

Научная статья
УДК 32.019.51
DOI: 10.20323/2658_428X_2023_3_20_47
EDN: RTRLQU

Петиции как механизм лоббирования интересов некоммерческих организаций в Российской Федерации

Наталья Вячеславовна Крайнова^{1✉}, Денис Александрович Прусов²

¹Кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, г. Ярославль.

²Магистр кафедры социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль

¹nvkrainova@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0009-0009-5260-5689>

²prusov2013@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-1557-3236>

Аннотация. В современном мире некоммерческие организации (далее НКО) занимают достаточно важное место в публичном политическом пространстве. Их значимость для всего общества и органов власти заключается в том, что они, во-первых, позволяют объединяться гражданам в определенные сообщества, позволяющие структурировать их интересы, потребности и цели, во-вторых, НКО могут брать на себя задачу решения социально-значимых проблем. Перечисленные аспекты функционирования некоммерческих организаций делают их важным партнёром для государственных органов власти и гражданского общества.

В виду того, что НКО выступает в качестве агрегатора интересов определенных социальных групп и стремится к их максимальному удовлетворению, мы можем рассматривать данный институт как один из субъектов лоббизма.

В российском научном и законодательном поле тема лоббирования интересов носит дискуссионный характер. Это связано с тем, что в России на сегодняшний день нет оформленной законодательной базы, регулирующей данный вид деятельности. Отсутствие нормативной основы лоббизма порождает не только разные подходы к толкованию этого термина, но и размывает границы применения его механизмов.

В данной статье представлены результаты исследования петиций как возможного механизма лоббирования интересов НКО в современной России. В результате проведенного анализа было установлено, что отечественные некоммерческие организации используют петиции для достижения каких-либо целей. Больше всего петиций за авторством российских НКО касались экологической обстановки, защиты прав животных, защиты интересов детей, проблемы образования и изменения политического дискурса.

Ключевые слова: петиции; некоммерческие организации; лоббизм; сообщества; механизм лоббирования; социальная сеть; формы протеста

© Крайнова Н. В., Прусов Д. А., 2023

Для цитирования: Крайнова Н. В., Прусов Д. А. Петиции как механизм лоббирования интересов некоммерческих организаций в Российской Федерации // Социально-политические исследования. 2023. № 3 (20). С. 47-61. http://dx.doi.org/10.20323/2658_428X_2023_3_20_47. <https://elibrary.ru/RTRLQU>.

Original article

Petitions as a lobbying mechanism for nonprofit organizations in the Russian Federation

Natalya V. Krainova^{1✉}, Denis A. Prusov²

¹Candidate of political sciences, associate professor of department of socio-political theories, Yaroslavl state university named after P.G. Demidov, Yaroslavl.

²Master's degree student of department of socio-political theories, Yaroslavl state university named after P. G. Demidov, Yaroslavl

¹nvkrainova@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0009-0009-5260-5689>

²prusov2013@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-1557-3236>

Abstract. In the modern world, non-profit organizations (hereinafter referred to as NPOs) occupy a rather important place in the public political space. Their significance for the whole society and authorities lies in the fact that, firstly, they allow citizens to unite into certain communities that allow structuring their interests, needs and goals, and secondly, NPOs can undertake the task of solving socially significant problems. These aspects of non-profit organizations' functioning make them an important partner for state authorities and civil society.

In view of the fact that NPOs act as an aggregator of interests of certain social groups and strive to maximize their satisfaction, we can consider this institution as one of the subjects of lobbying.

In the Russian scientific and legislative field the topic of lobbying of interests is debatable. This is due to the fact that in Russia today there is no formalized legal framework regulating this type of activity. The lack of a regulatory framework for lobbying generates not only different approaches to the interpretation of this term, but also blurs the boundaries for applying its mechanisms.

This article presents the results of the study of petitions as a possible mechanism of lobbying the interests of NGOs in modern Russia. As a result of the analysis, it was found out that domestic non-profit organizations use petitions to achieve any goals. The largest number of petitions authored by Russian non-profit organizations is as follows: environmental situation, protection of animal rights, protection of children's interests, problems of education and changes in political discourse.

