

УДК-070:004.738.5(476)

DOI: 10.17072/2218-1067-2018-1-65-74

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОТКРЫТОСТЬ, МНОЖЕСТВЕННОСТЬ:
МЕДИЙНАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ЕВРАЗИЙСКОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

С. В. Венидиктов¹

Информационные системы государств ЕАЭС рассматриваются с позиции их соответствия базовым принципам функционирования эффективной медиакоммуникационной системы. Общие характеристики евроазиатских государственно-коммерческой, догоняющей, патерналистской моделей анализируются на примере отдельных государств ЕАЭС в трех направлениях: общее состояние медийной сферы, экономическая составляющая деятельности СМИ, открытость информационного пространства. Автор приходит к выводу, что различия в медийных моделях стран ЕАЭС не имеют взаимоисключающего характера, что создает перспективы для координации информационной и правовой инфраструктуры государств-партнеров.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз; интеграция; СМИ; медийная модель; коммуникация.

Вопрос о влиянии информационно-коммуникационного фактора на взаимодействие Армении, Беларуси, России, Казахстана и Кыргызстана как участников Евразийского экономического союза (ЕАЭС) актуализировался в связи с нарастанием противоречий в интеграционных процессах. Например, кризис в белорусско-российских отношениях рубежа 2016–2017 гг. (разногласия в поставках продовольственных товаров из Беларуси в Россию, споры из-за цен на энергоносители и др.) в различной тональности был отражен в СМИ государств-партнеров. При этом ситуация ясно продемонстрировала: информационный фон в проблемных отношениях евразийских государств двустороннего формата фундаментально влияет на многосторонние интеграционные процессы. Согласованное развитие медиасфер государств и регионов в перспективе способно привести к формированию единого информационного пространства Союза, которое в условиях информатизации мировой политики становится ведущим фактором и важнейшим индикатором эффек-

¹ Венидиктов Сергей Викторович — кандидат филологических наук, доцент, начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь. E-mail: venidiktov@institutemvd.by.

© Венидиктов С. В., 2018

тивности интеграционных процессов. Однако на политическом уровне не до конца осознан потенциал координации национальных моделей СМИ, повышения информационной устойчивости Союза. В этой связи перспективным направлением нам представляется исследование медиасфер государств ЕАЭС с позиции их соответствия принципам функционирования эффективной медиа-коммуникационной системы.

Согласно концепции Е.Л. Вартановой, в государствах ЕАЭС реализуются три медийные модели: 1) евроазиатская государственно-коммерческая модель, характерная для России и предопределяющая смешанную форму собственности на СМИ, вмешательство государства в их деятельность; 2) евроазиатская догоняющая модель, типичная для Армении и характеризующаяся невысоким экономическим и технологическим уровнем, неустойчивостью рыночных механизмов функционирования СМИ и противоречивой медиаполитикой; 3) евроазиатская патерналистская модель, которая описывает ситуацию в медиапространстве Казахстана, Беларуси и Кыргызстана и предопределяет доминирование государственных структур и ограниченное влияние рыночных механизмов на деятельность СМИ [1]. В основе данной концепции – теоретические положения Д. Халлина и П. Манчини, которые приводят основные переменные, предопределяющие различия в медийных системах: тип государства, деятельность политических партий, формы взаимодействия экономической и политической сфер, развитие элементов социальной структуры [10, 8]. Рассмотрим общие характеристики каждой из приведенных медийных моделей на примере отдельных государств ЕАЭС в трех направлениях: а) общее состояние медиасферы; б) анализ экономической составляющей деятельности СМИ; в) открытость информационного пространства.

