

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»  
Факультет соціальних наук та соціальних технологій  
кафедра політології

ВПЛИВ МАЛИХ ВНЕСКІВ НА ХІД ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ ВИБОРЧОЇ  
КАМΠΑНИЇ У США 2024 РОКУ

дипломна робота  
на здобуття академічного звання бакалавра політології  
студентки Максимової Вікторії Дмитрівни

Науковий керівник  
старший викладач Шаповалов С.А.

Робота допущена до захисту в ДЕК рішенням кафедри політології

протокол №\_\_ від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Київ – 2025 р.

**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. НОРМАТИВНІ ЗАСАДИ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Поняття та принципи фінансування виборів у демократичних державах.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Особливості та історія становлення системи фінансування виборчих кампаній у США.....</b>	<b>13</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ МАЛИХ ВНЕСКІВ НА ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС І ПОЛІТИЧНУ РЕПРЕЗЕНТАЦІЮ .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Малі внески як інструмент політичної мобілізації та конкуренції за ресурси.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Вплив малих донорів на політичну репрезентацію та поляризацію суспільства.....</b>	<b>28</b>
<b>РОЗДІЛ 3. МАЛІ ВНЕСКИ ПІД ЧАС ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ КАМПАНІЇ У США 2024 РОКУ .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Аналіз структури фінансування кампаній Дональда Трампа та Камали Харріс .....</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Вплив малих внесків на виборчу кампанію 2024 року: порівняльний аналіз.....</b>	<b>42</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>50</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>53</b>
<b>АНОТАЦІЯ.....</b>	<b>59</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Політичні партії як організації та складові елементи демократичного суспільства не можуть існувати без боротьби, метою якої є прихід до влади. Механізмом, який це втілює, виступають вибори, а сама боротьба відбувається за підтримку виборців. Для політичної, як і будь-якої, боротьби необхідні ресурси — чи то фінансові, чи то людські.

Оцінка фінансування виборів у кількісній площині дає розуміння не лише того, як поведуть себе політичні актори заради акумулювання достатньої кількості ресурсів, а й глибшої природи зв'язку між партіями та виборцями. Так, наприклад, у двопартійній системі домінування малих внесків від великої кількості приватних донорів часто пов'язують з поляризацією населення. У 2024 році саме у США, якразовому прикладі усталеної двопартійної системи, відбулися найдорожчі вибори в історії країни. Загальна вартість президентських та конгресових кампаній сягнула суми майже 16 млрд доларів<sup>1</sup>.

Кампанія Камали Гарріс зібрала мільярд доларів прямих пожертв, з яких 40% склали невеликі донати. У кампанії Трампа малі донати склали 28% з 382 мільйонів доларів. Було би очікуваним припускати, що така різниця у обсягах підтримки дрібними внесками має знайти відображення у результатах виборів, і перемогти має кандидат з найбільшим обсягом зібраних малих пожертв. Проте це припущення було би занадто обмеженим, адже зв'язок між рівнем підтримки малими донорами та результатами голосування не є лінійним та однаковим для усіх кандидатів. Саме тому дослідження ролі малих внесків допоможе визначити природу зв'язку малих донорів з кандидатами, а також їхній вплив на результати виборів.

**Мета дослідження:** з'ясувати роль малих внесків у фінансуванні виборчих кампаній та їхній вплив на хід та результати виборів на прикладі президентських перегонів в США 2024 року.

---

<sup>1</sup> DW. (2024). *Вибори-2024 стали найдорожчими в історії США.* DW. <https://www.dw.com/uk/vibori2024-stali-najdorozcimi-v-istorii-ssa/a-70706577>