Key words: petitions; non-profit organizations; lobbying; communities; lobbying mechanism; social network; forms of protest

For citation: Krainova N. V., Prusov D. A. Petitions as a lobbying mechanism for nonprofit organizations in the Russian Federation. *Social and political researches*. 2023;3(20): 47-61. (In Russ). http://dx.doi.org/10.20323/2658_428X_2023_3_20_47. <https://elibrary.ru/RTRLQU>.

Введение

Характерной чертой любого современного общества является его неоднородность. Данная гетерогенность возникает из-за того, что социальная среда состоит из множества отдельных институциональных (некоммерческие организации, орган государственной власти и т. п.) и неинституциональных (отдельно взятый индивид, этнические группы) субъектов, обладающих уникальными интересами. Как показывает практика, стремление субъектов к удовлетворению и реализации своих потребностей не всегда совпадают, что, в свою очередь, порождает определенную политическую конкуренцию.

На сегодняшний день политическая конкуренция может проявляться в различных вариациях. Так, ряд авторов считают, что на современном этапе общественного развития существуют такие формы проявления политической конкуренции как выборные процедуры, распространение различных идеологий, создание организаций для отстаивания своих интересов и т. д. [Евплова, 2022]. На рассмотрении организаций как субъектов политической конкуренции стоит остановиться подробнее.

Для начала стоит сказать о том, что в политической сфере любая организация есть определенная форма объединения субъектов с целью достижения какой-либо цели. В таком случае под организацией можно понимать достаточно большое количество явлений: госу-

дарство, коммерческие структуры, межгосударственные союзы, некоммерческие организации и многое другое. Перечисленные формы организаций всегда стремятся к максимальной реализации своих интересов, что является благоприятной почвой для развития такого феномена как лоббизм.

В отечественном законодательстве нет официально закрепленного определения термина лоббизм, а в научном сообществе он имеет достаточно большое количество определений. Например, кандидат экономических наук Е. А. Шевченко считает, что «лоббизм – это совокупность целенаправленных усилий по оказанию влияния на процесс принятия государственных решений в целях отстаивания групповых или индивидуальных интересов» [Шевченко, 2012, с. 21]. Другие же исследователи считают, что лоббизм – это один из важнейших институтов политической системы, деятельность которого направлена на представление интересов отдельных групп [Демидов, 2018]. Кроме этого, можно считать, что лоббизм – это деятельность по отстаиванию интересов через влияние на должностных лиц и органы публичной власти [Павроз, 2018]. В дополнение к представленным мы можем использовать определения, закреплённые законодательно в других странах. Например, в США лоббизм – это все действия, предпринимаемые с целью влияния на принятие, внесение, изменение или отмену законодательства, регуляторных предписа-

ний, политики или программ федерального правительства, включая коммуникацию или предоставление информации [Lobbying Disclosure Act, 1995].

Проанализировав приведённые выше определения можно сделать вывод о том, что лоббизм – это вид деятельности, заключающийся в воздействии со стороны определенных субъектов публичной политики на организации, объединения, органы государственной власти, или органы местного самоуправления с целью добиться принятия ими определённых решений.

Ключевым элементом лоббизма являются его субъекты, те, кто непосредственно пытается оказать влияние на соответствующие структуры. Как правило, к ним относятся заинтересованные лица, коммерческие и некоммерческие организации [Артунян, 2020]. Отметим, что определённые исследователи к субъектам лоббизма также относят и рядовых граждан, так как они, в свою очередь, также могут оказывать давление на органы власти или на бизнес [Хрумалова, 2012].

Online-петиции как возможный механизм лоббирования

Как уже отмечалось выше, лоббизм законодательно не регулируется в стране. Это позволяет отнести к механизмам лоббизма достаточно широкий спектр. Например, к ним относятся встречи и собрания, обращения в государственные органы, организация круглых столов и дискуссионных площадок, разнообразные формы протеста,

обращение к экспертному сообществу, проведение экспертиз, создание петиций и другое [Каневский, 2013]. Отдельно стоит обратить на такой механизм лоббирования как online-петиции.

