

УДК 342.849.2

ДО ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ

ON THE ISSUE OF THE REGULATION OF THE ELECTORAL CAMPAIGNS FINANCE IN UKRAINE

Мохончук Б.С.,

кандидат юридичних наук,

асистент кафедри конституційного права України

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Панайд Я.І.,

студентка

Інституту підготовки кадрів для органів юстиції України

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Статтю присвячено дослідженню процесу фінансування виборчих кампаній як елементу забезпечення прозорих виборів та демократичного управління. Проаналізовано законодавче регулювання розмірів і порядку надання політичним партіям приватних внесків, можливості прямого фінансування партій державою. Також досліджено особливості фінансування виборів у зарубіжних країнах.

Ключові слова: фінансування політичних партій, фінансова звітність, вибори, виборчий процес, передвиборча кампанія.

Статья посвящена исследованию процесса финансирования избирательных кампаний как элементу обеспечения прозрачных выборов и демократического управления. Проанализировано законодательное регулирование размеров и порядка предоставления политическим партиям частных вкладов, возможности прямого финансирования партий государством. Также рассмотрены особенности финансирования выборов в зарубежных странах.

Ключевые слова: финансирование политических партий, финансовая отчетность, выборы, избирательный процесс, предвыборная кампания.

The article is devoted to the study of financing election campaigns as element that provides the transparency of elections and democratic governance. The legislative regulation of private contribution amounts, the possibility of direct public funding of political parties are analyzed. Also features of election funding in foreign countries are considered.

Key words: financing of political parties, financial reporting, elections, electoral process, political campaign.

Постановка проблеми. Глобальна комісія з питань виборів, демократії та безпеки зазначила, що неконтрольоване та закрите фінансування є одним із найсерйозніших викликів для прозорих виборів. У деяких країнах, як зазначено у звіті комісії за 2012 рік, прямі внески та інші форми фінансової підтримки є основним способом політичного впливу. Це означає, що виборці з низьким рівнем доходу матимуть дедалі менше впливу на політичні рішення. У певних країнах організована злочинність розглядає фінансування виборчої кампанії як можливість купити політичний вплив і захист. У деяких старих демократіях практика такого фінансування підірвала впевненість громадськості у демократії та виборах. Щоб зупинити цей руйнівний вплив на цілісність і прозорість виборів та демократичне управління, необхідно суворо регламентувати і контролювати використання коштів у політичній діяльності [1, с. 12].

Нерівний доступ до фінансування, швидке зростання витрат на політичні кампанії, поява нових маркетингових

технологій (контекстна реклама, реклама у соціальних мережах тощо) спричиняє ситуацію, коли величезні суми грошових коштів, задіяні у виборчих кампаніях, ставлять тих кандидатів та партії, які не мають значних за обсягом виборчих фондів, у нерівне становище. Оптимальна модель виборчої системи в Україні ще не вироблена і піддається постійним змінам, що відображається на нормативному регулюванні участі у виборчому процесі. Тому актуальним є дослідження процесу фінансування виборчих кампаній, визначення прогалин у вітчизняному законодавстві, а також можливих шляхів його покращення.

Стан опрацювання. Проблематика умов та порядку фінансування виборів стала об'єктом досліджень таких авторів, як А. Романюк, Ю. Шведа, О. Хімченко, Л. Адашис та інших.

Метою статті є дослідження питання правового регулювання вимог і обмежень, які встановлюються щодо фінансування виборчих кампаній в Україні.

Виклад основного матеріалу. Правове регулювання фінансових аспектів діяльності політичних партій є важливим елементом їх інституціоналізації та сьогодні актуалізується з огляду принаймні на дві причини.

По-перше, значне ускладнення виборчих технологій та розвиток мережі Інтернет призвели до здорожчання передвиборних кампаній і виникнення потреби у політичних партій в додатковому фінансуванні.

По-друге, зростання політичної активності бізнесу призвело до політичних інвестицій. А це спричинило, за інформацією окремих ЗМІ, майже відверту купівлю депутатських мандатів, пряме порушення демократичного принципу рівності партій [2]. Це підриває довіру громадян України до парламенту та демократичного інституту виборів загалом.

