

**«Мафия» основных СМИ: как
СМИ, деньги и власть формируют
общественную повестку**

Содержание	1
Глава I Введение: мир в переходном периоде и основные СМИ	3
Глава II. Западная медийная система	6
Глава III. Почему правда — первая жертва войны.....	40
Глава IV. Пропаганда и массовая коммуникация в современной медиасистеме.	71
Глава V. Антидемократические силы и институты.....	86
Глава VI: Прокси-война в Украине	97
Глава VII. Политическая, экономическая и военная поддержка Украины	189
Глава VIII. Будущее Европы и новый мировой порядок .	192
Глава IX Эпилог	198

Глава I Введение: Мир в переходном периоде и СМИ

Мы живем в период геополитических сдвигов, которые редко встречаются в истории. Системы власти, доминировавшие на протяжении десятилетий, теряют позиции, в то время как возникают новые силовые блоки. История учит нас, что такие переходные процессы редко проходят мирно.

Афинский историк и полководец Фукидид (460–400 гг. до н. э.) уже описывал, как подъем новой державы и страх, который это вызывает у устоявшегося гегемона, часто приводят к крупномасштабным военным конфликтам. Независимо от того, приписывать ли эту идею буквально Фукидиду, лежащий в ее основе механизм ясно виден: устоявшиеся державы защищают свои позиции, в то время как поднимающиеся державы претендуют на свое место.

В нынешнем контексте эта геополитическая напряженность означает, что Соединенные Штаты и Запад в целом сталкиваются с подъемом Китая, а в более широком смысле — с перепозиционированием России и других незападных силовых блоков, таких как БРИКС. Чтобы понять эту динамику, необходимо дистанцироваться от идеалистических объяснительных моделей и слезливых эмоциональных нарративов, которые редко основаны на фактах.

Такие понятия, как демократия, права человека и так называемый «порядок, основанный на правилах», на практике часто играют второстепенную роль или выборочно используются Западом для легитимизации своей политики. Это не означает, что эти ценности сами по себе бессмысленны, а скорее то, что в геополитическом контексте они часто используются в инструментальных целях.

В современной геополитике роль играет не только власть, но и нарратив, рассказываемый об этой власти. Конфликты редко представляются как столкновения интересов. Вместо этого они помещаются в моральные рамки:

- защита свободы
- защита демократии
- борьба с агрессией

Эти нарративы необходимы для мобилизации общественной поддержки. Но именно здесь возникает противоречие между реальностью и ее представлением. То, что рассказывается, не обязательно является ложью, но редко бывает полным. То, что упускается, зачастую не менее важно, чем то, что подчеркивается. В любой войне информация является стратегическим оружием. Исход конфликта определяют не только военные возможности, но и:

- общественное мнение
- восприятие
- общественное мнение

Борьба за территорию или стратегические интересы в наши дни ведется параллельно с борьбой за интерпретацию. СМИ играют центральную роль в этом процессе. Они являются основным окном, через которое граждане, политики и международные игроки воспринимают реальность. На первый взгляд, медийный ландшафт Запада кажется разнообразным:

- сотни газет
- десятки телеканалов
- бесчисленные онлайн-платформы

Однако при более внимательном рассмотрении становится очевидным нечто поразительное: освещение важнейших геополитических вопросов часто демонстрирует поразительную степень однородности. Выбираются одни и те же события. Делается акцент на одних и тех же аспектах. Повторяются одни и те же интерпретационные рамки. Это поднимает фундаментальный вопрос: как медийная система, казалось бы, плюралистическая, может функционировать столь однородно?

Эта книга не ставит своей целью в первую очередь критиковать отдельных журналистов, а скорее разобрать и проанализировать систему, в рамках которой они работают. Основные вопросы:

- Как устроена западная медийная система?
- Как финансируются основные СМИ?
- Кто является ключевыми фигурами и медиа-магнатами?
- Какие экономические, политические и институциональные силы влияют на эту систему?
- Как собираются, отбираются и интерпретируются новости?
- Какие новости систематически замалчиваются?
- Почему так важен абсолютный контроль над предписанной версией событий?
- Как самоцензура работает на практике?
- Осуществляет ли НАТО централизованный контроль над СМИ по вопросам безопасности?
- Какие механизмы приводят к формированию единой позиции?
- Что такое «мягкая сила» и как она работает на практике?