В отечественном научном сообществе существует достаточно много определений данного механизма. Например, Т. Ю. Богомолова считает, что online-петиция – это определенная форма коммуникации между обществом и органами власти [Богомолова, 2021]. Также online-петицию можно рассматривать как новую возможность реализации права гражданина на участие в управлении государством и средство защиты граждан от неправомерных действий органов государственной власти или должностных лиц [Куракина, 2020].

При этом стоит обратить внимание на тот факт, что в отечественном правовом поле принято использовать другой термин, а именно «гражданская инициатива». Согласно указу Президента РФ от 04.03.2013 г. №183 «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием Интернет-ресурса «Российская общественная инициатива», гражданской инициативой считаются предложения граждан Российской Федерации по вопросам социально-экономического развития страны, совершенствования государственного и муниципального управления, направленные с использованием Интернет-ресурса [Указ №183, 2020].

Таким образом, online-петиция – это обращение субъектов к компетентному государственному или муниципальному органу власти по общественно-важным вопросам, направляемое в online-формате с использованием специализированных Интернет-платформ.

Online-петиции позволяют вовлечь большее количество субъектов в общественно-политическую жизнь государства благодаря удобству в использовании и лаконичному описанию интересующих проблем [Кахриманов, 2018]. Субъекты имеют возможность направить своё обращение в online-формате при использовании специализированных Интернет-платформ. К таковым в рамках данного исследования можно отнести сайт Change.org. Данный сайт представляет собой Интернет-платформу, созданную в целях размещения общественных инициатив по вопросам политической, социальной, экономической и духовной сферах. При помощи данного портала активные граждане могут подать петицию с предложением изменить ту или иную ситуацию, как на федеральном, так и на муниципальном уровне.

Стоит отметить достаточно серьёзный недостаток рассматриваемой нами платформы. Петиции, размещенные на сайте Change.org, не подлежат обязательному рассмотрению органами государственной власти. Несмотря на это, данный информационный ресурс остаётся достаточно популярным среди его пользователей. На момент про-

ведения исследования на Change.org было размещено более 140.000 петиций [Change.org].

Петиции отечественных организаций на сайте Change.org

После того как было определено, что такое online-петиции и выявлено их общее количество, мы можем перейти к анализу петиций, опубликованных российскими некоммерческими организациями.

Для начала нам необходимо было сформировать информационный массив для дальнейшего анализа. Для этого был разработан специальный код на языке Python. В его основу легло использование комбинации четырёх специализированных библиотек – Random, Pandas, BeautifulSoup и Requests. Наиболее важные две последние, так как именно они отвечают за сбор данных. Библиотека Requests делает web-запрос к серверу Change.org и структурирует данные для машинного чтения. BeautifulSoup же отвечает за поиск данных в web-дереве (название петиции, ее автор, количество подписей, место, кому адресовано). Pandas трансформирует полученные данные в табличную форму, что позволяет осуществить перевод данных в сторонние приложения. Библиотека Random автоматически и в случайном порядке выбирает петиции из общего массива данных. В данной библиотеке использовалась простая вероятностная выборка с доверительной вероятностью 99,7 % и с доверительным интервалом ± 1 %. В конечном итоге

выборка составила 19.395 петиций, из них 550 принадлежат некоммерческим организациям.

В соответствии с российским законодательством под НКО понимается зарегистрированное юридическое лицо, которое не занимается извлечением прибыли из осуществляемой деятельности, а также не занимается перераспределением доходов среди своих участников [Федеральный закон № 7-ФЗ, 2023]. Отметим, что некоммерческие организации также могут быть и юридически не оформлены. К тако-

вым, например, относятся различные кружки, клубы, инициативные группы, территориальное общественное самоуправление и т. п.

Теперь мы можем перейти к более детальному рассмотрению опубликованных петиций некоммерческими организациями (обществами). Для начала нам необходимо установить общую динамику публикаций петиций. На рисунке 1 представлен график изменения числа опубликованных петиций за период с 2013 по 2023.

