

# **НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ**

## **О СТРУКТУРЕ БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРАТА КПРФ**

## **И ПУТЯХ РАСШИРЕНИЯ ВЛИЯНИЯ ПАРТИИ**

### **НА РАЗЛИЧНЫЕ СОЦИАЛЬНО-**

### **ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ГРУППЫ**

Сборник аналитических материалов



МОСКВА

2025

Центральный Комитет КПРФ

# ВЕСТНИК

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПАРТИЙНОЙ  
И КАДРОВОЙ РАБОТЫ

ВЫПУСК №4 (373): апрель – май 2025 года

## В НОМЕРЕ:

*Отдел ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний  
Центр исследований политической культуры России*

## НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ о структуре базового избирателя КПРФ и путях расширения влияния партии на различные социально-демографические группы

*Сборник аналитических материалов  
под общей редакцией доктора политических наук С.П. Обухова*

**ОТДЕЛЫ ЦК КПРФ  
ПО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПАРТИЙНОЙ И КАДРОВОЙ РАБОТЕ;  
ПО ПЛАНИРОВАНИЮ, ДЕЛОПРОИЗВОДСТВУ И КОНТРОЛЮ  
ЗА ВЫПОЛНЕНИЕМ РЕШЕНИЙ ЦЕНТРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ПАРТИИ**

127051, г. Москва, Малый Сухаревский пер., д.3, стр.1

Ответственные за выпуск – **С.П. Обухов, И.Н. Макаров**

Литературный редактор – **Р.И. Тхагушев**

Технический редактор, верстка – **Ю.П. Ляшук**

Подписано в печать 7 апреля 2025 года

Формат 210x297. Тираж 200 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Московский издательский дом»,  
125130, г. Москва, ул. Клары Цеткин, д. 33, корп. 10, тер. завода «Авангард»

«Вестник» подлежит тиражированию в региональных Комитетах КПРФ для использования в горкомах, райкомах, крупных первичных организациях КПРФ.

В «Вестнике» использованы фотоматериалы интернет-сайта «KPRF.Ru», газет «Правда» и «Советская Россия», пресс-службы ЦК КПРФ С. Сергеева, коллажи И. Петрыгина-Родионова, иллюстрации со страниц Г.А. Зюганова в социальных сетях.

Авторы не несут ответственности за доступность материалов, ссылки на которые вы можете найти в этом номере. На момент подготовки номера к изданию все ссылки на интернет-ресурсы были действующими.

# Восприятие Народного референдума и потенциал укрепления влияния КПРФ в различных социально- демографических группах (по данным опросов «Русское поле» – «Russian Field»)

## Осведомленность и участие

Практически 90% россиян не слышали о Народном референдуме КПРФ (табл. 1). Лишь каждый седьмой (14%) что-то слышал об этом. При этом только 1 человек из 100 участвовал в референдуме (1%). В большей степени знают о референдуме – опрошенные старше 60 лет, мужчины, жители малых городов, пгт и сел, малообеспеченные. Однако и среди них уровень осведомленности не превышает 22%. Наименее осведомленные – люди в возрасте 30-59 лет.

Наиболее высокая осведомленность (29% против 14% в целом) и потенциальная поддержка инициатив КПРФ отмечается среди сторонников Компартии, во вторую очередь – среди сторонников ЛДПР, в третью – сторонников «СР». При этом можно в целом отметить тенденцию: чем меньше осведомленность о «Народном референдуме», тем ниже поддержка инициатив, в нем представленных.

Таблица 1

**Вы знаете или не знаете о проведении КПРФ общественного референдума по поддержке своих программных предложений:  
по отмене повышения пенсионного возраста,  
госконтролю над ценами, поддержке «Детей войны» и другим предложениям?  
Если да, то Вы в ней участвовали  
или не участвовали?**

Мнение	Все опрошенные, %
Знаю и участвовал	1
Знаю, но не участвовал(а)	10
Что-то слышал(а)	3
Не знаю / Затрудняюсь ответить	86

**Партия КПРФ предлагает вопросы Народного референдума.  
Вы бы поддержали или не поддержали такие предложения? (%)**

Мнение	Поддержали бы	Не поддержали бы
Национализация объектов ЖКХ	59	29
Льготы «детям войны»	79	16
Ограничение наценок в торговых сетях на социально значимые товары	78	18
Возвращение к пенсионному возрасту, существовавшему до 2018 года	87	8



## Отношение к конкретным предложениям

Самый высокий уровень поддержки у вопросов «Народного референдума» КПРФ отмечается по теме возвращения советского пенсионного возраста: «за» – 87% опрошенных, против – лишь 8%. На втором и третьем местах – более социально значимые вопросы – поддержка «детей войны» и контроль за ростом цен с помощью ограничения наценок в магазинах («за» – 78-79%, «против» – 16-18%). Менее однозначно граждане оценивают возможную национализацию объектов ЖКХ (59% против 29%) (табл. 2).

Поддерживают инициативы КПРФ в целом чаще всего опрошенные без высшего образования, не очень обеспеченные или малообеспеченные, противники предложений чаще встречаются среди более обеспеченных и с высшим образованием. Интересно, что принятие зако-

на «О детях войны» чаще поддерживает молодежь до 29 лет (83%). Ограничение наценок на социально значимые товары более популярно среди женщин (83%), а мужчины значительно чаще оказываются про-

тив этой инициативы (25% против 18% в целом). Чаще склонны поддерживать возвращение к предыдущим границам пенсионного возраста избиратели КПРФ, «Справедливой России», «Новых людей» и Российской партии пенсионеров за социальную справедливость, а также женщины (89%).

**Чаще поддерживают инициативу национализации объектов ЖКХ жители малых городов, пгт и сел там, где проблема наиболее остра, а также люди среднего и старшего возраста, реже – молодежь до 29 лет, а также жители крупных и средних городов.**

### Электоральные предпочтения

**На данный момент ядром электората КПРФ являются жители малых городов, сел, мужчины, люди старше 59 лет, малообеспеченные и люди без высшего образования.** В целом по выборке рейтинг КПРФ по данным опроса составляет 9%.

**КПРФ уступает ЛДПР и «Новым людям» в крупных средних городах, у женщин, избирателей младше 45 лет (причем среди молодежи Компартия проигрывает еще и «Яблоко», а в группе 45-59 лет уже только ЛДПР), «Новым людям» – среди избирателей с высшим образованием и обеспеченных. При этом можно сказать, что уверенно второе место Компартия занимает только среди избирателей старших возрастов, где отрыв от третьего места больше статистической погрешности (15% против 6% соответственно).** Среди других социально-демографических групп разница между рейтингом КПРФ и ближайшими конкурентами составляет 1-3%.

Кроме того, даже среди тех категорий, где КПРФ получает большую поддержку, усиливается и конкуренция с «Единой Россией» и ЛДПР: в частности, в малых го-

родах и селах больше избирателей Компартии, но там же проживают и основные сторонники партии власти, за коммунистов склонны чаще голосовать россияне без высшего образования, но они же и чаще других поддерживают «ЕР», а также ЛДПР.

### Мнение об оппозиционности

Более трети опрошенных россиян (39%) затрудняются ответить, какая партия сейчас является самой оппозиционной. Еще 18% считают, что в стране нет оппозиционных партий. **В рейтинге оппозиционности среди назвавших конкретную партию КПРФ занимает второе место (9%), ее опережает «Яблоко» (13%), на третьем месте располагаются «Новые люди» (по 7%), остальные партии упоминаются реже 5%.**

По сравнению с прошлым годом число считающих, что в России нет оппозиционных партий, возросло на 3%, считающих КПРФ оппозиционной партией – на 1%, «Новых людей» – на 2%, «Яблоко» – на 4%.

Чаще всего КПРФ воспринимается как оппозиционная среди людей старше 60 лет, без высшего образования, жителей малых городов, пгт и сел, а также среди сторонников КПРФ.

**Таким образом,** потенциал КПРФ для расширения своего электората заключается в усилении пропаганды своих инициатив среди среднего поколения (30-59 лет), горожан крупных и средних населенных пунктов, женщин, а также в активном взаимодействии с электоратом других парламентских партий, особенно ЛДПР и СР-П-ЗП, путем подчеркивания общих интересов в социальной политике и экономических вопросах.

## Приложение 1

# КПРФ

## Ход «Народного референдума» и уровень поддержки вопросов, вынесенных на референдум

Всероссийский телефонный опрос

13-20 марта 2025  
1603 респондента РФ



Russian Field  
research company

Всероссийский телефонный опрос 13-20 марта 2025 года.

Размер выборки – 1603 респондента, репрезентативна по полу, возрасту в рамках РФ и федеральных округов в частности. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,45%.

Контроль за качеством сбора данных осуществлялся при помощи прослушивания аудиозаписей интервью для 100% массива.

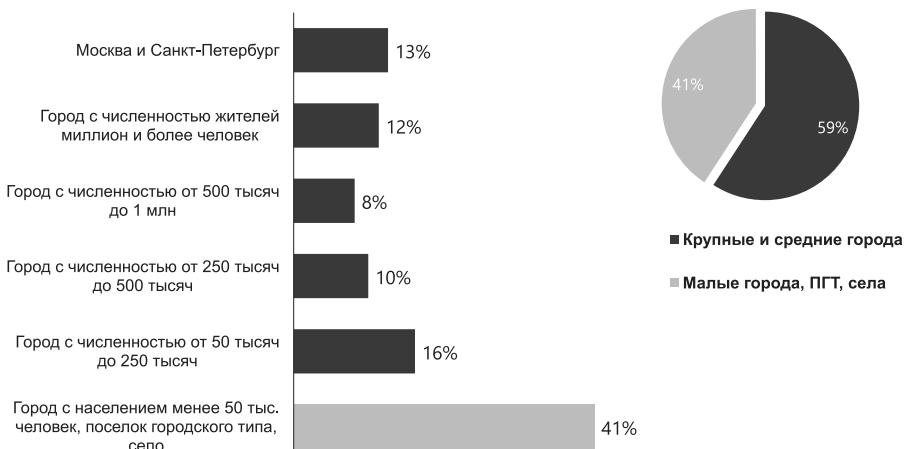
2



### Социально-демографический срез

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента

#### Страты населенных пунктов опроса



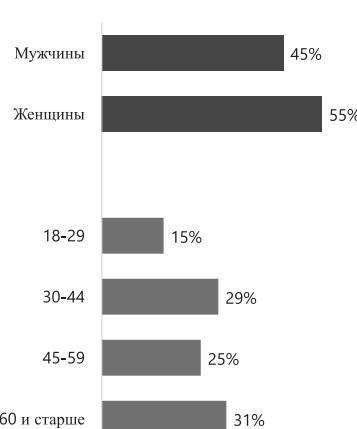
3



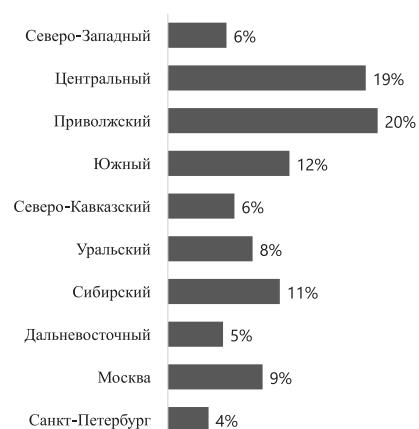
### Социально-демографический срез

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента

#### Пол и возраст



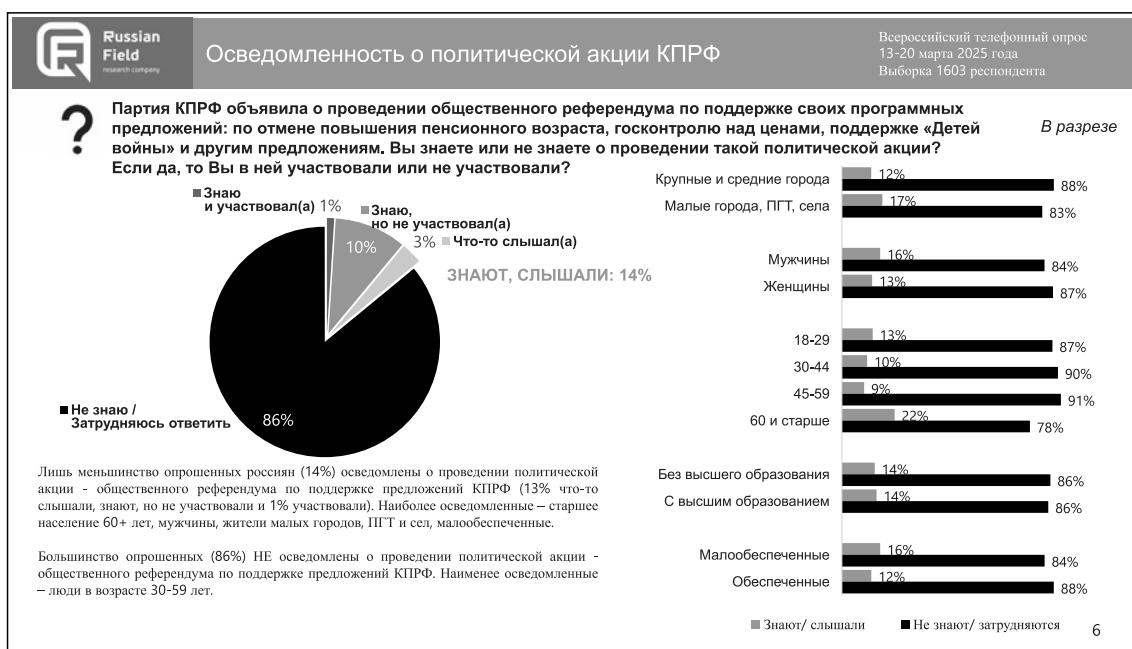
#### Федеральный округ



4

5

## НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ О СТРУКТУРЕ БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРОАТА КПРФ





Поддержка предложения КПРФ «О детях войны»

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



Партия КПРФ предлагает принять федеральный закон «О детях войны», устанавливающий социальные льготы для граждан России, родившихся в период с 22 июня 1928 года по 3 сентября 1945 года. Вы бы поддержали или не поддержали такое предложение?