Чтобы конкретно ответить на эти вопросы, в данной книге основное внимание уделяется актуальному и сложному предмету исследования: войне по доверенности в Украине. Этот предмет исследования является не отправной точкой, а точкой отсчета для анализа. Для правильного понимания этой войны по доверенности также описывается более широкий геополитический контекст, чтобы обеспечить дополнительную глубину, как упоминалось выше. □

Глава II Западная медийная система

Прежде чем оценивать результаты работы западных основных СМИ (MSM), важно сначала понять их систему. Многие читатели будут склонны сопоставлять выводы этой книги со своими существующими убеждениями. Это понятно.

Но любой, кто хочет понять механизмы работы современных СМИ, должен быть готов столкнуться с неудобной возможностью: что предоставление информации — это не просто зеркало реальности, но и продукт структур, интересов и власти.

Западные мейнстрим-СМИ играют решающую роль в формировании представлений о геополитических конфликтах. Это поднимает фундаментальный вопрос: как эти СМИ функционируют как система? В общественном сознании журналистика представляется как совокупность независимых редакционных коллективов, каждый из которых отдельно отбирает, анализирует и распространяет новости.

Современная медийная структура гораздо сложнее. Большинство западных СМИ не действуют как полностью автономные институты, а являются частью обширной сети экономических, политических и институциональных взаимоотношений. Как только человек понимает это взаимодействие сил, становится ясно, почему репортажи во многих западных СМИ часто настолько поразительно однородны. Чтобы понять эту динамику, мы должны ответить на три вопроса:

1. Как устроены западные медиаорганизации?
2. Какие финансовые и институциональные интересы влияют на их функционирование?
3. Какие механизмы обеспечивают стандартизацию нарративов?

Ключевой особенностью западной медиасистемы является высокая концентрация собственности. Если в XX веке существовали тысячи независимых газет и медиакомпаний, то сегодня медиасектор в значительной степени сконцентрирован в руках относительно небольшого числа транснациональных конгломератов.

Ниже приведен пример концентрации СМИ в США:

- Comcast/NBCUniversal
- Disney
- Warner Bros Discovery
- News Corporation
- Paramount Global

Эти компании владеют не только телеканалами и газетами, но и киностудиями, стриминговыми сервисами, издательствами и рекламными платформами. Это приводит к вертикальной и горизонтальной интеграции медиа-инфраструктуры:

- производство новостей
- распространение через телевидение, интернет и стриминг
- контроль над рекламными каналами

В результате медиасистема оказывается менее плюралистичной, чем часто предполагается. Хотя существуют сотни медиаканалов, они зачастую вытекают из одной и той же корпоративной структуры. Второй важнейший элемент медиасистемы составляют крупные международные информационные агентства. Большая часть мировых новостей поступает от весьма ограниченного числа агентств, в том числе:

- Reuters

- Ассошиэйтед Пресс (AP)
- Агентство Франс-Пресс (AFP)

Эти организации поставляют готовые новостные материалы тысячам редакций по всему миру. На практике это означает, что:

- многие газеты используют один и тот же источник
- репортажи зачастую едва переписываются
- один и тот же набор событий распространяется по всему миру

Эта система эффективна, но имеет существенный побочный эффект: снижается разнообразие точек зрения. Когда небольшое число агентств определяет, какие события заслуживают освещения и как их представлять, в репортажах автоматически возникает определенная однородность.

Журналистика — это не чисто интеллектуальная деятельность; это также экономический сектор. Новостным организациям нужны доходы, чтобы:

- оплачивать работу редакционного персонала
- финансирования корреспондентов
- поддерживать инфраструктуру

Исторически эти доходы поступали из двух основных источников:

1. Подписки
2. реклама

Однако за последние двадцать лет доходы от подписок резко сократились, в то время как цифровые платформы, такие как Google и Facebook, захватили значительную долю рекламного рынка. В результате многие традиционные СМИ оказались в уязвимом экономическом положении.

