

6 глава

Мифы о грудном вскармливании

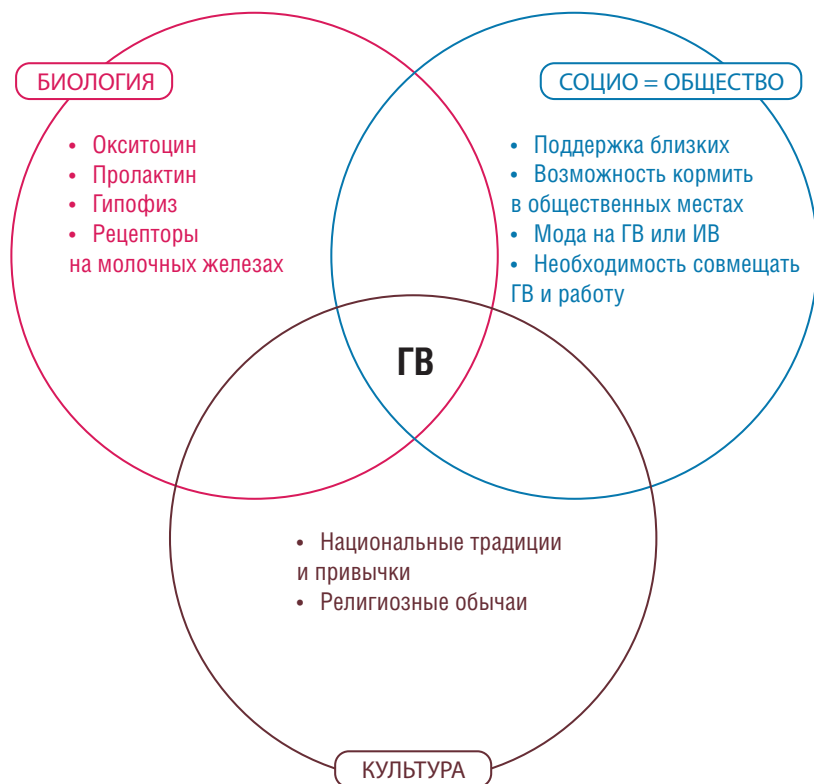
Исторические предпосылки мифов о грудном вскармливании

Многие считают, что умение кормить детей грудью — естественный инстинкт, присущий каждой женщине. Однако это не так. Правильное прикладывание новорожденного к груди, распознавание его сигналов о голоде и насыщении — навыки, которые можно и нужно нарабатывать. Если женщина выросла в большой семье и наблюдала, как ее мать, тети или сестры кормят детей грудью, она окажется намного лучше подготовленной и быстрее освоит этот навык. Если же она видела только кормление из бутылки и никогда ранее не общалась с младенцами, то, наоборот, ей будет значительно сложнее в этом вопросе.

Подобная закономерность встречается не только у людей, но и у приматов. Например, горилла в зоопарке, лишенная возможности наблюдать, как ее сородичи заботятся о потомстве, не будет знать, как правильно прикладывать новорожденного к груди. В таких случаях, если не вмешаются люди, ее детеныш может погибнуть.

Причина в том, что ГВ — сложное социокультурное явление, и его успех зависит не только от здоровья матери, особенностей протекания беременности и родов, но и от множества других, отнюдь не биологических факторов (рис. 26). Поэтому наличие поддержки и верная информация о ГВ играют ключевую роль в успешной адаптации молодых матерей.

Рисунок 26. Биологические, социальные и культурные факторы грудного вскармливания.



Индустриализация, массовое появление фабрик и заводов потребовали большого количества рабочих рук. Поэтому

в XIX–XX вв. большое количество женщин оказалось занято на производстве. А заботу о детях брали на себя их бабушки, старшие братья и сестры.

Так женщина-мать постепенно стала женщиной-работницей, а семья и дети начали отходить на второй план. Появление яслей, где дети были отлучены от матерей, породило разные мифы о ГВ, такие как необходимость давать грудь по режиму, важность поить младенцев водой в промежутках между кормлениями, необоснованные сцеживания.

Например, сцеживая грудь полностью после каждого кормления, женщины пытались сохранить лактацию, продлить как можно дольше выработку молока в условиях жесткого режима кормлений. А дополнительную воду использовали для профилактики обезвоживания и как попытку отвлечь плачущего младенца.