В разрезе



Большинство опрошенных россиян (79%) готовы поддержать предложение КПРФ - принять федеральный закон «О детях войны», устанавливающий социальные льготы для граждан России, родившихся в период с 22 июня 1928 года по 3 сентября 1945 года (44% определенно поддержали и 35% скорее поддержали), наиболее готовые - малообеспеченные, без высшего образования, а также молодежь до 29 лет.

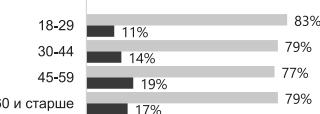
Малая часть опрошенных (16%) НЕ готовы поддержать предложение КПРФ - принять федеральный закон «О детях войны» (чаще – люди в возрасте 45-59 лет, с высшим образованием, более обеспеченные).

Еще 5% затрудняются с ответом на данный вопрос или отказываются отвечать.

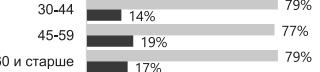
Крупные и средние города  
Малые города, ПГТ, села



Мужчины  
Женщины



18-29  
30-44  
45-59  
60 и старше



Без высшего образования

С высшим образованием

Малообеспеченные

Обеспеченные

Еще 5% затрудняются с ответом на данный вопрос или отказываются отвечать.

■ Поддержали бы ■ Не поддержали бы

8



Russian  
Field  
research company

ДЛЯ СПРАВКИ: Возвращение к границам пенсионного возраста до 2018 г.

Всероссийский телефонный опрос  
14-23 августа 2024 года  
Выборка 1600 респондентов



Вы бы поддержали или не поддержали возвращение к пенсионному возрасту, существовавшему до 2018 года — 60 лет для мужчин и 55 лет для женщин?

Не поддержали бы: 8% Поддержали бы: 87%



В разрезе пола и возраста

Мужчины

Женщины

18-29  
30-44  
45-59  
60 и старше



18-29  
30-44  
45-59  
60 и старше



■ Поддержали бы ■ Не поддержали бы

9



Russian  
Field  
research company

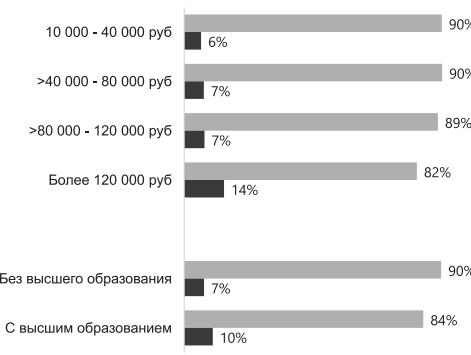
ДЛЯ СПРАВКИ: Возвращение к границам пенсионного возраста до 2018 г.

Всероссийский телефонный опрос  
14-23 августа 2024 года  
Выборка 1600 респондентов



Вы бы поддержали или не поддержали возвращение к пенсионному возрасту, существовавшему до 2018 года — 60 лет для мужчин и 55 лет для женщин?

В разрезе ежемесячного семейного дохода и образования



Поддержка возвращения к пенсионному возрасту, существовавшему до 2018 г., более распространена среди опрошенных без высшего образования и с ежемесячным семейным доходом до 80 тыс. руб.

Неготовность поддержать такое возвращение чаще встречается среди людей с семейным доходом более 120 тыс. руб. в месяц.

10

## НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ О СТРУКТУРЕ БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРОАТА КПРФ



Russian  
Field  
research company

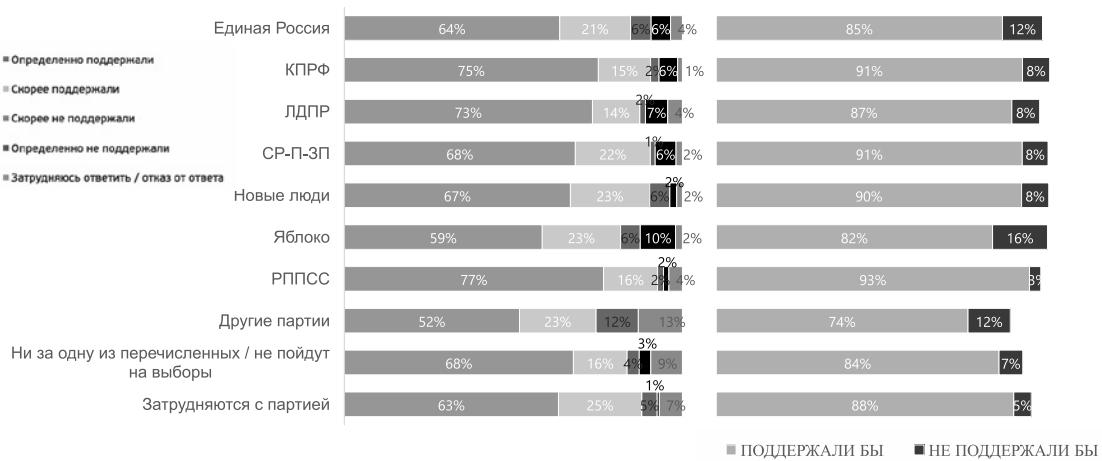
ДЛЯ СПРАВКИ: Возвращение к границам пенсионного возраста до 2018 г.

Всероссийский телефонный опрос  
14-23 августа 2024 года  
Выборка 1600 респондентов



Вы бы поддержали или не поддержали возвращение к границам пенсионного возраста, существовавшему до 2018 года — 60 лет для мужчин и 55 лет для женщин?

В разрезе электоратов партий



■ ПОДДЕРЖАЛИ БЫ ■ НЕ ПОДДЕРЖАЛИ БЫ



Russian  
Field  
research company

ДЛЯ СПРАВКИ: Ограничение наценок на товары первой необходимости

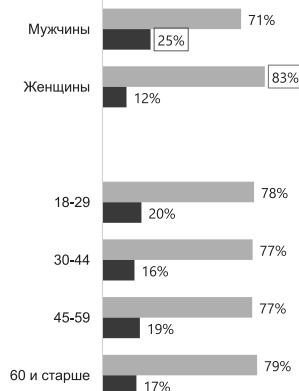
Всероссийский телефонный опрос  
20 сентября - 3 октября 2024 года  
Выборка 1610 респондентов



Партия КПРФ предлагает для борьбы с ростом цен ограничить наценки в торговых сетях на социально значимые товары первой необходимости (хлеб, молоко, борщевой набор и так далее) порогом в 10% от цены товаропроизводителя. Вы бы поддержали или не поддержали такое предложение?

Не поддержали бы: 18% Поддержали бы: 78%

В разрезе пола и возраста



Большинство опрошенных (78%) поддержали бы ограничение наценок на социально значимые товары. Не поддержали бы — примерно один респондент из пяти (18%).

Поддержка такой инициативы значительно более распространена среди женщин.

■ Поддержали бы ■ Не поддержали бы

12



Russian  
Field  
research company

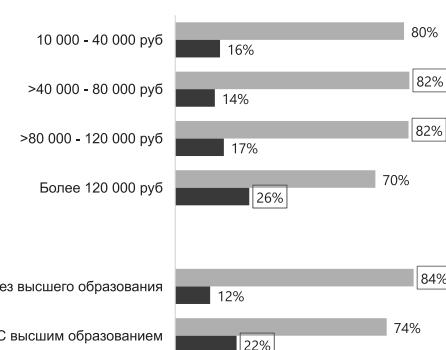
ДЛЯ СПРАВКИ: Ограничение наценок на товары первой необходимости

Всероссийский телефонный опрос  
20 сентября - 3 октября 2024 года  
Выборка 1610 респондентов



Партия КПРФ предлагает для борьбы с ростом цен ограничить наценки в торговых сетях на социально значимые товары первой необходимости (хлеб, молоко, борщевой набор и так далее) порогом в 10% от цены товаропроизводителя. Вы бы поддержали или не поддержали такое предложение?

В разрезе ежемесячного семейного дохода и образования



Идею об ограничении наценок на социально значимые товары чаще поддерживают респонденты без высшего образования и с ежемесячным семейным доходом в размере >40-120 тыс. руб.

Неготовность поддержать такую инициативу более распространена среди людей с высшим образованием и ежемесячным семейным доходом в размере более 120 тыс. руб.

■ Поддержали бы ■ Не поддержали бы

13

## И ПУТЯХ РАСШИРЕНИЯ ВЛИЯНИЯ ПАРТИИ НА РАЗЛИЧНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ГРУППЫ



Russian  
Field  
research company

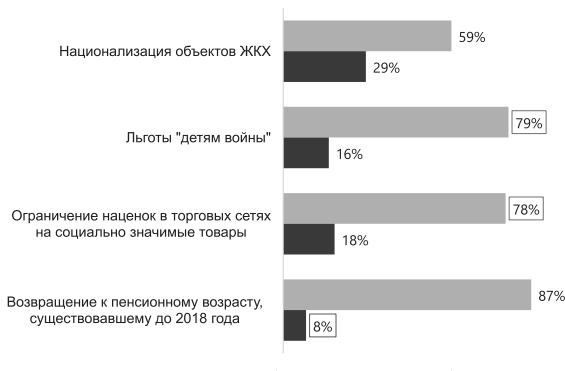
ДЛЯ СПРАВКИ: Поддержка гражданами вопросов  
Народного референдума КПРФ

Всероссийские телефонные опросы  
2024-2025 гг.  
Выборка 1610 респондентов



Партия КПРФ предлагает вопросы Народного референдума.  
Вы бы поддержали или не поддержали такие предложения?

Сводные данные из трех Всероссийских телефонных опросов 2024-2025 гг.



1. Самый высокий уровень поддержки у вопросов «Народного референдума» КПРФ отмечается по теме возвращения советского пенсионного возраста: «за» - 87% опрошенных, против - лишь 8%.

2. На втором месте по уровню поддержки решение вопроса по льготам для «детей войны». «За» - 79%, «против» - 16%.

3. Примерно такой же уровень общественной поддержки у инициативы КПРФ по установлению ограничений для торговых наценок. Здесь «за» - 78%, против - 18%.

4. А вот инициатива по национализации объектов ЖКХ с целью недопущения аварий и отключений поддерживается только тремя из пяти граждан РФ: «за» - 59%, против - 29%. Видимо, здесь нужна более активная разъяснительная работа.

14



Russian  
Field  
research company

Инициативы КПРФ

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента

### В РАЗРЕЗЕ ЭЛЕКТОРАТОВ ПАРТИЙ

% по столбцу	Сторонники ЕР	Сторонники КПРФ	Сторонники ЛДПР	Сторонники СР-П-ЗП	Сторонники НЛ	Сторонники Яблоко	Сторонники других партий	Затрудняющиеся с партией
Осведомлены о проведении политической акции - общественного референдума по поддержке предложений КПРФ	13%	29%	17%	17%	11%	10%	16%	11%
Поддержали бы предложение КПРФ - федеральный закон о национализации	59%	89%	69%	66%	54%	23%	43%	57%
Поддержали бы предложение КПРФ - федеральный закон «О детях войны»	83%	91%	86%	82%	77%	72%	68%	72%

Наиболее высокая осведомленность и потенциальная поддержка инициатив КПРФ отмечается среди сторонников КПРФ, во вторую очередь - среди сторонников ЛДПР, в третью - среди сторонников СР-П-ЗП. Наименее низкая осведомленность и потенциальная поддержка инициатив КПРФ отмечается среди сторонников партии Яблоко.

15



Russian  
Field  
research company

Партийные предпочтения

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



Если бы выборы в Государственную Думу состоялись в ближайшее воскресенье, за какую партию Вы бы проголосовали?



Около трети опрошенных россиян (34%) потенциально поддерживают партию Единая Россия, еще треть (32%) затрудняются с ответом (26%), отказываются отвечать (4%) или против всех партий (2%).

После ЕР в рейтинге партий следуют КПРФ (9%), ЛДПР (8%), НЛ (8%), СР-П-ЗП (5%), остальные партии набирают 4% и менее.

Среди «других» партий, названных спонтанно, упоминаются: Зеленые (0,3%) и Партия Любителей Пива (0,2%), Рассвет (0,2%).

16

## НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ О СТРУКТУРЕ БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРОАТА КПРФ



### Партийные предпочтения

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



**Если бы выборы в Государственную Думу состоялись в ближайшее воскресенье, за какую партию Вы бы проголосовали?**

*В разрезе*

% по столбцу	Крупные и средние города	Малые города, ПГТ, села	Мужчины	Женщины	18-29	30-44	45-59	60 и старше	Без высшего образования	С высшим образованием	Малообеспеченные	Обеспеченные	
Единая Россия	29%	40%	26%	40%	28%	35%	34%	35%	39%	31%	34%	33%	
КПРФ	8%	11%		13%	6%	4%	6%	9%	15%	11%	8%	10%	8%
ЛДПР	9%	8%		10%	7%	10%	8%	10%	6%	11%	7%	9%	7%
Новые люди	9%	6%		6%	10%	12%	10%	7%	4%	4%	10%	6%	11%
СР-П-ЗП	5%	4%		5%	4%	3%	4%	5%	5%	4%	5%	5%	4%
Яблоко	5%	2%		4%	4%	6%	3%	4%	3%	2%	5%	3%	5%

Партийные предпочтения различных социально-демографически групп различаются, однако во всех группах лидирует Единая Россия. Относительно большую поддержку КПРФ получает от жителей малых городов, ПГТ и сел, мужчин, людей старше 59 лет, без высшего образования.

