



Телекомпания CNN, в ходе предвыборной кампании и после выборов президента США ярко выступавшая против Д. Трампа (в частности, опубликовав поддельный "доклад о вербовке" последнего в России), - опубликовала новое важное доказательство того, что в ход американских выборов вмешались русские спецслужбы.

Доказательство состоит в следующем: 51% опрошенных по заказу CNN граждан заявили, что верят во вмешательство России в выборный процесс. В то время как не верят в "неподтверждённые факты" только 36% респондентов.

Что стоит отметить в связи с данным опросом.

Во-первых, CNN до последнего дня избирательной кампании минувшего года публиковала опросы, согласно которым Х. Клинтон побеждала Д. Трампа на выборах с хорошим отрывом, в связи с чем ценность её социологии вызывает вопросы.

Во-вторых, в том же опросе 33% граждан заявили, что отношения Д. Трампа с В. Путиным являются "слишком дружескими", а 34% - что "слишком враждебными". При том, что Д. Трамп и В. Путин отношений вообще не имеют и в принципе не знакомы. И даже не созванивались, насколько известно.

При этом "мнение большинства" в данном случае - хоть и является результатом чистой пропаганды с набросом на массовое сознание всё большего количества неподтверждённых обвинений на все лады - подаётся средством массовой информации с гордостью.

Есть мнение, уважаемые читатели, что это гордость профессионалов, успешно реабилитирующихся после позорного провала.

Под "позорным провалом" в данном случае мы имеем в виду саму президентскую кампанию, в которой крупнейшие медиа-орудия истеблишмента палили по кандидату Д. Трампу, объявляли его маргиналом, а его сторонников - недостойными членами общества. В результате им удалось убедить несколько миллионов американцев просто скрывать свою симпатию к Трампу: СМИ создали сами себе иллюзию обеспеченного триумфа Х. Клинтон, в который сами же и поверили.

Далее была известная "ночь выборов", начавшаяся с того, что к "Башне Трампа" в Нью-Йорке сторонники Клинтон прикатали торт в виде головы Трампа и приготовились кушать, а закончившаяся массовыми рыданиями.

После этого провала флагман антитрамповской кампании CNN и другие СМИ, по понятным причинам, чувствовали себя утратившими прежнюю форму и способность лепить общественное мнение по заказу.

Поэтому для восстановления медийной самооценки публикация опросов, показывающих, что публике по-прежнему не нужны доказательства, а достаточно "агитационной бомбардировки", - бесценна.

[source](#)