**Об'єкт дослідження:** Механізми політичного фінансування в межах виборчої системи США

**Предмет дослідження:** Вплив малих внесків на динаміку кампаній та результати президентських виборів у США 2024 року.

**Завдання дослідження:**

- (1) Окреслити зміст поняття фінансування виборчих кампаній та міжнародні підходи до його регулювання в демократичних державах
- (2) Проаналізувати еволюцію системи фінансування виборчих кампаній у США, зокрема історію її формування та особливості у типології донорів.
- (3) Визначити зв'язок між малими внесками та політичною мобілізацією, поведінкою кандидатів та конкуренцією за ресурси у контексті американської виборчої системи.
- (4) Дослідити особливості та роль малих внесків у підвищенні політичної репрезентації та поляризації суспільства в рамках сучасних виборчих кампаній
- (5) Дослідити структуру фінансування президентської кампанії у США 2024 року та виявити основні джерела фінансування, зокрема порівняти частку малих донорів у кампаніях.
- (6) З'ясувати вплив малих внесків на хід та результати виборів 2024 року, порівнюючи фінансування кампаній кандидатів від Демократичної та Республіканської партій у США.

**Методологія і методи дослідження:** Методологічною основою дослідження є концепція нео-мадісонівського плюралізму, який передбачає, що дрібні внески під час виборчих кампаній можна інтерпретувати як засіб боротьби з монополізацією політики окремими групами та посилення політичної участі. Теоретична дискусія доповнюється концепцією мобілізації ресурсів, яка підкреслює значення малих внесків у структурі фінансування для кандидатів та партій.

Крім того, дослідження спирається на теорію агентських відносин, згідно з якою малі внески є формою передачі повноважень кандидатам щодо представлення інтересів донорів, а високий рівень такого фінансування може сприяти більшій підзвітності кандидатів перед виборцями. Також використовується теорія політичної поляризації, яка дозволяє проаналізувати, чи сприяє домінування малих донорів посиленню ідеологічної напруги у суспільстві. Виходячи з цих концепцій, дослідження застосовує порівняльно-історичний, біхевіоральний та компаративний методи.

Порівняльно-історичний метод використовується для вивчення еволюції системи фінансування виборчих кампаній у США, зокрема змін у правовому регулюванні з кінця ХХ століття до виборів 2024 року. Це дозволяє виявити довгострокові тенденції та особливості системи виборчого фінансування у США, а також вплив ключових рішень на трансформацію ролі різних типів донорів.

Біхевіоральний метод застосовується для аналізу мотивацій донорів та поведінки виборців у контексті фінансової підтримки кандидатів. Даний метод дозволяє з'ясувати, яким чином малі внески впливають на політичну активність громадян, їхню прихильність до кандидатів та партій, а також виокремити зв'язок малих донорів з політичною репрезентацією та поляризацією суспільства.

Компаративний метод використовується для порівняння ролі малих внесків у виборчих кампаніях кандидатів від Демократичної та Республіканської партій у президентських виборах 2024 року, а також їхнього впливу на результати виборів. Це дозволяє виявити відмінності не лише у стратегіях залучення коштів, але і у ідеологічних переконаннях як малих донорів, так і кандидатів, а також їхній вплив на результати виборів.

Методологія дослідження поєднує кількісний та якісний аналіз, що дозволяє всесторонньо оцінити роль малих внесків у фінансуванні виборчих кампаній. Кількісний аналіз зосереджується на статистичній обробці даних про обсяги внесків, їхню частку в бюджетах кандидатів, а також вплив малих донорів на

результати виборів, використовуючи регресійне моделювання для виявлення залежностей між часткою малих внесків та результатами кампаній.

Якісний аналіз у дослідженні охоплює, з одного боку, виокремлення принципів фінансування виборчих кампаній через аналіз міжнародних та американських нормативно-правових актів, що дозволяє встановити концептуальні основи дослідження. З іншого боку, він застосовується для інтерпретації структури фінансування президентських кампаній у США 2024 року, включаючи стратегії залучення ресурсів кандидатами.

Основні методи дослідження включають аналіз документів (міжнародних договорів, законодавчих актів США) описову статистику (дані звітів FEC та кандидатів), регресійне моделювання, а також кейс-стаді для порівняння стратегій збору коштів Демократичної та Республіканської партій.

Методологія водночас має низку обмежень. Зокрема, аналіз не завжди дозволяє точно встановити причинно-наслідкові зв'язки між внесками та виборчою поведінкою. Роль малих внесків складно відмежувати від інших факторів, що впливають на як на фінансування, так і на результат кампанії. Попри це, поєднання зазначених взаємодоповнюючих підходів забезпечує валідність результатів дослідження.