17

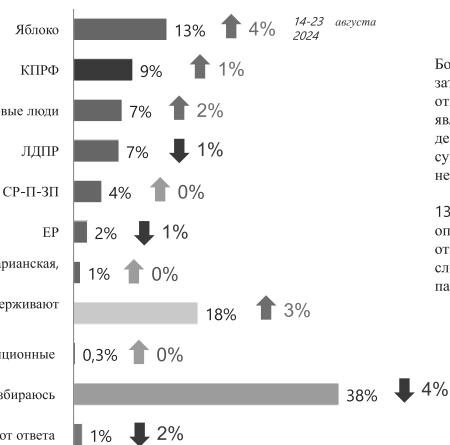


### Мнение об оппозиционности партий

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



**Какая политическая партия, на Ваш взгляд, сейчас является самой оппозиционной в отношении действующей власти?**



Более трети опрошенных россиян (39%) затрудняются с ответом или отказываются отвечать на вопрос о том, какая партия сейчас является самой оппозиционной в отношении действующей власти. Еще 18% считают, что все существующие партии поддерживают власть – нет оппозиционных.

13% опрошенных считают наиболее оппозиционной партию Яблоко, еще 9% отмечают оппозиционность КПРФ, далее следуют партии НЛ и ЛДПР (по 7%), остальные партии упоминаются реже 5%.

18



### Мнение об оппозиционности партий

Всероссийский телефонный опрос  
13-20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



**Какая политическая партия, на Ваш взгляд, сейчас является самой оппозиционной в отношении действующей власти?**

*В разрезе*

% по столбцу	Крупные и средние города	Малые города, ПГТ, села	Мужчины	Женщины	18-29	30-44	45-59	60 и старше	Без высшего образования	С высшим образованием	Малообеспеченные	Обеспеченные
Яблоко	15%	11%	14%	13%	10%	9%	18%	16%	10%	16%	10%	17%
КПРФ	7%	10%	9%	8%	8%	6%	9%	11%	10%	7%	8%	9%
Новые люди	8%	5%	6%	8%	11%	7%	6%	6%	6%	8%	6%	8%
ЛДПР	6%	8%	7%	6%	9%	8%	5%	5%	9%	5%	8%	5%
СР-П-ЗП	3%	5%	3%	5%	2%	4%	5%	5%	6%	3%	5%	3%
Нет оппозиционных	19%	16%	25%	12%	9%	22%	17%	19%	12%	22%	17%	20%
Затрудняются	37%	40%	32%	44%	45%	39%	35%	36%	43%	35%	40%	35%

Относительно часто КПРФ воспринимается как оппозиционная в отношении действующей власти среди людей старше 44 лет, без высшего образования, жителей малых городов, ПГТ и сел.

19



Russian  
Field  
research company

### Мнение об оппозиционности партий

Всероссийский телефонный опрос  
13–20 марта 2025 года  
Выборка 1603 респондента



Какая политическая партия, на Ваш взгляд, сейчас является самой оппозиционной в отношении действующей власти?

**В РАЗРЕЗЕ ЭЛЕКТОРАТОВ ПАРТИЙ**

% по столбцу	Сторонники ЕР	Сторонники КПРФ	Сторонники ЛДПР	Сторонники СР-П-ЗП	Сторонники НЛ	Сторонники Яблоко	Сторонники других партий	Затрудняющиеся с партией
Яблоко	15%	10%	16%	19%	19%	49%	7%	6%
КПРФ	9%	29%	5%	7%	10%	4%	11%	3%
Новые люди	7%	5%	8%	7%	17%	8%	7%	5%
ЛДПР	8%	9%	25%	4%	6%	0%	0%	2%
СР-П-ЗП	5%	1%	4%	20%	1%	0%	2%	3%
<i>Нет оппозиционных</i>	<i>6%</i>	<i>23%</i>	<i>8%</i>	<i>10%</i>	<i>18%</i>	<i>28%</i>	<i>38%</i>	<i>30%</i>
<i>Затрудняются</i>	<i>46%</i>	<i>23%</i>	<i>31%</i>	<i>29%</i>	<i>27%</i>	<i>8%</i>	<i>22%</i>	<i>48%</i>

Чаще всего КПРФ воспринимается как оппозиционная в отношении действующей власти среди сторонников КПРФ, в 3 раза реже – среди сторонников «Новых людей» и «Единой России».

20

## Приложение 2

### ВОПРОСЫ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КПРФ

Всероссийские телефонные опросы



Russian Field  
research company



Russian  
Field  
research company

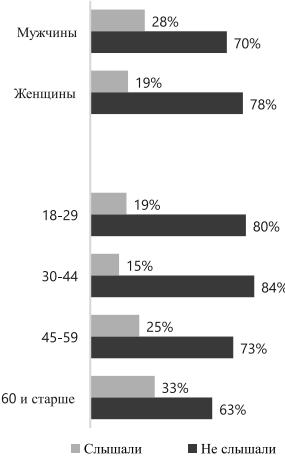
### Осведомленность об антикризисной программе

Всероссийский телефонный опрос  
21–29 октября 2023 года  
Выборка 1611 респондентов



В 2022 году КПРФ предложила антикризисную программу «Двадцать неотложных мер для преображения России». Слышали Вы о такой программе?

*В разрезе пола и возраста*



Большинство опрошенных не слышали об антикризисной программе КПРФ.  
Чуть меньше четверти о программе слышали, ознакомлены с содержанием - 3%.

Осведомленность о существовании программы наиболее распространена среди мужчин и людей возрастом от 60 лет и старше.

## НЕКОТОРЫЕ ДИСКУССИИ О СТРУКТУРЕ БАЗОВОГО ЭЛЕКТОРАТА КПРФ



Russian  
Field  
research company

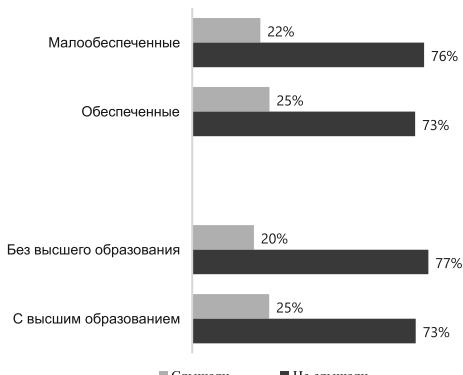
### Осведомленность об антикризисной программе

Всероссийский телефонный опрос  
21-29 октября 2023 года  
Выборка 1611 респондентов



**В 2022 году КПРФ предложила антикризисную программу «Двадцать неотложных мер для преображения России». Слышали Вы о такой программе?**

*В разрезе дохода и образования*



Осведомленность о существовании программы значимо чаще встречается среди респондентов с высшим образованием.

Корреляции с уровнем дохода не обнаружено.

3



Russian  
Field  
research company

### Голосование за КПРФ

Всероссийский телефонный опрос  
7-12 ноября 2024 года  
Выборка 1600 респондентов

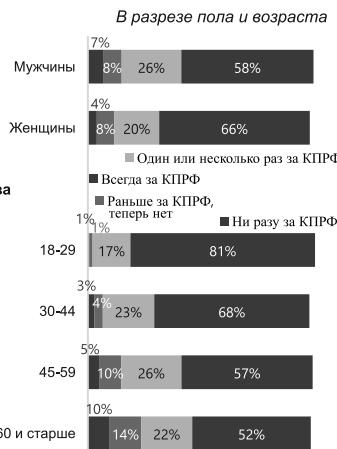


**Скажите, пожалуйста, Вы когда-либо голосовали на выборах за список КПРФ или кандидатов от КПРФ?**



**62% опрошенных ни разу не голосовали за КПРФ.** Около четверти (23%) – голосовали за эту партию один или несколько раз.

Никогда не голосовавшие за КПРФ значимо чаще встречаются среди женщин и молодых людей (18-44 лет). О том, что голосуют за КПРФ всегда, чаще сообщают мужчины и респонденты в возрасте 60+ лет. Опыт эпизодического голосования (один или несколько раз) за КПРФ более распространен среди мужчин и опрошенных в возрасте 45-59 лет.



4



Russian  
Field  
research company

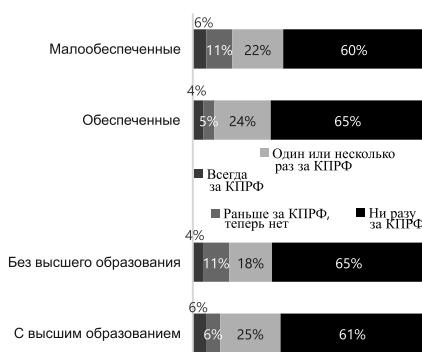
### Голосование за КПРФ

Всероссийский телефонный опрос  
7-12 ноября 2024 года  
Выборка 1600 респондентов



**Скажите, пожалуйста, Вы когда-либо голосовали на выборах за список КПРФ или кандидатов от КПРФ?**

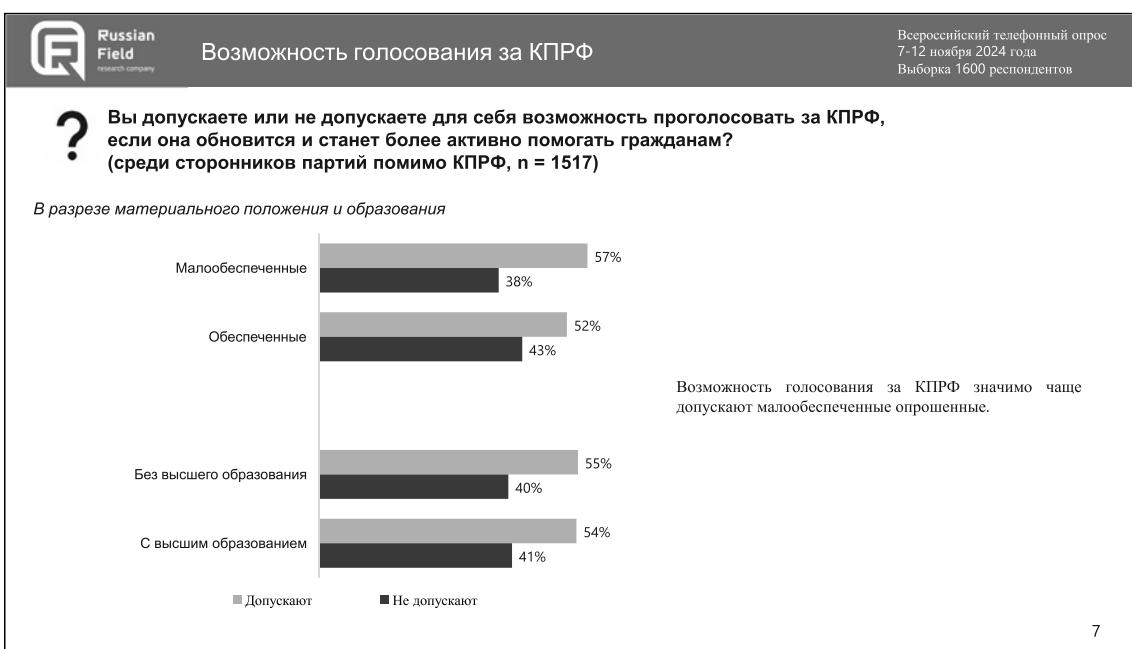
*В разрезе материального положения и образования*



О том, что не имеют опыта голосования за КПРФ, чаще говорят обеспеченные респонденты и люди без высшего образования. Эпизодическое голосование за КПРФ более распространено среди имеющих высшее образование.

О том, что голосовали за КПРФ раньше, но теперь не голосуют, чаще сообщают малообеспеченные и респонденты без высшего образования.

5



# **Лозунги, под которыми КПРФ участвовала в думских выборах 1993-2021 годов, и достигнутые результаты. Некоторые экстраполяции для выборов ГД-2026**

ЦИПКР и Отдел ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний проанализировали месседжи и лозунги, с которыми КПРФ выходила на думские выборы в 1993-2021 гг.

Анализ зависимости между актуальностью месседжа КПРФ на выборах в Госдуму и результатами партии показывает, что связь между лозунгами и электоральным успехом существует, но она не является линейной и зависит от множества факторов, включая политический контекст, социально-экономическую ситуацию в стране и конкуренцию со стороны других партий (табл. 1).

## Основные наблюдения:

### **1) 1993-1995 годы:**

- Лозунги КПРФ были сосредоточены на восстановлении справедливости, борьбе с экономическим кризисом и защите социальных прав. Это было актуально в условиях острого постсоветского кризиса, неприятия политики Б.Н. Ельцина (в обществе был негативный консенсус в отношении этой политической фигуры), и партия получила значительную поддержку (22,3% в 1995 году).

- Правда, в 1993 году, несмотря на схожие как в 1995-м лозунги, результат был ниже (12,4%). Это скорее было связано с отсутствием у партии в 1993 г. достаточного времени для консолидации избирателями кампании в условиях сверхкороткого избирательного периода и позднего допуска партии к участию в избирательном процессе.