В России (евроазиатская государственно-коммерческая модель) зарегистрировано более 83,5 тыс. СМИ (около 90 % из них – негосударственные), функционируют более 9,5 тыс. интернет-СМИ, 26 тыс. газет, 32 тыс. журналов. Наиболее востребованным СМИ традиционно остается телевидение: федеральные каналы являются важным источником информации для 98 % населения, региональные – для 88 %. Печатным СМИ доверяют около 70 % россиян, Интернету – около 60 %. Зарубежные СМИ пользуются относительно невысокой популярностью: к ним регулярно обращается лишь каждый четвертый россиянин. Согласно опросам, для половины населения страны телевидение является единственным источником информации: более 40 % редко читают новости в Интернете, более 50 % не слушают новостных программ на радио, а 60 % не читают газет [2]. Структурно медиасистема России включает в себя четыре уровня: федеральный, межрегиональный, региональный, сетевой, что отличает ее от других участников ЕАЭС. Функционируют

19 федеральных (национальных) телеканалов. Федеральный общедоступный канал «Общественное телевидение России» (ОТР), функционирующий с 2013 г., позиционируется как средство для открытого взаимодействия власти и граждан. Необходимо отметить, что общественное телевидение, не контролируемое государством, существует в Армении, развивается в Кыргызстане, но отсутствует в иных государствах ЕАЭС. В то же время опыт европейского взаимодействия, а также деятельность межгосударственных СМИ в СНГ и Союзе Беларуси и России, показывают, что именно общественное вещание обладает наибольшим интеграционным потенциалом в межгосударственных структурах.

В Армении (евроазиатская догоняющая модель) отмечается доминирование телевидения в качестве источника общественно-политической информации, действует 13 столичных и 26 региональных каналов, ретранслируются российские каналы, американский CNN. Для большей части населения доступно вещание с территории Турции и Ирана. Из 7 крупнейших телеканалов страны 5 являются частными («Армения», «Еркир-медиа», «Кентрон», Второй армянский телеканал и «Шант»), 2 – общественными (Первый канал общественного телевидения Армении и «Шогакат»). Печатные СМИ стремительно теряют аудиторию: согласно некоторым данным, регулярно читают прессу лишь 5% граждан Армении. Половина крупных газет в стране отождествляют свою информационную политику с программой той или иной политической партии, что ведет к ослаблению позиций качественной периодики. Доминирование частных СМИ в медиапространстве Армении обуславливает негативное отношение официальных лиц к журналистам. При этом эксперты отмечают парадокс: незначительное количество действительно независимых от власти и от капитала информационных ресурсов, а также недостаток глубокой аналитики в материалах. Исследование «Состояние медийной отрасли в Армении» показало, что подавляющее большинство медиа-экспертов и журналистов считают, что многие СМИ вынуждены становиться на путь самоцензуры в результате давления со стороны властей.

Медийные системы Беларуси, Казахстана и Кыргызстана, отнесенные к евроазиатской патерналистской модели, имеют ряд существенных различий. В Беларуси действуют около 1,6 тыс. печатных изданий (из них около 70 % – негосударственные), 9 информационных агентств, 273 теле- и радиoproграммы (189 государственных, 84 негосударственные) [5]. Наиболее динамичный сегмент составляют сетевые СМИ: в зоне «Байнета» функционируют более 300 сайтов печатных СМИ, около 300 ресурсов интернет-изданий, 51 сайт радио и 33 – телевидения [7]. Лидирующее положение в информационном пространстве республики занимает государственное телерадиовещание, что объясняется наличием финансовой и правовой поддержки. Телеви-

дение, представленное 8 общенациональными каналами, доминирует как источник массово-политической информации в медиасфере Беларуси. В «социальном» телевизионном пакете присутствуют каналы «НТВ–Беларусь» и «Россия–Беларусь», транслируемые на основании концепции, сетки вещания и программного продукта российских телеканалов «НТВ» и «Россия», а также межгосударственный телеканал «МИР».

В Казахстане функционирует более 2,7 тыс. СМИ, из которых государственными являются около 15 %. Большая часть медиа представлена печатными СМИ – около 90 % (1,4 тыс. газет и 0,5 тыс. журналов), 9,5 % составляют электронные СМИ (95 телекомпаний, 58 радиокompаний, 146 операторов кабельного телевидения, 8 операторов спутникового вещания). В стране действуют 65 информационных агентств [4]. 13 телеканалов входят в перечень информационных ресурсов обязательного общенационального распространения и находятся в свободном доступе («Казахстан», «Kazakh TV», «Хабар», «24 kz», «Astana TV» и др.). Устойчивые позиции на рынке занимают российские СМИ, которые представляют собой центры информационного доминирования в государстве. Русскоязычные СМИ в Казахстане имеют высокий аудиторный рейтинг, пользуются поддержкой центральной и региональной власти. С 2016 г. введено квотирование русскоязычных СМИ на уровне 50–60 %, с 2017 г. квота составляет менее 50 % (в целом, ограничивается вещание на иностранных языках). Сейчас в Казахстане вещают 3 телеканала, являющихся адаптированными версиями российских: 31 канал (СТС), Первый канал «Евразия», НТК, – а также канал СНГ «МИР».