**Джерельна база дослідження** формується на основі таких первинних джерел як міжнародні нормативні акти, що регулюють стандарти фінансування виборчих кампаній. Також використовуються бази даних некомерційних організацій, таких як [OpenSecrets.org](https://www.opensecrets.org) та DIME, що надають структуровані дані про фінансування виборів у США. Вторинні джерела включають наукові статті, аналітичні записки, доповіді та звіти дослідницьких центрів, наприклад, Brennan Center for Justice. Додатковим джерелом інформації слугують онлайн-медіа.

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, трьох розділів із шістьома підпунктами, висновків, списку використаної літератури, додатків та анотації. Загальний обсяг роботи складає 59 сторінок.

## РОЗДІЛ 1. НОРМАТИВНІ ЗАСАДИ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

### 1.1 Поняття та принципи фінансування виборів у демократичних державах

Фінансування політичної діяльності є невіддільною складовою функціонування демократії, адже політика завжди потребує грошей. Участь політичних партій у виборах, забезпечення повсякденної організаційної роботи, підтримка комунікації з виборцями та формування політичної програми — для цього всього необхідні ресурси, в тому числі фінансові. Водночас ці витрати слід розглядати не як проблему, а як необхідні та неминучі витрати демократії<sup>2</sup>. Політична конкуренція передбачає залучення фінансів, але саме структура та джерела цього фінансування визначають, чи сприятимуть вони посиленню демократії, чи навпаки підірвуть довіру до політичної системи.

У демократичних державах роль регулювання фінансування виборів і партій має принципово публічний характер. Правила, що визначають допустимі джерела коштів, порядок звітування та обмеження на витрати, покликані не лише боротися з корупцією, а й гарантувати рівність можливостей, прозорість та автономію політичних суб'єктів. Навіть самого лише враження серед загалу про можливі зловживання у політичному фінансуванні може бути достатньо, аби підірвати довіру громадськості до всієї політичної системи.

Регулювання фінансування виборчих кампаній має базуватися на чітко сформульованих, доступних та взаємно узгоджених правових нормах. Воно повинне охоплювати як приватне, так і державне фінансування, включати і виборчі кампанії, і повсякденну діяльність партій. Особливе місце займає забезпечення прозорості фінансування: від обов'язкової звітності та зовнішнього аудиту до наявності незалежного державного органу,

---

<sup>2</sup> van Biezen, I. (2003). Financing political parties and election campaigns: Guidelines. Council of Europe Publishing, с. 12

спроможного забезпечити дотримання правил. Тільки за таких умов можна гарантувати, що участь грошей у політиці не суперечитиме демократичним цінностям.

Важливим напрямом регулювання політичного фінансування є встановлення чітких рамок саме для виборчих кампаній, коли концентрація ресурсів та швидкість витрачання коштів сягають свого піку. Тому фінансування виборів потребує окремого розуміння цього поняття та окремого нормативного врегулювання.

ОБСЄ/БДПІЛ визначає фінансування виборчих кампаній як всі грошові та негрошові внески, а також витрати, здійснювані політичними партіями та кандидатами під час передвиборчої кампанії<sup>3</sup>. Воно необхідне для виконання партіями та кандидатами своїх функцій: наприклад, проведення передвиборчої агітації, формування штабів, оренди приміщень, та навіть розробки програми. Фінансові ресурси прямо впливають на можливості політичних сил ефективно доносити свою позицію до виборців.

За загальноприйнятою класифікацією, фінансування виборчих кампаній поділяється на два основні типи: державне (публічне) та приватне. Державне фінансування – це кошти з державного бюджету, які спрямовуються на виборчі кампанії: пряма грошова підтримка партій чи кандидатів та відшкодування витрат або непрямі форми підтримки, наприклад, надання безкоштовних чи пільгових послуг і товарів<sup>4</sup>. Державні ЗМІ можуть виділяти безкоштовний ефірний час, місцева влада – надавати приміщення для зустрічей, внески громадян до виборчих фондів можуть не оподатковуватися. Публічне фінансування покликане зменшити залежність політиків від великих приватних донорів і створити більш рівні фінансові умови для всіх учасників виборів.