**2) 1999 год:**

- **Лозунги были направлены на восстановление порядка, борьбу с коррупцией и защиту национальных интересов.** Это совпало с дефолтом и преодолением его последствий, нарастающими социально-экономическими трудностями и войной в Чечне, что привело к высокому результату партии, бывшей главным



тараном в отношении резко непопулярной политики президента Б.Н. Ельцина и его тех-  
нократических правительств (24,29%).

### **3) 2003-2007 годы:**

- В этот период КПРФ продолжала использовать лозунги, связанные с социальной справедливостью, национализацией и борьбой с бедностью. Однако результаты снизились наполовину от показателей 1995-1999 гг. (12,61% в 2003 и 11,57% в 2007). Это было связано со стабилизацией режима при приемнике Б.Н. Ельцина – В.В. Путине и резко улучшившейся мировой экономической конъюнктурой, прежде всего на нефтегазовое сырье. Власти удалось отколоть от КПРФ часть национально-патриотического избирательного электората (проекты Глазьева и партии «Родина») и региональных попутчиков, консолидировать в «Единой России» все прорежимные политические структуры («Единство», «Отчество-Вся Россия», «Регионы России» и др.). Улучшение экономической ситуации в стране снизило актуальность радикальных лозунгов КПРФ. Их воспроизведение в кампаниях 2003-2007 гг. перестало давать прежний эффект. При этом партия власти смогла инициировать раскол в КПРФ по линии КПРФ-НПСР, который удалось преодолеть только за счет партийной и массовой мобилизации в период ошибочных решений власти по монетизации льгот (пересмотр льготного социального законодательства времен доминирования КПРФ в Госдуме).

- На 2007 г. приходится самый низкий электоральный результат КПРФ, что определялось периодом потребительского бума накануне внезапного мирового экономического кризиса 2007-2008 гг.

Таблица 1 (Начало)

**Лозунги, под которыми КПРФ участвовала в думских выборах 1993-2021 годах и достигнутые результаты**

Месседж	Вспомогательные лозунги	Лозунги для разделов программы	2021		Количество мандатов
			Процент голосов	Количество голосов	
<b>За – СССР! КПРФ – за сильную, справедливую, социалистическую Родину!</b>	Власть – народу-труженику, народу-победителю!  России – достойную жизнь и великое будущее!	Народу – собственность. России – суверенную экономику Индустриализация XXI века Продовольственная безопасность Финансы – инструмент развития Честные налоги – справедливая жизнь Обуздвать тарифы и цены Власть – в руки народа Человек – центр политики государства Сильная Россия – безопасная страна Великому народу – великую культуру	18,93	10 660 669	57
<b>Мы правы, мы сможем!</b>	КПРФ готова взять на себя ответственность  За возрождение нашей любимой Родины	Народ – хозяин страны Экономически суверенная Россия Индустрия. Наука. Технологии Развитое село – благополучная и сильная Россия Кредитные ресурсы – на возрождение страны Контроль над ценами и тарифами – ускоренное развитие Налоги: справедливость и эффективность Люди – главная ценность государства Сильная страна – безопасная жизнь Страна высокой культуры	13,34	6 917 063	42
<b>Политика большинства призыва побеждать!</b>	От обороны – к всенародному наступлению!	Важнейший принцип нашего курса: общество спроведливо вместе «социальных джунглей» Право на жильё – неотъемлемая часть права на жизнь Детям и молодежи – поддержку государства Качественное и доступное образование – для всех! Укрепить здоровье нации Новый культурный подъём – условие возрождения России	19,19	12 599 507	92

Таблица 1 (Продолжение)

Месседж	Вспомогательные лозунги	Лозунги для разделов программы	Процент голосов	Количество голосов	Количество мандатов	
<b>Побеждают коммунисты – побеждает народ!</b>	Мы мечтаем о справедливости для всех за власть трудового народа	Наше сердце бьется слева Мы боремся за власть трудового народа	Национализация природных ресурсов и стратегических отраслей экономики Доходы государства – финансовая основа дальнейших преобразований Производить – значит развиваться К народовластию	11,57	8 046 886	57
<b>За власть трудового народа!</b>	Наша главная цель – социализм	Независимость страны и безопасность граждан Человек – высшая ценность Наше сердце бьется слева!	КПРФ – партия народа	2003		
<b>За Победу!</b>	Пора спасать страну! Пора народу брать власть!	Пора спасать страну! Пора народу брать власть!	КПРФ – настоящая партия Да! Земля и недра – народное добро!	12,61	7 647 820	52
<b>Порядок в стране – достаток в доме</b>	Голосуйте за народный блок КПРФ За настоящую партию! За дело патриотов! За родную землю За народную волю! За будущее России!	Голосуйте за народный блок КПРФ За настоящую партию! За дело патриотов! За родную землю За народную волю! За будущее России!	Да! Мы сами строили свой дом и не дадим себя грабить! Да! Право труженика на достойную зарплату нерушимо! Да! Пусть фабрики и заводы служат общему благу! Победить бедность и нищету. Обеспечить быстрый рост доходов народа, рабочих и крестьян, инженеров и ученых, учителей и врачей, защитников Отечества – такова наша стратегическая цель За возрождение российской провинции! За неотложные меры!	24,29	16 195 569	113

Таблица 1 (Окончание)

Месседж	Вспомогательные лозунги	Лозунги для разделов программы	Процент голосов	Количество голосов	Количество мандатов
		<b>1995</b>			
<b>За нашу Советскую Родину!</b>	Без сильного государства не быть сильной России  Мы для России – Россия для нас  За мир против гражданской войны!  За честный труд против дармоедов!  За власть народа против власти мафии!  За закон и порядок против произвола и насилия!  За дружбу и братство народов против ненависти и злобы!  За правду и чистоту против лжи и разврата!  За честь и достоинство Российской державы!  Наше Дело – правое!  Наш лозунг – Россия, труд, народовластие, социализм!	Кто такие современные коммунисты  Что мы обещали и чего добились  Что происходит с Россией	22,30	15 350 361	157
<b>Труд, народовластие, справедливость</b>	Отказ от «шоковой терапии»  Принятие чрезвычайных мер по борьбе с преступностью  Прекращение безудержного роста цен и массового обнищания народа  Мы – партия Отечества! Наши лозунги: труд, народовластие, справедливость!	После парламентских выборов  После победы нашего кандидата в президенты	12,40	6 666 402	48

**4) 2011 год:**

- Лозунги КПРФ были направлены на поддержку трудящегося большинства, борьбу с социальным неравенством и улучшение качества жизни людей труда. Это привело к росту поддержки (19,19%), что было связано также с ростом недовольства политикой правящей партии по преодолению последствий мирового кризиса 2007-2008 г., а также грядущей рокировкой в tandemе Медведев-Путин, так как часть правящего класса опасалась возвращения В.В. Путина на пост президента. Отдельно стоит отметить, что в 2011 году КПРФ также активно использовала новые методы агитации, включая интернет и социальные сети, что позволило ей привлечь часть молодежи и городских избирателей.

**5) 2016 год:**

- В 2016 году лозунги были сосредоточены на экономическом суверенитете и социальной справедливости, но результат снизился до 13,34%. Это может быть связано с консолидацией власти вокруг «Единой России» и снижением протестных настроений в период после «русской весны» – присоединения Крыма и отказа власти поддержать пророссийские выступления в Новороссии и от Одессы до Харькова. Внешнеполитическая консолидация всех политических акторов внутри страны всегда выгодна партии власти. Впервые КПРФ была близка к тому, чтобы

уступить ЛДПР второе место на выборах. В условиях пропаганды сплочения и «крымского консенсуса» политическое позиционирование КПРФ оказалось слабо различимо на избирательном поле, что и привело к попыткам перевести ЛДПР в статус второй общенациональной партии.

**6) 2021 год:**

- В 2021 году лозунги державности и соцсправедливости – о сильной и справедливой России, а также апелляция к советскому прошлому («За – СССР!») принесли партии 18,93% голосов. Это также связано с ростом недовольства социально-экономической ситуацией, пенсионной «реформой» и пандемией COVID-19. КПРФ вновь, как и в канун выборов 1999 и 2011 гг. удалось оседлать недовольство средних городских слоев политикой президента и выйти за рамки традиционного ядерного избирательного блока.

**7) 2026 год:**

- КПРФ придется вести избирательную борьбу в условиях сходных с общественно-политической ситуацией 2016 года, когда в условиях «консенсуса СВО» и политики сплочения объективно идет размытие оппозиционного облика партии и программных отличий от ЛДПР, СРЗП и «НЛ». Вновь как в 2016 году перед КПРФ стоит задача не конкуренции с «Единой Россией», а ей навязывают конкуренцию с ЛДПР за статус второй партии.

Таблица 2

Эффективности использования двух типов лозунгов в практике КПРФ

«Мы такие!»			«На тебе!»			Синтетический вариант		
Год	Месседж	Результат	Год	Месседж	Результат	Год	Месседж	Результат
2003	За власть трудового народа!	12,61%	1993	Труд, народовластие, справедливость	12,40%	2011	Политика большинства призвана побеждать!	19,19%
2007	Побеждают коммунисты – побеждает народ!	11,57%	1995	За нашу Советскую Родину!	22,30%			
2016	Мы правы, мы сможем!	13,34%	1999	«За Победу!» Порядок в стране – достаток в доме	24,29%			
2021	За – СССР! КПРФ – за сильную, справедливую, социалистическую Родину!	18,93%						

## Анализ эффективности лозунгов КПРФ

- **Актуальность лозунгов:** Лозунги КПРФ, связанные с социальной справедливостью, борьбой с бедностью и апелляцией к советскому прошлому, наиболее успешны в периоды экономических кризисов и социальной нестабильности (1995, 1999, 2011, 2021).

- **Контекст:** Результаты партии зависят не только от актуальности лозунгов, но и от общего политического контекста, включая популярность правящей партии и уровень конкуренции на выборах, а также напрямую связаны со способностью партии привлечь на свою сторону «промежуточные», мелкобуржуазные городские слои.

- **Электоральная база:** КПРФ сохраняет и воспроизводит свою традиционную базу за счет лояльности старшего поколения и тех, кто ностальгирует по советскому прошлому. Но привлечь молодежь и городские средние слои удается только в момент социально-экономических кризисов и в периоды усиления противоречий среди различных кланов партии власти, т.е. усиления внутренней борьбы в условиях кризисного сокращения «корпоративной базы» привилегированных «ста тысяч семей». Это помимо прочего требует от КПРФ более гибкой стратегии и использования современных методов агитации.

## Два типа лозунгов, использованных КПРФ

**Условно все месседжи в избирательных кампаниях можно разделить на две категории.**

**Первая – описание «Мы такие!»,** исходя из предвыборного технологического требования «Расскажи избирателю, кто ты есть и чем отличаяешься от конкурентов».

**Вторая – описание «На тебе!»,** исходя из предвыборного технологического требования «Скажи, куда ты хочешь нас вести и представь свою позитивную программу».

**Условно можно разделить использованные КПРФ месседжи таким образом** (табл. 2).

Если рассмотреть табл. 2, то становится очевидным, что лозунги категории «На тебе!» оказались в целом более успешными и дважды приводили партию к наилучшим результатам. В то же время однократно синтетический лозунг и категория «Мы такие!» выдавали нагоря высокие результаты в районе 19%.

В целом, связь между актуальностью лозунгов и результатами КПРФ существует, но она опосредована внешними факторами, такими как экономическая ситуация и политический контекст, кризисные явления и рост протестной активности граждан. И здесь, видимо, правильнее говорить об актуальности лозунгов, об их соответствии духу времени, ожиданиям и чаяниям людей, что потом находит отклик уже на избирательных участках.

Здесь важно понимать, что «всем мил не будешь» и нельзя партийными лозунгами и программами угодить максимально широкому кругу избирателей. **Необходимо четко сосредоточиться на своих целевых группах, где агитационные продукты КПРФ найдут максимальные отклик и понимание, что в итоге должно будет вылиться в голоса поддержки на выборах.**

Подготовили:

**С.П. Обухов**, доктор политических наук,

**А.М. Михальчук**, зав. Сектором Отдела ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний,

**И.М. Куприянова**, помощник депутата ГД С.П. Обухова,

**А.М. Богачев**, психолог-консультант Отдела ЦК КПРФ

Отв. за выпуск:

**С.П. Обухов**, доктор политических наук

## Подготовка к выборам в Госдуму-2026: мнения, предложения и оценки экспертов «красного пула»

Во время подготовки и проведения избирательной кампании по выборам Президента РФ в ноябре 2023 – марте 2024 года профильный Отдел ЦК КПРФ совместно с Центром исследований политической культуры России (ЦИПКР) собрали в очно-дистанционном формате группу политических консультантов, экспертов в смежных областях (политическая психология, политическая география, практический дизайн и пр.), действующих депутатов разного уровня из всех федеральных округов Российской Федерации для таргетирования, оценки и оперативной модуляции АПМ и мероприятий (в т.ч. дебатов) в рамках избирательного процесса. «Экспертный красный пул» позволил вносить необходимые оперативные и грамотные корректировки в работу «красной избирательной машины» – там, где это требовалось. В число экспертов этого пула помимо членов КПРФ также вошли наши сторонники и приверженцы левых (социалистических) взглядов. В течение кампании было проведено 5 «экспертиз» – очно-заочных фокус-групп, обсуждения и результаты которых были опубликованы в социальных медиа.