Тому виникає необхідність встановити певний порядок, мінімізувати витрати, пов'язані з участю коштів у політиці, захистити традиційні інститути демократії, а отже, і саму можливість ефективної взаємодії між громадянами і державою. Поставлена проблема розв'язуються за трьома основними напрямками, в рамках яких закон регулює розміри і порядок надання приватних пожертвувань і внесків на користь партій; обмежує передвиборчі витрати, тобто встановлює контроль за тим, як партії використовують кошти; вводить інститут державного фінансування політичних партій або надання їм прямої допомоги за рахунок бюджету [3, с. 179].

У законодавстві країн світу питання фінансування виборчих кампаній врегульовано по-різному.

Перша спроба врегулювати фінансування виборчих кампаній у США на федеральному рівні була здійснена у 1867 році шляхом запровадження акту, який забороняв практику вимагання грошей з працівників військово-морської верфи у вигляді політичних внесків. У 1883 році це правило поширилося на всіх федеральних державних службовців, які до цього зазвичай мали робити внески на користь виборчих кампаній, щоб зберегти свою посаду [4, с. 1, 5]. У 1947 році була введена заборона для профспілок та корпорацій робити внески на користь федеральних кандидатів. Прийнятий у 1971 році Федеральний закон про виборчі кампанії встановлює обмеження витрат для кандидатів на федеральні посади та вимагає розкривати інформацію про ці витрати [4, с. 3].

У Великій Британії правове регулювання фінансової діяльності політичних партій здійснюється за Законом «Про політичні партії, вибори і референдуми», яким регулюються питання витрачання коштів на виборчу кампанію, під якими розуміються всі витрати партії, пов'язані з виборчим процесом. Сюди відносять витрати, пов'язані з організацією мовлення на теле-, радіостанціях, рекламою, поширенням безкоштовних матеріалів серед виборців, підготовкою маніфесту та інших документів партії, публікаціями, транспортним забезпеченням, проведенням з'їздів, мітингів та інших політичних заходів. Крім того, Акт передбачає включення до складу витрат на ведення передвиборної кампанії і так звані неявні витрати. Вони виникають, коли партія отримує певну вигоду опосередковано, тобто коли будь-яка особа сплачує певні витрати партії. Після завершення виборів політичні партії зобов'язані подати до Виборчої комісії детальний звіт про витрати на виборчу кампанію. Звіт повинен містити детальну інформацію за кожною статтею витрат і розподіл витрат за кожною звітною категорією у всіх регіонах країни [6].

Питання витрачання коштів окремими кандидатами регулюються двома нормативними актами – Актом про народне представництво і Актом про політичні партії, вибори і референдуми. Будь-які витрати, пов'язані із забезпеченням виборчої кампанії кандидатів і вироблені протягом регульованого періоду, повинні розглядатися як передвиборчі витрати кандидата, до яких належать такі:

- 1) друк брошур та інших агітаційних матеріалів;
- 2) рекламні матеріали;
- 3) оплата послуг пошти;
- 4) адміністративні витрати (наприклад, витрати на оренду приміщень);
- 5) оплата послуг зв'язку;
- 6) організаційні витрати на проведення зборів і зустрічей з виборцями;
- 7) оплата послуг виборчого агента.

Закон про народне представництво встановлює верхню межу для витрат на вибори. Окрім того, оплату рахунків кандидата може робити тільки його виборчий агент, який після закінчення виборів зобов'язаний надати звіт про витрати кандидата [7].

Законодавство більшості європейських країн майже завжди встановлює ліміт для розміру внесків до виборчого фонду партії від однієї особи. У Ісландії такою межею є 300 000 крон (або 2 488 євро). В Іспанії будь-який внесок до виборчого фонду партії не має становити більше 6 000 євро. У Словаччині внесок на користь партії на суму понад 150 євро можливий лише на підставі угоди дарування, а внесок на суму понад 3 000 євро – на підставі нотаріально засвідченої двосторонньої угоди між особою і партією. Водночас обмежень щодо розміру внесків до виборчих фондів законодавство не встановлює. У Франції ліміт для внеску від однієї особи до виборчого фонду становить 4 600 євро [8, с. 22].

