



## «ВПК. БЕЛАРУСЬ» — 5 ЛЕТ!

Приветственное слово  
председателя Государственного  
военно-промышленного комитета  
Республики Беларусь  
Сергея Гурулева

## VPK. BELARUS CELEBRATES ITS 5TH ANNIVERSARY!

Welcoming Address by  
Goscomvoenprom Chairman  
Sergei Gurulev

Уважаемые читатели!  
В ваших руках — юбилейный, 20-й номер жур-  
нала «Военно-промышленный комплекс ВПК. Бе-  
ларусь. Military-industrial complex VPK. Belarus»  
(далее — «ВПК. Беларусь»).

С трудом верится, что со времени, когда я взял  
в руки первый номер этого прекрасного печатно-  
го издания, минуло пять лет. Честно скажу: я гор-  
жусь тем, что могу и себя причислить к основате-  
лям первого профессионального отраслевого из-  
дания в Республике Беларусь, заслуженно поль-  
зующегося уважением и авторитетом в военно-  
промышленном сообществе. В параде белорус-  
ских средств массовой информации (СМИ), спе-  
циализирующихся на освещении проблем наци-  
ональной безопасности, журнал «ВПК. Беларусь»  
сегодня по праву считается правофланговым.

Самое главное — он стал первым отечествен-  
ным журналом, выпущенным в интересах бело-  
русского экспорта вооружений, военной и спе-  
циальной техники (ВВСТ), пробив определен-  
ную информационную завесу секретности, оку-  
тывающую отечественный военно-промышлен-  
ный комплекс (ВПК), и, можно сказать, заложил  
первый кирпичик в «здание» информационного  
пространства о его деятельности.

Сегодня масштабность происходящих в ми-  
ре перемен требует осознания важности ис-  
пользования информационных потоков в своих  
интересах. Да и современные тенденции разви-

Dear readers!  
You are holding the 20th anniversary issue of the  
Military-Industrial Complex VPK. Belarus magazine  
(VPK. Belarus).

It is hard to believe that it has been five years  
since I took the first issue of this wonderful print-  
ed edition in hands. Honestly, I am proud to be one  
of the founders of the first professional specialised  
periodical in Belarus that is rightly respected in the  
military-industrial community. Among the Belaru-  
sian mass media that specialise in the coverage of  
national security issues, VPK. Belarus is justly in  
the right front line.

Most importantly, it has become the first Belaru-  
sian magazine that was published for the benefit of  
the Belarusian export of armament, military and spe-  
cial equipment. It has also broken through the infor-  
mation mystery shield around the Belarusian mili-  
tary-industrial complex and has laid down the founda-  
tion for the military-industrial information space.

At present, major changes, occurring in the world,  
require understanding of the importance of informa-  
tion flows for one's own benefit. Moreover, trends of  
modern arms market make exporters compete for in-  
formation superiority, timely generate and reliably  
control information environment that accompanies  
preparation and implementation of export operations.

Promotion of military products (services) to mar-  
ket is a complex and multifaceted process. It involves  
various forms and methods that help to inform po-  
tential importers about the advantages of armament,

тия рынка вооружений заставляют экспортеров соперничать за информа-  
ционное превосходство, своевременно формировать и надежно контроли-  
ровать информационную среду, сопровождающую подготовку и реализа-  
цию экспортных операций.

Продвижение продукции (услуг) военного назначения (ПВН) на рын-  
ки представляет собой комплексный, многофакторный процесс, в котором  
задействованы самые разнообразные формы и методы работы по доведе-  
нию информации о достоинствах предлагаемых ВВСТ (работ, услуг) до по-  
тенциальных импортеров с одной стороны, и стимулирование возникнове-  
ния у них желания его приобрести — с другой. Не стоит сбрасывать со сче-  
тов и воздействие на общественное мнение различных слоев населения го-  
сударств-импортеров с целью формирования положительного имиджа го-  
сударства-экспортера.

Как показывает практика, успех в международной конкуренции в насто-  
ящее время невозможен без эффективного рекламного маркетинга, кото-  
рый позволяет создать условия для успешного развития экспорта продук-  
ции, работ (услуг).

Сегодня реклама — это двигатель торговли. Выигрывает тот, кто дает хо-  
рошую, мощную, агрессивную, активную рекламу, в том числе использует  
в качестве ее инструмента и СМИ.