---

<sup>3</sup> OSCE/ODIHR. (2015). Handbook for the observation of campaign finance. Organization for Security and Co-operation in Europe / Office for Democratic Institutions and Human Rights, с. 18

<sup>4</sup> International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2016). Фінансування політичних партій та виборчих кампаній. Stockholm: International IDEA, с. 29

Приватне фінансування, натомість, базується на добровільних внесках фізичних та юридичних осіб. У багатьох країнах саме приватні пожертви складають основну частину фінансування виборів та загалом політичної діяльності партій. Законодавство при цьому встановлює певні правила та обмеження, наприклад, визначає можливі категорії донорів і максимальні суми надходжень. Так, наприклад, встановлення лімітів щодо максимально дозволених розмірів внесків не дозволяє одному спонсору профінансувати більшу частину кампанії, запобігаючи надмірному впливу окремих груп людей на політику.

Варто зазначити, що фінансування виборів завжди передбачає ризики як корупції, так і нерівності учасників процесу. Надмірний вплив грошей може підірвати довіру населення до виборів та демократичної системи, особливо якщо одні кандидати мають значно більше ресурсів за інших<sup>5</sup>. Саме тому у демократичних державах обов'язково встановлюється система правил, що регулюють фінансування виборчих кампаній.

В основі міжнародних стандартів лежить ідея, що фінансування виборів має бути прозорим і таким, що не створює переваг одних політичних сил над іншими. Зокрема, Венеційська комісія Ради Європи зазначає, що прозорість та рівні можливості для учасників процесу є фундаментальними принципами фінансування виборів<sup>6</sup>. Інформація про партійні внески і витрати при цьому має бути публічно доступною, а джерела фінансування – обмеженими задля зменшення корупційних ризиків.

Загалом саме прозорість є одним із ключових принципів фінансування та загалом проведення виборів, адже суспільство повинно знати, хто і скільки витрачає на кампанію. У міжнародних стандартах це відображено в різних формах: наприклад, ОБСЄ у 24 пункті Копенгагенського документу 1990 року

---

<sup>5</sup> UN Human Rights Committee. (1996). General comment No. 25: The right to participate in public affairs, voting rights and the right of equal access to public service (Article 25) (CCPR/C/21/Rev.1/Add.7). United Nations, с. 4

<sup>6</sup> Venice Commission. (2025). Code of good practice in electoral matters: Guidelines, explanatory report and interpretative declarations (CDL-AD(2002)023rev2-cor). Council of Europe, с. 41

закріплює, що держави-учасниці повинні гарантувати, аби будь-які обмеження основоположних свобод «не зловживалися і не застосовувалися довільно, а використовувалися таким чином, щоб було забезпечене ефективне здійснення цих прав»<sup>7</sup>.

Аналогічно, Рада Європи в Рекомендаціях Комітету Міністрів 2003 року зазначає, що прозорість у фінансуванні політичних партій допомагає запобігати незаконному впливу, який може виникнути через великі внески, особливо ті, що не розкриті публічно. Якщо законодавство країни зобов'язує партії фіксувати і публічно розкривати інформацію про донорів, а також вказувати розмір цих внесків, то це відповідає основним вимогам прозорості<sup>8</sup>.

Конвенція ООН проти корупції 2003 року у статті 7.3 наголошує на необхідності підвищення прозорості фінансування кандидатів на виборні державні посади<sup>9</sup>. Національним урядам рекомендується впроваджувати як законодавчі, так і адміністративні заходи для забезпечення відкритості цього виборчого процесу. Таким чином прозорість фінансування виборчих кампаній відіграє роль також інструменту запобігання корупції в політиці.

