

دیپلماسی عمومی کشاورزی



دیپلماسی عمومی (Public Diplomacy) به اجرای برنامه‌های دولت اشاره دارد که هدف از آن اطلاع‌رسانی یا همراه کردن افکار عمومی است.

بخش کشاورزی را می‌توان مردمی‌ترین بخش اقتصاد کشور به شمار آورد زیرا اکثریت عرصه‌های تولیدی بخش کشاورزی، در اختیار مردم به معنای واقعی کلمه است. پیوند سیاست‌های دولت در مفاهیمی مانند تولید، جهش تولید، پذیرش و کاربری آن‌ها توسط جامعه میلیونی کشاورزان ایرانی در گرو مفهومی به نام "تفاهم" است. به طور کلی تفاهم می‌تواند زمینه مقبولیت (Acceptance) و مقبولیت هم می‌تواند زیربنای مشروعیت (Legitimacy) در هر سامانه اجتماعی-اقتصادی همچون کشاورزی، باشد.

اوضاع خاص کشاورزی این روزها، علاوه بر اندیشه درست تولید ۱۴/۵ میلیون تن گندم که امید است با فضل آسمانی پروردگار و تلاش هزاران کشاورز ارزشمند گندم کار، تحقق یابد، موضوع تأثیرات کوید ۱۹ بر بازار مصرف است به گونه‌ای که در زمینه فزونی و مدیریت توزیع و مصرف محصولاتی همچون پسته، پیاز، پرتقال و سیب باید اندیشید. جفای مضاعف به مردم و کشاورزان، قصه دیر آشنایی است که تفاوت بهای

محصولی چون پیاز در مزرعه تا بازار ممکن است به ۵۰ برابر هم برسد. امید است با به کارگیری فن و هنر ارتباطات، بامشارکت، همراهی و هم گامی همه کنشگران توانمندارتباطی و دیگر نقش آفرینان بخش کشاورزی، اموری همچون ترسیم الگوی کشت، زنجیره تولید، ارزش و توسعه مدیریت ریسک و پوشش بیمه کشاورزی و تقویت بانک کشاورزی که همان تقویت بخش کشاورزی است، توسعه یابد.

در پایان به نظرمی رسد؛ دیپلماسی عمومی می‌تواند با طرح و موضوعیت بخشی به کشاورزی و تنظیم روابط، تولید و مصرف را نظام بخشد. این قلم با توجه به آشنایی با توان ارتباطی این بخش امیدوار است در این عرصه نیز شاهد توفیقات بیشتری باشیم.

رامین امینی زارع

مدرس مدیریت ریسک و بیمه