У Латвії всі витрати (за винятком ефірного часу, що надається безкоштовно в рівному обсязі всім учасникам виборчого процесу) покриваються за партійних рахунків. Законодавство встановлює такі дозволені джерела для фінансової бази політичних партій: членські внески; благодійні пожертвування від фізичних та юридичних осіб; прибутки від діяльності підприємств, засновником яких є політична партія. Виборчий фонд (крім пожертвувань) ніяк не обмежується, що зменшує можливість залучення тіншового капіталу. Однак є необхідним подання політичними партіями щорічного фінансового звіту до Міністерства фінансів та державної служби доходів. Невиконання цієї вимоги призводить до розпуску партії за рішенням суду. У звіті мають бути висвітлені джерела доходів та сукупні дані щодо витрат [9, с. 38].

У Латвії також передбачено державне фінансування діяльності політичних партій, метою якого є забезпечення доступу усіх політичних сил до ресурсів, достатніх для отримання електорату та обмеження переваги конкурентів, що мають доступ до значних ресурсів, надаючи кожному доступ до засобів на агітацію. Існує також потенційна перевага надання державного фінансування – загроза його втрати, якщо політичні партії не виконуватимуть правила. Фінансування з державного бюджету отримує партія, за яку на попередніх виборах до парламенту проголосувало понад 2% виборців [10, с. 25; 10, с. 42–43].

Сьогодні порядок організації та проведення виборів в Україні регламентується різними законами, зокрема Законом України «Про вибори народних депутатів України» від 17.11.2011 р. № 4061-VI, Законом України «Про вибори Президента України» від 05.03.1999 р. № 474-XIV та Законом України «Про місцеві вибори» від 14.07.2015 р. № 595-VIII. Протягом останніх років відбулись вагомні зрушення у напрямку демократизації національного законодавства та практики його застосування. Водночас присутні певні проблемні питання, які безпосередньо чи опосередковано стосуються процесу фінансування передвиборної агітації.

Як зауважують представники Міжнародного інституту демократії та сприяння виборам (International IDEA), «відкати» приватного сектору на знак вдячності за прихильне ставлення уряду спричинили виникнення серйозних скандалів, пов'язаних з фінансуванням діяльності партій у таких країнах з більш розвиненими демократіями, як Чеська Республіка, Польща та Угорщина. Політична орієнтація

деяких партій (або фракцій у законодавчому органі) у поєднанні з їх тісними зв'язками з особливими корпоративними інтересами показують, що сенс існування цих політичних гравців обмежується лобіюванням інтересів їх корпоративних спонсорів. Аналітики визначають деякі законотворчі органи, зокрема Верховну Раду України, як де-факто представників корпорацій. Тобто бізнесмени обираються до парламенту тільки для того, щоб захистити власні бізнес-інтереси [11, с. 46].

У такому аспекті актуальним залишається питання легалізації та регламентації інституту лобізму в Україні, яке хоча безпосередньо й не стосується фінансування передвиборчої агітації, однак здатне зробити прозорим процес взаємозв'язку влади та бізнесу. За 2016–2017 роки було подано три законопроекти («Про лобізм», «Про лобіювання», «Про публічну адвокацію»), з яких два відкликано. Їх прийняття є актуальним з огляду на положення ст. 444 Угоди про Асоціацію України з Європейським Союзом, де сказано, що сторони сприяють діалогу та співробітництву між учасниками громадянського суспільства як невід'ємній частині відносин між Україною та ЄС шляхом *сприяння* процесу інституційної розбудови та консолідації організацій громадянського суспільства, лобістській діяльності, неформальному спілкуванню, візитам і семінарам тощо».

Одним з найбільш обговорюваних нововведень останніх років було запровадження державного фінансування політичних партій на підставі Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання і протидії корупції» від 8 жовтня 2015 року №731-VIII.