После запуска в феврале 2025 года «Народного референдума КПРФ», который фактически ознаменовал старт избирательной кампании партии по выборам депутатов Госдумы в ЕДГ-2026 (с учетом региональных кампаний ЕДГ-2025), было принято решение вновь привлечь экспертов «красного пула» – для обсуждения концептуальных вопросов и возможных слоганов предстоящей кампании. В первой «экспертизе» респондентам (22 участника) были заданы 5 вопросов: предложили оценить немецкие и российские предвыборные лозунги (слоганы), предложить свои варианты, оценить вероятных союзников и противников из числа общественных организаций и объединений и предложить свой вариант 5-го вопроса для «народного референдума КПРФ» (полная анкета – в приложениях).

В период 1 – 5 марта 2025 года эксперты обозначили свои мнения и ответы по предложенным вопросам, результаты обработаны и представлены ниже в виде «саммари» (оценок и выводов). Также на вопросы анкеты вне рамок «экспертного пула» ответили 52 депутата от КПРФ в Воронежской области, которые участвовали в депутатском слете 1 – 2 марта (результаты их ответов мы обобщим и приведем справочно).



### Некоторые выводы по проведенным опросам:

#### 1. Анализ предвыборных слоганов

- Немецкие слоганы: Эксперты и депутаты высоко оценили слоганы левых партий Германии, особенно «Левой партии» (**«Все хотят править. А мы хотим перемен!»**) и СДПГ (**«Больше для тебя. Лучше для Германии!»**). Это указывает на предпочтение слоганов, которые подчеркивают перемены и социальную справедливость.

- Наибольшую поддержку среди экспертов получили «партийные» слоганы:

- 1) **«КПРФ: власть и собственность народу!»**
- 2) **«Победят коммунисты – победит народ»**
- 3) **«За социализм и порядок!»**

- Ключевые слова сегодняшней партийной повестки: в предложенных слоганах чаще всего используются слова «справедливость», «правда», «народ», «социализм», что подчеркивает идеологическую направленность партии. Однако эксперты отмечают, что многие слоганы звучат шаблонно и требуют более креативного подхода.

#### 2. Перспективные союзники КПРФ

- Поддержка со стороны профсоюзов, ветеранских организаций и экологических движений рассматривается как положительный фактор.

- Диаспоральные объединения, зоозащитники и «русские общины» вызывают противоречивые мнения: они могут привлечь избираторат, но несут риски ассоциации с радикальными взглядами.

- Либеральные правозащитники и «системные» общественные организации рассматриваются как нежелательные партнеры. Также в числе нежелательных партий, ассоциирующиеся с правящей властью («Единая Россия», ЛДПР).

#### 3. Корректировка предвыборной повестки КПРФ

- Национализация остается ключевым требованием, но формулировка нуждается в доработке, так как термин может отпугивать избирателей. Не смотря на критику термина, большинство экспертов поддерживают идею национализации ключевых отраслей экономики, включая ЖКХ, недра и ресурсы. Это воспринимается как важный шаг к социальной справедливости.

• Эксперты предложили усилить акцент на социальных проблемах (образование, медицина, трудоустройство). Увеличение прожиточного минимума, реформа здравоохранения и образования, поддержка многодетных семей и инвалидов – эти темы занимают центральное место в предложениях экспертов.

• Политические реформы: Возвращение прямых выборов мэров, отмена муниципального фильтра и критика цифрового голосования – эти предложения направлены на усиление демократических институтов.

• Патриотизм и историческая память: Установка памятников, сохранение советского наследия и поддержка участников СВО – эти темы важны для укрепления патриотической повестки.

Подняты также вопросы:

• О возобновлении смертной казни (разделило мнения).

• О необходимости присоединения новых территорий по итогам СВО.

• Об отмене муниципального фильтра и возвращении прямых выборов мэров.

#### 4. Воронежский опрос депутатов

• Совпадение с мнением «Красного пула» по основным вопросам (приоритетность национализации, социальная справедливость).

• Воронежские депутаты подчеркивают необходимость патриотического воспитания и исторической памяти (памятники Сталину, отказ от драпировки Мавзолея и т. д.).

**5. Необходима корректировка риторики партии:** меньше шаблонных лозунгов, больше конкретики о социальных инициативах. При этом «Выборы в Госдуму-2026» требуют учёта уроков предыдущих кампаний, включая работу с электоратом и развитие новых предвыборных нарративов. Кампания КПРФ на выборах в Госдуму-2026 должна быть построена на сочетании традиционных ценностей (социализм, справедливость, патриотизм) и актуальных социально-экономических требований (национализация, реформа ЖКХ, здравоохранения и образования).

И здесь проведенный Russian Field опрос о ходе «Народного референдума КПРФ» и уровне поддержки вопросов референдума (раздан отдельно, в приложения не включён) дали специалистам результаты, необходимые для выявления целевых групп, на которые должна ориентироваться партия в рамках политической и агитационной работы в рамках кампании «Выборы в Госдуму-2026». На втором этапе именно вопросы о целевых группах станут предметом оценки и дискуссии для экспертов «красного пула», а пока

же можно сделать следующие выводы из полученных результатов.

Согласно представленным данным опроса «Рашен Филд» о «Народном референдуме КПРФ», можно выделить следующие ключевые группы избирателей, наиболее восприимчивые к поддержке инициатив КПРФ:

#### Группы с наибольшей поддержкой предложений КПРФ:

1. Пожилое население (старше 60 лет) – наибольшая восприимчивость к предложениям КПРФ, особенно по вопросам пенсионного возраста (поддержка до 93%), социальных льгот («детям войны») и национализации ЖКХ.

2. Жители малых городов, поселков и сельской местности – стабильно высокая поддержка инициатив (67% за национализацию ЖКХ, 80% за «детей войны»).

3. Люди с низкими доходами и без высшего образования – отмечается повышенная поддержка социальных инициатив КПРФ (до 84% поддерживают возврат пенсионного возраста, до 84% ограничение наценок и 67% за национализацию ЖКХ).

4. Женщины – выше средняя поддержка инициатив по борьбе с ростом цен (83%), пенсионному возрасту и «детям войны».

#### Сравнение со структурой электората КПРФ:

• На данный момент ядром электората КПРФ являются жители малых городов, сельской местности, мужчины, старшее поколение (старше 59 лет), малообеспеченные и люди без высшего образования.

• Однако существующий электорат КПРФ относительно невелик (около 9% от общего числа избирателей), несмотря на то что поддержка отдельных инициатив намного шире (от 59% до 87% россиян поддерживают отдельные инициативы).

#### Группы, за счет которых можно расширить электорат КПРФ:

На основании данных опроса можно выделить следующие группы, за счет которых КПРФ может расширить свой электорат путем активизации агитации за вопросы Народного референдума:

1. Средневозрастные группы (от 30 до 59 лет) – эта группа мало осведомлена о референдуме (менее 10% осведомлены), но показывает высокую поддержку социальных инициатив (78–87% за возврат пенсионного возраста, льготы «детям войны» и контроль над ценами).

2. Жители крупных и средних городов – демонстрируют чуть меньшую поддержку национализации ЖКХ (54%), но всё ещё значительную поддержку социальных инициатив (около 78–79%). Здесь

КПРФ важно преодолеть информационный барьер и негативные стереотипы.

3. Сторонники партий ЛДПР и «Справедливой России – Патриоты – За правду» – среди них относительно высокая осведомлённость и поддержка инициатив КПРФ (национализация ЖКХ поддерживается на уровне 66-69%, а социальные инициативы – до 86%), однако данные избиратели пока не голосуют за КПРФ напрямую.

Таким образом, **потенциал КПРФ для расширения своего электората заключается в усилении пропаганды своих инициатив среди среднего поколения (30-59 лет), горожан крупных населенных пунктов, а также в активном взаимодействии с электоратом других парламентских партий (особенно ЛДПР и СРЗП), путём поднятия «общих» вопросов и «совпадающих» интересов (позиций) в социальной и экономической политике.**

Оценивая результаты **проведенного Russian Field опроса о ходе «Народного референдума КПРФ»** и уровне поддержки вопросов референдума, была проведена внутренняя стратегическая дискуссия по вопросам оппозиционности партии, организации кампании «Народного референдума», взаимодействия с электоратом и внедрения современных политтехнологий. По результатам были выработаны рекомендации, направленные на усиление позиций КПРФ в преддверии выборов 2026 года **«Оппозиционность, целевые группы и технологическая модернизация»**.

### I. Политическая позиция и идеологическое самоопределение

- **Обозначить чёткую границу «мы» и «они»:** КПРФ против «Единой России» и её сателлитов (например, партии «Новые люди»).
- **Отказаться от практики «сплоченческой» риторики** («хоровода вокруг флага»): критика власти должна быть открытой, системной, целенаправленной.

### II. Актуализация повестки и лозунгов

- **Обновить лозунговую сетку:** включить формулы вроде «С кем ты?», «Пора», «Лучше красный, чем голубой».
- **Расширить программные тезисы конкретными «приземленными» формулировками:** ипотека, зарплаты, цены, медицина, образование, пенсия, ЖКХ.

### III. Аудитория и целевые группы

- **Сфокусироваться на женщинах, молодёжи 18–44 лет**, работающих, малообеспеченных.
- **Сохранить лояльность пенсионеров, но выйти за рамки «гетто 60+».**
- **Вернуть образованный (интеллектуальный) электорат и жителей крупных городов**, утраченных после 2021 года.

### IV. Кампания «Народного референдума КПРФ» и сопутствующая агитация

- **Создать айдентику и визуальный стиль референдума:** логотип, брендбук, цвета, лозунги.
- **Подготовить полный комплект агитматериалов:** буклеты, слайды, скрипты, ролики.
- **Обеспечить распространение материалов через партийные и медийные структуры:** райкомы, партактив, чаты, группы.

### V. Технологии, коммуникация, ИИ

- **Запустить pilotный проект использования ИИ** для таргетированной агитации.
- **Создать карту инфлюенсеров и блогеров:** от TikTok до YouTube.
- **Запустить систему скриптов, чат-ботов и цифровых рассылок** с адаптацией под целевые группы.

### VI. Организационные меры

- **Провести дополнительную мобилизацию партийных структур с «прицелом» на выборы:** агитация должна быть системной, а не хаотичной.
- **Запустить систему обратной связи и мониторинга:** отслеживать, какие месседжи работают.
- **Сегментировать подходы по регионам:** учить различия между Москвой и регионами.

По мнению экспертов, **предложенные меры позволяют сформировать более внятный, современный, боеспособный и убедительный образ партии в глазах избирателей**. А «дуалистичный» подход к работе с целевыми группами (плотная работа с «ядерным» электоратом и экспансия в «новые» полу-возрастные группы) должны дать серьезную прибавку в результатах на выборах. Также особого внимания заслуживают **группы избирателей, собранные по профессиональному, территориальному или поведенческому признакам** (например, инвалиды или кошатники), но работа с ними требует индивидуального, точечного подхода.

Подготовили:

**А.М. Михальчук**, зав. Сектором Отдела ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний,  
**И.М. Куприянова**, помощник депутата ГД С.П. Обухова  
Отв. за выпуск: **С.П. Обухов**, Секретарь ЦК КПРФ

## Приложение 1. Анкета первой «экспертизы»

<b>1. Оцените использованные на выборах в Германии партийные слоганы по 10-балльной системе</b>
1. Блок ХДС/ХСС, CDU/CSU) – лозунг: «Politikwechsel fur Deutschland» (нем., « <b>Политический поворот для Германии</b> »)
2. Альтернатива для Германии (AfD) – лозунг: «Zeit fur Deutschland» (нем., « <b>Время для Германии</b> »)
3. Социал-демократическая партия Германии (СДПГ, SPD) – лозунг: «Mehr fur dich. Besser fur Deutschland.» (нем., « <b>Больше для тебя. Лучше для Германии</b> »)
4. Союз 90/Зелёные (Die Grunen) – лозунг: «Zusammen wachsen» (нем., игра слов: « <b>Расти вместе и одновременно «Вместе сплочённее»</b> »)
5. Левая партия (Die Linke) – лозунг: «Alle wollen regieren. Wir wollen verandern» (нем., « <b>Все хотят править. А мы хотим перемен</b> »)
6. Союз Сары Вагенкнхт (BSW) – лозунг: «Unser Land verdient mehr» (нем., « <b>Наша страна заслуживает большего</b> »)
7. Свободная демократическая партия (СвДП, FDP) – лозунг: «Alles lasst sich andern» (нем., « <b>Все можно изменить</b> »)
<b>2. Оцените предлагаемые на 2026 год «общие» партийные слоганы по 10-балльной системе</b>
1. КПРФ – партия Победы, партия победителей
2. КПРФ: власть и собственность народу!
3. После СВО – только социализм!
4. Победят коммунисты – победит народ
5. Коммунист не обманет, коммунист не предаст!
6. За социализм с русской душой!
7. Больше для русских. Справедливость для России
8. Русский мир – советская справедливость
9. За социализм и порядок
<b>3. Предложите свой слоган (или варианты нескольких слоганов) для федеральной кампании КПРФ</b>
<b>4. В последнее время на общественной арене структурируются новые общественно-политические объединения.</b>
А именно:
• <b>Русская община</b>
• <b>Диаспоральные объединения стран СНГ</b>
• <b>Ветеранские организации</b>
• <b>Экологические и природоохранные структуры</b>
• <b>Зоозащитные структуры</b>
• <b>Независимые профсоюзы</b>
• <b>Правозащитные структуры</b>
• <b>Волонтерские объединения (какие?)</b>
• <b>Творческие союзы</b>
• <b>Другие (какие?)</b>
Сотрудничество в предвыборный период с какими политическими (общественными) силами добавит к результату КПРФ?
Сотрудничество в предвыборный период с какими политическими (общественными) силами принесет негативные последствия?
<b>5. Партия начала «народный референдум» и объявила 4 федеральных вопроса, позволив региональным отделениям добавить один «свой», местный. Какие важные вопросы, на ваш взгляд, выпали на сегодня из партийной повестки и требуют включения и освещения (это должны быть проблематика, максимально приближенная к федеральному уровню)?</b>

## Приложение 2.

### Разбор ответов

#### экспертов и депутатов – по вопросам и ответам

**ВОПРОС №1.** Здесь лидером предпочтений стал слоган Левой партии «**Все хотят править. А мы хотим перемен**» (147 баллов). На втором месте слоган СДПГ «**Больше для тебя. Лучше для Германии**» (135 баллов). Лидерство «левых» партий в оценках наших экспертов не резонирует с результатами прошедших в ФРГ выборов, где правые партии оказались на голову выше левых.

