



مجله ، هوش مصنوعی را به کار بگیرد

مهدی عبدالحی ، بازرسی هیات مدیره جامعه و تولید کننده



مغازه به مغازه یخش می‌کردند وقتی به این مغازه‌ها می‌رفتم می‌دیدم مجله روی میزهایشان یا در مدارک دم‌دست‌شان قرار دارد. من خودم به شخصه خیلی از اطلاعات آماری، تبلیغات و آگهی‌هایی مجله، استفاده کردم. از همه مهم‌تر آن موقع که موبایل و وسایل ارتباط جمعی زیاد نبود، بسیاری از تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان به مجله آگهی می‌دادند که دیده شوند. البته این کار را همچنان انجام می‌دهند و بسیاری از پی این هستند که از تبلیغات مجله، کالایی که دنبال آنها هستند را پیدا کنند. من هنوز مجلات سال ۷۲ را دارم و گاهی که مطالب آنها را نگاه می‌کنم خیلی از مطالب آن هنوز تازگی دارد و اصلاً فکر نمی‌کنم مال سی سال پیش است و می‌بینم در آن موقع چقدر مطلب خوبی بوده است.

اگر مدیران مجله بخش‌های دانش دیجیتال را به مطالب اضافه کنند و درباره فناوری‌های این حوزه مانند طراحی‌هایی که از طریق کامپیوتر و نرم‌افزارهایی که در صنعت کفش است بنویسند، برای مخاطب جذاب است. فکر می‌کنم هوش مصنوعی باید به کمک این مجله بیاید و مجله کمی به‌روزتر شود و بار مطلب پایین نیاید. مجله در طول سال‌های گذشته با کسانی در صنعت کفش مصاحبه کرده که امروز در بین ما نیستند ولی خاطره و عکس‌های آنها در ذهن ما مانده و می‌توانیم گفته‌های آنها را دوباره بخوانیم که چراغ روشنی برای ما در این صنعت است. مجله می‌تواند بخشی از صفحات خود را به مصاحبه با پیشکسوتان صنعت کفش اختصاص دهد، کسانی که ولی نعمت ما هستند و نباید از تجربه آنها در صنعت غافل شویم.

نشریه صنعت کفش، اولین مجله تخصصی و پرتیراژ در صنعت کفش و صنایع وابسته در سی سال گذشته است و جا دارد از همه دوستانی که نقش بسزایی در انتشار آن داشته‌اند، تشکر کنم. این مجله در آغاز کار، به‌صورت تخصصی به موضوعات صنعت وارد شد و امروز به کتابی بدل شده که فعالان صنعت کفش می‌توانند به‌عنوان مرجع از آن استفاده کنند.

یادم هست در سال‌های نخست که مجله انتشار پیدا کرد و تقریباً ابتدای کارم در حوزه کفش بود، همه هر ماه منتظر بودند تا مجله چاپ شود و از مطالبی که در آن منتشر شده آگاهی داشته باشند. مطالب مجله، یک مدرک مستند در دست تولیدکنندگان و فروشگاه‌داران بود که بتوانند به آنها استناد کنند و در آن دوره که فضای مجازی نبود، بتوانند حرف‌شان را از این طریق به گوش مسئولان برسانند.

مجله صنعت کفش به لحاظ چندین صفحه تخصصی مانند آمار، وقایع، مقالات و گزارش‌های قابل استنادی که دارد، یک رسانه آگاهی‌بخش در صنعت کفش است که می‌تواند نقش بسزایی در روشن‌شدن پاسخ بسیاری از پرسش‌هایی که در ذهن مردم نقش بسته، باشد. شاید بسیاری از فعالان صنعت، اطلاعات و آمار فروش کفش را نداشته باشند، ولی در این کتاب به‌خوبی مشخص است که تولید سالانه کفش در کشور چقدر است، چه میزان صادر می‌شود و چقدر مصرف داخلی خود مردم ایران بوده و در چه رنجی است. اطلاعاتی که درباره تولید چرم، صنایع وابسته و مواد اولیه کفش در نشریه منتشر می‌شود، حتی برای مردم عادی هم قابل استفاده است. من بسیاری از جاها دیده‌ام که برخی از مردم که مطلبی درباره کفش می‌خواسته‌اند در گوگل جست‌وجو کنند با اولین کلیک، لینک مجله صنعت کفش بالا می‌آمده، چون پیش‌تر مجله مطلبی درباره آن موضوع کار کرده بود و چیزی نبود که مجله از آن غافل بماند. **یادم می‌آید سال ۷۲ که اولین شماره نشریه بیرون آمد و قطع آن کمی بزرگ‌تر از امروز بود، موبایل هنوز فراگیر نشده بود و همه منتظر مجله بودند که به دست‌شان برسد. من آن زمان در بازار بودم و برایم مجله می‌آمد و نسخه‌های آن را به کارمندانم می‌دادم.**