В Кыргызстане зарегистрировано более 1,5 тыс. СМИ, среди которых 159 газет, 25 телеканалов и 26 радиостанций. Подавляющее большинство медиа, наряду с национальным, использует русский язык. Однако в стране (впрочем, как и в Армении) аудитория информационно-аналитических русскоязычных СМИ представлена в основном интеллигенцией старшей возрастной группы, которая составляет аудиторное меньшинство. Примечательно, что в начале 2016 г. Министерство культуры, информации и туризма Кыргызстана начало обсуждение проекта соглашения с правительством России о сотрудничестве в области массовых коммуникаций с целью укрепления взаимодействия в рамках ЕАЭС [3]. Однако проект был снят с обсуждения, что, на наш взгляд, закономерно: уравнивание в правах СМИ Кыргызстана и России, изначально не сопоставимых в технологическом, финансовом и профессиональном отношении, чревато утратой общественного влияния национальными медиа. В сфере законодательного регулирования деятельности СМИ Кыргызстана также существует практика перенимания и адаптации российского опыта, что, по мнению экспертов, не всегда отвечает специфике национальной медиасреды. Крупнейшая телерадиовещательная корпорация в

стране – «Общественная телерадиовещательная корпорация Кыргызской Республики» (ОТРК) – во многом переняла российскую модель общественного вещания.

Таким образом, общими характеристиками медиапространства государств ЕАЭС, предопределяющими возможные направления координации их деятельности, являются: 1) устойчивая позиция государственных СМИ; 2) значительный авторитет местных СМИ в сравнении с зарубежными; 3) доминирование телевидения как источника социально-политической информации; 4) утрата традиционного влияния радиовещанием и печатными СМИ; 5) рост значения Интернета как канала коммуникации; 6) стабильное присутствие русскоязычных медиа.

Анализ медиасистем, входящих в информационное поле ЕАЭС, свидетельствует о наличии расхождений и в экономических моделях. На данном этапе для медиасистемы России характерны: сложная структура, включающая около 90 региональных медиарынков (информационная интеграция необходима и отдельно взятому российскому медиарынку в составе рынка ЕАЭС); обусловленность развития состоянием рекламного рынка; коммерциализация телевидения и политизация печатных СМИ; гетерогенность территориально разрозненных медиа. Основные электронные и печатные СМИ, предопределяющие информационную политику государства, контролируются властью либо крупными корпорациями. С 2014 г. медиарынок России испытывает на себе последствия экономического кризиса и введения санкций со стороны ЕС; рекламные доходы телевидения упали на 19 %, прессы – на 25 %, что особенно сказалось на независимых медиа. В 2015 г. из бюджета России было выделено около 398 млн руб. субсидий для поддержки социальных проектов в печатных СМИ (83 млн руб. – для национальной прессы, 270 млн руб. – для региональной и местной прессы).

В Армении лишь немногие СМИ характеризуются эффективностью экономической деятельности, управленческие и кадровые функции зачастую выполняют сами журналисты. Изначально многие медиа были созданы с ориентацией не на коммерческую эффективность, а на достижение политических и иных целей. Средний тираж печатных СМИ в Армении составляет 2–3 тыс. экземпляров, что составляет менее 10% необходимого для самоокупаемости [11]. С внесением изменений в законодательство о СМИ в 2015 г. общественные СМИ лишены возможности размещать рекламу (исключение составляет социальная и коммерческая реклама в образовательных, культурных, научных и спортивных программах). Независимая региональная пресса, а также издания национальных меньшинств имеют право на получение государственных субсидий.