Ключовим механізмом прозорості фінансування кампаній є обов'язкова звітність про надходження і використання коштів. Кандидати та партії зобов'язані подавати офіційні фінансові звіти з детальними даними про отримані внески та здійснені витрати<sup>10</sup>. Звітування здійснюється у чітко встановлені строки (під час кампанії та після її завершення) до уповноважених державних органів, наприклад, виборчої комісії. У звітах розкриваються основні донори і суми, а також витрати виборчого фонду. Ця інформація оприлюднюється, що дозволяє громадськості та ЗМІ контролювати

---

<sup>7</sup> Conference on Security and Co-operation in Europe [CSCE]. (1990). Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE, c. 15

<sup>8</sup> Council of Europe. (2003). 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. Council of Europe, c. 4

<sup>9</sup> United Nations. (2004). United Nations Convention against Corruption. United Nations Office on Drugs and Crime, c. 11

<sup>10</sup> International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2016). Фінансування політичних партій та виборчих кампаній. Stockholm: International IDEA, c. 116

фінансування виборів. Виявлені порушення, наприклад, несвоєчасне чи неповне розкриття даних, тіньове фінансування, перевищення лімітів, тягнуть за собою санкції (штрафи, попередження, аж до скасування реєстрації кандидата чи партії).

Не менш важливим принципом є рівність можливостей учасників виборчого процесу. Вибори повинні відбуватися на основі рівного ставлення до усіх суб'єктів, таким чином жоден кандидат чи партія не має мати законодавчих переваг перед іншими. Це стосується і фінансового аспекту. ОБСЄ в параграфах 7.6 та 7.7 уже згаданого Копенгагенського документу 1990 року підкреслює, що принцип рівного та справедливого ставлення є частиною ефективної системи фінансування кампаній<sup>11</sup>.

На практиці це часто забезпечується шляхом державного фінансування, надання рівного доступу до державних ЗМІ та запровадження регулювання, що запобігає можливому зловживанню адміністративним ресурсом. Також ООН у Загальному коментарі № 25 1996 року до статті 25 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права допускає обґрунтовані обмеження на витрати під час виборчої кампанії, якщо це необхідно для того, щоб гарантувати вільний вибір виборців і запобігти спотворенню демократичного процесу через надмірне фінансування окремих кандидатів або партій<sup>12</sup>.

Важливим є і принцип підзвітності та законності. Держави мають забезпечити, щоб усі форми фінансування відповідали національному законодавству та були об'єктом державного нагляду та контролю. Рекомендації Ради Європи 2003 року передбачають необхідність правил, які запобігають корупції у фінансуванні політичних партій і виборчих кампаній. Зокрема, йдеться про необхідність встановлення обмежень на витрати, обов'язкове розкриття інформації, звітність, а також незалежний нагляд і

---

<sup>11</sup> Conference on Security and Co-operation in Europe [CSCE]. (1990). Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE, c. 6

<sup>12</sup> UN Human Rights Committee. (1996). General comment No. 25: The right to participate in public affairs, voting rights and the right of equal access to public service (Article 25) (CCPR/C/21/Rev.1/Add.7). United Nations, c. 4

контроль. У статті 7 цих Рекомендації йдеться про те, що країни регулювання пожертв від іноземних донорів може бути більш строгим, ніж внесків від громадян даної країни<sup>13</sup>.

Ще одним базовим принципом є пропорційність норм і санкцій. З одного боку, законодавство не повинно встановлювати надмірно жорсткі вимоги щодо фінансової звітності, які б унеможливили нормальну діяльність партій. З іншого – у законодавстві повинні бути передбачені адекватні покарання за порушення. Рекомендаціях Ради Європи 2003 року підкреслюється, що політичні партії мають нести ефективне, пропорційне і стримувальне покарання у разі порушення правил фінансування. Рівень санкцій має відповідати серйозності проступку, але бути достатньо суворим, щоб запобігти порушенням.

Незважаючи на наявність вищезазначених принципів, їхня реалізація має одразу ряд проблем. Контроль за реальними грошовими потоками часто важко організувати ефективно. Також офіційні звіти партій або кандидатів можуть не відображати всього існуючого фінансування, адже деякі внески можуть проводитися через посередників чи просто бути прихованими навіть через готівку. Спостерігачі від ОБСЄ у різних країнах фіксують використання та зловживання адміністративним ресурсом у передвиборній агітації. Незалежні контролюючі органи можуть не мати достатньої кількості ресурсів для належної перевірки звітів. За витратами на рекламу у соціальних мережах також важче стежити, а іноді їх взагалі неможливо прослідкувати.