Тяжелый труд, недостаток сна из-за частых ночных пробуждений, лактостазы и маститы по причине невозможности кормить по требованию — все это не способствует радости материнства. Поэтому, когда в 50-х годах XX века изобретают молочную смесь, женщины сразу воспринимают ее как главного помощника. Врачи, в свою очередь, также приняли искусственные смеси с большим энтузиазмом, как эффективный и удобный в работе инструмент.

В результате этого к началу 70-х годов XX века большинство детей в мире уже находились на ИВ — например, в США более 75% детей 1-го года жизни питались в основном смесью.

Это привело к тому, что выросло несколько поколений женщин, которые:

- ▶ были неуспешны в ГВ,
- ▶ зато были очень успешны в ИВ,
- ▶ усвоили ряд мифов о ГВ, которые пришли из времен их прапрабабушек, вынужденных отдавать младенцев с 3 месяцев в ясли и кормить своих детей по строгому режиму, поддерживая лактацию сцеживаниями, а не кормлением по требованию.

В результате мы получили общество, где культурной нормой считается кормление младенцев смесью. Никого не удивляет, если ребенок питается из бутылки, или если у матери не получилось кормить грудью. Или тот факт, что 2/3 детей в России вскармливаются не материнским молоком, а ЗГМ. Мы привыкли к таким цифрам и фактам, относимся к этому как к совершенно нормальному явлению. А молочная железа скорее выполняет декоративную и эротическую функцию, чем биологическую — вскармливание потомства.

Сейчас ГВ постепенно становится более популярным, однако впереди большая работа, цель которой — дать как медикам, так и женщинам полную информацию как о пользе ГВ, так и о возможных рисках отказа от него.

Разнообразие мифов о грудном вскармливании

Теперь рассмотрим наиболее распространенные мифы и разберемся в их сути. В нашей стране есть замечательная особенность — большинство женщин хотят кормить своих детей грудью. И это, безусловно, уже половина успеха! Ведь если у матери нет желания, никакие доводы и преимущества ГВ ее не убедят. Однако, несмотря на искреннее желание женщин кормить грудью, лишь 33% детей в нашей стране получают материнское молоко в 6 месяцев — такова официальная статистика Росстата. Возникает вопрос: что же происходит в жизни этих женщин, если, несмотря на их стремление кормить, только треть из них может достичь этой цели на практике?

На рисунке 27 схематично представлены самые основные мифы, которые заставляют матерей либо неправильно организовывать грудное вскармливание (редко прикладывать к груди, давать соску, не корректировать неверное расположение младенца у груди или неправильный захват соска, допаивать

водой без медицинских показаний и т.д.), либо без необходимости давать детям смесь.

Рисунок 27. Мифы о грудном вскармливании.



А теперь разберем каждый из них по отдельности.

Развенчиваем мифы о ГВ

МИФ 1: Молоко живет собственной жизнью, захотело — ПРИШЛО, захотело — УШЛО....

Для многих матерей и, к сожалению, для многих медиков тоже характерна вера, что после родов молоко должно сначала

«прийти», и только тогда имеет смысл прикладывать ребенка к груди. Прийти молоко должно на 2–3-й дни, кому как повезет. А до этого можно подкормить младенца смесью.

В этом утверждении заложены две грубые ошибки:

1. Молоко в груди уже есть, и называется оно молозиво. Его пока мало, но именно столько, сколько необходимо новорожденному в первые дни жизни.
2. Чтобы извлечь из груди молозиво, грудь надо активно сосать. Если же ребенка кормили смесью, то желания сосать грудь у него уже не будет.

Действительно, старт лактации — это запрограммированный природой процесс, и даже если женщина не будет ничего делать, грудь нальется молоком¹. Однако те 2–3 дня, которые ребенок должен был получать молозиво и учиться эффективному сосанию, он питался смесью. В результате младенец не получил тысячи важнейших для его здоровья компонентов и не научился правильно взаимодействовать с материнской грудью. А мать, в свою очередь, не научилась правильно держать младенца у груди, правильно прикладывать его, чтобы ГВ было комфортным и безболезненным.