Рыночные механизмы функционирования СМИ в Беларуси до конца не сформированы, в связи с чем медиасектор также нельзя отнести к числу эффективно функционирующих. Статистические данные относительно финансовых показателей государственных СМИ в открытом доступе отсутствуют. В условиях неустойчивости экономики даже среднесрочный прогноз для рекламного рынка не представляется возможным. Объем рекламы в СМИ ограничен законом: до 30 % в прессе (25 % в государственных изданиях) и 20 % в телерадиоэфире (30 % в праймтайм).

Резкое падение курса национальной валюты Казахстана в 2015 г. привело к необходимости пересмотра экономических моделей в медиасекторе, увеличило зависимость СМИ от госдотаций. Тем не менее, многие казахские СМИ не имеют четких бизнес-стратегий, не проводят самостоятельных маркетинговых исследований. Альтернативными государственными источниками финансирования могут стать рекламная деятельность, интернет-реклама, продажа информации и визуального продукта, а также краудфандинг. Рекламный рынок в стране упал на 30 %, рекламодатели ориентируются на телевидение, доля интернет-рекламы составляет около 7 % [8]. С 2008 г. в Казахстане происходит процесс слияния медийных компаний, инициированный крупными финансово-политическими структурами и политическими группами. Согласно данным ОФ «Правовой медиасектор», около 90% СМИ Казахстана получают правительственное финансирование для освещения социально-экономических проблем с позиции официальной идеологии [9]. Существование подобного госзаказа, на наш взгляд, снижает конкурентоспособность и аудиторную привлекательность медиа, что негативно сказывается на восприятии населением информации интеграционной тематики, предоставляемой центральными СМИ.

Медиа Кыргызстана также нельзя отнести к числу эффективно работающих субъектов экономики: и государственные, и частные СМИ зависят от внешнего финансирования. Среди общих тенденций можно назвать обращение части аудитории печатных СМИ к интернет-изданиям и превращение региональных телестудий в производственные центры. Международная комиссия по наблюдению за выборами 2015 г. констатировала, что на телевизионных каналах от 77 до 95 % эфирного времени, выделенного для избирательной кампании, было предоставлено на возмездной основе [6]. По мнению экспертов, самодостаточным СМИ может считаться только общественное телевидение ОТРК, получающее значительную прибыль от рекламы. Рекламный рынок в Кыргызстане узок, на нем присутствуют лишь несколько игроков, готовых тратить значительные суммы на рекламу в СМИ. Одной из причин недостаточного развития рынка рекламы является отсутствие аудиторных исследований.

Таким образом, существование СМИ ЕАЭС как эффективных акторов экономической сферы должно основываться на: 1) рыночных механизмах управления; 2) развитии рекламного рынка, в т. ч. единого рынка в пространстве ЕАЭС; 3) открытом и регулируемом законодательством распределении государственных субсидий и рекламных заказов; 4) проведении исследований национальных медиасистем, позволяющих адаптировать информационные продукты к интересам региональной аудитории; 5) объективности и децентрализации вещательных рейтингов как средства регулирования медиасферы.

Отдельное направление анализа медийных систем государств ЕАЭС связано с возможностью свободного доступа аудитории к общественно значимой информации. Исследования показали, что каждый второй россиянин не имеет доступа к альтернативной информации, ограничиваясь государственными СМИ, 10 % населения обращается исключительно к независимым СМИ [2]. Лишь небольшое количество СМИ (10 % в целом по стране и 20 % в Москве) используют практику получения информации из нескольких источников. Эфир общественного телевидения остается аполитичным, ограничиваясь культурным и образовательным контентом. Содержание региональных СМИ значительно отличается от государственных, что зачастую превращает их в основной источник альтернативной информации. Отметим также традиционную проблему российской медиасферы, вызванную территориальной разбросанностью: в регионах аудитория получает от вещателей новости местного, национального и международного значения, а события в других регионах практически не затрагиваются. Впрочем, такая же ситуация существует в масштабах информационного поля ЕАЭС, в котором локальные события в государствах-партнерах не получают должного внимания СМИ.