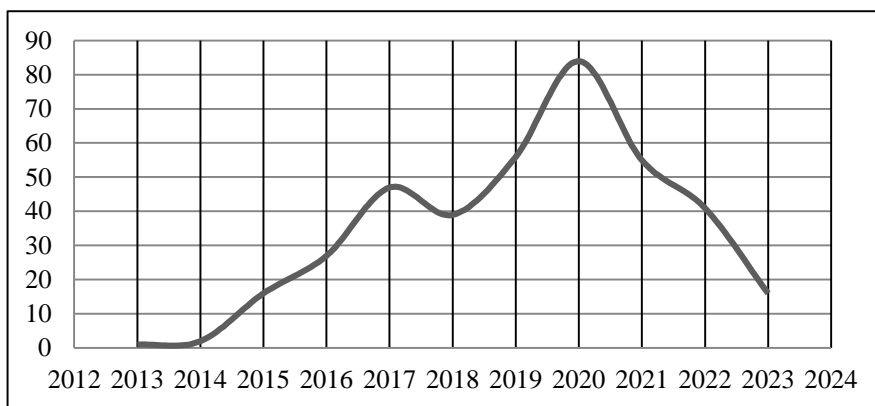


Рис. 1. Динамика опубликованных петиций российскими некоммерческими организациями

Из представленного графика видно, что начиная с 2013 года число петиций, опубликованных некоммерческими организациями, планомерно росло вплоть до 2017 года, после которого наблюдается небольшой спад, который был преодолен уже в 2019 году. На данный момент пиковое значение было достигнуто в 2020 году (84 петиции). Такой рост может быть связан с распространением вируса COVID-19. Пан-

демия могла способствовать тому, что отечественные НКО через петиции старались добиться определенных действий от органов власти.

Несмотря на то, что больше всего петиций от некоммерческих организаций было опубликовано в 2020 году, но большее количество подписей было в 2017 году. Для более наглядного представления обратимся к рисунку 2.

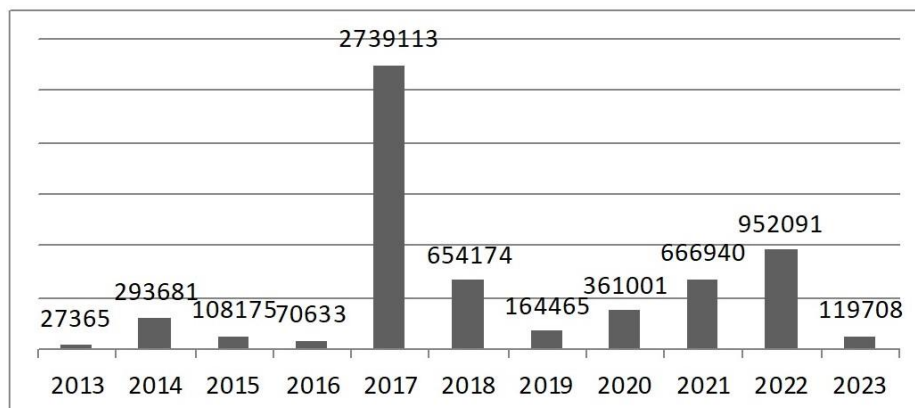


Рис. 2. Динамика количества подписанных петиций

Из рисунка 2 видно, что в 2017 году было наибольшее число подписей (2. 739. 113 штук). Это может быть связано с тем, что в данном году было максимальное число петиций, которые касаются одного из самых популярных направлений – защита прав животных. После же 2017 года, мы можем наблюдать резкий спад (2018-2019) подписей в петициях некоммерческих организациях, после которого вновь начинается увеличение подписей. Это можно связать с тем, что начиная с 2020 года наблюдается рост уровня доверия населения к различным некоммерческим организациям. Так, по данным АНО «Левада-Центр»^{*} уровень доверия к профсоюзам вырос с 23 пунктов (2019 год) до 31 пункта (2022 год), а к благотворительным организациям поднялся с 33 пунктов (2019 год) до 49 пунктов (2022 год) [***Сайт информационного ...].