Правила бизнеса предусматривают широкое информирование о продук-  
ции и услугах: неизвестно откуда взявшиеся компании с неизвестной репу-  
тацией вызывают недоверие и осторожность. Поэтому заказчики белорус-  
ской ПВН должны быть уверены, что нашему сотрудничеству это только на  
пользу. Ведь в настоящее время для формирования общественного мнения  
как средства легитимизации действий тех или иных военно-политических  
сил испытанным и пока незаменимым средством являются СМИ.

Взаимодействие с прессой — это, прежде всего, наука воздействия на об-  
щественное мнение. А значит, нам необходимо было учиться самым современ-  
ным моделям коммуникации, а главное — работать на опережение. Суть этой  
деятельности заключается в оперативном заполнении информационной ниши.

Традиционно первичная информация является самой важной. Тот, кто  
размещает информацию вторым, занимает положение догоняющего.

До появления профессионального отраслевого издания возможность  
опубликовать информацию о ПВН в периодическом издании, издаваемом  
в Беларуси, к тому же еще и на двух языках — русском и английском, — от-  
сутствовала. Попросту говоря, если мы не давали компетентную информа-  
цию сами, то ее за нас давали другие. При этом зарубежные авторы в сво-  
их материалах зачастую искажали реальные факты.

Нередко наши недобросовестные конкуренты задействовали механизм  
функционирования «информационной карусели», в ходе которой фейко-  
вые сообщения за счет перецитирования сначала превращались в «факты  
с земли», а затем подхватывались иностранными и негосударственными  
отечественными СМИ.

Игнорирование или непонимание этого факта несло в себе не  
только репутационные риски, но и в определенной степени иг-  
рало на руку нашим конкурентам. В этих условиях Государ-  
ственным военно-промышленным комитетом Республики  
Беларусь было принято решение о разработке про-  
граммы информационного обеспечения своей  
деятельности на 2010–2015 годы, которая  
стала составной частью Плана развития  
Госкомвоенпрома на 2011–2015 годы.

Одним из компонентов этой програм-  
мы, пусть и с присущей для нашей сис-  
темы спецификой, стало решение о со-  
здании отраслевого печатного издания.

Была проделана огромная организаци-  
онная и правовая работа, позволившая со-  
здать необходимые условия и систему по раз-  
витию и продвижению издательского проекта —  
журнала «ВПК. Беларусь».

17 июня 2010 года Министерство информации  
Республики Беларусь зарегистрировало журнал, уч-







редителем которого стал Госкомвоенпром, а его первый специализированный номер вышел в свет к Международной выставке вооружений и военной техники MILEX-2011.

Разумеется, одну из ключевых ролей в становлении издания сыграли организации-спецэкспортеры (ЗАО «БЕЛТЕХЭКСПОРТ», ГВТУП «Белспецвнештехника», ГВТУП «Белвнешпромсервис»), которые не просто поверили в журнал, но и поддержали его финансово, позволили встать на ноги. В подразделениях организаций-спецэкспортеров «ВПК. Беларусь» — одно из самых популярных изданий, которое помогает более грамотно и аргументированно вести информационно-рекламную работу на мировом рынке вооружений.

Не осталось в стороне и военное ведомство — государственное учреждение «Военное информационное агентство Вооруженных Сил Республики Беларусь «Ваяр» взяло на себя функции редакции.

Поэтому пятилетний юбилей «ВПК. Беларусь» — общий праздник, с которым я вас всех и поздравляю!

Пять лет «ВПК. Беларусь» — это больше, чем пятилетка с «оборонкой», это прежде всего свидетельство востребованности и авторитета издания среди читательской аудитории.

За это время журнал окреп, встал на ноги, органично вписался в сложившуюся в мире структуру международных изданий военно-технической те-

military and special equipment (works, services), on the one hand, and to stimulate them to purchase it, on the other hand. We shouldn't ignore influence on the public opinion of importing countries in order to create a positive image of exporting country.

The experience shows that the success in international competition is not possible without effective promotional marketing which allows you to create conditions for the successful development of export.

Today advertising is a force for trade. Companies that place good, powerful, and aggressive advertisement and use it as a media tool always win.

Business rules include public awareness about products and services: companies with unknown reputation that come from nowhere arouse mistrust and feeling of caution. That is why customers purchasing Belarusian defence products must be sure that it is beneficial for our cooperation. Indeed, now mass media is a time-proved and so far indispensable tool for the formation of public opinion as a means of legitimising actions of one or other military-political forces.

