

# ВМЕСТЕ СО СТРАНОЙ

Когда в декабре 1918 года на Захарьевской улице в губернском городе Минске открылось белорусское отделение Российского телеграфного агентства, мало кто предполагал, что тем самым дан отсчет истории национальной информационной службы Беларуси. Собственно, и о белорусской государственности тогда еще говорить было рано. Но знаменательно, что БелОтРОСТА было создано именно для того, чтобы информировать мировую общественность об образовании Советской Социалистической Республики Белоруссия, будущей БССР. Так они и шагали затем вместе, рука об руку, по непростым дорогам XX столетия, не единожды меняя названия... БелРОСТА, потом БелКТА, Белорусское телеграфное агентство – и Белорусская Советская Социалистическая Республика, с 1991 года – Республика Беларусь. Летописи БелТА наш журнал уже посвятил в нынешнем году две публикации (в номерах 9 и 11). О сегодняшнем дне агентства мы беседуем с генеральным директором БелТА Дмитрием ЖУКОМ.

— Дмитрий Александрович, юбиляры обычно подводят итоги своей деятельности. Тем более и дата такая внушительная – 90-летие. Серьезно ли изменилась БелТА со времени своего образования? Что нового по сравнению с периодом 5–10-летней давности?

– На самом деле и в наши дни Белорусское телеграфное агентство занимается тем же, что и все прошедшие 90 лет. Главные задачи агентства не изменились. Это правдивое и оперативное информирование населения нашей страны и иных государств о том, что сегодня происходит в Беларуси, о политических и экономических решениях органов власти, о возможностях бизнеса, о культурных и спортивных событиях. Если пять лет назад на новостной ленте БелТА ежедневно выходило в среднем до 100 информационных сообщений, то в последние годы уже до 150–170. Наши журналисты регулярно встречаются с политиками, чиновниками и общественными деятелями и готовят аналитические комментарии и интервью по самым злободневным вопросам жизни страны. Разумеется, нельзя забывать и о нашей фотохронике. Белорусское телеграфное агентство выпускает также общественно-политическую газету «7 дней», журналы «Экономика Беларуси», «Беларуская думка», «Вестник Администрации Президента», в структуре БелТА работают издательство и редакция интернет-сайта... Современный

«бренд» нашего агентства – это заслуга не только нынешнего поколения журналистов, он создавался десятилетиями.

Пожалуй, в последние годы изменилось лишь одно – ускорился темп жизни, в нее вошли новейшие технологии. Возрос интерес населения, причем не просто к информации – именно к точной и оперативной информации. И мы сумели адекватно удовлетворить этот спрос. Поэтому «марка» БелТА становится все более известной не только в нашей стране, но и за рубежом. Чтобы остаться на плаву, агентство очень динамично развивалось – и по оперативности, и по количеству информации, и по качеству предоставляемых услуг. Мы повзрослели, но даже несмотря на 90-летний возраст агентство все равно остается юным. Ведь репортер – это профессия тех, кто молод душой, тех, кому интересна изменяющаяся жизнь и страна, в которой мы живем.

Последние пять лет прошли для нас, как и для всей информационной журналистики, под знаком Интернета. Веб-технологии дают огромнейшие возможности для более быстрой подачи материала, для привлечения широкого круга потребителей и читателей. В то же время Всемирная паутина таит в себе массу опасностей. Прежде всего они связаны с ответственностью тех, кто работает в Интернете. Меня всегда поражала беспечность некоторых пользователей, безоговорочно верящих информации, размещенной на сайтах,



...На сегодняшний день в Беларуси реально существует единственный новостной англоязычный сайт – это сайт БелТА.

на которых даже не указано, кто их делает. Не то что телефона – даже имени и фамилии владельца сайта не найти! Вот вам опасность, вот о чем надо сегодня говорить, когда речь заходит об Интернете. Хотя, безусловно, отказываться от этого информационного инструмента ни в коем случае нельзя. Интернет надо использовать, совершенствовать и расширять в нем свое присутствие, чем мы сегодня активно и занимаемся.

– **Насколько остра для БелТА проблема воровства журналистских материалов в Интернете?**

– Я бы не употреблял в отношении Интернета термин «воровство». Заимствуют, пользуются информацией – да, много. Я часто встречаю наши материалы на различных сайтах. Хочу отметить положительную тенденцию последних лет – владельцы многих сайтов и порталов при перепечатке начали указывать источник информации, давать ссылки на ее создателей, в том числе и на БелТА. Это уже значительные перемены к лучшему, произошедшие в сознании тех, кто работает в Сети. Иное дело, что Интернет, к сожалению, сегодня нашим законодательством регулируется очень слабо. Статьи существующих уголовного и административного кодексов применимы и к деяниям, совершаемым в Интернете. Но что касается специфических вопросов взаимоотношений между средствами массовой информации, то здесь, действительно, есть еще проблемы. Хотя, по-моему, не стоит по этому поводу сильно расстраиваться. Пройдет время – все станет на свои места.