После того, как была установлена динамика публикаций петиций отечественных некоммерческих организаций и изменения количества подписей, мы можем перейти к рассмотрению их основных тематических направлений. Для установления основных направлений, нами был разработан специальный компьютерный код на языке Python. В его основе лежит использование таких библиотек как Wordcloud (отвечает за построения облака слов) и Matplotlib (отвечает за визуализацию полученных данных). Данный код на основе названий петиций формирует изображения, в котором размер слова равняется количеству его повторений. Следовательно, чем больше слово, тем чаще встречается оно в названии петиции. Полученные данные представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Доминирующие слова в названиях петиций НКО

Исходя из представленных данных, можно выделить несколько тематических групп: защита окружающей среды, защита прав животных, защита интересов детей, проблемы образования, застройка пространств, изменение политической ситуации. Также отметим, что в петициях часто встречаются глаголы в повелительном наклонении (запретить, прекратить, вернуть,

допустить, отправить и т. д.). Это связано с определенной спецификой составления петиций, так как их основная функция повлиять на какую-либо ситуацию или решение.

Если же говорить про количественное распределение, то начиная с 2013 года наиболее часто встречаются петиции, связанные с защитой прав ребенка и с защитой окружающей среды (см. рис. 4).

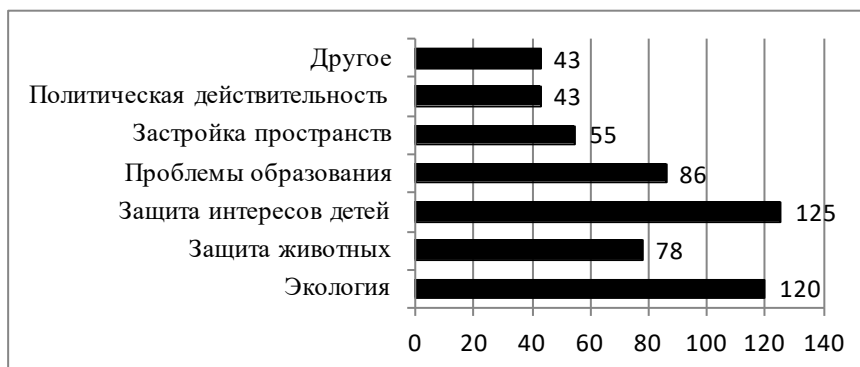


Рис. 4. Соотношение тем и количества петиций некоммерческих организаций

На рисунке 4 видно, что наиболее популярными темами петиций стали экология (120) и дети (125), а самой немногочисленной политика (43). Это свидетельствует нам о том, что на данный момент времени некоммерческие организации наиболее активно принимают петиции для ре-

шения экологических проблем в регионах, а также проблем, которые касаются развития и защиты детей. При этом отметим, что больше всего голосов собирают петиции, которые посвящены животным. В таблице 1, представлен рейтинг петиций по количеству голосов.

Таблица 1.

Рейтинг петиций по количеству голосов

№	Название	Тема	Количество голосов
1	Убийства во имя футбола. Требуем остановить отстрел бездомных животных накануне ЧМ-2018!	Животные	2 366 346
2	Запретить притравку на животных в России (закон Моти)! Van hounding in Russia (Motya's law)! Petition against hounding!	Животные	293 552
3	Мы требуем отмены законов об «ино-агентах»	Политика	270 191
4	Спасем собак г. Сочи от отравления! Требуем возобновить программу стерилизации	Животные	215 641
5	Требуем внести запрет притравочных станций в Федеральный Закон о защите животных	Животные	177 062
6	Мы требуем принять программу по защите животных Москвы!	Животные	162 875
7	Требуем открытый суд по делу Фургала	Политика	148 390
8	Разрушим «Крепость». Вернём задержанным право на защиту	Политика	144 025,00
9	Вернуть мобилизованных отказчиков из незаконных тюрем!	Политика	126 043
10	Запретить спортивную охоту в России	Животные	121 420

Распределение, представленное в таблице, говорит о том, что общество больше всего волнует проблема животных. В основном граждане, которые подписали петиции, хотят защитить животных от чрезмерного насилия и издевательств.