В Армении множественность СМИ не гарантирует действительной множественности позиций и мнений. Между телевизионными и интернет-СМИ отмечаются очевидные различия в освещении политических событий; в стране имеются факты создания СМИ исключительно на период предвыборной кампании [11, 224]. В такой ситуации все большая часть аудитории обращается к интернет-источникам, которые считаются менее подверженными влиянию политических и финансовых сил. Государственные СМИ в Армении являются де-юре независимым от власти, но де-факто находятся под полным контролем правительства. В то же время социальный, культурный, аналитический и образовательный контент общественных СМИ неизменно прогрессирует. В медиасфере Армении длительное время отсутствовали российские СМИ и, соответственно, альтернативный взгляд как на внутривнутриполитические процессы, так и на внешнюю политику (сейчас в стране издаются печатные СМИ на русском языке, функционируют сетевые ресурсы aivazovskydb.com, rapogama.am, armenianhouse.org и др.). Одновременно ведущие ресурсы активно сотрудничают с западными СМИ и фондами. В такой ситуации объективное освещение интеграционных процессов в ЕАЭС в этом регионе выглядит труднодостижимым.

В Беларуси значительное количество медиа не производят собственные новости и оригинальный контент, что сужает спектр представляемых аудитории точек зрения. Среди немногочисленных источников, предлагающих альтернативную точку зрения, выделяются «Еврорадио», телеканал «Белсат» и портал TUT.by (характерно, что большинство из 50 наиболее популярных новостных интернет-ресурсов являются независимыми [3]). Развитие телекоммуникационных технологий в Беларуси означает, что доступ к иностранным и альтернативным источникам информации имеет тенденцию к расширению. Из девяти информационных агентств лишь четыре (БелаПАН, БелТА, Интерфакс-Запад, Прайм-ТАСС) занимаются реализацией информации. В республике отсутствует тенденция к концентрации частной собственности на СМИ (при этом более 600 медиа контролируются государством). Для региональных СМИ Беларуси характерна ориентация на местные проблемы и незначительный объем международных новостей.

Несмотря на то, что в Казахстане около 80 % СМИ являются частными, большая их часть связана с госструктурами. Этот пробел компенсируется развитием интернет-версий, созданных многими традиционными СМИ. Доступ к зарубежному вещанию ограничен, за исключением российского (одно из последствий – одностороннее освещение ряда событий мирового значения). Законодательством Казахстана не ограничены права правительства на создание и владение СМИ (так, владельцем канала «Евразия 1», финансируемого властью, является ТОО «Евразия+ОРТ»). Подача международных новостей характеризуется фрагментарностью, игнорированием национального контекста. Как положительную тенденцию отметим рост количества СМИ, выходящих на языках меньшинств, что способствует утверждению принципов толерантности. Однако неоднозначные национальные и религиозные вопросы редко рассматриваются в СМИ.

В Кыргызстане обеспечен широкий доступ аудитории ко всем видам СМИ, хотя отмечается снижение доли медиа национальных меньшинств. Ряд влиятельных медиаресурсов ограничены в освещении межэтнических конфликтов, вопросов формирования национального бюджета, в оценке действий чиновников и т. д. В стране повышается доверие к социальным медиа и гражданской журналистике, что может свидетельствовать о снижении авторитета традиционных СМИ. Собственная сеть получения международной информации в Кыргызстане не развита, вследствие чего новости о событиях в мире поступают в основном через российские СМИ. Социальный пакет цифрового вещания включает в себя только государственные каналы, которые зависят от повестки дня правительства (дополнительные каналы доступны не всем). Информационные агентства Кыргызстана работают как сетевые новостные ресурсы и не распространяют информацию среди национальных СМИ. Последние чаще обращаются к международным агентствам British Broadcasting, BBC, Reuters, Associated Press, российским и турецким ресурсам.

Мы считаем, что гарантии доступа евразийской аудитории СМИ к объективной информации определяются следующими критериями: 1) множественность источников информации и плюрализм их мнений; 2) отсутствие ограничений (правовых, экономических, технологических и др.), доступа аудитории к зарубежным СМИ; 3) политическая неангажированность как государственных, так и частных медиа; 4) развитие института независимых информационных агентств (в т. ч. «общеевразийского» формата); 5) расширение информационного контента в коммерческих СМИ; 6) прозрачность источников финансирования СМИ, недопущение концентрации прав собственности на медиаструктуры; 7) отражение в медиаконтенте широкого спектра социальных интересов; 8) объединение в новостном контенте региональных, национальных и международных проблем, создающее основу для активизации локальных интеграционных процессов.

