنیم که با ایجاد پیام های میاتی و به اشتراک گذاردن آن ها، آگاهی های جامعه را ارتقاء بخشند.

۳- با مراکز بهداشت منطقه در تماس باشیم و آنها را به منظور تلاش گسترده برای زنان باردار و مادران شیرده و یا برگزاری دوره های آموزشی برای مشاورین شیردهی و تغذیه با شیر مادر کمک کنیم.

۴- با کارفرمایان و مقامات دولتی منطقه ای و کشوری مکاتبه کنیم و حمایت مالی آن ها را برای بزرگداشت هفته جهانی تغذیه با شیر مادر درخواست کنیم و در صورت لزوم در مورد پیشگیری از حمایت و یا هر نوع همکاری با سازندگان و توزیع کنندگان محصولات تمت پوشش کد بین المللی بازاریابی جانشین شونده های شیرمادر هشدار دهیم.

۵- گروه هایی ایجاد کنیم که مردم بتوانند بطور فلاق روایات و مکایات خود را در ارتباط با تغذیه با شیر مادر بیان کرده و با یکدیگر به اشتراک گذارند مثل جشنواره فیلم، مباحثه ویدئویی آنلاین، جلسات صمبیت تک نفری، نمایشگاه ها، تالارهای گفتگوی آنلاین، مجامع هنری...

۶- تدریس موضوع تغذیه با شیر مادر را در سطح مدارس و دانشگاه ها تشویق نمائیم و برای ترویج تغذیه با شیرمادر از دیدگاه های مختلف، با گروه های اجتماعی موجود ارتباط برقرار کنیم.

۷- با اطرافیان خود در این مورد صمبیت کنیم.

## امسال می فواییم چکار کنیم؟

❖ جوامع و تسهیلات بهداشتی را برای استفاده از انواع تکنولوژی رسانه ای جدید ترغیب کنیم تا افراد بیشتری از تغذیه با شیر مادر آگاهی پیدا کنند و هم چنین در مورد تضاد و مغایرت هایی که از سود حاصل از فروش و توزیع محصولات تمت پوشش کد بین المللی بازاریابی جانشین شونده های شیر مادر با ترویج تغذیه با شیر مادر بومود می آید، هشدار دهیم.

❖ دامنه جلب مشارکت و حمایت از تغذیه با شیر مادر را گسترش دهیم تا اقشاری که به طور سنتی کمتر علاقمند این موضوع هستند (از قبیل جوانان، مردان و مروجین تنظیم خانواده) نیز درگیر شوند

❖ آموزش مهارت های ارتباطی در زمینه تغذیه با شیر مادر و آموزش سلامت را ارتقا داده و توسعه دهیم و برای جلب مشارکت فعال افراد جوان تلاش کنیم.

❖ از طریق شبکه های اینترنتی، کانال های ارتباطی بین بفض های مختلف ایجاد کرده و آن ها را افزایش دهیم تا اطلاعات و بازفوردها در زمینه تغذیه با شیر مادر در دسترس قرار گرفته و ارتقا یابد.

- ❖ جلب اعتماد را تشویق کنیم، بدین منظور اعتماد مامیان جدید را بوسیله کارشناسان تغذیه با شیرمادر جلب کنیم و از طریق متخصصین مجرب ارتباطات، افراد جدیدالورود در این عرصه را بدون در نظر گرفتن سن شان جلب کنیم.
- ❖ رویکردهای نوآورانه ارتباطات را به طور فلاقانه کشف، پشتیبانی و شناسایی کرده و اجرا کنیم و همچنین فضایی را برای مردم فراهم سازیم تا ایده ها و نظرات شان را ارائه نمایند.

### با من صحبت می کنید؟

ارتباطات عبارت است از: برقراری ارتباط، همکاری، سینرژی و مشارکت. این واژه ها با جذب انرژی، قدرت توسعه انسانی را تشکیل می دهند. ۲۰ سال پیش در بیانیه اینوپنتی، گروهی از متخصصین بهداشت و رهبران جهانی به نهضت ارزشمند " حفظ، حمایت و ترویج تغذیه با شیر مادر در تمام دنیا" پیوستند. هفته جهانی تغذیه با شیر مادر راه اندازی شد تا یادآور بیانیه اینوپنتی باشد و از آن زمان تاکنون، سالانه هزاران نفر از مردم گوشه و کنار دنیا آن را به عنوان یک رویداد مهم جشن می گیرند.