Представленные выше данные свидетельствуют нам о том, что не-

коммерческие организации довольно часто используют петиции для достижения каких-либо целей. Основной проблемой остаётся то, что все online-петиции, размещенные на сайте Change.org, не имеют юридической силы в Российской Федерации и необязательны к рассмотрению. Несмотря на это, в междуна-

родной и отечественной практике существуют прецеденты, когда цель петиции была достигнута. В качестве примера можно взять петицию, опубликованную испанской некоммерческой организацией «Alerta feminista». Данная НКО занимается защитой прав женщины, и в 2018 году она выложила петицию с требованием к правительству Испании, выплатить обещанную им сумму на борьбу с гендерным насилием [Change.org, El gobierno de ...].

Своей петицией некоммерческая организация «Alerta feminista» смогла создать общественный резонанс и привлечь внимание местных СМИ к данной проблематике. Отметим, что в рассматриваемом случае online-петиции служили механизмом привлечения внимания к проблеме, а также в качестве демонстрации общей солидарности с ней. Все это повлияло на то, что испанское правительство внесло поправки в бюджет, с целью профинансировать мероприятия, связанные с борьбой с гендерным насилием [Huffpost].

В российской действительности тоже встречаются успешные петиционные кампании. К ним можно отнести online-петицию с требованиями адаптировать цифровые сервисы Сбербанка для лиц с ограниченными возможностями по зрению [Change.org, Сделайте Сбербанк онлайн ...]. Данный кейс интересен двумя моментами. Во-первых, для того чтобы повысить интерес к данной проблематике, автор петиции

постоянно освещал ход кампании на сайте Change.org, что способствовало увеличению общественной поддержки. Во-вторых, на данную петицию обратил внимание сам Сбербанк и на том же ресурсе дал ответ на требования автора. Банк поблагодарил автора за проявленную инициативу, сообщил о планах адаптации цифровых сервисов к возможностям лиц с ограниченными возможностями, а также предложил сотрудничество в данной сфере [Change.org, Ответ от ПАО Сбербанк].

На примере представленных кейсов можно сделать вывод о том, что online-петиции следует рассматривать как механизм косвенного лоббирования. Они являются дополнительным средством для привлечения общественного внимания и СМИ к какой-либо проблеме. Петиция помогает показать уровень общественной поддержки и актуальность существующей проблемы.

Заключение

Современные НКО консолидирует вокруг себя наиболее активных граждан, которые стремятся добиться решения какой-либо проблемы, тем самым становясь группой давления (группой интересов). Это позволяет рассматривать некоммерческие организации в качестве одного из субъектов лоббизма.

Несмотря на тот факт, что лоббизм в Российской Федерации не имеет чётко оформленной правовой основы, мы можем сказать о том, что в стране существуют опреде-

ленные механизмы, способствующие принятию того или иного решения. К ним, например, можно отнести online-петиции.

В ходе проведенного исследования было установлено, что отечественные некоммерческие организации используют данный механизм для достижения каких-либо целей. В период 2013-2023 гг. было опубликовано 550 петиций за авторством российских НКО. Наибольшее их число пришлось на

2020 год (84 петиций), но при этом наибольшее количество подписей было в 2017 году.

Основными же тематическими направлениями петиций стали защита окружающей среды, защита прав животных, защита прав детей, проблемы образования, застройка пространства и изменение политической действительности. Больше всего петиций было в сфере защиты интересов детей (125) и экология (120).

