



گفت و گو



تکتم بهار دوست



چگونگی شکل گیری قدس آنلاین
به روایت «علی هاشمی» اولین مسئول آن

جایی برای آینده



«قدس آنلاین» به عنوان یک پایگاه خبری چند سالی است که در کنار دیگر رسانه‌ها و در کنار روزنامه قدس، مشغول به فعالیت است؛ رسانه‌ای که بیش از ۱۱ سال پیش در مجموعه مؤسسه فرهنگی قدس، به سردبیری «علی هاشمی» شروع به کار کرده است.

علی هاشمی پیش از آن، مدیر روابط عمومی روزنامه بود؛ کم حرف و ساکت؛ اما خلاق و مدیر. انتشار ۱۰ هزارمین نسخه قدس، بهانه‌ای شد تا با او از شکل‌گیری قدس آنلاین بگوئیم و بشنویم.

● قدس آنلاین از چه سالی شروع به کار کرد؟

مطالعات شکل‌گیری قدس آنلاین از سال‌های ۸۸، ۸۹ شروع شد. جلساتی با دست‌اندرکاران و کسانی که تجربه کار در خبرگزاری داشتند برگزار کردیم؛ و جلساتی را با کسانی که به لحاظ فنی با روزنامه‌های الکترونیک آشنا بودند و همچنین گفت‌وگوها و هم‌فکری‌های فراوانی که با همکاران خودمان در این زمینه برگزار کردیم. روزهای متمادی روی نسخه‌های مشابهی مثل جام جم آنلاین، همشهری آنلاین، جوان آنلاین و... تحقیق و بررسی داشتیم. نتیجه‌اش این شد که طرحی را در سال ۸۹ تقدیم هیئت مدیره مؤسسه کردیم که منجر به راه‌اندازی قدس آنلاین شد. استارت آزمایشی کار در تیرماه سال ۱۳۹۰ زده شد.

● آیا قدس آنلاین از ابتدا به همین شکل بود؟ منظورم این است که با همین تعداد از سرویس‌های خبری و با همین موضوعات و بحث‌های امروزی شروع به کار کرد؟ همان‌طور که قبلاً هم گفتیم ما کار در قدس آنلاین را با سه نفر از همکاران شروع

کردیم و با این تعداد نیرو همه هدف ما این بود که بتوانیم برای همه سرویس‌ها تولید محتوا داشته باشیم. خبر بر این اساس آن ابتدا، تعداد سرویس‌ها محدود بود. چون با این تعداد نیرو نمی‌شد بیش از این کار کرد. سرویس‌های قدس آنلاین تقریباً همان سرویس‌های روزنامه مکتوب بود؛ ضمن اینکه در پایان شب هم مطالب تولیدی روزنامه را در قدس آنلاین منتشر می‌کردیم.

● بازخورد اخبار کدام یک از سرویس‌ها بیشتر بود؟

عمدتاً مطالب تولید در فضای آنلاین بازخورد بیشتری داشت ولی به صورت خاص موضوعات ورزشی بیشتر مورد توجه بود. جواد رستم‌زاده همزمان با مسئولیت سرویس ورزشی روزنامه با آنلاین هم همکاری داشت و مطالب تولید این سرویس را بر عهده داشت. بعد از آن سرویس‌های سیاسی، اقتصادی در رده‌های بعدی قرار داشتند و مخاطب توجه بیشتری نشان می‌داد.

ولی از آنجایی که به هر شکل روزنامه قدس و قدس آنلاین به آستان قدس وابسته بوده و هست همه سعی ما این بود که مطالب سرویس‌های فرهنگی‌مان را هم پرورش بدهیم و حفظ بکنیم؛ به این شکل که کارمان را هر روز صبح با یکی از احادیث امام رضا(ع) شروع می‌کردیم که همین قضیه خیلی مورد توجه مخاطبان قرار داشت.

● تا چه سالی مسئولیت قدس آنلاین را بر عهده داشتید؟

من تا سال ۹۴ مسئولیت قدس آنلاین را به عهده داشتم و بعد از آن، با تغییراتی که در مدیریت روزنامه اتفاق افتاد، دوستان دیگری عهده‌دار این مسئولیت شدند.

● از همان ابتدا معلوم بود قدس آنلاین قرار است به چه شکل حرکت کند تا از بقیه سایت‌ها و پایگاه‌های خبری پرشماری که در فضای مجازی وجود دارد، متمایز باشد؟

هدف‌گذاری نهایی ما چندگانه قدس آنلاین بود. قرار بود قدس آنلاین پیشانی روزنامه قدس، برای حرکت به سمت اتفاقات نو در عرصه رسانه باشد. طبیعتاً در اولین قدم، قرار بود به سمتی حرکت کنیم که قدس آنلاین بتواند به عنوان یک خبرگزاری به فعالیت ادامه بدهد که در بخش‌هایی به توفیقاتی هم رسیدیم.

مثلاً با توجه به ظرفیت بالایی که مؤسسه در حوزه استان‌ها و شهرستان‌ها داشت استان‌هایی مثل ایلام، قم، گیلان و... به شدت فعال شدند و در لحظه اخبار منطقه‌ای‌شان را منتشر می‌کردند؛ ضمن اینکه قدس آنلاین عربی را هم راه‌اندازی کرده بودیم و به افق‌های تازه‌ای رسیده بودیم.

● با رشد فزاینده فضای مجازی، چه آینده‌ای برای سایت‌های خبری پیش‌بینی می‌کنید؟

همه این‌ها به آینده اینترنت بستگی دارد که اگر آینده اینترنت هم به همین شکل ادامه پیدا کند، طبیعتاً رسانه‌های مکتوب و سایت‌های خبری‌شان دیگر جایی در بین دهه هشتادی‌ها نخواهند داشت. اگر در به همین پاشنه بچرخد، رسانه‌های مکتوب هم باید همه حرفشان را در فضای مجازی بزنند.