

# Главный тренд – укрепление государственности



Дмитрий ЖУК,  
директор – главный  
редактор Издательского  
дома «Беларусь сегодня»

Отличительной чертой Белорусского телеграфного агентства начала 2000-х годов было его бурное развитие: резко возросла информационная насыщенность новостной ленты, активно внедрялись современные технологии, появились новые структурные подразделения. Наверное, такие серьезные изменения в деятельности БЕЛТА, а по сути новый ее этап, предопределило само время – Беларусь переживала один из наиболее динамичных и ярких периодов своего развития. О том, как работало главное информационное агентство страны в тот период, в интервью журналу «Беларуская думка» рассказал директор – главный редактор Издательского дома «Беларусь сегодня» Дмитрий ЖУК, который возглавлял УП «БелТА» с 2003 по 2018 год.

– Дмитрий Александрович, среди всех руководителей БЕЛТА Вы в числе немногих, кто такое длительное время – почти 15 лет – возглавлял агентство. Причем Вы заняли эту должность в 33 года. Что помогло молодому руководителю быстро освоиться с новыми непростыми обязанностями генерального директора? Наверное, были и трудности?

– Придя на работу в БЕЛТА, я уже имел в своем профессиональном багаже работу репортером в «Интерфаксе», поэтому

прекрасно понимал профессиональную «кухню» и круг забот конкретного журналиста, чувствовал, как правильно выстроить работу агентства, чтобы она была эффективной. Неоценимый опыт дала мне и работа руководителем пресс-службы Президента Беларуси. Я научился четко понимать те задачи, которые ставились главой государства, усвоил принципы, которые недопустимо нарушать ни в работе, ни вообще в жизни.

По поводу трудностей... Выделю психологический момент. Для меня оказалось самым сложным то, что коллектив немаленький – более 200 человек, и нужно за каждого отвечать. Обеспечить работой, создать условия для ее выполнения, вовремя выплатить зарплату... В то же время у меня было ясное понимание того, что это высокопрофессиональный коллектив, и с таким мощным информационным ресурсом можно решать самые сложные задачи. Да, иногда какие-то новые проекты давались тяжело. Но это объективные трудности, в которых закаляется и растет профессионализм.

В какой-то момент стало очевидным, что без внедрения современных технологий дальнейшее развитие агентства невозможно. Поэтому пристальное внимание мы уделили работе центра связи и автоматизированных систем. Замечу,

## НАШЕ ДОСЬЕ

### ЖУК Дмитрий Александрович.

Родился в 1970 году в д. Летковщина Слуцкого района Минской области. Окончил филологический факультет Белорусского государственного университета (1992), Академию управления при Президенте Республики Беларусь (2013). В 1992–1993 годах – учитель белорусского языка и литературы школы-гимназии № 199 г. Минска. В журналистике с 1993 года. Работал на различных должностях в Издательском-информационном центре Национального банка Республики Беларусь. С 1997 года – обозреватель, с 1999 года – заместитель генерального директора информагентства «Интерфакс-Запад». В 1999–2003 годах – руководитель пресс-службы Президента Республики Беларусь. В 2003–2018 годах – генеральный директор РУП «Белорусское телеграфное агентство». С февраля 2018 года – главный редактор газеты «Советская Белоруссия». В сентябре 2018 года редакция газеты переименована в Издательский дом «Беларусь сегодня». Лауреат специальной премии Президента Республики Беларусь деятелям культуры и искусства (2005, 2016). За значительный вклад в развитие современных информационных технологий награжден медалью «За трудовые заслуги», за большой личный вклад в реализацию государственной информационной политики – орденом Почета.

что уже к 2005 году в БЕЛТА был практически ликвидирован бумажный вариант создания медийного продукта. Более того, на основе знаний и опыта работников – инженеров, программистов – мы реализовали очень крупные интересные проекты. В частности, создали официальный сайт нашей страны [belarus.by](http://belarus.by), который сегодня прекрасно работает уже на четырех языках. В результатах поисковых запросов с момента своего появления он переместился с 40-й позиции в первую пятерку.