Державне фінансування передвиборчої агітації не є новелою у вітчизняному правовому просторі, адже воно тривалий час частково забезпечувалося у непрякій формі, зокрема шляхом виготовлення та розміщення інформаційних плакатів партій та кандидатів у депутати на виборчих дільницях, виділення ефірного часу для здійснення передвиборчої агітації та опублікування у друкованих ЗМІ передвиборчих програм партій та кандидатів у депутати за рахунок коштів державного бюджету. Цікаво, що внесений до Верховної Ради проект закону «Про вибори народних депутатів України» № 9265-1 від 10.10.2011 року взагалі не передбачав державної підтримки суб'єктів виборчого процесу для проведення агітації [12, с. 127].

Крім того, можна згадати положення ст. 79 Закону України «Про вибори народних депутатів України» від 25.03.2004 року № 1665-IV щодо необхідності відшкодування витрат на передвиборчу агітацію партій, виборчі списки яких отримали три (діючий на той момент легальний виборчий бар'єр) і більше відсотків голосів виборців (однак не більше 100 тис. розмірів мінімальних заробітних плат). Чинне правове регулювання (без урахування перехідних положень) є сприятливішим для невеликих партій та партій, які розвиваються, оскільки передбачає відшкодування витрат за умови досягнення двовідсоткового рівня підтримки виборців, що є особливо актуальним з огляду на суттєве підвищення рівня легального бар'єру (який сьогодні становить 5%).

Окрім компенсації витрат на передвиборчу агітацію, закон передбачає фінансування статутної діяльності політичних партій. За інформацією прес-служби Національного агентства з питань запобігання корупції, загальна сума державного фінансування на 2018 рік, розподілена між політичними партіями, становить 513 млн 671 тис. грн [13].

Слід зазначити, що різниця між статутною та передвиборною діяльністю є дещо розмитою. Важко визначити напевно, які види діяльності слід віднести до пов'язаних з передвиборною роботою, а які належать до статутної діяльності, особливо коли йдеться, наприклад, про інформаційно-просвітницькі кампанії серед населення. У ст. 8 Закону «Про політичні партії в Укра-

їні» від 05.04.2001 року № 2365-III передбачено перелік відомостей, які повинен містити статут політичної партії. Однак в цілому видається сумнівною теза про доцільність закріплення вичерпного переліку різновидів статутної діяльності. З огляду на положення рішення Конституційного Суду України від 23.05.2001 № 6-рп/2001 питання, які належать до внутрішньої діяльності або виключної компетенції об'єднань громадян, підлягають їх самостійному вирішенню. Тому вставлення вичерпного переліку різновидів статутної діяльності може розглядатись як надмірне втручання держави у діяльність політичних партій, обмеження права на свободу об'єднання.

У цьому аспекті вбачаємо за доцільне іти від зворотного – яка діяльність не може бути визнана статутною? Існують певні обмеження діяльності політичних партій (ст. 37 Конституції України, ст. 5 Закону «Про політичні партії в Україні») та склади правопорушень, передбачені у Кодексі України про адміністративні правопорушення (Глава 15-А) та Кримінальному кодексі (ст. 157–169), розділи профільних законів, які стосуються передвиборчої агітації тощо. Перевіряти відповідність статуту діючому законодавству повинен уповноважений центральний орган виконавчої влади (сьогодні – Міністерство юстиції України), який здійснює реєстрацію політичних партій.

Водночас з огляду на те, що встановлення судом за позовом Національного агентства з питань запобігання корупції або Рахункової палати фактів, які свідчать про те, що кошти, виділені з державного бюджету на фінансування статутної діяльності політичної партії, використані політичною партією на фінансування її участі у виборах або на цілі, не пов'язані зі здійсненням її статутної діяльності, є підставою для припинення державного фінансування статутної діяльності політичної партії. Актуальним вбачається визначення поняття «витрати на участь у виборах» та надання деталізованого відкритого переліку різновидів передвиборчої агітації за вищезгаданим прикладом Великої Британії.

