



## 溝通的競爭

### 嬰兒食品公司及母乳哺育文化的衰退

從一開始，嬰兒食品工業就為所製造的產品尋找方法製造需求。雖然他們有一部份依賴保健工作者及醫學代表或是媽媽、護士、銷售人員的人際接觸，這些公司同時使用各式的策略及媒體進行大規模及複雜的促銷。所製造的產品目前仍被促銷成一個方便、科學化，提供完整營養及代表高社會地位的食品。廣告中使用一個摩登媽媽和可愛無邪小寶寶的影像，製造一個使用該產品的家庭可期望的假象。最近，銷售訊息的重點放在所製作產品的更安全性，尤其是在有環境污染的地區或是高愛滋病帶原及罹病區。

母乳代用品銷售的主要夥伴是保健工作者。隨著生產及母乳哺育的被更醫學化，母乳代用品被促銷成一種科學而無菌的方式，進一步使得週產期的經驗變得制式化。不幸的是，在以對生產及母乳哺育自然過程沒有什麼經驗的男性醫師為主的環境中，科學化的餵食方式很快的被變成常規的做法。有關人工餵食的優越性及母乳的缺點這樣錯誤的訊息在醫學及護理的教科書，及醫院的常規中被視為正常，更被誇張的銷售所強化。

母乳代用品的促銷在二十世紀中接觸到多數的家庭。經濟的力量，從工業革命到新的服務經濟，鼓勵家庭的移動以尋求工作。離開家庭及朋友減弱了傳統社區對母乳哺育的支持。婦女進入有薪的工作市場，限制了她們和她們的孩子在一起的能力。提早離乳換成母乳代用品被宣傳成支持她們經濟活動的選擇。

總而言之，這些改變造成了對婦女母乳哺育及直覺性智慧的貶價。隨著社區被支離，母乳哺育的文化也不再被支持。嬰兒食品及相關產品被誇張的促銷成對嬰兒最好的選擇，造成了母親對自己奶水品質、寶寶的成長及自己照顧寶寶能力的懷疑。自我的懷疑反過來造成過早離乳，常伴隨著嬰兒營養不良、腹瀉及有時是死亡的悲慘結果。

## 保護及鼓勵

### 母乳哺育：國際母乳代用品銷售守則

1939年，在新加坡，過早離乳，錯誤的宣傳，人工食品及嬰兒死亡首次被公開其相關性。跟著有數十年的控告、訴訟、抵制及死亡。直到1981年，世界衛生大會才通過國際母乳代用品銷售守則。這個國際銷售守則希望鼓勵及保護母乳哺育及規範人工餵食產品的銷售。目前，國際守則在55個國家中完全或部分被制定為法律，在很多國家中則以道德規範被執行。

國際守則讓事情有所不同，但仍不夠。公司表面上改變，但仍持續促銷他們的產品。國際嬰兒食品行動聯盟 (IBFAN) 監測國際守則及世界衛生組織相關建議被執行的情況，並報告違反的部分。因為沒有被服從，IBFAN、政府及民間組織持續要求立法保護母乳哺育，並參與抗議行動，抵制雀巢公司。

#### 資源：

- Breaking the Rules, Stretching the Rules: Evidence of Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes and Subsequent Resolutions, 2001, IBFAN ICDC
- IBFAN 一系列五個單張報告銷售的現況：國際守則，愛滋病及母乳哺育；商標；醫院及診所；母親；及網站，2001, IBFAN ICDC
- 各國家的守則狀況：a Survey of Measures taken by Governments to Implement the Provisions of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, 2001, IBFAN ICDC
- 各公司的守則狀況：a Survey of Marketing Practices of Infant Food and Feeding Bottle Companies, compared to the Requirements of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, 2001, IBFAN ICDC



### 嬰兒親善醫院 The Baby Friendly Hospital Initiative (BFHI)

嬰兒親善醫院是1992年由聯合國兒童基金會及世界衛生組織一起推展的運動，用來幫助醫院促進及支持母乳哺育，在很多國家都有明顯的成功。全世界現在有超過14,500所嬰兒親善醫院。十步驟中有很多部分牽涉到母親、嬰兒、醫師及護士，還有社區間適當的溝通。嬰兒親善醫院的一個條件是，堅守國際守則，不接受免費或低價供應的母乳代用品、奶瓶及奶嘴。



慶祝嬰兒親善醫院十週年

1991 ~ 2001