Чтобы выжить, им необходимо:

- сотрудничать с технологическими платформами
- поддерживать хорошие отношения с рекламными партнерами
- оставаться зависимыми от инвесторов

Это создает тонкое, но вполне реальное экономическое давление на редакционные решения. Помимо экономических факторов, политические связи также играют роль в том, как работают СМИ. Журналисты зависят от следующих источников информации:

- государственные ведомства
- дипломатических источников
- военные учреждения
- аналитические центры
- международные организации

Эти источники часто определяют, какая информация становится доступной для публикации. Это приводит к явлению, известному в коммуникационных исследованиях как зависимость от источников: новостные организации становятся зависимыми от официальных источников в плане доступа к информации. Когда СМИ теряют этот доступ, им становится трудно функционировать.

Это создает неявный стимул для поддержания отношений с этими учреждениями. Еще одной яркой особенностью современных новостных программ является заметная роль так называемых экспертов. Эти эксперты часто связаны с:

- аналитическими центрами
- университетами
- военные институты
- политические организации

Многие аналитические центры финансируются:

- правительствами
- оборонной промышленностью
- крупные компании
- (так называемые) благотворительные фонды

Хотя это не означает автоматически, что их анализы неверны, это создает структурную идеологическую рамку (пузырь), в пределах которой и происходят дискуссии. В результате в публичных дебатах допускается лишь ограниченный спектр мнений. Групповое мышление представляет собой постоянную угрозу.

Одна из важнейших функций СМИ заключается не только в том, чтобы сообщать факты, но и в том, чтобы интерпретировать факты и структурировать нарративы. В коммуникационных исследованиях этот процесс называется фреймированием. Фреймирование означает, что события представляются в рамках определенной интерпретации. Например:

- кто является агрессором
- кто является жертвой

- Каковы мотивы
- какие решения возможны

Когда СМИ используют схожие источники и имеют схожие институциональные связи, эти рамки часто оказываются очень похожими. Это объясняет, почему новости в разных странах иногда кажутся поразительно идентичными. Помимо структурных факторов, свою роль играет и профессиональная культура. Журналисты работают в среде, где:

- репутация имеет большое значение
- карьерные возможности зависят от связей
- важно социальное признание в профессии

В таких условиях часто возникает групповое мышление. Несогласные мнения не всегда сознательно подавляются, но могут становиться менее заметными, поскольку отклоняются от доминирующего консенсуса. Этот процесс обычно проходит незаметно и неявно. Однако на заднем плане свою роль играют и банальные личные мотивы журналистов.

Многие низкооплачиваемые журналисты в нашей стране, работающие по временным или внештатным контрактам в ведущих СМИ, мечтают о гораздо лучше оплачиваемой постоянной работе в качестве пресс-секретаря в правительстве или в бизнес-секторе. Все, что вы говорите, теперь хранится в интернете.

Разумно ли поэтому журналисту высказываться негативно о конкретном политике, политической партии, транснациональной корпорации, политике или правительстве? Действительно ли нынешняя динамика настолько тривиальна? Безусловно, именно так работает самоцензура, но проблемы и динамика гораздо шире и сложнее.

Менее обсуждаемым, но исторически хорошо задокументированным аспектом западной медийной системы являются отношения между спецслужбами и новостными организациями. Эти отношения принимали различные формы, от неформальных контактов до структурного сотрудничества.

Во время холодной войны различные западные спецслужбы разрабатывали стратегии ведения информационной войны против Советского Союза. Хорошо известным примером является американская программа «Операция Мокингберд», которая, согласно более поздним журналистским расследованиям, поддерживала контакты с журналистами и медиакомпаниями в 1950-х и 1960-х годах.

Цель в то время была двоякой:

1. распространять прозападные нарративы
2. противодействовать советской пропаганде

Хотя такие программы были официально прекращены, исторические исследования показывают, что тесные связи между СМИ и спецслужбами никогда полностью не исчезали. Я бы даже сказал, что эти связи вновь значительно укрепились в преддверии и в ходе «прокси-войны» на Украине.

В современных демократиях журналисты и спецслужбы поддерживают регулярные контакты по практическим причинам:

- журналистам нужен доступ к информации
- спецслужбы стремятся объяснить свою точку зрения на происходящее

Эти взаимодействия происходят, например, посредством:

- брифингов
- конфиденциальных обсуждений

- утечки информации

Это может привести к ситуациям, в которых спецслужбы косвенно влияют на общественное мнение. Рост популярности цифровых платформ еще больше изменил медийный ландшафт. Потребление новостей все чаще происходит через:

