

Svetska nedelja dojenja 3. - 9. oktobar 2011.

05.10.2011

Svetska nedelja dojenja je globalna kampanja koja se održava u oko 150 zemalja sveta. Njen cilj je da jača društvenu svest o značaju i prednostima dojenja i da obezbedi podršku dojenju, a time unapredi i zaštitu zdravlja majke i deteta.

Â Svetska nedelja dojenja Â 3. - 9. oktobar 2011. Â Â â€žRazgovaraj sa mnom: dojenje â€œ kao 3D iskustvoâ€œ Â â€žM najbolja hranaâ€œ Â â€žZnačaj komunikacije i upotrebe savremenih tehnologija za pravu informisanostâ€œ Â Zvanično obeležavanje Svetske nedelje dojenja na globalnom nivou je od 1. do 7. avgusta, ali se održavama, organizacijama i institucijama predlaže da za obeležavanje i aktivnosti povodom Svetske nedelje dojenja izaberu najprikladnije događaje ili datume u njihovim zemljama. Â U našoj zemlji, kao i u mnogim drugim zemljama, za datum obeležavanja Svetske nedelje dojenja izabrana je 40. nedelja u godini, zbog toga što trudnoća traje četrdeset nedelja. Ove godine Svetske nedelja dojenja na nacionalnom i lokalnom nivou u Republici Srbiji obeležiti će se od 3. do 9. oktobra. Â Svetske nedelje dojenja 2011. godine usmerena je na ohrabrivanje i mobilizaciju mladih u međugeneracijskom pokretu pod sloganom â€žRazgovaraj sa mnom: dojenje â€œ kao 3D iskustvoâ€œ, ili u širem značenju â€žMajčino mleko-najbolja hrana. Značaj upotrebe savremenih tehnologija za pravu informisanost Â i odnosi se na komunikaciju na različitim nivoima i između različitih sektora. Â Zašto treća dimenzija? Â Posmatrajući podršku dojenju skloni smo da vidimo samo dve dimenzije: vreme (od perioda pre trudnoće do vremena kada dete prestane da doji) i mesto (porodica, društvo, sistem zdravstvene zaštite, itd). Ništa od ovoga ne bi bilo dovoljno bez postojanja treće dimenzije â€œ komunikacije. Â Komunikacija je neophodna za promociju i podršku dojenju. Živimo u svetu gde se pojedinci i globalne zajednice, na malim ili velikim udaljenostima povezuju brзом razmenom poruka. Svakodnevno nastaju novi načini komunikacije. U mogućnosti smo da koristimo razne izvore informacija saznamo više i širimo znanje o dojenju bez ograničenja kao što su razlika u vremenskoj zoni i mestu življenja. Â Ova treća dimenzija podrazumeva komunikaciju među generacijama, sektorima, polovima i kulturama. Ona podstiče širenje znanja i iskustva i omogućava da informacije dopru do većeg broja ljudi. Â Ciljevi: Â 1.Â Â Â Â Â Ohrabriti korišćenje novih komunikacionih tehnika (društvenih mreža npr. Facebook i Twitter, elektronske pošte, foruma, bloga) što će dovesti do povezivanja ljudi, naročito majki i razmene informacija. 2.Â Â Â Â Â Uspostaviti nove i unaprediti postojeće komunikacione kanale između različitih sektora tj. povezati nastavnike, novinare, predstavnike medija, studente i predstavnike lokalnih vlasti kako bi se olakšala razmena informacija. Edukovati i razviti komunikacione veštine kroz obuku zdravstvenih radnika. 4.Â Â Â Â Â Ohrabriti uspostavljanje mentorstva (starijih članova porodice) kako bi se aktivno zastupala ideja dojenja i apelovalo na mlade majke da doje. 5.Â Â Â Â Â Ohrabriti kreativno istraživanje, pružiti podršku, prepoznati i primeniti inovativne komunikacione pristupe, a takođe pružiti slobodu ljudima da realizuju svoje ideje. 6.Â Â Â Â Â Proširiti broj ljudi koji zastupaju ideju dojenja i to naročito onih osoba koje su tradicionalno manje zainteresovani (na primer, sindikati, organizacije koje se bave ljudskim pravima, ekolozi, aktivisti, mladi) i to uvođenjem ove teme u obavezne nastavne planove i programe u školama i na univerzitetima ili pak preko sponzorstva događaja organizovanih povodom proslave Svetske nedelje dojenja pri čemu se mora voditi računa o konfliktu interesa kada se kao sponzori pojavljuju lica koja rade u proizvodnji, prodaji i distribuciji proizvoda koja su regulisana Međunarodnim kodeksom marketinga zamene za majčino mleko. Â Dojenje je kao aktuelan javno-zdravstveni problem prepoznat u