– Какие основные задачи стояли в тот период перед Белорусским телеграфным агентством?

– Главной задачей БЕЛТА всегда было достоверное и оперативное информирование людей о том, что делает власть для развития страны, для улучшения жизни населения. Выполняли ее с использованием новых на тот момент технологий, в том числе и через созданный в агентстве сайт. Хочу подчеркнуть, что информационное агентство – это, прежде всего, профессиональная журналистика, журналистика факта. Это информация о фактах, а не о чьем-то впечатлении от тех же фактов. Потребность в достоверной, проверенной, подтвержденной, объективной информации всегда была, есть и будет. В современном мире новость приобретает новые формы. Ее можно не только прочесть, но и прослушать, посмотреть – и все это в одном месте, на одном интернет-ресурсе. А сегодня это еще и обширная аудитория БЕЛТА в соцсетях. Но главный камертон эффективности работы информагентства – это доверие потребителей к его продукции.

– К тому времени, когда Вы возглавили агентство, многие подразделения уже существовали и достаточно эффективно работали. Пришлось ли что-то глобально менять, перестраивать?

– Если что-то и пришлось глобально менять и перестраивать, так это отношение журналистов к бурному развитию технологий в медийной сфере. Конкурировать на информационном рынке, используя старые формы и методы работы, было уже невозможно. Само время



потребовало создания новых – мультимедийных – продуктов. Наиболее ярко изменения проявились в работе одного из самых важных подразделений агентства, которым была так называемая «Фотохроника». Она была преобразована в редакцию визуальной информации. Это значит, что, наряду с непосредственно

▼ «Сравни Минск» – один из разделов мультимедийного спецпроекта Белорусского телеграфного агентства «Минск и минчане», посвященного 950-летию столицы. 2017 год



фотографированием, начали осуществлять также видеосъемку, стали создавать инфографики, появились современные дизайнерские проекты.

Разумеется, в погоне за новым не отказались и от использования всего, что создавалось предыдущими поколениями. Жемчужиной БЕЛТА является уникальный фотоархив нашей страны, который создавался на протяжении десятилетий. Такой фотографической базы, отражающей важнейшие этапы истории Беларуси, больше нигде нет. Все систематизировано, оцифровано, положено на поисковую компьютерную систему, что позволяет быстро отыскать тот или иной важный кадр. На основе этого архива реализовали немало интересных идей. Один из последних фотопроектов, условно мы его называли «Было – стало», – «Суверенная Беларусь: эпоха достижений». За него коллектив авторов удостоен специальной премии Президента деятелям культуры и искусства.

За прошедшие годы было создано множество тематических передвижных фотовыставок, которые в нашей стране и за рубежом наглядно представляли достижения Республики Беларусь и ее героическую историю.

Безусловно, внедрение новых информационных технологий затронуло практически все подразделения БЕЛТА. А в определенный момент активное развитие агентства потребовало и до-

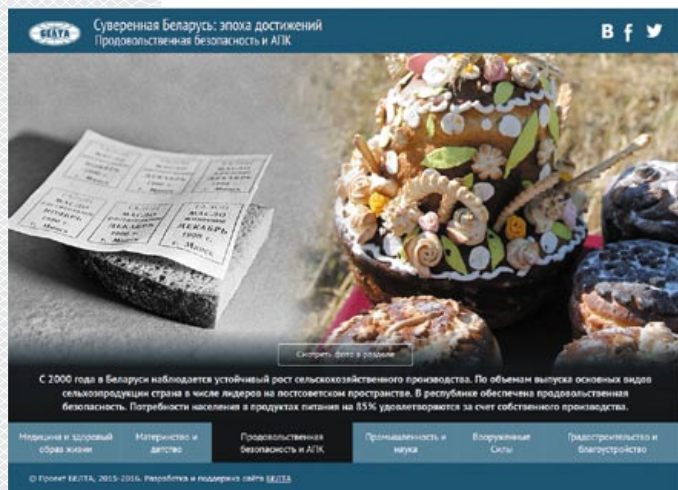
полнительных инструментов деятельности. Так, в структуре агентства появился свой пресс-центр, который значительно расширил возможности. По сути, была создана еще одна крупная государственная площадка, куда могли прийти авторитетные спикеры и донести до населения важную информацию. Пресс-центр БЕЛТА имеет перед другими подобными структурами одно неоспоримое преимущество – он располагает собственными редакцией и сайтом.