Interaction with press is first of all the science of influencing public opinion. It means that we had to learn the most up-to-date models of communication, and the point was to be proactive. We must fill promptly the information gap.

Primary information is the most important. The one who is the second to publish information has to catch up.

Before the professional military-industrial magazine was established, the possibility to publish information about defence products in a periodical published in Belarus and also in two languages — Russian and English — was missing. Put simply, if we did not provide competent information ourselves, somebody else did it instead of us. In addition, foreign authors misrepresented the actual facts in their articles.

Often our dishonest competitors involved mechanism of 'informational merry-go-round'. Fake information was turned into truth due to quoting, and then it was picked up by foreign and Belarusian non-state media.

When the fact was ignored or misunderstood, it provoked not only reputational risks but also played into the hands of our competitors to some extent. Under these conditions, Goscomvroyenprom decided to develop a programme for information support of its activities for 2010–2015 which became an integral part of the Goscomvroyenprom Development Plan for 2011–2015.

To establish a specialised printed edition was one of the decisions within this programme with special features of our system.

A huge amount of organisational and legal work allowed us to create necessary conditions and system for the development and promotion of the publishing project — VPK. Belarus.

On 17 June 2010, the Belarusian Ministry of Information registered a magazine, founded by Goscomvroyenprom, and its first special issue was published by the time of the MILEX 2011 international arms show.

Belarusian arms exporters (Beltechexport,



Belpetsvneshtekhnika and Belvneshpromservice) played one of the key roles in the periodical development. They not only trusted the magazine but also supported financially and allowed it to stand up. Among the arms exporters VPK. Belarus is one of the most popular periodical that allows us to manage information-advertising activity in the global arms market more correctly and credibly.

The Vayar military information agency of the Belarusian Armed Forces did not stay away — it acted as an editorial office.

So, the fifth anniversary of VPK. Belarus is a common holiday and I congratulate all of you on this!

The anniversary of VPK. Belarus is more than just five years in the defence industry. It proves that the magazine is in demand and has authority among the readers.

Since then the VPK. Belarus magazine has firmed up and fit into the structure of international military-technical periodicals. It was widely recognized in the business, military, and industrial circles in about 40 countries around the world, as well as it took its rightful place in the publishing world.

In order to prove it, I should note that in 2012, 2015, and 2016, VPK. Belarus was announced a Zolotaya Litera laureate in a number of nominations.

The emergence of the specialised periodical contributed to further development of interaction with the media and advancement of cutting-edge communication technologies in all state companies and business entities. Competent and sophisticated management of information support allowed us to create clear game rules in the information space of the country.

Since the first issue VPK. Belarus has been a trademark of Goscomvroyenprom. It is an additional channel of communication and means for searching for partners, as well as for positioning to the advantage information about Belarusian defence companies and their competitive products.

The interaction of founders with the editorial board was based on the principle of identification

матики, получил широкое признание в деловых, военных и промышленных кругах около 40 стран мира и достойно занял свое место в издательском мире.

В подтверждение этого скажу, что в 2012, 2015 и 2016 годах журнал «ВПК. Беларусь» становился дипломированным лауреатом престижного Национального конкурса печатных СМИ «Золотая Литера» в ряде номинаций.

Появление отраслевого журнала способствовало дальнейшему развитию системы работы со СМИ, распространению передовых технологий коммуникации на все государственные организации и хозяйственные общества, а грамотная, продуманная организация информационного обеспечения позволила сформировать на информационном поле страны четкие правила игры.

С первого своего номера «ВПК. Беларусь» объективно является в современной среде ведения бизнеса визитной карточкой Госкомвоенпрома, выступает дополнительным каналом коммуникаций и средством для поиска партнеров, позиционирования в выгодном ключе сведений об организациях отечественного ВПК и выпускаемой ими конкурентоспособной продукции.

В основе организации взаимодействия учредителей с редакцией лежит принцип определения выгодных информационных поводов в деятельности Госкомвоенпрома, организаций-спецэкспортеров и определения форм, методов, сил и средств их освещения, направленных на конкретный результат: продвижение товаров (работ, услуг) на внешние рынки, формирование положительного имиджа как организаций ВПК и Госкомвоенпрома, так и Республики Беларусь в целом.

