

چگونه یک بسته‌ی سیاست مؤثر بنویسیم؟

هدف بسته‌ی سیاست چیست؟

- سندی است که دلیل انتخاب یک گزینه‌ی خاص سیاستی را در یک بحث جاری توضیح می‌دهد.
- ابزاری برای ارائه‌ی مشاوره: متقاعد کردن مخاطب درباره‌ی فوریت مسئله و ترغیب او به پذیرش راهکار پیشنهادی.
- وسیله‌ای برای بررسی یک موضوع و استخراج درس‌های آموخته شده از پژوهش.

ویژگی‌های یک بسته‌ی سیاست خوب

۱. متمرکز (Focus): باید به‌طور استراتژیک برای رسیدن به هدف متقاعدسازی طراحی شود.
۲. سیاست‌محور، نه آکادمیک: مخاطب به جزئیات روش تحقیق نیاز ندارد؛ به معنا و توصیه اهمیت می‌دهد.
۳. مبتنی بر شواهد قوی: ارقام باید صحیح و قابل تأیید باشند؛ پژوهش باید شفاف و قانع‌کننده ارائه شود.
۴. دامنه‌ی محدود: فقط به یک مشکل خاص بپردازد، نه تمام جزئیات.
۵. کوتاه و ساده: مختصر و مستقیم به نقطه‌ی اصلی بپردازد.
۶. قابل فهم: استدلال باید به راحتی دنبال شود و جذاب باشد.
۷. دسترس‌پذیر: با عناوین واضح و زیربخش‌های مشخص، متن به راحتی قابل مرور باشد.
۸. عملی و شدنی: توصیه‌ها باید از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فنی قابل اجرا باشند.

ساختار معمول یک بسته‌ی سیاست

- ✓ عنوان بسته یا بسته سیاستی
- ✓ چکیده (بسته اجرایی)
- ✓ کلیدواژه‌ها
- ✓ اهداف
- ✓ روش‌شناسی

✓ یافته‌ها

✓ شناسایی و اولویت بندی ذینفعان

✓ بحث و ارائه راهکارهای سیاستی

۱,۱ توصیه سیاستی ۱ به عنوان مثال سیاست‌های پیشنهادی برای سیاستگذاران، مدیران و سایر ذینفعان

۱,۱,۲ توصیه سیاستی شماره ۱:

ضرورت براساس شواهد بومی و جهانی:

۱,۱,۳ توصیه سیاستی شماره ۲:

ضرورت براساس شواهد بومی و جهانی:

۱,۱,۴ توصیه سیاستی شماره ۳:

ضرورت براساس شواهد بومی و جهانی:

۱,۲ توصیه سیاستی ۲ به عنوان مثال: تدوین مدل " نظام یکپارچه‌ی سلامت هوشمند "

۱,۲,۱ توصیه سیاستی شماره ۱:

ضرورت بر اساس شواهد بومی و جهانی:

۱,۲,۲ توصیه سیاستی شماره ۲:

ضرورت بر اساس شواهد بومی و جهانی:

✓ برنامه کلی در سطح ماکرو یا مزو و یا میکرو و یا جمع آن‌ها بسته به حیطه عملیاتی

✓ نتیجه‌گیری و پیشنهادها

✓ تعارض منافع Competing interests:

✓ تقدیر و تشکر Acknowledgements:

✓ منابع و مأخذ

✓ پیوست‌ها

نکته مهم ۱:

این بسته به طور مرسوم نباید بیش از ۱۵ تا ۲۰ صفحه باشد ولی در تناسب با حیطه عملیاتی می‌تواند بیشتر هم باشد.

نکته مهم ۲:

- پنجره‌های فرصت (windows of opportunity) لحظات حیاتی برای پیشبرد دستور کار سیاسی هستند.
- یک پیام خوب باید: آگاهی ایجاد کند، علاقه برانگیزد، میل به اقدام را تقویت کند و به عمل وادارد.
- مخاطبان سیاست‌گذار همگن نیستند؛ نیازهای وزارتخانه‌ها، سطوح قدرت و بافت سیاسی متفاوت است.

مدل C۴ برای پیام مؤثر:

درک (Comprehension)، ارتباط (Connection)، اعتبار (Credibility)، و فراگیری (Contagiousness)

۱. درک (Comprehension)

- یعنی مخاطب باید به راحتی متوجه پیام شما شود. اگر سیاست‌گذار نتواند منظور شما را بفهمد، بیانیه بی‌اثر خواهد بود.

نکات کلیدی:

- از زبان ساده و روان استفاده کنید، نه اصطلاحات پیچیده علمی.
- جملات کوتاه و روشن باشند.
- ساختار منطقی داشته باشید: مشکل ----- شواهد ----- راهکار.

• مثال:

به جای «افزایش بروز فاکتورهای خطر متابولیک منجر به تشدید بار اقتصادی نظام سلامت می‌گردد.» بگویید:

«افزایش بیماری‌هایی مثل دیابت و فشار خون، هزینه‌های درمان را دو برابر کرده است.»

۲. ارتباط (Connection)

مخاطب باید احساس کند که موضوع به او و مسئولیت‌هایش مربوط است. پیام باید با اولویت‌ها، ارزش‌ها و دغدغه‌های سیاست‌گذار گره بخورد.

نکات کلیدی:

- نشان دهید مشکل در حوزه اختیارات و وظایف اوست.
- از مثال‌های محلی یا ملی استفاده کنید.
- به اهداف او (مثلاً کاهش هزینه، افزایش رضایت عمومی) اشاره کنید.

مثال:

«با اجرای این سیاست، وزارت بهداشت می‌تواند ظرف یک سال تعداد بستری‌های اورژانسی را ۲۰٪ کاهش دهد و بودجه را به سمت پیشگیری هدایت کند.»

۳. اعتبار (Credibility)

مخاطب باید به شما و شواهدتان اعتماد کند. اگر اعتبار نباشد، حتی بهترین توصیه هم کنار گذاشته می‌شود.

نکات کلیدی:

- از داده‌های معتبر، قابل ارجاع و به‌روز استفاده کنید.
- منابع را ذکر کنید (بدون جزئیات اضافی روش‌شناختی).
- همکاری با نهادهای معتبر یا ذی‌نفعان محلی را نشان دهید.

مثال:

«بر اساس گزارش سال ۱۴۰۲ مرکز آمار ایران، ۶۵٪ مرگ‌های زودرس ناشی از بیماری‌های غیرواگیر در مناطق محروم رخ داده است (منبع: ...).»

۴. فراگیری / سرایت (Contagiousness)

یعنی پیام شما به راحتی نقل و منتشر شود و در ذهن بماند. پیام‌هایی که ساده، غافلگیرکننده، عینی و احساسی باشند، سریع‌تر پخش می‌شوند.

نکات کلیدی:

- از یک جمله‌ی کلیدی، شعار یا عدد به یادماندنی استفاده کنید.
- داستان یا مثال انسانی (نه فقط آمار) بیاورید.
- طوری بنویسید که سیاست‌گذار بتواند همان حرف را برای دیگران تکرار کند.

مثال:

به جای ۱۰ خط توضیح: «هر سال ۵۰ هزار ایرانی به دلیل مصرف نمک زیاد سگته می‌کنند. کاهش ۲ گرم نمک در روز، جان ۱۰ هزار نفر را نجات می‌دهد.»

این جمله را هر کسی می‌تواند به خاطر بسپارد و بازگو کند.

آهنگهای تدوین بسته سیاستی