– **Дмитрий Александрович, а какова судьба Вашей инициативы по созданию ассоциации законопослушных владельцев интернет-СМИ?**

– Это предложение нашло положительный отклик у многих представителей интернет-сообщества, которые стоят на разных, скажем так, политических платформах и по-разному смотрят на те или иные события. Но сейчас проект отложен. Почему? Дело в том, что недавно был подписан новый закон о средствах массовой информации, и в нем, в частности, регламентирована деятельность сайтов газет, журналов, телеканалов, радиопрограмм и так далее. Закон в ближайшее время вступит в действие, и надо посмотреть, разобраться, по-

чувствовать, что изменится, понять, в каком направлении двигаться дальше.

Ни для кого не секрет, что многие интернет-площадки, которые себя называют сервисными, по сути являются средствами массовой информации. Согласитесь, когда пользователь открывает первую страницу портала, позиционирующего себя как почтовая служба, а там 60-70 % площади занимают новости, то это, вне всяких сомнений, СМИ. Пусть даже у него и нет традиционной формы – печатной, эфирной либо какой-то другой. Однако новый закон на такие интернет-ресурсы не распространяется. И здесь существует определенная проблема.

– **БелТА по сути является многопрофильным медийным холдингом, имеющим в своей структуре самые разнообразные подразделения. Сравнительно недавно агентство освоило выпуск плакатов и услуги по созданию сайтов. Не планируется ли расширить этот список?**

– На данном этапе планов по расширению нет. БелТА, с моей точки зрения, пока еще недостаточно разработала свою нишу в сети Интернет. Наверное, в этом направлении мы и будем развиваться в ближайшем будущем. К чему, например, открывать новую радиостанцию? В этом нет необходимости ни для страны, ни для нашего предприятия. В республике хватает радиостанций и телеканалов – они являются нашими партнерами, пользуются нашей информацией. Другое дело – интернет-площадка, которая позволяет более динамично развивать аудиторию. Количество пользователей Сети с каждым годом возрастает в разы, и вот этих читателей нам нужно завоевывать.

– **В мире огромной популярностью пользуется веб-сервис YouTube, где каждый желающий может разместить видеоролики, снятые непрофессионалами. Как Вы оцениваете перспективы такой видеожурналистики?**

– Приведу один пример таких плодотворных идей, так сказать, «интернет-фишек». Один армянский сайт установил веб-камеру, которая снимала гору Арарат, и запустил онлайн-трансляцию с нее в Интернет. Это был самый хитовый сайт в Армении, и не только в Армении. На него ходила вся зарубежная армянская диаспора: посещаемость сумасшедшая!

Да и сегодня этот ресурс, насколько я знаю, тоже весьма и весьма популярен. Вот что значит идея! Однако называть такие вещи телевидением либо журналистикой, наверное, не совсем правильно.

Точно так же я не стал бы относить к журналистике размещение видеороликов на бесплатном хостинге или создание соответствующей площадки для всех желающих. Другое дело, если эти ролики как-то раскладываются по темам редактором – тогда это уже средство массовой информации. Но журналистом в данном случае является редактор, а не автор ролика. Будет ли пользоваться популярностью такая «видеожурналистика»? Несомненно. Ведь лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

**– Есть ли смысл создавать общегосударственный новостной портал на английском языке, рассчитанный на зарубежную аудиторию?**

– На сегодняшний день в Беларуси реально существует единственный новостной англоязычный сайт – это сайт БелТА. Новостной, я подчеркиваю. К слову, в 2007 году по итогам V Белорусского конкурса интернет-ресурсов «Интернет-премия» англоязычная версия белтовского сайта была признана лучшим иноязычным порталом о нашей стране. Можно ли этот сайт называть общегосударственным – не нам решать. Но мы точно знаем: больше половины пользователей нашего интернет-ресурса живут за рубежом – не только в России, но и в Америке, Австралии, Европе... Вы можете привести примеры иноязычных общенациональных новостных порталов в других странах? То есть это проблема, которой на самом деле не существует. Человек всегда стремится получить информацию из различных источников, узнать разные точки зрения, чтобы, опираясь на эти знания, сделать собственные выводы. И это нормально. Создание в новостной сфере чего-то единого, глобального и непрерываемого, мне кажется, не будет иметь успеха.

**– В каком направлении будет развиваться журналистика? Много говорят о том, что традиционные «бумажные» издания просто вымрут...**

– Безусловно, новые технологические возможности внесут свои коррективы в формы распространения информации. Но говорить о вымирании печатных СМИ я бы не стал...