Milenijumskim ciljevima razvoja i to: Â MCR 1 (glad i siromaštvo): Prvi korak ka smanjenju prevalencije neuhranjenosti kod dece je isključivo dojenje koje im omogućava pravilan rast i razvoj u prvim danima života dok nastavak dojenja uz uvođenje veštačke ishrane, poboljšava njen kvalitet. Dojenje takođe doprinosi smanjenju troškova domaćinstva naročito siromašnim društvima. Â MCR 3 (rodna ravnopravnost): Dece dobijaju jednaku šansu na početku života putem dojenja, bez obzira na nivo primanja u domaćinstvu. Dojenje takođe potstiče žene da vode računa o svom reproduktivnom zdravlju i da one same budu dovoljne za ishranu svoje dece. Â MCR 4 (smanjiti smrtnost dece): Ako bi sva novorođenčad ostvarila kontakt čim skoro na kožu sa majkom, a zatim isključivo dojila tokom šest meseci i potom na dojenje sa odgovarajućom komplementarnom ishranom do dve godine ili pak duže, smrtnost dece ispod pet godina bi se smanjila za 13-20% u celom svetu. Â MCR 5 (zdravlje majki): Dojenje smanjuje rizik od posleporođajnog krvarenja, štiti od anemije i nedostatka gvožđa, i smanjuje rizik od raka dojke i jajnika kao i čestih bolesti. Â Â Hajde da razgovaramo! Â Način na koji razgovaramo sa ljudima o dojenju može da utiče na način na koji se usvajaju i razmenjuju informacije

Izbegavajte korišćenje reči â€žnajbolje, idealno, optimalno, savršeno, ili posebnoâ€œ

Upotreba ovih izraza može izazvati osećaj da dojenje zahteva dodatni napor i ne predstavlja deo svakodnevnog života. Dojenje bi trebalo da bude predstavljeno kao čnormalan činâ€œ, a alternative kao â€žloš izborâ€œ. Â Budite oprezni sa žene ne doje iz više razloga. To nije njihova krivica. Treba da radimo na promociji dojenja, a ne da ih osuđujemo. Nikada ne osuđujte i podržite svaku odluku koju je majka donela. Â Fokus treba da bude na uspostavljanju veze majke i novorođenčeta. Dojenje predstavlja spoj ishrane i prirode. Mi radije diskutujemo o tome kako se fiziološki odvija proces proizvodnje mleka nego kako se uspostavlja veza majke i novorođenčeta. Â Ne zanemarite činjenicu kako uspostavljena veza utiče na razvoj deteta, osnaživanje žene i njeno zdravlje. Â Dojenje predstavlja mnogo više od ishrane. Â Tri, jedan -akcija! Â Kada naučimo kako da uključimo ljude u dijalog, vreme je da vidimo šta možemo da uradimo tokom proslave Svetske nedelje dojenja kako bi počeli da komuniciramo! Â ZAŠTITE: Održite što je duže moguće pozitivnu energiju sa proslave â€œ intervjuite učesnike, izvršite pilot istraživanje na statistički reprezentativnom uzorku osoba u vašoj zajednici i iskoristite ove rezultate kako bi lobirali za prijateljski nastrojeno okruženje koje će promovisati dojenje! Â PROMOVITE: Iskoristite temu 2011. godine i pronađite kreativan način kako bi javno promovisali događaje povodom proslave Svetske nedelje dojenja â€œpovežite se sa školama, univerzitetima, centrima za brigu o deci, zdravstvenim ustanovama, organizacijama u lokalnoj zajednici, i ustanovama socijalne pomoći. Ovo su i mesta gde se mogu angažovati mladi ljudi, što može da bude od velike pomoći. Â PRUŽITE PODRŠKU: identifikujte ljude u vašoj mreži

Ä½e raditi na dizajnu programa ili dogaÄ½aja povodom proslave Svetske nedelje dojenja. Zapamtite, to je timski rad! Ä½ I Ä½ Postavite sebi pitanja - saznajte viÄ½e o moÄ½i komunikacije na promenu ponaÄ½anja! UveÄ½ajte nove komunikacione tehnike koje su vam na raspolaganju! Saznajte viÄ½e o novim vrstama komunikacije (elektronska poÄ½ta (e-mail), forumi, ä½Žnewsâ½œ grupe, mailing liste, blog, mikroblog, druÄ½tvene mreÄ½e)Ä½ koje mogu da pomognu u komunikaciji sa mladim ljud Ä½irom sveta! Ä½ Ä½ Ä½ ViÄ½e informacija: <http://www.waba.org.my/> Ä½

Ä½