**– Дмитрий Александрович, наряду с традиционной для информагентства деятельностью, БЕЛТА занимается и производством нескольких печатных СМИ. Причем количество их за годы Вашего руководства даже выросло...**

– С 1990 года в БЕЛТА издается газета «7 дней». Еженедельник широко известен и очень популярен в регионах нашей страны. Коллектив «7 дней» трижды становился лауреатом премии Национального конкурса печатных СМИ «Золотая Литера». В 2004 году открытием по поручению Совета Министров Беларуси журнала «Экономика Беларуси» агентством была реализована актуальная идея презентации и популяризации отечественных экономических достижений.

В 2007 году по решению Администрации Президента в состав БЕЛТА были введены два журнала – «Беларуская думка» и «Информационный бюллетень Администрации Президента Республики Беларусь». «Беларуская думка» – очень серьезное издание, с традициями. В прошлом году журнал отметил свое 95-летие. Это не просто общественно-политический и научно-популярный журнал, это интеллектуальная площадка, где разрабатываются основные идеи развития нашей страны, анализируются проблемы, представляются инновационные подходы.

Еще я бы выделил издательское направление деятельности БЕЛТА. Издательство в агентстве действует с 1997 года. Создавалось оно для реализации масштабного проекта – выпуска многотомной историко-документальной хроники городов и районов Беларуси «Память». Всего в этой серии издательство выпустило 47 книг:



последняя вышла в 2005 году. За годы существования этого подразделения изданы сотни наименований научно-популярной, общественно-политической, справочной литературы, фотоальбомов. Неоднократно издательские проекты БЕЛТА становились победителями международных конкурсов и Национального конкурса «Искусство книги».

– Среди достижений агентства есть награда за любопытный, как будто возвращающий к советским временам, проект. За разработку плакатов авторский коллектив БЕЛТА был удостоен специальной премии Президента Республики Беларусь. Откуда возникла такая неординарная идея?

– Это было конкретное поручение Президента возродить в современном виде наглядную агитацию, наподобие знаменитых «окон РОСТА», в целях формирования общественного мнения. И мы задумались, как можно «положить» данную инициативу на современную ментальность людей. В это время в наших городах начали появляться большие рекламные конструкции – билборды. Вот и возникло решение, которое, по сути, представляет собой симбиоз работы фотослужбы агентства и его дизайнеров. В итоге, начав с плакатов «За Беларусь!», мы в последующие годы сделали такие серии, как «Мы беларусы!», «Я люблю Беларусь», «Краіна майго шчасця», «Вместе мы Беларусь!», «Цветы Великой Победы», «Сэрцам адданыя роднай зямлі». Проект превратился в действенную социальную и патриотическую рекламу. Скажу так: этот изобразительный элемент на городских улицах помогает людям гордиться своей страной. На плакаты обращают внимание и гости Беларуси: их реакция позитивная.

– БЕЛТА активно сотрудничает с зарубежными СМИ и в целом за прошедшие годы стало заметным игроком на международном информационном поле. Расскажите, пожалуйста, как все начиналось?