В целом же, говоря о тенденциях развития журналистики, я бы постарался уйти от классификации по принципу: «оппозиционный», «государственный», «частный». Для меня существуют только интересные и неинтересные издания. Очень многие люди, читая СМИ, стараются не только развлечься, но еще и получить какую-то пользу для себя. Совмещение интересного и полезного – это самая, на мой взгляд, оптимальная модель стратегии для средства массовой информации. Поэтому при текущем планировании в БелТА стараемся делать акцент на тех событиях, которые интересны для большого круга людей, влияют на их жизнь.

**Мы дорожим своей репутацией. Если вы будете сравнивать источники информации БелТА и, скажем, негосударственных информагентств, то в наших сообщениях вы практически не найдете таких скользких формулировок: «как сообщил источник, близкий к чему-то или к кому-то, пожелавший остаться неназванным». А ведь это делают многие агентства. Мы же оперируем только реальной, проверенной информацией.**

Были случаи, когда мы имели сведения о тех или иных важных событиях, но не выпускали информацию, пока не получали официальное подтверждение. Здесь действует правило: не уверен – молчи. Безусловно, в наш век информационной конкуренции, иногда недобросовестной, это порой негативно сказывается на наших бизнес-возможностях. Но, тем не менее, мы проводим различие между понятиями «узнать первым» и «узнать наверняка».

Когда лет пять назад существенно расширилась аудитория Интернета, информагентства ощутили определенный кризис в работе с подписчиками. Нам говорили: «Мы в Интернете все прочитаем – на одном сайте, на другом – и получим всю нужную информацию». Но года полтора назад наметилась обратная тенденция. Клиенты стали стремиться получать информацию, за которую кто-то отвечает. Оказалось, что некоторые решения были ошибочными, так как принимались на основании недостоверной информации из Интернета. Предприятия несли убытки, некоторые фирмы становились банкротами. А спросить-то,

собственно говоря, было не с кого – сами в Интернете взяли те или иные сведения...

– **У БелТА много наград за творческие достижения. Какими из них коллектив особенно дорожит?**

– В первую очередь, специальной Президентской премией, которую получил авторский коллектив БелТА за разработку плакатов «За Беларусь!». Это творческое начинание, возможно, не свойственное для информагентства в классическом понимании, но близкое нам исторически еще с 20-х годов прошлого столетия, когда художники БелРОСТА регулярно выпускали плакаты общественно-политической тематики. Поэтому мы возобновили выпуск плакатов четыре года назад. Президентская премия ценна еще и тем, что ею награждена целая группа наших сотрудни-

ков – фотографы, художники, редакторы. Тем самым отмечены именно те качества, которые были присущи БелТА с первых лет нашей истории, – многофункциональность, корпоративное единство коллектива, сочетание в работе нескольких творческих на-

правлений. Ну и наконец, с этим проектом связано еще одно положительное, с моей точки зрения, явление: все созданные плакаты несут в себе очень позитивный заряд, они лишены негатива. И конечно, нельзя не вспомнить первую «Золотую литеру», полученную агентством. Впрочем, часто говорят, что БелТА – монополист на информационном рынке страны, тем самым намекая на якобы необъективность этой награды. Но это не так: конкурентность присутствует и в нашем сегменте. Сегодня в Беларуси зарегистрировано девять информагентств. Некоторые из них очень активны. Вот почему первая «Золотая литера» была для нас очень важной.

– **Будучи хозрасчетным предприятием, ощущает ли БелТА влияние финансово-экономического кризиса, о котором так много говорят?**

– Безусловно, ощущает. Прежде всего, заметна понятная осторожность, которую проявляют наши партнеры и рекламодатели в связи с кризисными явлениями. Несколько сужается рекламный рынок, поскольку предприятия приберегают какие-то средства, сокращают свои рекламные бюджеты. Мы, со своей стороны, также стараемся более рационально вести экономическую деятельность. Увы, приходится отказываться от каких-то планов и проектов, которые на сегодняшний день выглядят чрезмерными. Самое главное в этой ситуации – не допустить вымывания из агентства квалифицированных кадров, сокращения творческого потенциала предприятия. Я уверен, что этого не произойдет.

Другое дело, что кризис открывает еще и новые экономические возможности. Освобождаются определенные рынки, эти ниши занимают новые фирмы, новые субъекты хозяйствования. Это в будущем даст возможность при условии сохранения творческого потенциала получить новую клиентуру и, следовательно, расширить свое экономическое присутствие. Поэтому самое главное в этой ситуации – не поддаваться панике, которую пытаются поднять отдельные СМИ, кричащие: «Караул, кризис!» В Москве, например, сейчас очень популярны рекламные билборды вроде «Ура, кризис! Теперь «Мерседес» можно купить на 200 тысяч дешевле!» Так что отношение к кризису может быть разным... Кризисные явления на самом деле – это та объективная реальность, которая сегодня существует независимо от нас и которая заставляет несколько пересмотреть модель хозяйствования и сделать ее более функциональной и эффективной. Это жизнь. В числе прочего будем стараться более требовательно подходить к заполнению вакансий.