Група держав проти корупції (GRECO) Ради Європи проводить оцінювання впровадження принципів фінансування виборчих кампаній та загалом діяльності політичних партій у державах-членах. Результати третього раунду оцінки, який був присвячений даній проблемі, свідчать, що фундаментальні принципи прозорості й контролю визнані усіма країнами, проте багато з них

---

<sup>13</sup> Council of Europe. (2003). 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. Council of Europe, с. 3

все ж мають прогалини у фактичній реалізації цих принципів<sup>14</sup>. Зокрема, GRECO відзначає необхідність належного оприлюднення інформації про доходи партій і кандидатів та дійсно ефективного моніторингу фінансових даних.

Отже, питання фінансування політичної діяльності є не лише технічним чи адміністративним аспектом виборчого процесу, а одним з ключових індикаторів якості демократичної системи. Саме через регулювання фінансування – хто і на яких умовах має доступ до ресурсів, як витрачаються кошти, хто здійснює контроль – вибори та їхні результати можуть або утверджувати довіру до інституцій та держави, або ж навпаки. Політична діяльність неможлива без достатньої кількості ресурсів, відтак, фінансування виборчих кампаній слід розглядати як природну складову функціонування демократії.

Водночас саме значний вплив грошей на політику та вибори часто створює асиметрії у доступі учасників виборчого процесу до влади та загалом породжує корупційні ризики. Саме тому державне втручання з метою забезпечення справедливих і зрозумілих правил є необхідним. Правове регулювання має охоплювати не лише встановлення дозволених і заборонених джерел фінансування, а й деталізовані процедури контролю, звітності та відповідальності. При цьому демократичні міжнародні принципи, такі як прозорість, підзвітність, рівність, законність і пропорційність, мають слугувати основою для регулювання фінансування виборчих кампаній.

## **1.2 Особливості та історія становлення системи фінансування виборчих кампаній у США**

Система фінансування виборчих кампаній у Сполучених Штатах Америки сформувалася в результаті більш ніж столітнього розвитку виборчого

---

<sup>14</sup> Group of States against Corruption (GRECO). (2010). Political financing: GRECO's first 22 evaluations[Horizontal study]. Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/greco/-/greco-publishes-horizontal-study-on-political-financing>

законодавства та політичної практики. Однією з основ сучасного правового регулювання став Federal Election Campaign Act (FECA). Цей закон, ухвалений у 1971 році і суттєво доповнений у 1974 році, встановив базові правила фінансування федеральних виборів.

FECA зобов'язав кандидатів, виборчі комітети і PAC регулярно подавати докладні фінансові звіти про всі внески та витрати на виборчі кампанії<sup>15</sup>. Закон обмежив витрати на агітацію, зокрема, на теле- та радіорекламу, та дозволив створення корпоративних і профспілкових комітетів для збору добровільних пожертв. Після Вотергейту до FECA внесли поправки, які запровадили ліміти на розміри внесків. Тими ж поправками було засновано Федеральну виборчу комісію (FEC) – незалежний орган для нагляду за виборами<sup>16</sup>.

Проте не всі положення FECA 1974 протрималися довго: низку норм було оскаржено в судах. У рішенні *Buckley v. Valeo* (1976) Верховний суд хоча і підтримав ліміти на розмір внесків як необхідний інструмент для запобігання корупції, але визнав неконституційними обмеження на виборчі витрати кандидатів або сторонніх осіб<sup>17</sup>. Після цього ліміти витрат було скасовано. Попри це, FECA заклав основу сучасної системи контролю – через прозорість та підзвітність. Багато його норм діють із певними модифікаціями й нині.

