KODEKSA* CEĻVEDIS

**Krūts piena aizstājēju aprites Starptautiskais kodekss (1981)*

Ievads

20. gadsimta vidū tika izveidots un popularizēts mākslīgā piena maisījums. Nākamajās dekādēs strauji palielinājās mākslīgo piena maisījumu mārketings un to izmantošana, kas veicināja arī jauno māmiņu ātrāku atgriešanos darba tirgū. Mākslīgo piena maaisījumu izplatītāji apdāvināja medicīnas darbiniekus un sniedza padomus zīdīšanā jaunajām māmiņām. Ap 1970. gadu zīdīšanas statistika bija katastrofāli samazinājusies, strauji pieauga jaundzimušo saslimšanas un nāves gadījumu skaits, jo ne visi prata pareizi tos pagatavot (**Brady, J. P., 2012**).

Piemērs, kas atspoguļo agresīvo mākslīgo piena maisījumu mārketinga pieeju, ir Nestle ražotāja mēģinājums iekarot trešo pasaules valstu tirgu 20. gadsimta 70. gados, izsniedzot bezmaksas maisījumu paraugus jaunajām māmiņām Āfrikā, Āzijā, Latīņamerikā. Atšķirībā no rietumu valstīm, trešās pasaules valstis nebija tik attīstītas, lai spētu pagatavot maisījumu, ievērojot pamata higiēnas prasības, un varētu atļauties to iegādāties turpmāk (**War on Want, 1974**).

Pasaules Veselības organizācija (PVO), cīnoties ar krūts piena aizstājēju (mākslīgie maisījumi, biezeņi u.tml., turpmāk tekstā KPA) nekontrolētu reklāmas kampaņu un produktu izplatīšanas sekām (zīdaiņu neveselība un nāves gadījumi, maisījuma piesārņošanas un produkcijas atsaukšanas gadījumi, zīdīto bērnu skaita samazināšanos) 1981. gadā izstrādāja Krūts piena aizstājēju aprites Starptautisko Kodeksu.

Kodeksa saturs

Kodeksā ir iekļautas rekomendācijas valstīm, lai jauno ģimeņu lēmumi par zīdaiņu ēdināšanu tiktu pieņemti, balstoties pamatotā informācijā nevis mārketinga kampaņās.

Kodeksā tiek apskatīti šādi principi:

1. Svarīgi ir izglītot jaunās māmiņas un viņu ģimenes par zīdaiņu ēdināšanu, informēt par zīdīšanas atbalsta iespējām. Māmiņām nedrīkst izsniegt KPA paraugus, reklāmas bukletus u.tml.
2. Veselības aprūpes darbiniekiem, kuri saskaras ar zīdaiņu ēdināšanu, ir jābūt atbildīgiem par zīdīšanas veicināšanu un atbalstīšanu, izglītotiem šajā jomā.
3. Veselības aprūpes iestādēm ir jābūt mazuļiem draudzīgām. Piemēram, mākslīgos piena maisījumus zīdaiņiem dot tikai medicīnisku apsvērumu dēļ, personāls palīdz māmiņai nepieciešamības gadījumā apgūt zīdīšanas pozas, veicināt laktāciju, veicina zīdīšanu pēc prieprasījuma nevis grafika u.tml. Veselības parūpes iestādēs nedrīkst būt izvietotas KPA reklāmas (slēptas un tiešas).
4. Informācija, kas izvietota uz KPA etiķetes, nedrīkst to idealizēt vai pielīdzināt krūts pienam. Tie nedrīkst tikt reklamēti, piemērotas atlaides u.tml.
5. Valdība ir atbildīga par KPA mārketinga ierobežojošu lēmumu pieņemšanu, kontroli. Valdībai ir jāuzņemas atbildība par sabiedrības, t.sk. veselības aprūpes speciālistu izglītošanu par mazu bērnu ēdināšanu.

Jaunākā 2017. gada Kodeksa versija angļu valodā ir pieejama **šeit.**

2001. gada Kodeksa versija latviešu valodā ir pieejama **šeit**.

Situācija Latvijā

Iekļaujot Kodeksu LR likumdošanā, KPA netiktu aizliegti, bet gan ierobežota to reklāma un izglītota sabiedrība jautājumos, kas skar zīdaiņu ēdināšanu.

