

Вам слово, Александр Горшков: «Мечтайте и всё получится!»

Политех продолжает свой проект «Вам слово!», в рамках которого студенты и сотрудники встречаются с прославленными профессионалами своего дела и задают им вопросы. Двенадцатым приглашённым экспертом стал главный редактор интернет-издания «Фонтанка.ру» Александр Горшков.



Наш гость окончил Ленинградский политехнический институт по специальности «инженер-строитель гидротехник». Интересно, что первый журналистский опыт Александр получил именно во время обучения, в газете «Политехник». После выпуска несколько лет работал инженером-проектировщиком, после чего пришёл корреспондентом в газету «Смена», где получил первый опыт журналистских расследований.

В 1996 году стал одним из основателей Агентства журналистских расследований, а в 2000 году — информационной и общественно-политической электронной газеты «Фонтанка.ру».

Лауреат конкурса «Золотое перо» в 1996 и 2007 годах (Гран-при).



— **Вы учились в Политехе и шли на инженерную специальность. Что побудило вас остаться, в итоге, в журналистике?**

— Для того, чтобы понять ответ на этот вопрос, надо вернуться на 35 лет назад. В то время у нас в стране, в городе всё бурлило и кипело. Время было такое, кто-то начинал делать миллиардное состояние, кто-то пошёл в бандиты. А мне выпал шанс пойти в журналисты. Я иногда жалею, что не стал инженером, но не жалею, что стал журналистом. Ведь что-то на этом пути мне удалось сделать — помочь людям, сделать события. И, конечно же, наше достижение — сама «Фонтанка», которая стала историей Петербурга.

— **Кто ваши читатели и изменилась ли целевая аудитория Фонтанки с 2000-х годов?**

— У каждой новости своя целевая аудитория, так было всегда. Но для нас все одинаково важны.

Если сейчас смотреть по метрикам, то мы увидим примерно равное соотношение мужчин и женщин. Также есть разбивка по возрасту, сферам деятельности, доходам. Среднестатистический наш читатель — это мужчина или женщина, 30–40 лет, высшее образование, доход выше среднего.

— **Когда вы создавали интернет-издание, вы как газетчик понимали, куда попадаете?**

— Нет, потому что информационных интернет-ресурсов тогда было всего ничего. У нас на тот момент была еженедельная газета, которую мы выпускали, а родом мы были из ежедневной газеты. И казалось, что мы вот сейчас всё сделаем и у нас будет возможность каждый день писать новости. Сделали, а надо же кому-то эти новости писать. Сначала посадили одного человека, потом ещё одного и постепенно уже набирали «мускулатуру».

— **Бывали ли ситуации, когда журналистское расследование начиналось как обычная новость, а потом уже развивалось в полноценное расследование?**

— Это сплошь и рядом. Часто расследования возникают из простых человеческих наблюдений. Это один из информационных поводов для появления журналистских тем.



— **В фильме 1997 года «Плутовство» или «Хвост виляет собакой» есть очень хороший пример государственного заказа, когда нужно было защитить репутацию политика и была создана новость, которая потом сформировала реальность. Поступали ли такие госзаказы Фонтанке, ведь сейчас почти не осталось независимых СМИ?**

— Насчёт независимых СМИ. Нужно определить, кто от кого не зависит, потому что есть государственные СМИ, есть негосударственные,

но у негосударственных всё равно есть хозяин, за исключением чего-то совсем нишевого. Если говорить о Фонтанке, то до 2013 года её хозяевами и соучредителями были четыре физических лица, включая меня. В этом плане мы зависели только от себя. В 2013 году мы продали контрольный пакет известнейшему шведскому издательскому дому с 200-летней историей Bonnier Business Press. В 2016 году изменилось законодательство, и шведы продали свою долю девелоперам, занятым бизнесом. Три года спустя они продали свой пакет акций известному медиаменеджеру Виктору Шкулёву.

От кого конкретно мы независимы? От государства? Да. У нас есть контролирующий акционер? Да. Прислушиваюсь ли я как главный редактор к тому, что говорит контролирующий акционер? Да, но это не значит, что он постоянно мне о чём-то говорит. Но у нас есть редакционная политика, которую мы сформулировали, которой мы придерживаемся и которая, кстати, принципиально не поменялась за последние 10 лет, разве что с поправкой на изменение законодательства.

Приведу ещё одну классификацию, которая, может быть, более важна. Есть СМИ в рынке и не в рынке. В рынке — это те, которые зарабатывают сами. «Фонтанка» зарабатывает сама и зарабатывает до сих пор нормально. Это нечастая ситуация для нашего медиарынка. Если мы постоянно будем выполнять какие-то госзаказы, это очень быстро станет заметно нашим читателям, и мы перестанем зарабатывать. Если вы внимательно будете просто смотреть каждый день на топ новостей в Дзене, то вы легко натренируете взгляд и будете отличать новости, пришедшие извне, от тех, которые появились сами.