З и 4 место поделили «Альтернатива для Германии» (**«Время для Германии», 118 баллов**) и Союз Сары Вагенкнхет (**«Наша страна заслуживает большего», 116**). Далее расположились Союз 90/Зелёные (**«Расти вместе» и одновременно «Вместе сплочённее», 100 баллов**), не прошедшая в Бундестаг Свободная демократическая партия (**«Все можно изменить», 89**), а слоган триумфатора выборов Блока ХДС/ХСС **«Политический поворот для Германии»** с 72 баллами оказался на последнем месте (с 2-кратным отставанием от лидера!).

Видимо, избиратели в Германии голосовали не только за слоганы, но многие уверены, что именно слоган стал одним из факторов успеха «Левой партии», которая прошла в Бундестаг и значительно «откусила» от своих конкурентов на фланге, а некоторых и вовсе оставила за бортом парламента.

Справочно приведем результаты ВДО (Воронежского «депутатского» опроса): здесь на первом месте также слоган «Левой партии» (257), вторым идет Союз Сары Вагенкнхет (225), третьими – Свободная демократическая партия (191), далее идут СДПГ (186), Блок ХДС/ХСС (166), Союз 90/Зелёные (162), а победившая на землях бывшей ГДР «Альтернатива» оказалась на последнем месте – 158 баллов.

Можно ли проецировать слоганы немецких партий (и в первую очередь с левого фланга) на российскую политическую почву? Напрямую, конечно, вряд ли. Но использовать некоторые находки и «конструкции» мы посчитали вполне даже возможным, и в предложенных экспертам вариантах можно без труда обнаружить некие схожести и параллели.

Итак, пришло время посмотреть, как «красные эксперты» ранжировали наши партийные (возможные и перспективные) слоганы (**ВОПРОС №2**).

На первом месте слоган **«КПРФ: власть и собственность народу!»** (129 баллов), «серебро» у слогана **«Победят коммунисты – победит народ»** (124), а бронза у **«За социализм и порядок»** (122). Далее варианты расположились так: **«Русский мир – советская справедливость»** (118), **«После СВО – только социализм!»** (114), **«За социализм с русской душой!»** (108), **«КПРФ – партия Победы, партия победителей»** (102), **«Коммунист не обманет, коммунист не предаст!»** (92) и **«Больше для русских. Справедливость для России»** (84).

Примечательно, что занявший последнее место слоган стал фактически зеркалом слогана немецкой СДПГ, которую эксперты оценили очень высоко. Может слово «справедливость» вошло в диссонанс?

Справочно приведем результаты ВДО (Воронежского «депутатского» опроса): здесь лидеры те же: на первом месте также слоган **«КПРФ: власть и собственность народу!»** (388 баллов), «серебро» у слогана **«Победят коммунисты – победит народ»** (380), а вот бронза досталась **«КПРФ – партия Победы, партия победителей»** (353). Четвертое место у **«После СВО – только социализм!»** (347), пятое – у **«За социализм и порядок»** (344). Далее идут **«Коммунист не обманет, коммунист не предаст!»** (326), **«Русский мир – советская справедливость»** (311), **«За социализм с русской душой!»** (305) и **«Больше для русских. Справедливость для России»** (опять-таки на последнем месте, 261).

**Здесь – по итогам условного сравнения первого и второго вопросов – также на оценках экспертов (и депутатов из ВДО) стоит сделать несколько особых ремарок:**

- В оценках экспертов максимальные баллы (10) получали слоганы СДПГ и «Левой партии», а минимальные (1) – получили по разу все партии, и только слоган-аутсайдер от СвДП 5 экспертов решили «минимизировать»;
- Лидер в оценках обеих групп слоган **«КПРФ: власть и собственность народу!»** единственный, что получил у экспертов максимальную оценку, а вот минимальные получили несколько слоганов, причем варианты **«Коммунист не обманет, коммунист не предаст!»** и **«Больше для русских. Справедливость для России»** (аутсайдеры рейтинга) получили такие оценки трижды;

- Воронежские депутаты в отличие от экспертов «красного пула» были более щедрыми на высокие оценки – максимальный балл немецким слоганам ставили 21 раз, а своим партийным – более 100. Лидеры, собственно, и получили максимальных оценок больше, чем конкуренты;
- Среди поставленных в Воронеже 54 минимальных оценок больше всех их нахватали слоганы лидеров по итогам выборов, партий правого фланга – ХДС/ХСС и «Альтернативы». А вот среди партийных слоганов депутаты больше всего «минималок» поставили слогану явному аутсайдеру **«Больше для русских. Справедливость для России!»**;
- Конечно, можно утверждать, что эксперты «красного пула» проявили высокий уровень объективности (что особенно проявилось, скажем, при оценке в Воронеже «правых» немецких слоганов). Итоговые результаты слоганов СДПГ и «Левой партии» в итоге даже обогнали лидера партийных слоганов **«КПРФ: власть и собственность народу!»**;
- Это подтверждает и условный «коэффициент среднего балла»: если для «немцев» он составил 5,04, то для «своих» – 5,01. То есть к партийным слоганам эксперты даже отнеслись чуточку критичнее;
- Оценки и баллы ВДО выглядят более «политизированными» (что, однако, не мешает их рассматривать и учитывать): набравший максимальный балл (победитель среди «немцев») слоган «Левой партии» уступил даже аутсайдеру партийных слоганов – пусть и совсем немного;
- Если же рассчитать условный «коэффициент среднего балла», то «уклон» станет еще более контрастным: «немцев» в среднем оценили в 2,87 балла, а «своих» – в 6,44 (в 2,2 раза выше).

**ВОПРОС №3.** Все эксперты, надо отметить, предложили по несколько вариантов слоганов «от себя». Их сопоставление позволило выявить несколько групп (по ключевым словам или по построению фразы), и оценивать их проще уже в составе этих групп. Конечно, оценивать – в данном случае это не ранжирование и выставление баллов, а скорее степень соответствия принятым нормам и критериям в этой области.

Итак, в экспертных предложениях «красного пула» существует «традиционный» набор слов, свойственных (и связанных) с КПРФ. Перечислим их (с близкими по смыслу или синонимами) в алфавитном порядке: будущее (завтра), власть, вместе, красный, народ, национализация, пар-

тия, правда, Россия, русский, СВО, советский, социализм, справедливость, СССР.

Анализ отдельных слов, в предложенных экспертами слоганах для федеральной кампании КПРФ, показывает, что ключевые слова, связанные с идеологией партии, действительно часто повторяются. Давайте рассмотрим, как часто встречаются слова из вашего списка и как они сгруппированы.

Частота упоминаний «специально-связанных» слов получилась такая:

1. Справедливость – 10 раз
2. Правда – 5 раз
3. Народ – 5 раз
4. Партия – 3 раза
5. Социализм – 3 раза
6. Россия – 2 раза
7. Власть – 2 раза
8. Будущее – 2 раза
9. СССР – 2 раза
10. Русский – 2 раза
11. СВО – 1 раз
12. Национализация – 1 раз
13. Красный – 1 раз
14. Вместе – 1 раз
15. Советский – 1 раз

#### Здесь стоит сделать несколько особых ремарок:

- Справедливость и правда являются наиболее часто используемыми словами, что подчеркивает акцент на социальной справедливости и честности.
- Народ и власть часто упоминаются вместе, что отражает идею народовластия и передачи власти в руки народа.
- Социализм и будущее связаны с идеей построения справедливого общества в будущем.
- Россия и русский мир подчеркивают национальную идентичность и связь с историческим наследием.
- СССР и советское наследие используются для апелляции к ностальгии по советскому прошлому.
- Национализация и труд связаны с экономическими требованиями и защитой прав человека труда.

• **Слова оказались сгруппированы вокруг ключевых тем**, таких как социальная справедливость, народовластие, социализм, национальная идентичность и экономические требования. Однако, можно заметить, что группировка иногда кажется искусственной

или повторяющейся, что может снижать оригинальность и убедительность слоганов. Для улучшения восприятия необходимо рассмотреть более креативные и менее шаблонные формулировки, которые сохраняют идеологическую направленность, но при этом звучат более свежо (оригинально и современно) и убедительно. *Как итог: пока приемлемого слогана создать не удалось.*

Но нам на помощь пришел ИИ (искусственный интеллект), который выдал-таки для рассмотрения целый список вероятных слоганов с заданными словами.

Вот несколько слоганов для кампании КПРФ 2025-2026 гг., основанных на предоставленных словах и их частоте:

1. "Справедливость для народа – будущее России!" (Акцент на справедливости, народе и будущем.)

2. "Правда и справедливость – основа новой власти!" (Подчёркивает важность правды и справедливости как основ власти.)

3. "Вместе за справедливость, вместе за социализм!" (Объединяющий лозунг с акцентом на коллективность и социализм.)

4. "Россия для народа, власть – для справедливости!" (Связывает Россию, народ и справедливость.)

5. "Справедливость, социализм, советские идеалы – наш путь!" (Обращение к историческим ценностям СССР и социализма.)

6. "Национализация ради народа, справедливость ради будущего!" (Использует менее частые, но значимые слова для акцента на экономических изменениях.)

7. "Красный флаг – символ правды и справедливости!" (Апелляция к историческим символам и ценностям.)

8. "Справедливость для всех – будущее для России!" (Простой и запоминающийся лозунг с акцентом на будущее.)

9. "Партия народа, партия справедливости – КПРФ!" (Подчёркивает связь партии с народом и справедливостью.)

10. "СССР в наших сердцах, социализм в наших делах!" (Обращение к ностальгии и историческим достижениям.)

11. "СВО – справедливость, власть, объединение!" (Использование аббревиатуры для создания запоминающегося лозунга.)

12. "Русский дух, советская справедливость – наше наследие!" (Акцент на национальной идентичности и исторических ценностях.)

Эти слоганы сочетают ключевые слова с идеологией КПРФ, делая акцент на справедливости, народе, социализме и историческом наследии.

### **Появились и несколько непохожие на наши традиционные варианты:**

1. Справедливость в экономике – национализация ключевых отраслей!

2. Справедливость – основа сильной России!

3. Социализм – это справедливость, это правда, это наше будущее!

4. Партия за народ, народ за справедливость!

5. Социализм – это власть народа, это справедливость для каждого!

6. Справедливость победит, когда народ возьмёт власть в свои руки!

7. Русский народ достоин справедливости и правды!

8. Красный флаг – символ справедливости и социализма!

9. Советский путь – путь справедливости и национализации богатств!

10. Вместе – к справедливости, вместе – к сильной России!

**ВОПРОС №4.** Мнения экспертов по вопросу о возможных союзниках и антагонистах были в чем-то солидарны, а в чем-то разделились – иногда вплоть до диаметрально противоположных. Особенно это касалось «русских общин» и разного рода «защитников» (зоо-, право- или природы). Так, например, за сотрудничество в предвыборный период с «русскими общинами» высказались 5 экспертов, и ровно столько же были категорически против. Похожая картина была и по «защитникам», но здесь правда эксперты чаще оценивали возможное сотрудничество с ними со знаком «минус», чем со знаком «плюс»

В целом же большинство экспертов сошлись во мнении о пользе сотрудничества КПРФ с профсоюзами, ветеранскими и волонтерскими организациями, экологическими и природоохранными структурами. Более категорично и отрицательно «красный пул» оценил вероятность сотрудничества с диаспорами, национальными объединениями и правозащитниками либерального толка.

Ряд экспертов особо подчеркнули «недоработки» партии в налаживании контактов с организациями инвалидов и «малыми» объединениями (то есть не обязательно федерального, а регионального и межрегионального уровня).

Справочно приведем здесь и результаты ВДО (Воронежского «депутатского» опроса) – здесь мнения респондентов в целом оказались со звучны оценкам экспертов «красного пула». Из анализа материалов видно, что отвечавшие также имеют неоднозначное мнение относительно сотрудничества с различными общественно-политическими силами. В частности, «русская община», «зоозащитники» и «диаспоральные объединения» вызывают у них противоречивые оценки. Подробнее это выглядит так.

#### **Русская община:**

**В минусе:** Некоторые эксперты считают, что сотрудничество с русской общиной может принести негативные последствия. Например, один из экспертов отмечает, что "русская община и диаспоры – жирный минус", а другой указывает, что "русская община, зоозащитники" находятся в списке тех, с кем сотрудничество нежелательно.

**В плюсе:** Однако другие эксперты, наоборот, считают, что русская община может быть полезной для КПРФ. Например, один из экспертов предлагает работать с "русской общиной, ветеранами, волонтерами, зоозащитниками". Также есть мнение, что русская община может быть важным союзником, особенно в контексте патриотической повестки.