Библиографический список

1. Арутюнян Э. А. Лоббизм, как способ вести диалог с властью // Вести научных достижений. 2020. № 10. С. 45-47.
2. Богомолова Т. Ю. Онлайн-петиции как способ коммуникации населения и власти в цифровую эпоху // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании : материалы V Международной научно-практической конференции, Минск, 13–15 мая 2021 года. Минск : Белорусский государственный университет. 2021. С. 11-17.
3. Демидов В. П. Лоббизм как элемент политической культуры современных государств / В. П. Демидов, А. Ю. Мохорова // Международные отношения и диалог культур. 2018. № 6. С. 193-205.
4. Евплова Е. В. Конкуренция в политической сфере / Е. В. Евплова, В. Р. Якупов, С. Н. Золотухин [и др.] // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2022. Т. 11, № 1(38). С. 10-14.
5. Каневский П. С. Национальные модели лоббизма: типы и механизмы функционирования // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2013. № 3. С. 121-139.
6. Кахриманов Д. М. Создание и продвижение онлайн петиций как форма реализации гражданской инициативы в России // Научные горизонты. 2018. № 8(12). С. 12-22.
7. Куракина О. Б. Петиция в российской федерации: юридический анализ, особенности правового регулирования // Символ науки: международный научный журнал. 2020. № 9. С. 72-74.
8. Официальный сайт Congress.gov. S.1060 - Lobbying Disclosure Act of 1995. URL: <https://www.congress.gov/bill/104th-congress/senate-bill/1060>. (Дата обращения: 16.06.2023).
9. Павроз А. В. Тенденции, проблемы и перспективы лоббизма в России // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. Т. 24, № 4. С. 151-162.

10. **Сайт информационного агентства *Левада-центр. Доверие общественным институтам. URL: <https://www.levada.ru/2022/09/20/doverie-obshhestvennym-institutam-2/>. (Дата обращения: 16.06.2023).

11. Указ Президента РФ от 04.03.2013 №183 «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием Интернет-ресурса «Российская общественная инициатива» (с изменениями и дополнениями от 23.06.2014, 17.09.2020) // Собрание законодательства Российской Федерации. 21.09.2020. №38. ст. 5853.

12. Федеральный закон РФ от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»: текст с изменениями и дополнениями на 29 июля 2018 года: [принят Государственной думой 8 декабря 1995 года] (с изменениями и дополнениями от 14.04.2023 № 119-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 17.04.2023. № 16, ст. 2756.

13. Хрумалова Ю. В. Гражданский лоббизм в обращениях в органы государственной власти как форма участия в законотворческой деятельности // Право и политика. 2012. № 1. С. 104-108.

14. Шевченко Е. А. Лоббизм в структуре взаимодействия бизнеса и власти // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. 2012. № 1(21). С. 19-24.

15. Широков И. С. Онлайн-петиции и электронные обращения как форма электронной демократии в России: проблемы и перспективы // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2022. Т. 39. С. 46-55.

16. Change.org, Ответ от ПАО Сбербанк. URL: <https://www.change.org/p/%D1%81%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B5-%D1%81%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA-%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D1%8B%D0%BC-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BF%D1%8B%D1%85/responses/41579>

17. Change.org. El gobierno de rajoy debe pagar los 120 millones prometidos contra la violencia machista. URL: <https://www.change.org/p/gobierno-de-espa%C3%B1a-el-gobierno-de-rajoy-debe-pagar-los-120-millones-prometidos-contra-la-violencia-machista>. (Дата обращения: 16.06.2023).

18. Change.org. Поиск петиций. URL: <https://www.change.org/search>. (Дата обращения: 29.05.2023).

19. Change.org. Сделайте Сбербанк онлайн доступным для слепых. URL: <https://www.change.org/p/%D1%81%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B5-%D1%81%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA-%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D1%8B%D0%BC-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BF%D1%8B%D1%85/responses/41579>

%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BF%D1%8B%D1%85. (Дата обращения: 16.06.2023).

20. Huffpost. Los presupuestos incluirán los 200 millones prometidos para la violencia de género. URL: https://www.huffingtonpost.es/entry/los-presupuestos-incluiran-los-200-millones-prometidos-para-la-violencia-de-genero_es_5c8a95c9e4b0f489d2b4328c.html. (Дата обращения: 16.06.2023).

Reference list

1. Arutjunjan Je. A. Lobbizm, kak sposob vesti dialog s vlast'ju = Lobbying as a way to engage in dialogue with the authorities // Vesti nauchnyh dostizhenij. 2020. № 10. S. 45-47.