— «Фонтанка», как и практически все издательства, работает с разными материалами. Это могут быть как новости, так и интервью. Где проходит грань общественного интереса и информацией о частной жизни человека? Кем эта грань определяется?

— Здесь отчасти просто, а отчасти нет. Есть огромное количество законодательных ограничений, которых мы обязаны придерживаться. У нас есть юридическая служба. Все спорные моменты, все тексты, которые могут привлечь к ответственности, обязательно просматривают юристы. Это не значит, что если юрист посмотрел, то есть гарантия безопасности. Страховок никаких сейчас нет.

Вообще, это вопрос, наверное, больше этический. У нас есть прописанные этические стандарты, которых необходимо придерживаться.



— Как на Фонтанке появилась идея остроумных заголовков? Как такие заголовки придумываются?

— Если посмотреть историю Фонтанки, там не было ничего, рождённого с самого начала. За исключением того, что мы хотим делать новости и рассказываем о том, что интересует нас и наших читателей. Поэтому когда-то заголовки были простыми и информационными. Только в последние годы они стали такими, какие они сейчас. На них обращают внимание профильные ресурсы. Может быть, так стало, потому что один из критериев у нас в редакции — это лучшие заголовки. И вот коллеги креативят.

В наше время журналистика, связи с общественностью, пиар — это разные вещи, но в тоже время они очень близки. Это сложный бизнес с алгоритмами, со своими законами. И если я хочу, чтобы новость «взлетела», собрала аудиторию, мы к ней придумываем не один заголовок для сайта, а также отдельные для Дзена, Яндексa, SEO. Так мы собираем трафик.

Внешне всё кажется очень простым: есть ресурс, есть аудитория, есть рекламодатель. Но всё подчинено алгоритмам, знать которые и управлять которыми — самое ценное для того, чтобы добиться успеха.

— Как вы относитесь к использованию искусственного интеллекта для написания статей или пресс-релизов?

— Я им сам пользуюсь, когда мне надо написать либо какой-то пресс-релиз, либо новость, либо ещё что-то. Но, любому искусственному интеллекту для того, чтобы получить нужный результат, нужна голова, нужен правильно составленный промт, прописанные ключевые слова. Проверять итог, конечно, надо. Но если вы задаёте правильный промт, а ещё пишете: «я хочу, чтобы там было вот это, а здесь доработай», вы получаете нужный результат.

— **Вы удачно отличаете тексты, написанные ИИ от авторства своих сотрудников?**

— Мне принципиально не важно, кем они написаны, главное, чтобы они соответствовали стандартам. У нас есть свои стандарты, критерии для написания новости. Если текст им соответствует, мне всё равно, кто его написал. Более того, для написания простых новостей, конечно, лучше пользоваться нейросетью и экономить время, которое можно потратить на более творческие истории.



— **Многая журналистика уходит в телеграм-каналы. Теряется ли от этого аудитория сайта?**

— Это разные вещи. Телеграм-канал — это лишь ещё один вид носителя, ещё одна среда. Сегодня телеграм-канал есть, а завтра его не будет. Это может случиться в любой момент, нравится нам это или нет. У нас в телеграм-канал вложено огромное количество сил. Над ним работает отдельная

редакция внутри редакции.

— Насколько важно в начале своей карьеры работать бесплатно? Или сразу позиционировать себя как высококлассного специалиста?

— Что значит позиционировать себя как высококлассного специалиста? Покажите, докажите, что вы можете. Я видел, когда человек приходит с нуля и через 2–3 месяца уже «тягает тяжёлый вес». Работать за бесплатно? Наверное, это неправильно. Любой труд должен быть оплачен. Но все мы начинаем с каких-то азов, с нуля, а то, как мы растём зависит от того, чего мы хотим добиться.

— Каких качеств и компетенций не хватает современному журналисту?

— Это вопрос не только к журналистам. Если я пиарщик, например, и хочу взаимодействовать с медиа, я должен понимать, как устроено это медиа и к кому обращаться с тем или иным вопросом. Также я должен придумать информационный повод, чтобы продать его этому медиа. Это азы. А ещё нужно не бояться вкалывать, потому что журналистика — это такая история, где нельзя быть с 9 до 18, это может быть и 24/7.

— Подскажите, кем вдохновляетесь из коллег-журналистов? Что в них особенно цепляет?

— Я, в первую очередь, вдохновляюсь своими коллегами и их успехами, причём не важно, сильно опытные они или начинающие.



Также Александр Горшков рассказал про свой путь в журналистике, как пришёл в эту сферу. Поведал много историй из своей практики о том, как появлялись некоторые материалы. Объяснил, как студент может попасть на работу в Фонтанку.

Авторов лучших вопросов Александр пригласил на экскурсию в Фонтанку.ру, поучаствовать в редакционной летучке, посмотреть вживую, как это работает.

Дата публикации: 2025.09.30

[>>Перейти к новости](#)

[>>Перейти ко всем новостям](#)