Відносно відшкодування витрат партії, пов'язаних з фінансуванням її передвиборчої агітації, Закон України «Про політичні партії в Україні» передбачає, що рішення про відшкодування таких витрат конкретній партії або про відмову в ньому ухвалює Центральна виборча комісія у разі встановлення Центральною виборчою комісією, Національним агентством з питань запобігання корупції або судом факту неподання проміжного та/або остаточного фінансового звіту про надходження і використання коштів виборчого фонду політичної партії у передбачений законом термін, подання неповних звітів чи включення до таких звітів завідомо недостовірної інформації. Проте Центральна виборча комісія не має можливості просто призупинити відшкодування витрат до того часу, як політична партія повторно подасть виправлений звіт чи дані, яких бракувало.

Хоча можливість зупинення Центральною виборчою комісією фінансування статутної діяльності партій через подання неповного чи оформленого з порушенням встановлених вимог звіту допускається, вона не передбачена у разі відшкодування витрат на здійснення передвиборчої агітації [14, с. 10]. Надання партіям можливості виправити помилки, вказані у звіті (навіть протягом незначного періоду, наприклад до одного тижня), дозволить уникнути значного формалізму під час вирішення цього питання.

Ст. 50 Закону України «Про вибори народних депутатів України» вимагає для здійснення внеску до виборчого фонду обов'язково зазначити прізвище, ім'я, по батькові, дату народження, місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків. Однак нічого не зазначено про підтвердження фінансової можливості особи

здійснити такий внесок. Багато встановити вимогу надати підтвердження походження коштів, якщо розмір внеску перевищує певну величину, наприклад, 200 розмірів мінімальної заробітної плати на рік.

Перспективною вбачається відмова від паперової (ч. 7 ст. 17 Закону) і перехід на виключно електронну форму подання звітів політичними партіями.

У спільному звіті Венеційської комісії та ОБСЄ рекомендується переглянути систему відшкодування виборчих витрат, запровадивши диференційовану систему державного фінансування на основі кількості голосів, отриманих партіями на останніх парламентських виборах [14, с. 6]. Вбачаємо дискусійною зазначену рекомендацію.

В Україні запроваджено диференційовану систему (залежно від рівня підтримки) фінансування статутної діяльності політичних партій (п. 2 ч. 1 ст. 17-5 Закону України «Про політичні партії в Україні»). Передбачено додаткове фінансування (п. 1 ч. 1 ст. 17-5) за дотримання так званих гендерних квот (якщо кількість представників однієї статі серед обраних від відповідних політичних партій народних депутатів України, які набули своїх повноважень, не перевищує двох третин від загальної кількості народних депутатів України, обраних від цієї політичної партії), що є прогресивним кроком.

Водночас підвищення цін на товари та послуги, жорстка конкуренція з боку контрольованих великими бізнес-групами сил у країнах перехідної демократії (до яких, аналізуючи звіти міжнародних організацій, зокрема Freedom House [16], належить й Україна) ускладнює можливості здорової конкуренції для молодих та перспективних партій. На нашу думку, на нинішньому етапі розвитку України, коли стійка партійна система ще не сформована, а ідеологічна складова партій не вийшла на перший план, законодавець обрав правильну модель фінансування партій – диференційовану для статутної діяльності та в межах фінансних витрат – для агітаційної.

Ще одним глобальним викликом в питанні фінансування виборчих кампаній є використання мережі Інтернет. Нещодавні скандали, пов'язані з ймовірним впливом Російської Федерації на вибори Президента США 2016 року, які в пресі були іменовані атакою на американську демократію та цінності, мали наслідком виклик на допит у Сенат США представників Facebook, Twitter та Google [17]. Сучасні технології машинного навчання використовують велику кількість алгоритмів, які дозволяють відслідковувати поведінку користувачів у мережі та сегментувати за різними ознаками (стать, вік, сімейний стан, короткострокові та довгострокові інтереси тощо).

Водночас алгоритми відслідковування поведінки та ранжування оголошень не розкриваються. Тривалий або систематичний перегляд сторінок з певним контентом, відзначення та поширення постів у соціальних мережах, інші форми взаємодії зі сторінками певного змісту фіксуються в HTTP-cookie чи файлах профілів. Це дозволяє досить точно таргетувати рекламу, зокрема політичну. Кандидати та партії тепер можуть диференціювати ті посилання та об'єкти, які присутні в агітаційних матеріалах, залежно від того, кому та де буде продемонстровано рекламний матеріал. Як приклад, матеріал віком від 25–34 років, яка цікавиться питаннями виховання сім'ї, кандидат може пропонувати підвищити виплати по догляду за дитиною, на сторінках з вакансіями у сфері охорони здоров'я та медицини – покращити фінансування відповідної сфери, чоловіку віком старше 65 років, який цікавився питаннями субсидій та комунальних платежів – зниження останніх тощо.