**Вывод:** Русская община вызывает у экспертов двойственное отношение. С одной стороны, она может быть полезной для привлечения патриотически настроенного избирателя, с другой стороны, есть опасения, что сотрудничество с ней может привести к негативным последствиям, особенно если община ассоциируется с националистическими или радикальными взглядами.

#### **Зоозащитники:**

**В минусе:** Зоозащитники также находятся в списке тех, с кем сотрудничество может быть нежелательным. Один из экспертов прямо указывает, что после инициатив по борьбе с бездомными собаками "про них можно забыть". Также зоозащитники упоминаются в списке сил, которые могут принести негативные последствия.

**В плюсе:** Однако, есть и те, кто считает, что зоозащитники могут быть полезными, особенно если их деятельность не противоречит интересам партии. Например, один из экспертов предлагает сотрудничество с "экологическими и зоозащитными структурами".

**Вывод:** Зоозащитники вызывают у экспертов скептическое отношение, особенно после некоторых спорных инициатив. Тем не менее, их поддержка может быть полезной, если их деятельность не противоречит интересам партии.

#### **Диаспоральные объединения (диаспоры):**

**В минусе:** Диаспоры стран СНГ также вызывают у экспертов скептическое отношение. Один из экспертов отмечает, что "диаспоры – жирный минус", а другой указывает, что сотрудничество с ними может принести негативные последствия.

**В плюсе:** Однако есть и те, кто считает, что диаспоры могут быть полезными, особенно в контексте работы с мигрантами и их интеграции в российское общество. Например, один из экспертов предлагает сотрудничество с "диаспоральными объединениями стран СНГ".

**Вывод:** Диаспоры вызывают у экспертов неоднозначное отношение. С одной стороны, они могут быть полезными для работы с мигрантами, с другой стороны, есть опасения, что сотрудничество с ними может привести к негативным последствиям, особенно если диаспоры ассоциируются с этническими конфликтами или радикальными взглядами.

**Остальные объединения и организации** (за исключением либералов и правозащитников) респонденты ВДО в целом отнесли к вероятным союзникам со знаком «плюс»:

- **Ветераны:** Ветераны, напротив, почти единогласно считаются важными союзниками. Многие эксперты указывают на необходимость сотрудничества с ветеранскими организациями, особенно в контексте патриотической повестки и поддержки участников СВО. И здесь в отличие от «красных экспертов» никто не указал на плотную работу этих организаций со властью и на власть.

- **Профсоюзы:** Независимые профсоюзы также часто упоминаются как важные союзники, особенно в контексте защиты прав трудящихся. Разделения на «зависимые» и «независимые» профсоюзы в данном случае респонденты в отличие от «красного пула» не стали делать.

- **Экологические структуры:** Экологические и природоохранные структуры также считаются полезными, особенно если их деятельность не противоречит интересам партии.

## **Как некий итоговый вывод можно обобщить следующее:**

Респонденты имеют неоднозначное мнение относительно сотрудничества с русской общиной, зоозащитниками и диаспоральными объединениями. Эти группы могут быть как полезными, так и потенциально опасными для КПРФ, в зависимости от контекста и конкретных обстоятельств. В то же время, ветераны, профсоюзы и экологические структуры почти единогласно считаются важными союзниками, с которыми сотрудничество принесет положительные результаты. И это мнение из ВДО в целом резонирует и с мнением «красных экспертов».

**ВОПРОС №5.** «Народный референдум КПРФ» взял хороший старт, но это не значит, что процесс не требует оперативных корректировок и установок. Высказанные экспертами «красного пула» предложения относятся скорее к рекомендациям – и эти рекомендации партия вправе опробовать на региональных выборах ЕДГ-2025, чтобы понимать, что добавить в свои программные требования в рамках большой федеральной кампании.

Итак, несмотря на категорическое неприятие частью экспертов самого термина «национализация» (как отпугивающего многих избирателей), большинство специалистов все-таки считают уместным требовать не только национализации ЖКХ, но и «распространить» эту экспроприацию еще и на недра, ресурсы и производства. Проблемы в образовании и здравоохранении (и их решение) – второй по популярности субъект для общенационального референдума. На третьем месте – вопросы, связанные с миграцией и мигрантами.

Отдельные эксперты (и это не единичные предложения) указывали также на **более «политические» вопросы в вероятной повестке партии:**

- Возвращение смертной казни (снятие моратория)?
- Должны ли быть присоединены в результате СВО к РФ еще регионы (например, Одесса, Харьков и Николаев)?
- Отменить муниципальный фильтр на выборах и вернуть прямые выборы мэров городов с населением свыше 100 тысяч жителей.

Справочно также рассмотрим и результаты ВДО (Воронежского «депутатского» опроса) – здесь мнения респондентов по ряду пунктов оказались созвучны оценкам экспертов «красного пула», а «национализация» также возглавила топ списка (список тем ранжирован по частоте упоминания в анкетах):

1. Национализация (упоминается несколько раз):  
 - "Национализация военных объектов и ресурсов"  
 - "Национализация всех отраслей экономики"  
 - "Возвращение природных ресурсов, недр, земель сельхозназначения, базовых отраслей экономики в собственность государства"

2. Социальная справедливость и поддержка населения:

- "Увеличение прожиточного минимума"
- "Изменения налогового законодательства для социальной справедливости"
- "Дополнительную социальную поддержку на всех уровнях многодетным семьям, неполным семьям и семьям, где растут дети-инвалиды"
- "Рождение и похороны должны быть социально обеспечены государством"

3. Здравоохранение и образование:

- "Качественная и общедоступная медицинская помощь"
- "Возвращение советской системы образования, медицины"
- "В России стремительно падает уровень образования"

4. Экология и ЖКХ:

- "Реформа ЖКХ и услуг"
- "Проблемы с отходами"
- "Отказ от 201-ФЗ (лесной кодекс)"

5. Экономика и труд:

- "Создание новых рабочих мест"
- "Каждому гражданину РФ трудоустройство"
- "Природные богатства на службу всего народа России!"

6. Политические реформы:

- "Прямые выборы глав администраций, районов и городов"
  - "Отменить муниципальный фильтр на выборах и вернуть прямые выборы мэров"
  - "Дистанционное электронное голосование"
7. Патриотизм и историческая память:
- "Установка памятника тов. И.В. Сталину в г. Воронеж"
  - "Отменить навсегда драпировку Мавзолея и разговоры о перезахоронении"

8. Миграция и демография:

- "Миграционная политика"
- "Демография"

Таким образом, хотя **национализация действительно важна, она не является единственной значимой дополнительной темой**. Социальная справедливость, здравоохранение и образование также занимают важное место в предложениях респондентов. И это мнение из ВДО в целом резонирует с позицией и оценками «красных экспертов».



## **Структура базового и потенциального избирателей КПРФ, проблемы роста поддержки партии среди различных групп избирателей**

Дискуссия в Отделе ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний по материалам социологических исследований и опроса пуль «красных экспертов».

### **КЛЮЧЕВЫЕ (ВКЛЮЧАЯ СПОРНЫЕ) ВЫСКАЗЫВАНИЯ УЧАСТНИКОВ ДИСКУССИИ**

#### **1. Об общем кризисе доверия в обществе и живучести мифов в отношении КПРФ:**

- В нынешнем невротизированном российском обществе доминируют настроения **всеобщего недоверия и отчуждения**: в столице личностное доверие испытывают только 2% граждан, в малых городах – до 30%. Зона личностного отчуждения и недоверия колossalна в современном российском обществе.

- **Среди части протестного избирателя существует мнение, что КПРФ, якобы, не сможет реализовать свою программу.** Один из барьеров – убеждение, что «всё равно к власти не пустят».

- **Миф «столько лет в Думе, ничего не добились»** по-прежнему распространяется политтехнологами власти и работает против партии.

- **Партия – часть общества. И эти мифы устойчиво транслируются и внутри партии.** Каждое поражение на выборах даёт для них питательную почву.

- Одним из ключевых аспектов выживания КПРФ в нынешних условиях усиления административного давления и дальнейшего развития партии является работа на укрепление, а где необходимо,

**восстановление доверия** между коммунистами, **на укрепление контакта между партийными организациями разного уровня**.

#### **2. О политической позиции КПРФ и её восприятии избирателем:**

- **КПРФ критикуется** некоторыми экспертами за, якобы, недостаточную «оппозиционность».

- **Существует большой разрыв** между теми, кто поддерживает «Народный референдум» КПРФ (70-80%) – «готов голосовать за КПРФ» (50%) и теми, кто реально готов голосовать за КПРФ сегодня (9-10%).

- **Нужно найти баланс «идеологизированности», «оппозиционности» и «реальных дел» партии.**

- Да, сегодня протестный избиратель не **составляет большинства от корпуса избирателей (около 30%)**. Но даже без хотя бы частичной его мобилизации КПРФ сейчас вряд ли сможет повторить поддержку более, чем на прошлых выборах (19-20%) избирателей.

- **Протестный избиратель достаточно сложно и многогранно воспринимает политическую картину.** Он может часто менять свой электоральный выбор (в 2021 – за КПРФ, в 2024 – за Даванкова из «НЛ»). Он не только склонен поддерживать партию за принципиальную оппозиционную позицию. Он может и «разочаровываться» из-за достаточно «проходных» с точки зрения партии голосований в Госдуме, если они в его обывательской картине мира занимают значимое место.

#### **3. О результатах и методике социологических исследований:**

- **Количественные показатели оппозиционности КПРФ** с точки зрения поддержки этого мнения соответственным образом настроенного избирателя по разным опросам примерно одинаковы – около 8–10%. Ранее этот показатель восприятия оппозиционности КПРФ был 20-30%.

- **Возможно, после начала СВО методика оценки оппозиционности может требовать пересмотра.** В восприятии части граждан оппозиционер – это противник СВО. Отсюда и нынешние высокие показатели восприятия оппозиционности партии «Яблоко». Видимо, в следующих опросах следует спрашивать не вообще об оппозиционности, а об альтернативности «Единой России», совокупной «партии власти».

- Очевидно, что нужно провести фокус-группы, по итогам которых анализировать, кто реально оппонирует власти. Обязательно учитывать активность оппонирования и яркость аргументации.

**4. О важности локальных историй успеха:**

- Примеры из Иркутска, Новосибирска, Москвы, Хакасии показывают: там, где были у КПРФ успешные результаты, долго сохранялся и рост партийного рейтинга.
- Истории успеха КПРФ хорошо работают на доверие – в отличие от абстрактных обещаний.

**5. О недостаточной агитационной работе по ходу «Народного референдума КПРФ»:**

- **Кампания «Народного референдума КПРФ» требует модернизации агитационной составляющей** – с упором на интересы электорально перспективных для КПРФ групп электората.

**• Сейчас уникальная ситуация, когда активность КПРФ не встречает бешеного сопротивления властей.** Вести кампанию «Народного референдума» безопасно для партийных активистов.

- Агитбригады работают, но им нужна дополнительная поддержка.

**6. О целевой аудитории текущей кампании:**

- Осведомлённость о «Народном референдуме» – 14%. Среди них в основном мужчины, 60+, из малых городов, с низким доходом.
- В 2021 году КПРФ была самой продвинутой партией по уровню присутствия в интернете и по уровню поддержки образованным слоем населения. При пропаганде программы КПРФ «20 шагов» наиболее информированными и восприимчивыми были работающие граждане и лица с высшим образованием. Сейчас это утрачено. Нужна адаптация АПМ по «Народному референдуму» для этих слоев и женского электората.

**7. Провалы в ключевых целевых группах:**

- Наибольший отрыв КПРФ от электората – среди людей 30–59 лет, женщин, молодёжи и материально обеспеченных.
- Партия из-за паузы в производстве специализированного агитконтента может потерять образованный, сетевой и трудовой сегмент.

**8. Недостаток методических материалов к «Народному референдуму»:**

- Нет массового распространения разговорников, материалов для агитаторов.
- Отдельные региональные отделения делают правильные ходы, но это не «масштабируется», недостаёт оперативного обмена мнениями и опытом.

**9. Нужна конкретика и «язык выгоды» (с точки зрения потребителя):**

- Абстрактные тезисы не работают.
- Требуются ясные посылы для конкретных социально-демографических групп, обладающих наибольшим потенциалом поддержки КПРФ: ипотека, ЖКХ, цена на хлеб, минимальная зарплата – то, что «бьёт по кошельку», включая и «соцналку» (качество медицины, образования).

**10. Необходима технологическая модернизация:**

- Нейросети, ИИ, таргетинг – возможность распространять свою агитацию не только «по площадям», а целевым образом, выйти за пределы случайного контакта.
- Нужно сегментировать аудиторию, адаптировать содержание агитации под конкретные группы и индивидуализировать коммуникацию.

**11. Трудности информационной борьбы:**

- Нет карты лояльных КПРФ блогеров, нет взаимодействия с тиктокерами, нет YouTube/Rutube-стратегии.
- Нужно взаимодействие даже с аполитичными популярными блогерами пусть даже по специализированным, не политизированным темам партийной повестки
- Пока многое в деятельности партии в соцмедиа держится на инициативе отдельных исполнителей, а не ресурсно обеспеченных проектах и системе.

**12. Лозунговая бедность и однообразие риторики:**

- Одни выступления Председателя без мультиликации проблем другими спикерами не дают должного эффекта.
- Хорошие лозунги на всех уровнях в партии есть, но нет широкого обсуждения и их применения.