Latvijas zīdīšanas konsultantus, entuziastus un dažādu jomu speciālistus satrauc pieaugošā visatļautība no KPA izplatītāju puses. Ar mākslīgo piena maisījumu reklāmām ik dienas varam sastapties veikalā, sociālajos medijos, plašsaziņas līdzekļos un pat medicīnas iestādēs. Sabiedrības zināšanu trūkums zīdīšanas jautājumos un spēcīgais mākslīgo maisījumu mārketings ir iemesls zemai zīdīšanas statistikai Latvijā.

PVO rekomendē ekskluzīvi zīdīt bērnu (bērna uzturā ir tikai mātes piens) līdz sešu mēnešu vecumam, pēc tam ieviešot piebarojumu un turpinot zīdīšanu. **Pēc 2021. gada statistikas datiem Latvijā tikai 20.9% no sešus mēnešus veciem bērniem ir tikuši ekskluzīvi zīdīti** (**SPKC**, 2021).

Līdz šim Kodekss ir daļēji iekļauts LR likumdošanā MK noteikumos Nr. 370 **Noteikumi par mākslīgajiem maisījumiem zīdaiņiem un mākslīgajiem papildu ēdināšanas maisījumiem zīdaiņiem.** Mākslīgo maisījumu izplatītāju mārketings ir tik agresīvs, ka regulāri tiek pārkāpti jau esošie noteikumi.

Šī gada jūnijā Patērētāju tiesību aizsardzības centrs aicināja **influencerus, ražotājus un produktu izplatītājus ievērot mākslīgo maisījumu zīdaiņiem reklāmu aizliegumu.** Tomēr KPA izplatītāji atrod arvien jaunus veidus, kā apiet spēkā esošos noteikumus. Tieši tā, kā tas jau notiek kopš pagājušā gadsimta.

Laikā no 1. Līdz 7. augustam visā pasaulē atzīmē Pasaules zīdīšanas nedēļu. Latvijā mediķi, zīdīšanas konsultanti un entuziasti, saprotot, cik lielu kaitējumu KPA bizness nodara mūsu sabiedrībai, šogad aktīvi apspriež nepieciešamību iekļaut Kodeksu LR likumdošanā. Īpaši šo tematu uzsver arī **Latvijas zīdīšanas veicināšanas konsultantu asociācija**, veidojot tiešsaistes sarunas **“Kas ir Starptautiskais kodekss?”** un **“Vai ir tik slikti reklamēt maisījumu?”**.

Iniciatīva

2023. gada 1. augustā biedrība Piena mammas manabalss.lv iesniedza iniciatīvu **"Atbalstīt zīdīšanu, ierobežojot un pārskatāmi kontrolējot tās aizstājēju agresīvo mārketingu".** Iniciatīvas mērķi:

1. Krūts piena aizstāju aprites Kodeksu pilnīgi iekļaut Latvijas Republikas likumdošanā, paredzot nopietnākus sodus par likuma pārkāpšanu.
2. Izveidot pārskatāmu kontroli likumdošanas līmenī pār KPA mārketinga aktivitātēm ar iespēju iedzīvotājiem viegli iesūtīt fiksētus pārkāpumus un sekot līdzi iesnieguma gaitai un uzliktā soda apjomam.
3. Iekļaut informāciju par Kodeksu visās apmācībās, kurās speciālisti iegūst informāciju par zīdaiņu ēdināšanu.
4. Jebkurā oficiālā komunikācijā par zīdaiņu ēdināšanu pieņemt zīdīšanu kā normu un references punktu. Proti, ka nevis zīdīšana samazina aptaukošanās risku bērniem, bet nezīdīšana un KPA lietošana to paaugstina.

Pilnīgi iekļaujot Kodeksu LR likumdošanā, sabiedrības ieguvums ilgtermiņā skars visdažādākās jomas.