Наступним ключовим етапом став Двопартійний закон про реформу фінансування виборчих кампаній 2002 року (*Bipartisan Campaign Reform Act*). Цей акт був відповіддю на накопичені проблеми 1980-90-х, передусім необмежені так звані «soft money» та поширення тіньової агітації через нібито незалежні групи.

Поняття «soft money» описує внески, які надходять до партій для загальних потреб та позавиборчої політичної діяльності, але не безпосередньо для підтримки конкретного кандидата. Ці внески не підпадали під суворі обмеження та вимоги до звітності, які застосовуються до прямих внесків на

---

<sup>15</sup>OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

<sup>16</sup> Там само.

<sup>17</sup> Там само.

користь кандидатів (так званих «hard money»). До прийняття Bipartisan Campaign Reform Act політичні партії могли збирати необмежені суми «soft money» від корпорацій, профспілок та великих донорів. Ці кошти часто використовувалися для фінансування реклами, яка, хоча формально не закликала голосувати за конкретного кандидата, фактично сприяла його обранню.

BCRA заборонив використання «soft money» політичними партіями для підтримки кандидатів<sup>18</sup>. Для того, аби компенсувати цю заборону, закон водночас подвоїв ліміт індивідуального внеску. Так, максимально допустима пожертва від фізичної особи кандидату зростає з встановлених ще у 1970-х \$1 000 за кожний виборчий цикл до \$2 000, із подальшою індексацією цієї суми відповідно до інфляції. BCRA також врегулював деякі форми передвиборної реклами. Закон визначив поняття «electioneering communications» (передвиборчої комунікації) та заборонив пряму оплату активностей, що потрапляли під це визначення, з рахунків зовнішніх груп<sup>19</sup>.

Під заборону потрапили будь-які телевізійні або радіо ролики, що згадують конкретного кандидата недовзі перед виборами (за 30/60 днів до голосування), якщо за них платить корпорація чи профспілка – таким чином корпораціям довелося або утримуватися від такої агітації, або діяти через офіційно зареєстровані комітети, підзвітні FEC. BCRA став певним компромісом, адже він одночасно обмежив джерела фінансування, щоб зменшити залежність політики від великих грошей, проте послабив інші норми, аби компенсувати учасникам виборчого процесу нові заборони.

BCRA також намагалися оскаржити в суді. Найвагомішою була *McConnell v. FEC* (2003) – група на чолі з сенатором Мітчем Макконнеллом стверджувала, що заборона «soft money» та інші положення порушують принципи свободи слова. Однак Верховний суд визначив, що цілі BCRA є

---

<sup>18</sup>OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

<sup>19</sup>Там само.

легітимними і достатньо вагомими, щоб виправдати встановлені обмеження, і що ці обмеження не надмірні. Лише окремі другорядні норми, наприклад, заборону пожертв від неповнолітніх, було визнано неконституційними, більша ж частина акту залишилась чинною<sup>20</sup>. Таким чином, BCRA фактично діяв до 2010 року, ставши невід'ємною частиною системи регулювання фінансування виборчих кампаній.

Проте уже у 2010 році рішення у справі *Citizens United v. Federal Election Commission* докорінно змінило цю систему. У 2008 році неприбуткова організація *Citizens United* створила документальний фільм «Hillary: The Movie», який критично висвітлював діяльність Гіллари Клінтон. Організація планувала поширювати фільм за кілька тижнів до праймеріз. Однак Федеральна виборча комісія заборонила це, посилаючись на положення BCRA, які забороняли корпораціям та профспілкам фінансувати виборчу агітацію за 30 днів до праймеріз або за 60 днів до загальних виборів.

21 січня 2010 року Верховний суд США ухвалив рішення на користь *Citizens United*. Суд постановив, що обмеження BCRA на незалежні політичні витрати корпорацій та профспілок порушують Першу поправку до Конституції США, яка гарантує свободу слова. Таким чином Верховний суд, скасувавши цю заборону, дозволив необмежені витрати на політичну рекламу з корпоративних та інших недержавних джерел за умови, що вони не координуються з кандидатами<sup>21</sup>. Цей прецедент призвів до появи нового типу організацій, так званих супер-РАС, та активізації тіньового фінансування виборів<sup>22</sup>.