Также бытует представление, что молоко — это некая живая субстанция, способная самостоятельно принимать решения, вне законов логики и физиологии. Поэтому оно якобы обладает свойством самостоятельно «приходить», «уходить» или «перегорать». Эта вера в самостоятельность грудного молока позволяет многим женщинам, а иногда и медикам переложить ответственность на него, а не на свои действия, которые могут быть и не оптимальными. Хотя лактация — это изученный и, что самое главное, управляемый процесс.

Мы знаем, как устроена молочная железа, какие в ней есть рецепторы и нервные окончания, как головной мозг регулирует ее работу². Как «приходит» молоко и как оно «уходит».

¹ Касается большинства здоровых женщин.

² Все это подробно изложено в главе, посвященной физиологии лактации.

Например, чтобы молоко «ушло», т.е. его стало меньше, должно быть нарушено одно из правил, по которым функционирует лактация. Иными словами, это происходит не случайным образом, всегда есть причины:

1. наиболее распространенные — ошибки организации ГВ: редкие прикладывания к груди; неправильное расположение относительно материнского тела или неправильный захват груди ребенком; сосание пустышек и др.,
2. более редкие — болезни матери и осложнения в родах: сахарный диабет, некомпенсированный гипотиреоз, синдром Шихана и др.

У консультантов по лактации есть эффективные схемы работы, которые помогают справиться с большинством сложностей, возникающих на разных этапах ГВ. Но если женщина ничего не делает, либо выполняет только часть рекомендаций, оправдывая себя тем, что молоко может само «прийти» или «уйти» — это мешает преодолеть вполне решаемые проблемы.

Механизмы, по которым функционирует ГВ, очень древние, и они «не знают», что ребенок может попасть в отделение реанимации и находиться там 10 дней. Для нас с вами, людей XXI века, логично и понятно, что ребенок находится под контролем опытных неонатологов, которые борются за его жизнь, а спустя 10 дней вернут ребенка матери живым и здоровым.

Однако для молочной железы и гипоталамо-гипофизарной системы отсутствие стимуляции сосков и опорожнения млечных долек и протоков в течение 10 дней означает лишь одно — молоко не востребовано, а, значит, его не нужно вырабатывать вообще. И когда ребенка возвращают матери, он, естественно, хочет кушать. Но в груди нет молока, т.к. молочная железа, в отличие от мамы, папы и всей семьи, не находилась в ожидании, она планомерно прекращала лактацию. Так работает аутокринный контроль.

Учитывая эти особенности, консультанты по лактации или ГВ-френдли врачи расскажут женщине или членам ее семьи

про важность сцеживаний, помогут найти мотивацию, обучат, как это делать правильно. Потому что именно регулярные сцеживания позволяют не только сохранить лактацию, но и увеличить количество молока до того уровня, который потребуется подросшему младенцу после выписки из больницы.

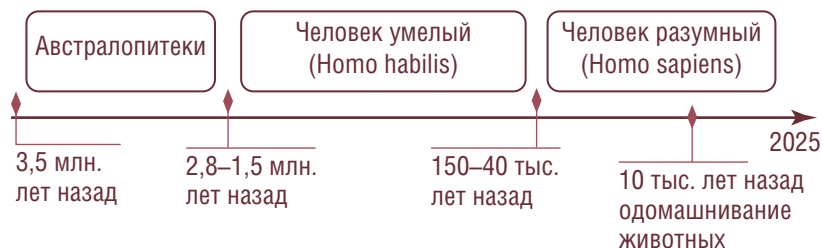
МИФ 2: Грудь чаще всего оказывается НЕМОЛОЧНОЙ, ПОРОДА не та...

Существуют ли «немолочные» женщины? Подобное сравнение с коровами «молочных» и «мясных» пород некорректно. У животных для подобного разделения понадобились многолетние усилия селекционеров, то есть подобные породы выведены искусственно. В ходе же эволюции самостоятельно сформироваться и выжить «немолочная порода» женщин просто не могла.

Класс млекопитающих существует уже 220 миллионов лет, на протяжении которых вскармливает потомство с помощью молочных желез.

Таким образом, физически выжить могли лишь потомки тех, кто был способен кормить грудью. Сельскохозяйственные же животные появились около 10 тысяч лет назад. Поэтому альтернатива в виде козьего или коровьего молока стала доступна лишь недавно (рис. 28).

Рисунок 28. Эволюция человека.