Контекстна та медійна реклама, ремаркетинг, створення списків схожих аудиторій, локальний таргетинг та інші маркетингові можливості можуть бути цілком легально

використані суб'єктами балотування (це прямо визначено у правилах рекламного онлайн-сервісу Google Adwords [18]). Однак є ще й значна кількість «сірих» технологій (створення фейкових новин, коментарів та акаунтів, через які може поширюватись недостовірна інформація) та рекламних майданчиків, які ніде офіційно не зареєстровані (так звані тизерні мережі, які є посередниками між власниками сайтів і рекламодавцями).

Наприкінці 2017 року Facebook прийняв рішення зобов'язати користувачів розкривати дані про замовників політичної реклами, що публікується в соцмережі. Засновник Facebook Марк Цукерберг заявив: «Коли хтось оплачує політичну рекламу на телебаченні чи інших засобах масової інформації, вони зобов'язані за законом розкривати, хто платив за неї. Тепер ми робимо Facebook прозорим. <...> Стосовно політичних рекламодавців ми працюємо над інструментом, який дозволить вам досліджувати архів оголошень, які вони запускали в минулому. Ви також зможете дізнатися, скільки заплатив рекламодавець, тип людей, які бачили оголошення, і кількість показів» [19].

Тому сьогодні важливо налагоджувати співпрацю з великими корпораціями (Facebook, Twitter, Google тощо), які мають власні маркетингові онлайн-платформи, щоб ті оперативніше передавали інформацію про політичну рекламу та джерела її фінансування. Водночас держава (такі органи, як Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) чи Центральна виборча комісія) зможе надавати власні роз'яснення або здійснювати перевірку рекламних оголошень на предмет відповідності діючому законодавству, оскільки рекламні платформи охоплюють велику кількість країн, у яких суттєво відрізняється нормативна база.

Висновки. Існують принципи, які є базовими для вироблення чіткої та прозорої системи фінансування. До них належать такі: законодавство має бути виписано чітко та недвозначною мовою, варто уникати суперечливих положень між законами, що регулюють діяльність політичних партій загалом, та законами, що регулюють їхню фінансову діяльність. Законодавство про фінансування має охоплювати принаймні такі фундаментальні питання, як традиційні джерела фінансування, приватні пожертвування, державні субсидії на політичні партії, фінансування виборчих кампаній та забезпечення публічного доступу до відповідної інформації, звітність, моніторинг та виконання.

Процес формування стабільної партійної системи, протидії політичній корупції не є простим та може мати супротив з боку окремих діючих партій. Так, 8 грудня 2017 року Комітет виборців України оприлюднив інформацію про те, що за третій квартал 2017 року близько двох третин українських партій показали нулі у фінансових звітах (197 з 272 подали та з 356 зареєстрованих партій) [20]. Однак в цілому зміни, пов'язані з впровадженням державного фінансування передвиборчої агітації, посиленням аудиту та звітності політичних партій, створенням та наданням широких контрольно-наглядових повноважень Національному агентству з питань запобігання корупції можуть сприяти розвитку молодих та ідеологічно спрямованих партій, підвищенню їх конкурентоздатності.