**13. Стратегия на 2026 год требует чёткого и жёсткого конфликта и противопоставления:**

- Мобилизация возможна только через линию разделения «Мы – они».
- Главный оппонент КПРФ – «Единая Россия».
- «Единая Россия» и «Новые люди» – точно находятся «по ту сторону баррикад», это «политические поделки АП» – их можно и нужно открыто бить.
- Оппонировать ЛДПР только ситуативно, показывая, что они в прицепе с «ЕР».
- Реготделения ждут от ЦК общую линию разделения «Мы – они». А затем региональные отделения могут доработать детали, исходя из своей ситуации и активности тех или иных филиалов совокупной партии власти.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДИСКУССИИ

### I. Политическая позиция и идеологическое самоопределение

#### **1. Жёсткое разграничение: “мы” и “они”**

- Чётко обозначить в кампании 2026 года: «мы» – это КПРФ и народ; «они» – это «Единая Россия» и «Новые люди», чиновники и олигархи.
- Противопоставление должно быть не абстрактным, а основанным на реальных конфликтах интересов: классовых, социальных, экономических.
- Использовать старую, но актуальную формулу: «С кем ты?» и «Лучше красный, чем голубой».

#### **2. Осторожность в использовании «сплоченческой риторики»**

- Необходимо открытое разоблачение политики власти в интересах «банкиров и ростовщиков», олигархии – с примерами и цифрами.

#### **3. Надо старательно и целеустремлённо выстраивать образ КПРФ – как партии реальных дел, больших и малых**

- Напоминать о прошлых достижениях КПРФ в сфере защиты трудового народа, спасения отечественных предприятий, обеспечения безопасности страны.
- У избирателя короткая политическая память. Всего, что было еще три-четыре года назад, не говоря про 90-е и начало 2000-х, современный избиратель непомнит. Сказывается и омоложение корпуса избирателей, и нарастание тенденции «жить одним днём», и шоковые перемены последних лет (ковид, СВО), обрубившие механизмы «коллективной памяти» о «далёком прошлом».
- Не уставать упоминать успешный опыт «малых дел» коммунистов. Это хорошо воспринимается обывателем. И мы живём в обществе, где «рекламы (упоминаний) много не бывает!».

### II. Аудитория и целевые группы

#### **4. Активизировать работу с ключевыми сегментами электората, которые потенциально более всего готовы голосовать за КПРФ:**

- **Работающие граждане наиболее работоспособных возрастов** (18-44), образованные, малообеспеченные, жители малых городов – основной ресурс для удвоения голосов за КПРФ.
- Женщины, а также молодёжь (по новой классификации ВОЗ) 18–44 – наибольший резерв голосов. Сейчас они почти полностью выпали из повестки КПРФ. **Даже на «Народном референдуме» мы им ничего не предлагаем, нет точек соприкосновения с ними в текущей риторике, законотворчестве и политике КПРФ.**

• **Молодёжь и женщины слабо «цепляются» нашей «военной» риторикой** на тему патриотизма и необходимости победы. Это типично мужские темы. Они скорее пугают заметную часть женщин и молодежь (боязнь призыва). Кроме стандартных патриотических лозунгов нужно запустить линию «Мир – на наших условиях» с акцентом на мир, образом будущего от КПРФ после СВО (первая попытка была на выборах Харитонова – «После СВО будет социализм!»).

• **Вернуть в лоно поддержки партии избирателей крупных городов и мегаполисов.** Путь – за счет интеллектуализации АПМ и риторики, выверенной оппозиционности вполне возможно вернуть партии позиции в электорате рассерженных горожан уровня 2021 года.

#### **5. Уйти из «гетто 60+»**

• Продолжать работать с пенсионерами и предпенсионерами, но не зацикливаться на них как на единственной опоре.

• **Ослабить «однобокий» акцент на интересы только 60+.** Нужны спикеры в возрасте 35-45 лет, значимые в своей профессиональной среде, которые бы не отталкивали молодёжь и помогали привлечь активных граждан работоспособного возраста.

### III. Актуализация повестки и лозунгов

#### **6. Про возможную лозунговую стратегию**

• **Вести кампанию под ясными, сильными и конфликтно-насыщенными лозунгами.** Исходя из обсужденных «красным пулом экспертов», можно начать обсуждение следующих лозунгов:

- 1) За социализм и порядок!
- 2) КПРФ – власть и собственность народу
- 3) Социализм. Порядок. Правда. Будущее
- 4) Будет социализм – будет и Победа!

#### **7. Каких лозунгов не хватает? Обязательно нужно протестировать лозунги, призывающие**

- Повысить доходы трудящихся.
- Повысить доступность качественной медицины и образования.
- Дать конкретный, осозаемый результат каждой целевой группе электората.

#### **8. Предложения для дальнейшего «мозгового штурма». Нужно искать лозунги, реализация которых улучшит положение наших избирателей уже в 2025-2026 году (не только в далёком будущем).**

#### **9. Связать программные тезисы с конкретными нуждами и «болями»**

• Ипотека, цены, медицина, работа, образование – каждое крупное положение программы должно быть раскрыто в виде конкретных образных предложений.

• Например, нужно переформатировать пропагандистские тезисы: кроме краткой формы: «Ключевая

ставка душит экономику» —> перевести на простой- понятный язык и нужды людей «Из-за политики ЦБ вы не можете взять ипотеку, а ваша зарплата не растёт».

### **IV. Кампания «Народный референдум» и проблемные точки в агитации**

#### **10. Переосмыслить формат «Народного референдума»**

- Кампания начата без современного брендинга. Очевидно, что еще не поздно создать брендинг: логотип, айдентика, визуальные символы.
- Очевидно, что кампания типа «Народного референдума» – не единична. На старте таких кампаний разрабатывается единый комплект агитационных материалов: буклеты, «разговорники», слайды, листовки, ролики.

#### **11. Организовать систему распространения материалов «Народного референдума» по всем доступным партии каналам коммуникации**

- Материалы из п. 8 нужно разослать во все отделения партии.
- Рассылка должна идти как по официальным партийным каналам коммуникации, так и по неофициальным чатам КПРФ и сторонников.
- Также направить материалы всем значимым блогерам и лидерам общественного мнения, близким КПРФ.
- Вести электронный архив материалов с возможностью адаптации материалов под региональные особенности.

### **V. Технологии, коммуникация, ИИ**

#### **12. Развивать цифровую агитацию**

- Воссоздать карту соцсетевых инфлюенсеров, блогеров, каналов – в TikTok, Telegram, VK, YouTube, OK.
- Выйти за рамки левых блогеров: сотрудничать с аполитичными и тематическими контент-мейкерами, имеющими массовую аудиторию.

#### **13. Отладить работу уличных и онлайн-агитбригад**

- Синхронизировать усилия уличных и онлайн-агитбригад.
- Разработать для них материалы, скрипты, рабочие шаблоны.

#### **14. Начать внедрение нейро-сетевых и цифровых инструментов**

- Построить систему таргетированных сообщений на основе анализа социально-демографических групп, интересов, локальных тем.
- Разработать «срезы» программных тезисов КПРФ для всех целевых групп.
- Можно использовать ИИ, как для генерации текстов (на базе загруженных в ИИ программных до-

кументов партии и с обязательной проверкой результата человеком), так и для автоматизации рассылки информации представителям целевых групп.

### **VI. Организационные меры**

#### **15. Модернизировать формат внутрипартийной мобилизации на «Народный референдум»**

- Превратить агитацию в системную работу местных отделений, которая будет держаться не только на инициативе отдельных коммунистов.
- Учесть региональную специфику – особенно в Москве и Подмосковье, где ориентации разных групп электората меняются быстрее, чем по стране.

#### **16. Внедрить систему мониторинга**

- Отслеживать, какие материалы работают, какие нет – и постоянно оперативно адаптировать их.
- Важно раз в месяц проводить «проверку пульса» – какие категории избирателей «отваливаются», не воспринимают наши материалы, какие – откликаются.

### **VII. Потенциал роста электората КПРФ в следствие реализации предложенных мер (оценка с помощью ИИ)**

Оценки основаны на данных опросов кампании Russian Field по заказу КПРФ (октябрь 2024 – март 2025 гг.).

#### **1. Исходные данные**

- Фактическая электоральная поддержка КПРФ (март 2025): 9%
- Потенциальная готовность проголосовать за КПРФ: 55%
- Поддержка ключевых инициатив КПРФ, вынесенных на «Народный референдум»:
  - Возврат пенсионного возраста – 87%
  - Закон о «детях войны» – 79%
  - Ограничение торговых наценок – 78%
  - Национализация ЖКХ – 59%

**Базовый электорат КПРФ – наиболее осведомлённый о проведении «Народного референдума».** Однако даже среди него более 70% не знают о референдуме. Это говорит о недостаточной агитационной работе, особенно среди стратегически важных возрастных и образовательных групп.

- Сторонники КПРФ последовательно поддерживают весь референдумный пакет.
- Наибольшее расхождение – по национализации ЖКХ: 59% в целом, 89% у сторонников КПРФ, лишь 23% у сторонников «Яблока».
- Наименьшее расхождение – по пенсионной реформе: 85% даже у сторонников «ЕР».

#### **Наибольшие лакуны в охвате социальных групп работой по референдуму:**

- Лица с высшим образованием (диссонанс с программой «Двадцать шагов...» – тут наоборот: образованные чаще в курсе программного продукта КПРФ);
- Обеспеченные слои населения;

- Жители крупных городов;
- Лица среднего возраста (30–59 лет).

**В итоге:** Пока социальная и профессиональная «средина общества», не охвачена агитационной кампанией КПРФ.

**Проблема:** именно среди них – потенциальные союзники, критикующие власть, но не получающие информацию о референдуме.

## 2. Наиболее податливые социальные группы (табл. 1)

### 3. Прогноз электорального роста

**Если КПРФ мобилизует хотя бы третью из 55% потенциальных избирателей, рейтинг партии может вырасти до 18–20%.**

При более масштабной агитации и политической нестабильности возможно увеличение до 25%+.

- Консервативная оценка потенциала прироста: +9–12 процентных пунктов.
- Оптимистическая оценка потенциала прироста: +15–17 процентных пунктов.

### 4. Рекомендации по агитационной работе

По социальным группам:

- **Женщины** – упор на социальную повестку, защиту детей, гуманитарный стиль, мир.

- **Молодёжь** – донесение посланий от КПРФ через цифровые платформы (TikTok, Telegram, Instagram Reels), образовательные инфоповоды.

- **Горожане** – повестка: транспорт, аренда жилья/ипотека, ЖКХ, тарифы, благоприятная среда, общественные пространства.

- **Интеллигенция** – нужна идеологическая глубина в агитматериалах, антиолигархическая риторика с культурным подтекстом.

#### По содержанию агитации:

- Связка всех тезисов референдума с образом партии.
- Визуализация и упрощение повестки.
- Примеры из жизни: эффект «распаковки» смыслов.

### 5. Заключение

**КПРФ обладает серьёзнейшим нереализованным потенциалом. Эффективное взаимодействие с женским избирателем, работающим в возрасте 18–44 года, жителями мегаполисов и крупных городов (а это, как правило, образованное население), а также активное продвижение референдумной повестки, прежде всего в этих, пока не охваченных слоях (при соответствующей модификации АПМ и айдентики), способны увеличить поддержку партии до 25% и выше.**

Таблица 1

#### Наиболее податливые социальные группы

Группа	Потенциальная готовность голосовать	Поддержка вопросов «НР» КПРФ	Осведомлённость о референдуме	Вывод
Малообеспеченные	Очень высокая	Высокая	Средняя	Лояльны, нуждаются в мобилизации
Женщины	Высокая	Высокая	Низкая	Критически недо охваченная вниманием КПРФ группа
Молодёжь (18–44)	Высокая	Высокая	Низкая	Требует подхода через новые медиа
Лица с высшим образованием	Средняя	Высокая	Низкая	Есть интерес, но партия «не доходит»
Горожане (крупные и средние города)	Средняя	Смешанная поддержка	Низкая	Потенциал при урбанистической повестке

Подготовили:

**С.П. Обухов**, член Президиума, секретарь ЦК КПРФ, доктор политических наук,

**Д.А. Парфенов**, депутат Госдумы ФС РФ, секретарь МГК КПРФ, член ЦК КПРФ,

**Е.В. Козин**, член ЦК КПРФ, зам. зав. Отделом ЦК КПРФ,

**Н.Ю. Волков**, член ЦК КПРФ, кандидат физико-математических наук,

**А.М. Михальчук**, зав. сектором Отдела ЦК КПРФ по проведению избирательных кампаний,

**В.В. Обуховский**, второй секретарь МГК КПРФ,

**И.М. Куприянова**, член МГК КПРФ, помощник депутата ГД С.П. Обухова,

**А.М. Богачев**, психолог-консультант Отдела ЦК КПРФ, член КРК Санкт-Петербургского отделения КПРФ,

**А.Д. Лысков**, инструктор МГК КПРФ

Отв. за выпуск:

**С.П. Обухов**, доктор политических наук

## Содержание

Восприятие Народного референдума и потенциал укрепления влияния КПРФ в различных социально-демографических группах.....	3
Приложение 1 .....	4
Приложение 2 .....	11
Лозунги, под которыми КПРФ участвовала в думских выборах 1993-2021 годов, и достигнутые результаты. Некоторые экстраполяции для выборов ГД-2026.....	14
Подготовка к выборам в Госдуму-2026: мнения, предложения и оценки экспертов «красного пугала»....	20
Приложение 1. Анкета первой «экспертизы».....	23
Приложение 2. Разбор ответов экспертов и депутатов – по вопросам и ответам.....	24
Структура базового и потенциального избирателей КПРФ, проблемы роста поддержки партии среди различных групп избирателей.....	29