Отметим также, что дети, которых вскармливали молоком животных, часто страдали от аллергии и различных инфекций, в связи с чем их смертность была заметно выше. Вера в то, что козье или иное молоко может заменить женское, сохранилась до наших дней. Подробнее о сравнении молока человека и животных — см. гл. 3.

Поэтому, если говорим о недостаточности молока у женщины, поиск всегда начинаем со вторичных причин, которые возникли из-за нарушения правил организации ГВ.

Отметим, что просто посмотрев на форму груди, сосков или узнав семейный анамнез по гипогалактии, спрогнозировать недостаточность молока невозможно. А вот настроить женщину на неудачу и вселить ей неуверенность в собственных силах вполне реально, хотя объективных причин для этого нет.

Справедливости ради, отметим, что науке известны гены, которые отвечают за сниженную секрецию пролактина, что может приводить к гипо- и даже агалактии. Также в литературе описаны единичные случаи агалактии из-за наличия аутоантител к клеткам гипофиза, которые вырабатывают пролактин. Однако говорить о генетических причинах недостаточной выработки молока, о «немолочных» женщинах можно лишь как о крайне редких исключениях. В подавляющем большинстве случаев при правильной организации ГВ кормление грудью удастся наладить.

МИФ 3: Если случится СТРЕСС, то молоко ПЕРЕГОРИТ! И кормить грудью не получится.

Стресс не оказывает прямого влияния на количество молока. Однако некоторые особенности влияния стрессовой ситуации на физиологические процессы могут создать впечатление, что у кормящей женщины мало молока.

Во время стресса в организме повышается уровень катехоламинов, в т.ч. адреналина, что, в свою очередь, уменьшает

11 глава

Кодекс маркетинга

Эта глава особенная для нас, потому что мы много лет рассказываем коллегам о Кодексе маркетинга. И каждый раз видим, что врачи, акушерки, медсестры практически не знают об этом важнейшем документе. Хотя некоторые положения Кодекса ратифицированы, т.е. включены в российские нормативные документы. Например, все перечисленные в таблице 21 изменения в законах и ГОСТах РФ — из Кодекса.

Таблица 21. Влияние Кодекса на законодательство РФ.

Что изменено	Каким нормативным документом
На тару для смесей и других ЗГМ не допускается нанесение изображений ребенка. Не допускается в названии детских молочных продуктов, а также ЗГМ, предназначенных для питания детей первого года жизни использовать термины «приближенное к женскому молоку».	ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования

Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать: ▶ утверждение о преимуществах грудного вскармливания детей, ▶ сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов, ▶ предупреждение о необходимости консультаций специалистов.	Ст. 25.2 ФЗ №38 «О рекламе»
Запрещено использование образов медицинских работников в рекламе ЗГМ, продуктов прикорма и сопутствующих товаров.	Статья 5.5.4 ФЗ №38 «О рекламе»
Запрещена любая реклама ЗГМ в женских консультациях, роддомах или детских поликлиниках. Запрещены лекции по ИВ для беременных и родителей. Запрещены подарки или раздача образцов детских смесей родителям или врачам во всех случаях, кроме научных исследований. Запрещены подарки или денежные премии медперсоналу за продвижение ЗГМ.	Методическое письмо Минздрава РФ N 15-4/10/2-6796 «Об организации службы родовспоможения в условиях внедрения современных перинатальных технологий»

Далеко не каждый слышал о существовании этих запретов, а кто-то не понимает их необходимости. Уверяем, в этих ограничениях есть глубокий практический смысл. Каждый пункт Кодекса был создан в ответ на трагедии, которые происходили с детьми в Африке, Латинской Америке и Азии. Там в погоне за прибылью производители смесей умышленно игнорировали вред, который неэтичная реклама несла жизни и здоровью.

Актуален ли Кодекс сегодня?

Да, актуален, потому что реклама влияет на наше поведение сегодня не меньше, чем в XX веке. Способность маркетинга поощрять потребление продуктов, в том числе откровенно вредных (табак, алкоголь), и негативно влиять на здоровье человека хорошо известны. Такое его влияние исследовано в том числе в отношении формирования пищевых привычек.⁵

А компании-производители смесей, сосок и бутылок все также существуют для увеличения доходов акционеров, хотя и любят маскироваться под помощников врачей и семей, создавая горячие линии и школы для молодых родителей.