Zīdīšana nav vienkārši ēdiens, kuru viegli varam aizvietot ar jebko citu. Zīdīšanas process un mātes piens kopumā nodrošina bērnu ar visu nepieciešamo augšanai un attīstībai. Mātes piens ir pilnvērtīgs uzturs un šķidrums vienlaicīgi. Gan mātes piens, gan zīdīšana nodrošina siltumu un termoregulāciju. Hormonu izdale pienā, zīdīšanas process, ķermeņa kontakts ar māti nodrošina bērnam veselīgu miegu un iemigšanu. Mātes piens pasargā bērnu no infekciju un neinfekciju slimībām, nodrošina tuvību, piesaisti un psioemocionālu nobriešanu.

Zīdīšanai ir ekonomisks spēks. **KPA izmantošana zīdīšanas vietā vienam bērnam izmaksā virs 100 EUR mēnesī. Tas ir liels slogs daudzām ģimenēm, īpaši reģionos.** Zīdīšana neprasa lielas izmaksas ne ģimenei, ne valsts līmenī. Zīdīšana sniedz daudz ieguvumu (precīzāk – nezīdīšana rada riskus) gan bērna, gan mātes veselībai, piemēram, samazina krūts vēža risku (**SPKC,** 2022). Tātad, valstij iestājoties par zīdīšanu, ilgtermiņā tiek samazināts slogs veselības sistēmai. Pasaulē nezīdīšana

esošajā līmenī šobrīd izmaksā ap 520 miljardiem EUR gadā veselības aprūpē, zaudētās dzīvības un ar to saistītā zaudēta ekonomiskā ieguvumā (**Alive & Thrive**, 2022).

Zīdīšana ir ekoloģiska. Atbalstot un veicinot zīdīšanu, bet ierobežojot KPA mārketingu, tiek samazināts arī slogs videi – netiek radīti jauni atkritumi: mākslīgā maisījuma iepakojums, pudelītes u.c.

UNICEF un PVO pētījums

UNICEF (*United Nations Children's Fund*) un PVO 2022. gadā publicēja vairākās valstīs veiktu pētījumu apkopojumu **"Kā mākslīgā maisījuma mārketings ietekmē zīdaiņu ēdināšanu"** (*How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding*). Galvenie secinājumi ir cieši saistīti ar Kodeksa principiem:

- Ir nepieciešams apturēt neētisko KPA mārketingu. Aptverot KPA mārketinga apjomu un radītās sekas, pieņemt nacionāla līmeņa lēmumus tā iegrožošanai.
- Nodrošināt zinātnes un medicīnas integritāti - KPA mārketings nedrīkst ietekmēt veselības speciālistu zināšanas par zīdaiņu barošanu.
- Valdībai jāizstrādā regulējumi, kas skar bērnu veselību digitālajā vidē - reklāmas, datu vākšana, satura veidošana un izplatīšana.
- Tā vietā, lai atbalstītu KPA biznesu, ir jāiegulda jaunajās māmiņās un viņu ģimenēs, piemēram, veicinot un atbalstot zīdīšanu.
- Ir nepieciešama sadabrība, lai apturētu neētisko KPA mārketingu. Tajā jāiesaistās ne tikai cilvēkiem, kuri ikdienā ir saistīti ar zīdaiņu ēdināšanu vai veselības aprūpi.

Pētījumos secināts, ka KPA mārketings samazina sieviešu pārliecinātību par savām spējām bērnu zīdīt.

Kā palīdzēt?

BALSO par iniciatīvu!

Katra iniciatīvas atbalstam sniegtā balss ir svarīga! Kad tiks savākts 10 000 balsu, to varēs iesniegt izskatīšanai Saeimā.

RUNĀ!

Vislabākā reklāma ir “no mutes mutē”. Stāsti mammām, draugiem vai kolēģiem: “Klau, vai dzirdēji par to iniciatīvu?”. Lielisks temats sarunai :)

Ja redzi kodeksa pārkāpumu, neklusē!

DALIES!

Dalies savos sociālo mediju profilos ar informāciju par iniciatīvu. Zini kādu veidu, kā vēl uzrunāt sabiedrību par šo tematu? Dod ziņu!

ZIŅO!

Ja saskaries ar pārkāpumiem, ziņo par to **PTAC.** Par to, kas ir Kodeksa pārkāpumi LR likumdošanā, vairāk vari uzzināt **šeit.**

Informāciju apkopoja:

Aiga Vihmane-Semjonova