Особливу вагу варто приділити регулюванню передвиборчої агітації у мережі Інтернет та налагодженню співпраці з великими корпораціями, які мають власні маркетингові онлайн-платформи. Доцільним є створення спеціальних відділів (у межах НАЗК чи ЦВК), які будуть надавати консультації, а також здійснювати перевірку рекламних оголошень на предмет відповідності діючому законодавству.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Поглиблення демократії: стратегія укріплення цілісності виборів у світі (Deepening Democracy: Strategy for Improving the Integrity of Elections Worldwide): звіт Комісії за 2012 рік. URL: <http://www.kofiannanfoundation.org/app/uploads/2017/05/Deepening-Democracy.pdf>.
2. Возняк Т. Про причини кнопкодавства. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2013/02/20/6983928/>.
3. Конституционное право зарубежных стран: Учебник для вузов / под общ. ред. М.В. Баглая, Ю.И. Лейбо, Л. М. Энтина. М.: Норма, 2004. 832 с.
4. Victor W. Geraci, PhD – Campaign Finance Reform Historical Timeline. URL: http://www.ctn.state.ct.us/civics/campaign_finance/Support%20Materials/CTN%20CFR%20Timeline.pdf.
5. Important dates: Federal campaign finance legislation. URL: <https://www.publicintegrity.org/2004/03/25/5852/important-dates-federal-campaign-finance-legislation>.
6. Political Parties, Elections and Referendums Act 2000. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/41/contents>.
7. Representation of the People Act 1983. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1983/2/contents>.
8. Адашис Л.І. Окремі аспекти фінансування виборчих кампаній політичних партій. Форум права. 2012. № 1. С. 20–27
9. Флейчук М.І. Недосконалість системи фінансування передвиборчого процесу в Україні як загроза соціально-економічному розвитку країни. Стратегічні пріоритети: наук.-аналіт. щокварт. зб. К., 2007. № 4 (5). С. 33–40
10. Цибенко К. Контроль фінансів політичних партій від А до Я. Досвід Латвії, Рига, 2016. URL: https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/12/dosvid-latvii_viev.pdf.
11. Баллінгтон Дж. Фінансування політичних партій та виборчих кампаній: довідник з фінансування політичної діяльності. URL: <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/funding-of-political-parties-and-election-campaigns-UK.pdf>.
12. Мохончук Б.С. Окремі питання законодавчого регулювання фінансування передвиборчої агітації. Національна правова система в умовах формування європейського правового простору: збірник матеріалів Міжнародної юридичної науково-практичної Інтернет-конференції «Актуальна юриспруденція» (Київ, 10 жовтня 2012 р.). К., 2012. С. 126–131.
13. НАЗК розподілило кошти з державного бюджету на фінансування політичних партій у II кварталі 2018 року. URL: <https://nazk.gov.ua/news/nazk-rozpodilylo-koshty-z-derzhavnogo-byudzhetu-na-finansuvannya-politychnykh-partiy-u-ii>.
14. Проект «Спільний висновок щодо проекту закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання і протидії політичній корупції в Україні». URL: <https://www.osce.org/uk/odihr/180226?download=true>.
15. Recommendation Rec (2003) 4 of the Committee of Ministers to member states on common rules against corruption in the funding of political parties and electoral campaigns. URL: [https://www.coe.int/t/dg1/legalcooperation/economiccrime/cybercrime/cy%20activity%20interface2006/rec%202003%20\(4\)%20pol%20parties%20EN.pdf](https://www.coe.int/t/dg1/legalcooperation/economiccrime/cybercrime/cy%20activity%20interface2006/rec%202003%20(4)%20pol%20parties%20EN.pdf)
16. Freedom in the World 2018. Ukraine. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/ukraine>.
17. Допит в Сенаті: Facebook, Twitter та Google розповіли про вплив РФ на вибори у США. URL: <http://www.dw.com/uk/%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82-%D0%B2-%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%82%D1%96-facebook-twitter-%D1%82%D0%B0-google-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BB%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%B2%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2-%D1%80%D1%84-%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%83-%D1%81%D1%88%D0%B0-01112017/av-41200202>.
18. Центр політики AdWords. URL: <https://support.google.com/adwordspolicy/answer/6014595?hl=uk>
19. Цукерберг розповів про нові правила для політичної реклами у Facebook. Уніан. URL: <https://www.unian.ua/science/2212674-tsukerberg-rozpoviv-pro-novi-pravila-dlya-politichnoji-reklami-u-facebook.html>.
20. 2/3 українських партій показали нулі у фінансових звітах. Дослідно. URL: <http://www.cvu.org.ua/nodes/view/type:news/slug:23-ukrainskykh-partii-pokazaly-nuli-u-finansovykh-zvitakh>.