Журналу присущ фирменный почерк — глубина, масштабность, умение отбирать факты и определять рейтинговые темы.

За все эти годы специздание не снижает уровень актуальности и достоверности, оперативно сообщает о новинках и перспективных разработках отечественного ВПК для всех заинтересованных потребителей как внутри страны, так и за пределами нашего государства.

Журналу была предоставлена возможность стать эксклюзивным поставщиком информации о ВВСТ, разрабатываемой и производимой в Беларуси.

В нем профессионально и скрупулезно подобраны факты, цифры и фото — ценнейший материал по белорусским передовым разработкам, тактико-технические характеристики, эксплуатационные возможности и преимущества, в том числе и ранее неизвестных на мировом рынке.

В содержательной части издания редакция старается акцентировать внимание читателей на способности отечественного ВПК разрабатывать и вы-







пускать конкурентоспособные системы вооружения, способные органично вписываться в новые концепции ведения вооруженной борьбы, отразить научно-технические решения, реализуемые в процессе производства ПВН, обращая особое внимание на уникальность продукции по традиционным для Беларуси сферам — оптика, электроника, машиностроение, информационные технологии и т.д., а также создаваемой в рамках международной кооперации по наиболее интересным прикладным программам — космос, технологии будущего и другие.

За пять лет существования «ВПК. Беларусь» на его страницах разместило свои информационно-рекламные материалы более 60 организаций различной формы собственности и ведомственного подчинения из Беларуси.

Отрадно, что журнал отличается не только конструктивным освещением лучших традиций отечественного ВПК, но и перспективных направлений военно-технической сферы, что, безусловно, содействует расширению международного сотрудничества и продвижению белорусской ПВН и технологий на внешние рынки.



Начиная с 2011 года «ВПК. Беларусь» — неперенный участник всех крупных международных выставок вооружений и выставок, посвященных безопасности, проходящих как в Беларуси, так и за рубежом — MILEX (Республика Беларусь), IDEX (ОАЭ), ADEX (Азербайджан), KADEX (Республика Казахстан), МАКС, ИНТЕРПОЛИТЕХ, Russia Arms Expo (Российская Федерация) и др.

Журнал также выполняет и традиционную функцию печатного средства — обмен опытом. На его страницах регулярно публикуются актуальные и эксклюзивные интервью генеральных конструкторов — создателей отечественных образцов вооружений и военной техни-

ки, руководителей организаций отечественного ВПК, многие из которых входят в состав научно-технического (экспертного) совета и совет генеральных (главных) конструкторов Госкомвоенпрома.

The magazine is characterised by profundity and large scale, the staff can select facts and identify popular topics.

The special periodical does not reduce relevance and reliability, timely reports on new and cutting-edge products and development of the Belarusian defence industry to all concerned consumers both inside and outside our country.

VPK. Belarus got the opportunity to become the exclusive provider of information on armament and military and special equipment developed and manufactured in Belarus.

The journalists professionally and thoroughly select facts, figures, and photos — valuable information on Belarusian innovative solutions, performance characteristics, operational features and strong points, including previously unknown in the world market.

The editorial staff try to focus readers' attention on the capability of the Belarusian defence industry to develop and produce competitive weapon systems that fit into the new concept of warfare, to cover scientific and technical solutions applied in the defence products, focusing on the uniqueness of the products in traditional for Belarus spheres — optics, electronics, mechanical engineering, IT, etc., as well as of the products developed within the framework of international cooperation on future technologies, in the space sphere, etc.

Within five years VPK. Belarus has published informational and promotional material of more than 60 Belarusian companies of various forms of ownership and departmental subordination.

We are glad that the magazine is distinguished by structural coverage not only of the Belarusian defence industry traditions, but promising directions of military-technical sphere as well, which certainly contributes to the development of international cooperation and promotion of Belarusian defence products and technologies to international markets.

Since 2011 the edition has been a permanent participant of all major international arms shows and exhibitions dedicated to security, held both in Belarus and abroad. They are MILEX (Belarus), IDEX (UAE), ADEX (Azerbaijan), KADEX (Kazakhstan), MAK, INTERPOLITEX, Russia Arms Expo (Russia), etc.

The magazine also performs a traditional function of print media which is the exchange of experience. In the periodical there are regularly published relevant and exclusive interviews of chief designers — developers of Belarusian armament and military equipment, heads of the Belarusian defence companies, many of whom are part of the scientific-technical (expert) council and the council of chief designers of Goscomvoenprom.