Информируя врачей о Кодексе и вреде нездорового маркетинга смесей и сопутствующих товаров, 8 февраля 2023 года команда экспертов во главе с главным редактором The Lancet Ричардом Хортоном представила новую серию статей. В них исследуется, как правительство и здравоохранение не говорят о ценности ГВ и как этим пользуется коммерческая промышленность.

Приводим отрывок статьи, открывающий серию:

 *«В течение нескольких десятилетий индустрия коммерческих молочных смесей прибегала к нечестным маркетинговым методам. Они эксплуатировали страхи и тревоги родителей в сложный период их жизни, превращая кормление младенцев в многомиллиардный бизнес. Экономическая мощь производителей смесей использовалась в политических целях, чтобы ослабить регулирование отрасли и ограничить ресурсы для поддержки грудного вскармливания. Таковы результаты серии статей 2023 года о грудном вскармливании, опубликованных в журнале The Lancet⁶».* 

⁵ Food Marketing Influences Children's Attitudes, Preferences and Consumption: A Systematic Critical Review. Nutrients 2019.

⁶ Unveiling the predatory tactics of the formula milk industry, The Lancet, 2023.

Чуть ранее, в 2022 году, вышел доклад ВОЗ и детского фонда ЮНИСЕФ о том, что



«Компании, производящие молочные смеси, прибегают к манипулятивным маркетинговым тактикам, играя на тревогах и чаяниях родителей. Они утверждают, что их продукты могут решить распространенные проблемы младенцев, позиционируя себя как надежных советчиков и друзей. Компании апеллируют к стремлению родителей заботиться о своих детях, но при этом используют их неуверенность и страхи. Во время пандемии COVID-19 они даже усиливали эти страхи, чтобы посеять сомнения и повысить продажи⁷».



Почему необходимо ограничивать агрессивную рекламу товаров для кормления?

Дело в том, что реклама влияет не только на личные предпочтения отдельно взятого человека. Она также способна формировать общественное мнение при условии, что усилия маркетологов будут целенаправленными, последовательными и продуманными.

Таким образом, длительная агрессивная реклама сформировала в обществе следующие неверные и опасные установки:

- ▶ смесь ничем не хуже грудного молока,
- ▶ именно смесь — выбор современных женщин,
- ▶ смесь позволяет матери выспаться, а отцу — быть более включенным в заботу о малыше, которого сможет кормить из бутылки,

⁷ How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding, WHO, UNICEF, 2022.

- ▶ в смеси есть особые компоненты для развития интеллекта, которых нет в грудном молоке,
- ▶ смесь — это способ решить многие проблемы со здоровьем младенца и т.д.

В результате мотивация на сохранение грудного вскармливания падает как у женщин, так и у врачей. Родители теряют заинтересованность в посещении курсов по ГВ, а врачи — в обучении тонкостям помощи кормящим матерям. «Зачем, ведь есть такая доступная и хорошая альтернатива, как молочная смесь».

Эта тенденция хорошо заметна в профессиональной среде. Большинство врачей и медсестер соглашаются, что грудное молоко — лучшее питание для младенца. Однако далеко не все из этих медиков могут помочь кормящей матери решить реальные проблемы:

- ▶ Как правильно приложить ребенка к груди?
- ▶ Как определить объем докорма, чтобы не навредить лактации?
- ▶ Как справиться с лактостазом?

Этому фактически не обучают ни в вузе, ни на курсах повышения квалификации, ни на рабочем месте.

Это кажется нелогичным. Ведь если бы врачи осознавали истинную ценность грудного молока для ребенка, их помощь кормящим матерям была бы более практической и проактивной. Однако многие медики не только сами не обладают глубокими знаниями по теме лактационной медицины, но даже не видят смысла направлять семьи к консультантам по ГВ, настолько хорошим, адекватным, научно обоснованным решением кажется перевод ребенка на искусственное вскармливание. Родители же в свою очередь доверяют медикам и со спокойной душой завершают грудное вскармливание.

Подчеркнем: огромный вклад в создание подобного, крайне неблагоприятного для ГВ отношения, вносит именно агрессивный, неэтичный маркетинг (рис. 44).

Рисунок 44. Как агрессивный маркетинг ЗГМ приводит к массовому отказу от ГВ.