- поисковых систем
- социальных сетей
- алгоритмы рекомендаций

Эти алгоритмы в значительной степени определяют, какие посты будут видны пользователям. Их цель — не журналистское качество, а максимальное привлечение внимания и вовлеченности. В результате часто выдвигаются на первый план посты, которые:

- насыщены эмоциями
- подчеркивают конфликты
- вызывают сильную реакцию
- иметь ярко выраженный идеологический характер

Это может усилить поляризующую динамику новостей. Когда все вышеперечисленные факторы объединяются, возникает картина СМИ как части сложной сети экономических, политических и технологических взаимоотношений. СМИ не действуют в вакууме. Они находятся на пересечении различных систем власти:

- политика
- экономика
- технологии

- геополитика

Поэтому слишком упрощенно рассматривать СМИ исключительно как независимых наблюдателей реальности. Во многих случаях они также являются участниками той динамики власти, которую описывают. Важным механизмом в этих отношениях является ссылка на национальную безопасность.

Когда редакционные коллективы считают, что публикация определенной информации может нанести ущерб безопасности их страны, они могут принять решение не публиковать ее. Это не формальная цензура, а скорее форма добровольного самоограничения.

В условиях геополитических кризисов этот эффект может усилиться, поскольку СМИ иногда отождествляют себя с интересами собственного государства. В XXI веке информационный ландшафт претерпел дальнейшие изменения под влиянием цифровых коммуникаций и социальных сетей.

В настоящее время государства активно стремятся защитить свои стратегические нарративы от иностранного влияния. Это привело к появлению новых структур, таких как:

- подразделения стратегических коммуникаций
- центры кибер- и информационной войны
- сети по проверке фактов
- боты, намеренно распространяющие фейковые новости

Хотя эти инициативы часто представляются как средство защиты от дезинформации, они также могут способствовать дальнейшей интеграции государства и медиасистемы. Несмотря на то, что глобализация привела к значительной гомогенизации новостей, в медиасистемах по-прежнему существуют отчетливые национальные различия.

В этом разделе мы рассмотрим четыре крупнейших европейских медиарынка, и здесь также очевидно, что традиционные СМИ в этих странах в значительной степени сосредоточены в руках нескольких ключевых игроков.

Великобритания

Британская медиасистема — одна из самых влиятельных в мире. На протяжении десятилетий Лондон является одним из важнейших международных медиацентров. Основные медиаконгломераты: В британских СМИ доминируют несколько крупных конгломератов.

К ключевым игрокам относятся:

- News UK (входит в состав News Corp Руперта Мердока)
 - o The Times
 - o The Sun
- DMGT (Daily Mail Group)
 - o Daily Mail
 - o Mail on Sunday
- Reach plc
 - o Daily Mirror
 - o Express

Кроме того, центральную роль в британском медиапространстве играет общественная вещательная компания BBC. BBC финансируется за счет обязательной лицензионной платы и поэтому занимает уникальное положение как полугосударственная организация. Одной из самых влиятельных фигур в истории британских СМИ, несомненно, является Руперт Мердок.

Начиная с 1980-х годов Мердок построил глобальную медиаимперию, включающую газеты, телеканалы и цифровые платформы. Его влияние зачастую выходит за рамки самих СМИ и регулярно оказывает влияние на ход британских избирательных кампаний.

Германия

Германия имеет один из крупнейших медиа-рынков в Европе. Система характеризуется сочетанием сильных общественных вещателей и крупных частных медиа-групп. Самой влиятельной медиа-группой в Германии является Axel Springer SE. Среди известных изданий — Bild и Die Welt. Axel Springer имеет особую редакционную традицию, которая исторически была ярко выраженной проатлантической и пронатовской.

В Германии также существует обширная сеть общественных вещателей, включая ARD и ZDF. Эти организации финансируются за счет обязательной лицензионной платы за пользование средствами массовой информации и играют центральную роль в предоставлении новостей.

Франция.

Медиа-пространство Франции отличается высокой степенью централизации, в котором значительную роль играют крупные промышленные группы. Многие французские СМИ входят в состав конгломератов, имеющих интересы в других секторах. К крупнейшим медиа-группам относятся:

- Vivendi (Венсан Боллоре)
- Canal+
- CNews
- LVMH (Бернар Арно)

- Les Echo's
- Le Parisien
- Altice (Патрик Драхи)
- BFM TV

В результате создается система, в которой СМИ часто связаны с более широкими экономическими интересами.