In addition, VPK. Belarus served as an example for foreign and national specialised periodicals of similar profile that are ready to tell about the Belarusian



ки, руководителей организаций отечественного ВПК, многие из которых входят в состав научно-технического (экспертного) совета и совет генеральных (главных) конструкторов Госкомвоенпрома.

Кроме того, «ВПК. Беларусь» послужил примером для зарубежных и республиканских специализированных изданий аналогичного профиля, готовых на своих страницах рассказывать о белорусском ВПК и его продукции. И если судить с точки зрения ведения цивилизованного бизнеса — это хорошо. Потому, что у отечественных предприятий появился выбор и простор для размещения своих рекламно-информационных материалов. И джентльменское соперничество между СМИ отечественному ВПК только на пользу.

В плане дальнейшего развития издания планируется уже в 2016 году завершить создание мультимедийной версии журнала «ВПК. Беларусь» (по сути, это программа-приложение для мобильных устройств, цифровой аналог печатного журнала), и к международной выставке вооружения и военной техники MILEX-2017 выпустить специализированный номер журнала в данном формате.

Говоря о печатном издании, о людях, которые делают этот продукт, не обойдешься без таких слов, как компетентность, профессионализм и добросовестность.

Большую помощь «ВПК. Беларусь» оказали сотрудники государственного учреждения «Военное информационное агентство Вооруженных Сил Республики Беларусь «Ваяр». Именно их материалы стали основой первых номеров журнала. Ряд военных журналистов, имеющих немалый опыт службы в войсках и хорошо знающих военную технику, влились в творческий коллектив журнала и плодотворно работали и продолжают трудиться во славу издания и по сей день.

Нельзя не сказать в эти юбилейные дни и о дизайне и верстке, редактировании, переводе, корректуре. Этот труд порой вроде и незаметен, но без него, без усердия специалистов выпуск такого рода издания был бы невозможен.

Сегодня «ВПК. Беларусь» стал неотъемлемой частью информационного пространства мирового рынка вооружений, осуществляя информационно-аналитическую поддержку белорусского экспорта вооружений.

Уважаемые читатели, любой издательский проект, как бы ни был помпезно подан, не стоит и гроша, если он не вызвал интереса у читателей (потенциальных заказчиков нашей продукции, услуг). Хочется верить, что на страницах нашего журнала вы по-прежнему найдете информацию, которая вас заинтересует, или публикацию, которая вас, что называется, зацепит. И если вы отправите в адрес редакции, Госкомвоенпрома или организации-спецэкспортера свое читательское послание, то я, положив руку на сердце, буду считать, что наши труды не пропали даром, и наш диалог продолжится. Искренне надеюсь на то, что он будет долгим, интересным и плодотворным — как для вас, так и для нас.

defence industry and its products. From the standpoint of doing proper business it is good. Now Belarusian companies have a choice and space to place their promotional materials. A gentleman's competition among the Belarusian mass media only benefits.

In terms of further development it is planned to start a multimedia version of the magazine in 2016. Actually, it will be an application for mobile devices, digital analogue of the printed version. By the MILEX 2017 international arms show it is planned to issue the specialised periodical in this format.

Speaking of VPK. Belarus and the people who make it, you can not but mention competence, expert knowledge, and integrity.

The Vayar military information agency of the Belarusian Armed Forces helped greatly to VPK. Belarus. The materials of its journalists were the basis for the first issues of the periodical. A number of military journalists with great experience of service in the army and good knowledge of military equipment joined the creative team of the magazine and has been working fruitfully for the good of the periodical till now.

We can't forget about the groups of design and layout, revision, translation, and proofreading. This work might not be noticed sometimes, but without it, the publication of such periodical would be impossible.

The magazine has become an integral part of information space of the global arms market, carrying out information and analytical support for the Belarusian export of armament.

Dear readers, any publishing project, no matter how spectacularly it is presented, is not worth a penny if it does not arouse interest of its readers (potential customers of our products and services). I hope that in our magazine you will still find interesting information or article that will catch you. And if you send a letter to the editorial office, Goscomvoenprom or any arms exporter office, I, with hand on heart, will think that our efforts were not in vain, and our dialogue will continue. I sincerely hope that it will be long, interesting, and fruitful — both for you and for us.

Translated by Anastasia Zaretskaya