Где почитать подробнее про Кодекс на русском языке

Наиболее подробно тема маркетинга заменителей грудного молока и сопутствующих товаров на момент выхода этой книги, 2025 год, раскрыта на сайте добровольческого движения «Молочная мама», которое представляет одну из IBFAN групп в России.



IBFAN (International Baby Food Action Network) — всемирная сеть организаций, цель которых — охранять здоровье матерей и детей через защиту и поддержку ГВ. В нее входят юридические лица, заинтересованные в том, чтобы остановить безответственный, агрессивный маркетинг производителей искусственных смесей. Именно IBFAN написала Кодекс маркетинга заменителей грудного молока, который принят ВОЗ в 1981 году. Она же следит за его соблюдением.

Смеси, соски, бутылки — враги или друзья?

Завершая главу, скажем об отношении к заменителям грудного молока и сопутствующим товарам. Мы не поддерживаем резкое деление на черное и белое. Любой из этих продуктов — лишь инструмент для решения различных задач. И от того, как этот инструмент использовать, будет зависеть результат.

Мы часто приводим такую аналогию: с помощью молотка можно что-то построить, а можно разрушить — зависит от того, как человек будет его использовать. Точно также и со смесями, сосками, бутылками. Обоснованное использование смеси может спасти ребенку жизнь, а необоснованное — лишить ребенка грудного молока и вызвать массу проблем.

На протяжении многих веков были младенцы, которым требовалась замена материнского молока или дополнительный докорм. Врачи и ученые искали безопасные альтернативы грудному молоку. В XX веке мы, наконец, получили лучшую альтернативу женскому молоку на сегодняшний день — адаптированные молочные смеси.

Благодаря искусственному вскармливанию дети перестали массово умирать, и это огромное достижение. Однако такой резкий прогресс породил иллюзию полной безопасности смесей, что позволило производителям ЗГМ выстраивать крайне

агрессивные рекламные кампании. В результате смеси стали вытеснять ГВ, их начали использовать не только для докорма, но и для вскармливания младенцев, причем нередко даже в тех случаях, когда матери хотели и могли кормить грудью.

Важно помнить, что наиболее приемлемая замена грудному молоку — не означает, что даже самая лучшая смесь приближена к нему по своим свойствам или по составу. Грудное вскармливание следует выбирать всегда, если оно возможно. И только при явных противопоказаниях к ГВ либо при четких показаниях к дополнительному докорму смесь может быть предложена женщине.

Иллюзорная безопасность и «социальное превосходство» смесей, сосок и бутылок в глазах медицинских работников и родителей приводят к их неправильному и неуместному применению, и этого важно не допускать.



1. Производители и дистрибьюторы детского питания — это в первую очередь коммерческие структуры, главная задача которых — получение прибыли.
2. Агрессивный маркетинг производителей ЗГМ напрямую снижает количество детей, вскормленных грудью. В результате чего страдают жизнь и здоровье многих детей в мире, особенно в Африке, Латинской Америке и Азии.
3. Согласно данным Национального бюро экономических исследований (NBER), опубликованным в 2018 году, в период с 1960 по 2015 год 10,87 миллионов младенцев умерли из-за детского питания, которое использовали матери в странах, где не было доступа к чистой воде.
4. С помощью агрессивного маркетинга производители ЗГМ создали себе имидж друзей и помощников, а искусственному вскармливанию — особую привлекательность в глазах семей и медиков. Они сформировали смеси имидж полной безопасности и превосходства над грудным молоком.
5. Существует главный документ, который защищает семьи от неэтичных действий компаний-производителей ЗГМ — Кодекс маркетинга заменителей грудного молока и сопутствующих товаров, который принят ВОЗ в 1981 г. Но в полной мере он еще не ратифицирован в России, как и в большинстве стран мира.
6. Люди очень мало знают об этом документе, а если что-то знают, то нередко в искаженной форме, поэтому чаще всего препятствуют идеям внедрения Кодекса ЗГМ в законодательство своих стран.
7. Кодекс маркетинга требует маркировать рекламу так, чтобы смеси не получали незаслуженное преимущество перед грудным молоком в глазах потребителей. Нельзя утверждать, что смеси лучше, т.к. уникальный состав грудного молока повторить невозможно.