الجمعية السودانية لاختصاصي التغذية والتغذية العلاجية

مكتب الاعلام

الرؤية والرسالة والاهداف

تعد الجمعية السودانية للتغذية والتغذية العلاجية (SAND) كيانًا حيويًا، خاصة في ظل التحديات الصحية الحالية. بناء مكتب إعلامي احترافي يتطلب هيكلة تجمع بين الدقة العلمية والانتشار الجماهيري.

الرؤية(Vision)

"أن يكون المكتب الإعلامي المنبر الرقمي والمعرفي الأول، والمرجع الأكثر موثوقية في علوم التغذية والتغذية العلاجية في السودان والإقليم، لبناء مجتمع واعي صحياً وبأيدٍ مهنية مؤهلة".

الرسالة(Mission)

"التزامنا في المكتب الإعلامي هو تقديم محتوى علمي موثوق، ومبسط، ومواكب، يسهم في رفع الوعي الغذائي الوقائي والعلاجي لكافة فئات المجتمع السوداني. نعمل كجسر تواصل فعال بين الجمعية والجمهور، والمؤسسات الصحية، ووسائل الإعلام، مع التركيز على إبراز الهوية المهنية لاختصاصي التغذية، وتوظيف الموارد والأغذية البيئية المحلية لمواجهة التحديات الصحية والغذائية الراهنة بكفاءة ومهنية".

الأهداف الإستراتيجية(Objectives)

1. **نشر الوعي الغذائي العلمي :**تبسيط العلوم والبحوث التغذوية المعقدة وتحويلها إلى مواد إعلامية تفاعلية وسهلة الفهم للجمهور العام.
2. **تمكين وإبراز دور الاختصاصي :**تسليط الضوء على مكانة وأهمية اختصاصي التغذية والتغذية العلاجية كعنصر أساسي لا غنى عنه في المنظومة الطبية والرعاية الصحية.
3. **محاربة الشائعات التغذوية :**قيادة منصات الجمعية لتكون "خط الدفاع الأول" لتصحيح المفاهيم المغلوطة، ومحاصرة الفتاوى الطبية غير المستندة على دليل علمي.
4. **التغطية والتوثيق الإعلامي :**التوثيق الاحترافي لكافة مناشط، مؤتمرات، ورش عمل، وإنجازات الجمعية وأعضائها محلياً ودولياً.
5. **الإعلام الإنساني والتنموي (الطوارئ) :**تقديم الدعم الإعلامي التوعوي السريع والإرشادات التغذوية الجاهزة للمجتمعات في حالات الأزمات والطوارئ الإنسانية (مثل برامج مكافحة سوء التغذية باستخدام البدائل المحلية).

6. **بناء الشراكات الإعلامية:** خلق شبكة علاقات وتنسيق مستمر مع القنوات الفضائية، الإذاعات، والصحافة المكتوبة والرقمية لضمان حضور دائم ومؤثر لخبراء الجمعية.

خطة العمل

مقترح لخطة عمل متكاملة لتأسيس وتفعيل المكتب الإعلامي:

1. الهيكل التنظيمي للمكتب (الأدوار المقترحة)

لإدارة المكتب بكفاءة، يفضل تقسيم المهام كالتالي:

مدير المكتب الإعلامي: التخطيط والإشراف العام والتواصل مع مجلس الإدارة.

وحدة صناعة المحتوى: تضم (محررًا علميًا) لتبسيط الأبحاث، و(كاتب محتوى إبداعي).

وحدة التصميم والوسائط: مسؤول الجرافيك (Infographics) ومونتاج الفيديو.

مسؤول التواصل الاجتماعي: لإدارة المنصات والتفاعل مع الجمهور.

المتحدث الرسمي: شخصية قيادية تمثل الجمعية في المقابلات التلفزيونية والإذاعية.

2. محاور المحتوى الرقمي (ماذا سننشر؟)

يجب أن يكون المحتوى متنوعًا وشاملًا:

المحور التوعوي: (سلسلة "صحح معلومتك"، فوائد الأغذية المحلية السودانية، التغذية في الأزمات).

المحور المهني: (تسليط الضوء على إنجازات الكوادر السودانية، نشر التوصيات والمؤتمرات العالمية).

المحور التفاعلي: (بث مباشر للإجابة على أسئلة الجمهور، استطلاعات رأي حول العادات الغذائية).

محور الطوارئ: (تغذية الأطفال والنازحين في ظروف الحرب، الوقاية من سوء التغذية).

3. خطة التنفيذ (خارطة الطريق)

المرحلة الأولى: التأسيس (الشهر الأول)

- حصر المنصات الحالية (فيسبوك، إكس، واتساب) وتوحيد الهوية البصرية (Logo & Theme).
- إنشاء قاعدة بيانات للإعلاميين المهتمين بالشأن الصحي في القنوات والإذاعات.
- تجهيز "دليل السياسات الإعلامية" (كيف يتم اعتماد المعلومة علميًا قبل نشرها).

المرحلة الثانية: الانطلاق (الشهر الثاني - الثالث)

- إطلاق حملة تعريفية بالجمعية وأهدافها تحت وسم (هاشتاق) موحد.
- بدء إنتاج "فيديوهات قصيرة" (Reels) تتناول نصائح تغذوية سريعة.

- تفعيل الشراكات مع المنظمات الصحية الأخرى لإقامة فعاليات مشتركة.

المرحلة الثالثة: الاستدامة والتوسع

إصدار نشرة بريدية (Newsletter) شهرية للأعضاء والمشتركين.

تنظيم "منتدى إعلامي صحي" يدعى إليه الصحفيون لتدريبهم على كيفية كتابة الأخبار التغذوية بدقة.

4. أدوات التحقق والقياس (KPIs)

لضمان نجاح المكتب، يجب متابعة:

معدل الوصول والتفاعل: عدد المتابعين والمشاركات للمحتوى.

التأثير الإعلامي: عدد المرات التي استُضيف فيها خبراء الجمعية في وسائل الإعلام.

الدقة العلمية: ضمان عدم نشر أي معلومة دون مراجعة من اللجنة العلمية للجمعية.