– **Вы упомянули, что журналист-информационщик должен быть молод душой и неравнодушен к жизни страны. Какие еще требования предъявляются к белтовцу?**

– Первое – это образованность и широота кругозора. Он обязан интересоваться тем, о чем пишет. Большинство наших репортеров должны уметь осветить и политические, и культурные, и экономические события, хотя, безусловно, практикуется тематическая специализация. Второе – это четкость мышления и, соответ-



Один из плакатов серии «За Беларусь!»

ственно, умение четко вычленив в событии, факте главное, чтобы это «главное» лаконично и понятно изложить. И, наверное, тоже очень важное качество для журналиста – профессиональная честность, которая не позволит ему исказить факты, проявить собственное субъективное отношение к происходящему событию. Потому что, по неписаным законам информагентства, на нашей новостной ленте присутствуют лишь изложение фактов и комментарии участников событий, специалистов. Личное мнение журналистов по тем или иным вопросам публикуется в новостной ленте только в виде авторского комментария.

Вообще же репортеры-информационщики – это особая часть журналистского корпуса. У них должен быть определенный склад характера, образованность, разностороннее развитие. Мы подбираем творческие кадры из выпускников журфака БГУ и других вузов. Кстати, все чаще отдаем предпочтение не дипломированным журналистам, а специалистам, окончившим факультет международных отношений, экономические, юридические вузы... Почему? О проблемах подготовки журналистских кадров я недавно говорил на одном из круглых столов. Проблема, собственно, одна: после журфака часто приходят работать люди, не готовые писать ни про политику, ни про экономику и вообще не интересующиеся этими вопросами. Наши студенты журфака, к сожалению, плохо усваивают на занятиях элементарные вещи – государственное устройство, основы национальной экономики. Поэтому 98 % молодых журналистов, которые приходят в БелТА, чтобы устроиться на работу, на вопрос «О чем бы вы хотели писать?» отвечают: «О культуре»... Ну а кто же будет писать про политику, про экономику? Вот почему мы охотно берем на работу выпускников Белорусского государственного экономического университета. И они буквально за три-четыре года делают у нас хорошую журналистскую карьеру. Это не значит, конечно, что мы с ходу отвергаем студентов журналистского факультета – нет, просто подход достаточно прагматичный. С десяток студентов привлекается к работе в агентстве уже с начальных курсов. На пятом курсе самые талантливые из них уже, как правило, работают у нас на полставки – проходят в БелТА персональную подготовку параллельно с обучением.

Чем хорошо Белорусское телеграфное агентство – мы всем журналистам, неважно, репортер он, газетный обозреватель или аналитик в журнале, даем возможность попробовать себя во всех журналистских жанрах.

**– За 90 лет Белорусское телеграфное агентство стало своего рода кузницей кадров для отечественной журналистики. Нет, наверное, такого издания, где бы не работали бывшие белтовцы. Не предполагаете ли создать ассоциацию бывших сотрудников БелТА?**

– Кстати, хорошая идея. Наверное, отток кадров из БелТА в другие издания во все времена был закономерным. Репортер – профессия молодых. С возрастом журналисты стараются освоить более серьезные жанры. Многие СМИ охотно приглашают к себе белтовцев, поскольку они мобильны, могут быстро писать, четко мыслят. К тому же не секрет: в минувшие десятилетия гонорары в БелТА были меньше, чем в печатных изданиях. Сейчас ситуация изменилась: в информагентстве есть условия и возможности платить журналистам достойную зарплату.

Конечно, мы помним о наших ветеранах – людях, которые внесли огромный вклад в становление и развитие БелТА, и сердечно поздравляем их всех с 90-летием агентства. Вячеслав Дутов работает в БелТА более сорока лет. В качестве спортивного обозревателя он освещал участие белорусских спортсменов в пяти олимпиадах – от московской 1980 года до Сиднея-2000. Николай Василевский внес огромный вклад в создание фотохроники БелТА, поднял эту службу на современный уровень. Бывший генеральный директор БелТА Яков Алексеевич возглавлял агентство 14 лет и фактически удержал его статус и творческий уровень в бурные 90-е годы. Первый редактор газеты «7 дней» Анатолий Прянишников... Всё это уникальные личности, великолетные профессионалы. К слову, пролистывая недавно первый номер «7 дней» – еженедельника, образованного в составе БелТА в 1989 году, я обратил внимание, что больше половины корреспондентов, которые создавали с нуля это издание, впоследствии стали главными редакторами известных СМИ, крупными, серьезными персонами в белорусской журналистике.

**Беседовал Олег ЛИЦКЕВИЧ ■**