Нидерланды и Бельгия

Структура СМИ в Нидерландах и Бельгии меньше по масштабам, но демонстрирует аналогичные процессы концентрации. К крупнейшим медиа-группам в Нидерландах относятся:

- DPG Media
- de Volkskrant
- AD
- Trouw
- NU.nl

Mediahuis

- NRC
- De Telegraaf

Кроме того, Нидерландская общественная вещательная служба (NPO) играет ключевую роль в теле- и радионовостях. Обе эти сферы в основном контролируются двумя бельгийскими медиа-магнатами: Кристианом Ван Тилло (DPG Media) и компанией Mediahuis Томаса Лейена. NPO в значительной степени финансируется за счет налогоплательщиков, и в настоящее время эта сумма составляет около 1 млрд евро в год.

Можно было бы ожидать, что такая организация будет обеспечивать высокое качество и объективность, однако новости на этой платформе, например, касающиеся прокси-войны в Украине, являются исключительно односторонними. В Бельгии также наблюдается сильная концентрация владения СМИ в руках нескольких медиа-групп.

К ключевым игрокам относятся DPG Media, Het Laatste Nieuws, VTM, Mediahuis, De Standaard и Het Nieuwsblad. Ввиду ограниченного размера рынка эти компании оказывают относительно значительное влияние на национальный медиа-ландшафт. С момента окончания холодной войны информация играет все более важную роль в геополитической стратегии.

Страны НАТО теперь прямо признают, что современные конфликты ведутся не только на поле боя, но и в информационной и медийной сфере. Поэтому в рамках НАТО существует доктрина, известная как «Стратегические коммуникации» (StratCom). Цель этой стратегии заключается в следующем:

- обеспечить согласованную коммуникацию между военными и политическими институтами
- оказание влияния на международное общественное мнение
- противодействие вражеской пропаганде

Ключевым центром в рамках этой структуры является Центр передового опыта НАТО по стратегическим коммуникациям (Рига). Среди прочего, этот институт занимается исследованием:

- пропаганду
- влияние социальных сетей
- информационная война

Хотя основные СМИ формально являются независимыми, в кризисных ситуациях они часто действуют в той же информационной среде, что и:

- правительства
- военные учреждения
- международные организации

В результате журналистские нарративы иногда могут идти в ногу со стратегическими коммуникациями государств. По мнению медиаэкспертов, это не обязательно означает, что СМИ намеренно распространяют пропаганду, а скорее свидетельствует о том, что они действуют в рамках тех же информационных потоков и интерпретационных рамок.

Вопрос в том, не является ли это слишком наивным, если посмотреть на репортажи последних четырех лет о прокси-войне на Украине.

Философские размышления об истине, пропаганде и власти

Каждая война начинается с борьбы за правду. Не за саму правду — ведь она зачастую сложна, многогранна и трагична, — а за то, как эту правду преподносят. В периоды конфликтов общества жаждут ясности и простоты. Они хотят знать, кто прав, а кто виноват.

Кто является жертвой, а кто — агрессором. Но реальность геополитики редко бывает столь простой. Русский писатель Фёдор Достоевский однажды заметил, что люди иногда предпочитают верить убедительной истории, а не неудобной правде. Ведь история привносит порядок в мир, который зачастую хаотичен.

Средства массовой информации играют решающую роль в этом процессе. Они формируют окно, через которое миллионы людей смотрят на мир. Но у каждого окна есть рама. Эта рама определяет:

- на что смотришь
- что остается вне поля зрения
- и как интерпретируются события

Именно поэтому изучение СМИ — это не только журналистская, но и философская задача. Любой, кто хочет понять, как ведутся войны, должен обращать внимание не только на танки и ракеты, но и на слова, образы и истории. Ведь в конечном счете каждая война ведется дважды: один раз на поле боя, а другой — в человеческом сознании.

Заключение

Хотя западные СМИ часто представляются как разнообразный ландшафт независимых голосов, структурный анализ показывает иную картину. Система характеризуется:

- высокой концентрацией собственности
- зависимостью от международных информационных агентств
- экономическое давление со стороны рекламных рынков
- институциональные связи с правительствами и аналитическими центрами
- исторические взаимоотношения со спецслужбами

В совокупности эти факторы формируют сложную экосистему, в которой информация создается, фильтруется и распространяется.