2. Bogomolova T. Ju. Onlajn-peticii kak sposob kommunikacii naselenija i vlasti v cifrovuju jepohu = Online petitions as a way to communicate population and power in the digital age // Kommunikacija v social'no-gumanitarnom znanii, jekonomike, obrazovanii: Materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Minsk, 13–15 maja 2021 goda. Minsk : Belorusskij gosudarstvennyj universitet. 2021. S. 11-17.

3. Demidov V. P. Lobbizm kak jelement politicheskoy kul'tury sovremennyh gosudarstv = Lobbyism as an element of the political culture of modern states / V. P. Demidov, A. Ju. Mohorova // Mezhdunarodnye otnoshenija i dialog kul'tur. 2018. № 6. S. 193-205.

4. Evplova E. V. Konkurencija v politicheskoy sfere = Competition in the political sphere / E. V. Evplova, V. R. Jakupov, S.N. Zolotuhin [i dr.] // Azimut nauchnyh issledovanij: jekonomika i upravlenie. 2022. T. 11, № 1(38). S. 10-14.

5. Kanevskij P.S. Nacional'nye modeli lobbizma: tipy i mehanizmy funkcionirovanija = National models of lobbying: types and mechanisms of functioning // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 18. Sociologija i politologija. 2013. № 3. S. 121-139.

6. Kahrmanov D. M. Sozdanie i prodvizhenie onlajn peticij kak forma realizacii grazhdanskoj iniciativy v Rossii = Creating and promoting online petitions as a form for implementing a civil initiative in Russia // Nauchnye gorizonty. 2018. № 8(12). S. 12-22.

7. Kurakina O. B. Peticija v rossijskoj federacii: juridicheskij analiz, osobennosti pravovogo regulirovanija = Petition in the Russian Federation: legal analysis, peculiarities of legal regulation // Simvol nauki: mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal. 2020. № 9. S. 72-74.

8. Oficial'nyj sajt = Official website Congress.gov. S.1060 - Lobbying Disclosure Act of 1995. URL: <https://www.congress.gov/bill/104th-congress/senate-bill/1060>. (Дата obrashhenija: 16.06.2023).

9. Pavroz A.V. Tendencii, problemy i perspektivy lobbizma v Rossii Trends, problems and prospects of lobbying in Russia // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 18. Sociologija i politologija. 2018. T. 24, № 4. S. 151-162.

10. Sajt informacionnogo agentstva Levada-centr = Doverie obshhestvennym institutam. Levada Center News Agency website. Trust in public institutions. URL: <https://www.levada.ru/2022/09/20/doverie-obshhestvennym-institutam-2/>. (Дата obrashhenija: 16.06.2023).

11. Ukaz Prezidenta RF ot 04.03.2013 №183 «O rassmotrenii obshhestvennyh iniciativ, napravlennyh grazhdanami Rossijskoj Federacii s ispol'zovaniem Internet-resursa «Rossijskaja obshhestvennaja iniciativa» (s izmenenijami i dopolnenijami ot

%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD
%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D1%8B%D0%
BC-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-
%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BF%D1%8B%D1%85. (Data obrashhenija:
16.06.2023).

20. Huffpost. Los presupuestos incluirán los 200 millones prometidos para la violencia de género. URL: https://www.huffingtonpost.es/entry/los-presupuestos-incluiran-los-200-millones-prometidos-para-la-violencia-de-genero_es_5c8a95c9e4b0f489d2b4328c.html. (Data obrashhenija: 16.06.2023).

Статья поступила в редакцию 05.08.2023; одобрена после рецензирования 12.09.2023; принята к публикации 02.10.2023.

The article was submitted on 05.08.2023; approved after reviewing 12.09.2023; accepted for publication on 02.10.2023

*** Данное лицо выполняет функции иностранного агента**

**** Данное сообщение (материал) создано и (или) распространено иностранным средством массовой информации, выполняющим функции иностранного агента, и (или) российским юридическим лицом, выполняющим функции иностранного агента**