امروزه اینترنت این امکان را برای ما فراهم می سازد که به راحتی به اطلاعات دقیقی در مورد هر چیزی دست یابیم. ما از سایت های شبکه های اجتماعی استفاده می کنیم تا بلافاصله به دوستان و اعضای خانواده که هزاران کیلومتر از ما فاصله دارند دسترسی پیدا کنیم. در ارتباط با تغذیه با شیر مادر نیز می توان به انبوهی از اطلاعات از طریق این کانال ها دسترسی پیدا کرد.

تردیدی نیست که تغذیه با شیر مادر یک بسته سلامتی پیشگیرانه و تغذیه کامل را برای شیرفواران و کودکان فردسال فراهم کرده و یکی از پایدارترین شیوه های موهود در این میطه است. تغذیه با شیر مادر هم چنین در سلامت زنان مائز اهمیت است. از جمله: در کم کردن وزن پس از زایمان کمک می کند؛ در برابر سرطان پستان و سایر بیماری ها حفاظت ایجاد می کند و نیز موجب تافیر در بازگشت قاعدگی و تخمک گذاری می شود. با این حال بسیاری از نقاط جهان هنوز هم با میزان پایین تغذیه انمصارى با شیر مادر و تداوم تغذیه با شیر مادر درگیر هستند. این سؤال مطرح است که چرا بین دانش ما و آنچه در واقعیت اتفاق می افتد فاصله وجود دارد، و ما چه کاری می توانیم انجام بدهیم؟

همانند اجزای شیر مادر که ترکیبی میاتی از مواد مغذی و سلول های زنده را تشکیل می دهد، یک تعامل زنده و با نشاط بین مردم برای حمایت از مادران شیرده ضروری و میاتی است. این تعاملات به مادر اطمینان می دهد که احساس تنهایی نکند.

همان طور که دولت های ملی و مملی پاسفگوی افزایش نابرابری ها در سلامت و تنش های اقتصادی در جامعه فود هستند، همواره ثابت شده است که تغذیه با شیر مادر می تواند به عنوان یک پاسف پایدار، عادلانه و در عین حال کم هزینه نسبت به این فشارها باشد. حرکت هایی مانند هفته جهانی شیرمادر (WBW)، Healthy People 2020

در آمریکا ، بسیج یک میلیونی (One Million Campaign) و سیاست های بهداشتی دیگر در بسیاری از کشورها این آگاهی را به مادران می دهد که تغذیه با شیر مادر امکان پذیر است.

با در نظر گرفتن روش های زیاد برقراری ارتباط که از عهده ما بر می آید، اینک زمان مناسبی برای به اشتراک گذاشتن و بالا بردن توانایی هاست. چالش پیش رو عبارت است از اینکه پیام های مرتبط و فلاقانه ای بیابیم و در ضمن مخاطبین غیر سنتی را نیز سهیم کنیم. یکی از این مخاطبین، نسل جوان است. جوانان گنجه ای از ایده و فکر، انرژی، شور و شوق بوده و نقش مهمی در شکل دادن به آینده جوامع شان به عهده دارند. مادر باید احساس کند که از او حمایت می شود ولی این حمایت باید از منابع و بخش های متعدد ارائه شود و ماوی پیام های درست و مستحکم در تمام ارتباطات مادر باشد.

موضوع شعار هفته جهانی شیرمادر ۲۰۱۱ این نکته را یادآوری می کند که تغذیه با شیر مادر یک تجربه سه جانبه است- فرصتی برای پیش رفتن، سرمایه گذاری برای آینده ای سالم و در نهایت منظری منمصر به فرد برای دیدن جهان است. به یاد داشته باشیم که برای موفقیت در این بسیج نیاز به ارتباطات داریم. ما جهانی هستیم و می فوایم بدانیم چرا تغذیه با شیر مادر مهم است.

امسال، از شما درخواست می کنیم که از هر طریق ممکن و از هر کانال ارتباطی که به روی شما باز است ارتباط برقرار کنید و هم چنین به منظور موفقیت در تغذیه مطلوب با شیرمادر، پیام هایی را که برای تقویت و توانمند سازی زنان و جامعه مورد نیاز است، با ما به اشتراک بگذارید.

تنظیم و ترجمه : سوسن سعدوندیان - دکتر شهناز علایی- مریم فریور

اداره سلامت کودکان و ترویج تغذیه با شیرمادر