



# นมแม่...บอกต่อรอบทิศ ด้วยจิตอาสา (Talk to Me! Breastfeeding...A 3D Experience?)

โดย อาจารย์ ดร.สุดากรณ์ พยัคฆเรือง ภาควิชาการพยาบาลกุมารเวชศาสตร์

ทุกคนยอมรับข้อความที่ว่า “นมแม่เป็นอาหารที่มีคุณค่าและดีที่สุดสำหรับลูก” แต่เมื่อหันมามองความเป็นจริงในสังคม พบว่าในประเทศไทยมีลูกๆ ที่ได้กินนมแม่อย่างเต็มที่ในช่วง 6 เดือนแรกของชีวิตเพียงร้อยละ 5.4 (ณัฐฐา กิณะพันธ์, 2551) แม้ว่าจะมีการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ผ่านโครงการ สายใยรักแห่งครอบครัวใน 39 จังหวัด และพบอัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเต็มที่ 6 เดือนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 29.6 (กรมอนามัย, 2553) แต่ก็เป็นการสะท้อนให้เห็นอีกด้านหนึ่งว่าลูกๆ ส่วนใหญ่ได้กินนมผสม ความเป็นจริงที่ตามมาก็คือการที่พบว่ามีความรู้ของเด็กรุ่นใหม่ในประเทศไทยร้อยละ 1.7 (Santadusit, Aththapaisalsarudee, & Vichyanond, 2005)

## ความเป็นมาของสัปดาห์นมแม่โลก

ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดจากการตลาดในการขายนมผสม นับเป็นปีที่ 21 แล้ว หลังจากมีปฏิญญา “อินโนเซนติ” ที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้กำหนดให้วันที่ 1-7 สิงหาคม ของทุกปีเป็นสัปดาห์นมแม่โลก หรือ World Breastfeeding Week และได้ร่วมกันรณรงค์การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ โดยมีเครือข่ายพันธมิตรการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่แห่งโลก (World Alliance for Breastfeeding Action หรือ WABA) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานจัดการรณรงค์

## คำขวัญสัปดาห์นมแม่โลก

ในแต่ละปี WABA จะมีการกำหนดคำขวัญในการรณรงค์การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วโลก คำขวัญสัปดาห์นมแม่โลก ประจำปี 2553 คือ “Breastfeeding: Just 10 steps-Baby Friendly Way!” ซึ่งในประเทศไทยใช้คำว่า “เดินพลังรักสู่ลูก ด้วยนมแม่แค่...10 ขั้นตอน” สำหรับคำขวัญเพื่อการรณรงค์ใน World Breastfeeding Week หรือ วันที่ 1-7 สิงหาคม 2554 นี้คือ “Talk to Me! Breastfeeding-a 3D Experience?” หรือ “นมแม่...บอกต่อรอบทิศ ด้วยจิตอาสา”



World Breastfeeding Week  
2011

## ทำไมต้องเป็น 3D Experience?

ในอดีต เมื่อเราต้องการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เราจะมีเป็น 2 มิติ หรือ two-dimensions คือ มิติด้านเวลา (เช่น จะส่งเสริมในช่วงก่อนคลอด หลังคลอด จนกระทั่งหย่านม) และ มิติด้านสถานที่ (เช่น จะส่งเสริมการกินนมแม่ที่บ้าน ที่ทำงาน ในสังคม หรือมุ่งเน้นไปที่ทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น) ในปัจจุบันนี้เราต้องต่อสู้กับการตลาดเพื่อขายอาหารทารกและเด็กเล็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เราจำเป็นต้องมีการสื่อสารเรื่องนมแม่อย่างทั่วถึงเพื่อปกป้อง ส่งเสริม และสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คำขวัญในปี 2554 นี้ จึงมุ่งเน้นมิติที่ 3 (a THIRD dimension) คือเรื่องการสื่อสาร (communication) โดยกระตุ้นและส่งเสริมให้ทุกคน ทุกหน่วยงาน ทุกกลุ่มสังคม ได้มีการสื่อสารถึงกันเกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์, คลิบวิดีโอ, Social Network เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อทำให้เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ได้รับการยอมรับ และทำให้เกิดความยั่งยืนในทุกระดับของสังคม ไม่ว่าจะเป็กลุ่มคนช่วงอายุใด เพศใดก็ตาม ไม่ว่าจะอยู่ในสังคม หรือวัฒนธรรมใดก็ตาม

ศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และโภชนาการเด็ก คณะพยาบาลศาสตร์ ได้ร่วมจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในปี นี้ โดยจัดประกวดเรียงความเรื่อง “บอกต่อ...ความประทับใจเรื่องนมแม่” การเผยแพร่คำขวัญ “Talk to Me! Breastfeeding-a 3D Experience?” ทาง Website จัดการเสวนาระหว่างกลุ่มแม่ซึ่งเป็นบุคลากรของคณะฯ และกลุ่มนักศึกษา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะจัดขึ้นเป็นระยะต่อเนื่องตลอดปี 2554

## เอกสารอ้างอิง

ณัฐฐา กิณะพันธ์. (2551). น้านนมแม่ที่ดีที่สุด วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 กันยายน 2553, แหล่งที่มา [http://www.unicef.org/Thailand/reallives\\_9620.html](http://www.unicef.org/Thailand/reallives_9620.html)

กรมอนามัย. (2553). กรมอนามัย เพย เด็กกินนมแม่เพิ่มร้อยละ 29.6 ดึง อสม. ร่วมพัฒนาความรู้ ขับเคลื่อนสังคมนมแม่. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มิถุนายน 2554, แหล่งที่มา [http://www.moph.go.th/ops/iprg/include/admin\\_hotnew/show\\_hotnew.php?idHot\\_new=33843](http://www.moph.go.th/ops/iprg/include/admin_hotnew/show_hotnew.php?idHot_new=33843)

Santadusit, S., Aththapaisalsarudee, S., & Vichyanond, P. (2005). Prevalence of adverse food reactions and food allergy among Thai children, *Journal of Medical Association Thai*, 88(Supple 8), S27-S32.



ครบรอบ ๑๑๕ ปี โรงเรียนพยาบาลผดุงครรภ์ และอนามัยศิริราช