



Александр ГОРШКОВ

Главный редактор, руководитель проекта Интернет-газета «Фонтанка.ру»

Родился 6 апреля 1964 в Санкт-Петербурге.

Закончил Ленинградский политехнический институт имени Калинина. С 1990 по 1995 года работал в газете «Смена» от корреспондента до заместителя редактора; в 1995-1996 – в газете «Невское время»; с 1996 – Служба (с 1998 г – Агентство) журналистских расследований – заместитель директора. Задачи на занимаемой должности: текущее и стратегическое планирование, формирование контента сайта, управление финансами.

Лауреат премии «Золотое перо-2007» (СПб).

Выдвинут на соискание Премии «Медиа-Менеджер России-2009» в номинации “Электронные СМИ” в категории “NEW MEDIA организаций” «За создание популярного Интернет-СМИ «Фонтанка.ру» для активной аудитории, медиа и бизнес-сообществ»

ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТА «ФОНТАНКА.РУ» ПОЯВИЛАСЬ С ТОСКИ

– Как возникла идея создания нового интернет-ресурса? Это удачно реализованный бизнес-план или четкая маркетинговая стратегия?

– Интернет-газета «Фонтанка.ру» появилась с тоски. Летом 2000-го года, когда задумывался проект, Агентство журналистских расследований было уже хорошо известно в городе, однако наш собственный информационный ресурс был ограничен. Так родилась идея сделать сайт. Тогда интернет-журналистика у нас делала первые шаги, и мы имели весьма смутное представление о предмете нашей будущей деятельности. Денег на раскрутку и развитие не было, проект рос абсолютно естественным путем. Первое время сайт наполнялся он за счет новостей собственной ленты, отражающей криминальные события. Многие смотрели на это, как на странную забаву, пока посещаемость интернет-газеты не сравнялась с тиражом нашего печатного издания, а затем быстро обогнала его. В 2006 году газета заработала первые серьезные деньги на рекламе. По мере взросления мы расширяли тематику и штат, старались дать полноценную картину городской жизни и учились бизнесу. Со временем мы обнаружили, что «Фонтанка» стала стартовой страницей на компьютерах многих активных горожан, а звонок ньюсмейкеру с вопросом «от фонтанки» уже не вызывал встречного: «а что это?».

– В чем состоит уникальность материалов и сервисов на портале и кто работает над их созданием?

– Мы должны быть быстрее, выше, сильнее. То есть по возможности быть

первыми и наиболее полно информированными. Чтобы у читателей не было необходимости смотреть вечерние новости или читать завтрашние газеты. Ни одно более-менее значимое событие не должно пройти мимо. Мы стараемся не идти за новостями, а формировать свою повестку дня, отвечая на вопросы, которые могут быть интересны аудитории. Посему сотрудники нацелены на собственный информационный поиск и «Фонтанка» часто становится источником непубличных новостей из органов власти, правоохранительных структур, бизнеса. В остальном мы ничем не отличаемся от других. Сегодня газету делают около 25 человек: корреспонденты, редакторы, IT-специалисты.

– На какую аудиторию рассчитан интернет-ресурс? И нужно ли что-то предпринимать, чтобы удерживать постоянных посетителей и при этом привлекать потенциальных?

– Как показывают опросы и статистика, много наших читателей заходят на сайт в течении рабочего дня. Около 60 процентов – топ-менеджеры и специалисты. Средний возраст – 37-40 лет, доходы выше среднего, высшее образование. Нам нравится эта аудитория. Рецепт опять же прост: каждый день стараться взять вершину, быть первыми, думать о том, что интересует этих людей. С начала 2009 года посещаемость «Фонтанки» выросла примерно на 20 процентов и на середину июня составляет в будние дни более 60 тысяч пользователей. К концу года мы рассчитываем выйти на 70-75000 посетителей в день.