Понимание этой структуры необходимо для критического анализа современных репортажей о международных конфликтах. Западные мейнстрим-СМИ представляют собой обширную и влиятельную систему, тесно переплетенную с экономическими, политическими и технологическими структурами.

Эта система имеет несколько характерных черт:

- высокая концентрация медиакомпаний
- зависимость от информационных агентств
- экономическое давление со стороны рекламных рынков
- институциональные связи с правительствами и аналитическими центрами
- влияние цифровых алгоритмов

В совокупности эти факторы создают среду, в которой одни нарративы возникают и распространяются легче, чем другие. Это не означает, что все журналисты сознательно занимаются пропагандой, но означает, что структурные механизмы могут влиять на направление журналистики.

Поток информации часто протекает следующим образом:

1. политические и военные учреждения генерируют информацию
2. аналитические центры формулируют интерпретации
3. Информационные агентства распространяют сообщения
4. СМИ публикуют и оформляют новости
5. социальные сети усиливают или фильтруют охват

Эта модель отчасти объясняет, почему нарративы иногда бывают удивительно однородными. Информация обычно течет сверху вниз, но обратная связь от общественности также влияет на редакционные решения. Эта модель показывает, что новости — это не только журналистский продукт, но и результат институциональных и экономических взаимодействий.

Когда вышеуказанные факторы рассматриваются в их взаимосвязях, возникает картина, в которой СМИ представляются частью сложной сети экономических, политических, психологических и технологических отношений. СМИ не действуют в вакууме.

Они находятся на пересечении различных систем власти: политики, экономики, технологий и геополитики. Поэтому слишком упрощенно рассматривать СМИ исключительно как независимых наблюдателей реальности. Тот, кто хочет понять, как функционируют западные основные СМИ, не должен рассматривать медиасистему как совокупность отдельных газет, телеканалов и веб-сайтов.

Она больше напоминает сложную сеть взаимозависимостей. Поток информации редко контролируется одним-единственным субъектом. Он возникает в результате взаимодействия различных систем власти, которые влияют друг на друга, усиливают друг друга, а иногда и корректируют друг друга.

Чтобы проиллюстрировать эту структуру, медиасистему можно представить в виде осьминога с восемью щупальцами. В центре этой метафоры находится сама медиасистема: редакционные команды, новостные платформы и журналистские организации. Вокруг этого центра действуют различные силы, которые совместно определяют, как информация производится, фильтруется и распространяется.

Эти восемь щупалец представляют собой наиболее значимые факторы, влияющие на современную медиасистему. Первое щупальце медиаструктуры формируют крупные медиаконгломераты. В последние десятилетия наблюдается значительная концентрация владения СМИ.

Если раньше сосуществовали сотни относительно независимых медиакомпаний, то сейчас в медиaprостранстве доминирует ограниченное число международных конгломератов. Эта концентрация — не просто экономический процесс, но и имеет далеко идущие последствия для разнообразия информации и того, как новости отбираются, оформляются и распространяются.

Эти компании часто владеют широким спектром медиаканалов:

- газеты
- телеканалы
- стриминговые сервисы
- издатели
- цифровые новостные платформы

Такая концентрация создает систему, в которой различные медиаканалы входят в состав одной корпоративной структуры. Это не означает автоматически, что существует централизованный контроль над содержанием журналистских продуктов. Речь идет о:

- медиа-группы
- международные информационные агентства
- рекламные и финансирующие структуры
- технологические платформы

- аналитические центры и экспертные сети
- службы безопасности и стратегические коммуникации
- политическая элита
- финансовые и экономические интересы

Ни одна из этих ветвей не контролирует систему полностью. Но вместе они образуют мощную экосистему, которая влияет на направление общественной информации. Это, однако, означает, что стратегические бизнес-интересы и экономические соображения могут играть роль в определении направления медийного производства.

Второй важнейшей составляющей медиасистемы являются международные информационные агентства. Большая часть мировых новостей производится относительно небольшим числом организаций, в том числе:

- Reuters
- Ассошиэйтед Пресс
- Агентство Франс-Пресс

Эти агентства ежедневно поставляют тысячи новостных материалов редакциям по всему миру. Многие газеты и новостные сайты не располагают ресурсами, чтобы разместить своих собственных корреспондентов повсюду. В результате они полагаются на эти агентства в вопросах международного освещения событий.