Таким образом, различия в медийных моделях стран-партнеров не носят взаимоисключающего характера. Поэтому координация деятельности СМИ, информационной и правовой инфраструктуры медиасфер государств ЕАЭС с учетом потребности в развитии эффективных медийных моделей, создающих основу для свободного циркулирования в обществе разнообразной информации и открытой конкуренции СМИ, является мощным интеграционным ресурсом. Использование потенциала последнего, его признание на политическом уровне способно компенсировать невозможность унификации (на данном этапе эволюции ЕАЭС) информационных экосистем Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России.

Библиографический список

1. *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2014. [*Vartanova E. L.* Post-Soviet transformation of the Russian media and journalism. Moscow, 2014].
2. Замок без границы // Лента.ру. URL: Lenta.ru: <https://lenta.ru/articles/2015/11/16/granica/> (дата обращения: 15.05.2017). [The lock without borders. *Lenta.ru*. Available at: <https://lenta.ru/articles/2015/11/16/granica/> (accessed 15.05.2017)].
3. ИА АКИpress. URL: <http://kg.akipress.org/news:629213> (дата обращения: 21.06.2017). [AKIpress News Agency. Available at: <http://kg.akipress.org/news:629213> (accessed 21.06.2017)].
4. *Ильина Е. М.* На пути к информационному обществу. Минск, 2010. [*Il'ina E.M.* On the way to the information society. Minsk, 2010].
5. Министерство информации Республики Беларусь. URL: <http://www.mininform.gov.by/ru/stat-ru/> (дата обращения: 11.06.2017). [The Ministry of Information of Belarus. Available at: <http://www.mininform.gov.by/ru/stat-ru/> (accessed 11.06.2017)].

6. ОБСЕ: официальный сайт. URL: <http://www.osce.org/ru/odihr/elections/kyrgyzstan/189481?download=true> (дата обращения: 17.05.2017). [OSCE Official Website. Available at: <http://www.osce.org/ru/odihr/elections/kyrgyzstan/189481?download=true> (accessed 17.05.2017)].
7. АКAVИТА.БУ: статистический ресурс. URL: <http://akavita.by/ru/top/All/All/30days/visitors/desc/All/All>. (дата обращения: 07.06.2017). [AKAVITA.BY: statistical service. Available at: <http://akavita.by/ru/top/All/All/30days/visitors/desc/All/All>. (accessed 07.06.2017)].
8. GRP.kz: информационное агентство. URL: <http://grp.kz/tag/reklamnyiy-ryinok-kazahstana/>. (дата обращения: 01.05.2017). [GRP.kz: information agency. Available at: <http://grp.kz/tag/reklamnyiy-ryinok-kazahstana/>. (accessed 01.05.2017).]
9. FORBES.KZ: информационный портал. URL: http://forbes.kz/massmedia/v_2015_smi_kazahstana_vyideleno_pochti_43_mlrd_tenge_goszakaza. (дата обращения: 28.05.2017). [FORBES.KZ: data portal. Available at: http://forbes.kz/massmedia/v_2015_smi_kazahstana_vyideleno_pochti_43_mlrd_tenge_goszakaza. (accessed 28.05.2017).]
10. *Hallin D., Mancini P.* Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press, 2004.
11. Media Sustainability Index 2016. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia. Washington: IREX, 2016.

**EFFICIENCY, OPENNESS, MULTIPLICITY:
MEDIA SUSTAINABILITY OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION**

S. V. Venidiktov

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Social Disciplines and Humanities,
Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus

The paper considers information systems of the Eurasian Economic Union (EAEU) states in terms of their correspondence to the basic principles of the functioning of an effective media communication system. General characteristics of Eurasian state-commercial, catching-up and paternalistic models are analyzed by the example of individual EAEU states in three directions: the general state of the media sphere, the economic component of the media, and the openness of the information space. The author concludes that the differences in the media models of the EAEU countries are not mutually exclusive, which creates prospects for coordinating the information and legal infrastructure of partner countries.

Keywords: Eurasian Economic Union; integration; mass media; media model; communication.