– Наладить сотрудничество с крупными международными информационными агентствами прежде всего по-



▲ Плакаты БЕЛТА

могло то, что мы достигли практически одинакового технологического уровня создания, распространения и обмена информацией. Это было время, когда мы начали более широко открывать для себя мир и Беларусь для мира. Появилось большое количество партнерских соглашений с зарубежными агентствами – от кубинского Пренса Латина до корейского «Йонхап». У БЕЛТА около 30 таких соглашений – и это очень важный элемент присутствия не только белорусского информагентства, а и всей Беларуси в мире.

Бесспорно важно и то, что БЕЛТА стало постоянным и полноправным членом Всемирного конгресса информационных агентств, который сегодня объединяет новостные агентства почти 100 стран мира.

Наряду с английским, в работе на сайте БЕЛТА начали использоваться другие иностранные языки – немецкий, испанский, а с 22 декабря 2017 года появилась версия сайта на китайском. Это подняло на новый уровень выполнение одной из основных функций агентства – донесения в мировое медийное пространство информации о действиях властей Беларуси, развитии гражданского общества страны.

**– Интернет сегодня активно вытесняет традиционные СМИ, становясь главной площадкой размещения различных информационных продуктов. Как, на Ваш взгляд, здесь можно бороться за аудиторию?**

– Скажу так: в интернете не бывает сиюминутного результата, это планомерная и целенаправленная работа. Любой ресурс должен в первую очередь учитывать потребности и технические возможности аудитории, то, насколько она готова воспринимать новинки от современных СМИ. Необходимо соблюдать баланс. Аккаунт БЕЛТА на YouTube существует с августа 2010 года. Видеоролики, которые выкладывает агентство, как правило, это прямая речь – фактически подтверждение текстового варианта новости. Число просмотров роликов БЕЛТА, насколько мне известно, давно уже перевалило за 20 млн. И аудитория потребителей постоянно растет.

На мой взгляд, современные коммуникационные технологии – это тот новый инструмент, которым пока еще не научились пользоваться как следует. Ведь если каждый конкретный журналист отвечает за написанную им заметку, статью, за достоверность изложенной информации, то есть масса сетевых ресурсов, на которых вы не найдете даже намека на авторство, не сможете связаться с их редакцией. В таких условиях пользователю нужно самому научиться оценивать информацию с точки зрения ее возможной достовер-

ности либо пользоваться проверенными источниками, такими как БЕЛТА. Сейчас на первый план выходит борьба с различными фейками, то есть недостоверной информацией, специально вбрасываемой в информационное пространство.

**– На недавней встрече с первокурсниками факультета журналистики БГУ Вы дали им несколько практических советов, в частности: четко понимать, как и чем живет страна, чтобы знать тему, по которой ведется рассказ, свободно писать и говорить на русском и белорусском языках, владеть английским, без чего сегодня невозможно реализоваться в профессии, уметь работать оперативно...**

– Да. А еще я не устаю повторять, что от журналистов всегда будут требоваться честность, откровенность, талант и, самое главное, любовь к стране, в которой родился и живешь. Это те условия, которые необходимы, чтобы состояться в профессии. И БЕЛТА как раз такое место, где у начинающего есть возможность вырасти в настоящего журналиста.

Так исторически сложилось, что для многих, работающих сегодня в разных СМИ, Белорусское телеграфное агентство стало настоящей школой профессионального становления. И я глубоко убежден: человек, прошедший школу работы на информационную ленту БЕЛТА, сможет справиться с любыми профессиональными задачами. Школа БЕЛТА – это школа со знаком качества.

**– Дмитрий Александрович, если мысленно спрессовать все новости и достижения БЕЛТА за прошедшие годы, как бы Вы определили, говоря современным языком, главный тренд в работе агентства?**

– Мы работали на укрепление государственности. Именно в это время Беларусь приобретала свой суверенный облик, становилась стабильным государством как в сознании общества, так и на международной арене. Мы стали страной, которую уважают и с которой желают иметь дело.

Подготовили Виктор ЛОВГАЧ  
и Татьяна ШАБЛЬКО ▀