Супер-РАС або ж *independent-expenditure only committees* – це виборчі комітети, які можуть збирати необмежені внески від приватних осіб, корпорацій чи інших організацій і витратити їх на підтримку або протидію

---

<sup>20</sup> OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

<sup>21</sup> Weiner, D. I., & Lau, T. (2019). *Citizens United explained*. Brennan Center for Justice. <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/citizens-united-explained>

<sup>22</sup> OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

кандидатам, але не мають права напряму передавати кошти кандидатам чи координувати з ними свої дії<sup>23</sup>. Супер-РАС зобов'язані розкривати свої витрати і донорів у звітах, подібно до звичайних виборчих комітетів, однак часто реальні донори приховані.

Паралельно зросла роль некомерційних організацій. Вони можуть приймати необмежені пожертви з будь-яких джерел і витратити їх на нібито адвокаційну діяльність, у тому числі політичну рекламу, не розкриваючи публічно імена своїх донорів<sup>24</sup>. Закон лише вимагає, щоб політична діяльність не була їх основною функцією, але на практиці контроль за цим доволі умовний. Вже на виборах 2012 року більше 300 мільйонів доларів було витрачено такими організаціями на телерекламу та інші форми агітації, причому виборці часто не могли дізнатися, хто стоїть за цими коштами<sup>25</sup>.

Варто зазначити, що окрім супер-РАС та некомерційних організацій основними категоріями джерел фінансування є також приватні внески від громадян до виборчих комітетів кандидатів, партійні кошти, а також політичні комітети (звичайні РАС).

Так, індивідуальні донори – основа фінансування більшості виборчих кампаній. Ще з 1974 року їхні внески підпадають під ліміти, наприклад, після BCRA 2002 р. межа була \$2 000, зросла до \$2 800 до виборів 2020 р., а станом на 2024 р. перевищила \$3 000 з урахуванням інфляції. Індивідуальний донор може окремо жертвувати на праймеріз і на загальну кампанію (ліміт застосовується до кожного з цих етапів), а також робити внески різним кандидатам і партійним комітетам. Прямі пожертви заборонені від імені іноземців, федеральних підрядників, а також з корпоративних чи профспілкових рахунків. Хоча більшість кандидатів активно залучають малі

---

<sup>23</sup> Campaign Legal Center. (2018). PACs, Super PACs & dark money groups: What's the difference? <https://campaignlegal.org/update/pacs-super-pacs-dark-money-groups-whats-difference>

<sup>24</sup> Там само.

<sup>25</sup> OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

індивідуальні внески через масові кампанії збору коштів, значну частку бюджету часто забезпечують великі донори.

Політичні партії США також відіграють важливу роль у фінансуванні кампаній своїх кандидатів. Вони збирають кошти на рахунки своїх партійних комітетів на різних рівнях – як на рівні штатів, так і на загальнонаціональному. Водночас партійні комітети підпадають під ліміти пожертв аналогічно до кандидатських комітетів. Зібрані партією кошти далі спрямовуються на підтримку кандидатів тієї ж партії через так звані координовані витрати в рамках встановленого ліміту<sup>26</sup>.

Ще одне джерело фінансування виборчих кампаній в США – це PAC (Political Action Committee). Це усі інші комітети, що створені для збору коштів і фінансування кампаній, окрім кандидатських чи партійних комітетів. Якщо певна група чи організація витратить понад \$1 000 з метою вплинути на федеральні вибори, вона повинна зареєструватися як PAC<sup>27</sup>. Внески до PAC від окремих донорів обмежені \$5 000 на рік, причому PAC не можуть приймати прямі пожертви від корпорацій або профспілок. Водночас організації можуть покривати адміністративні витрати своїх PAC<sup>28</sup>.

PAC мають право жертвувати кошти кандидатам. Один PAC може внести до \$5 000 на рахунки одного кандидата і до \$15 000 на рахунки партійного комітету<sup>29</sup>. PAC можуть підтримувати безліч кандидатів одразу. Виборчі комітети діють відкрито, адже регулярно подають до FEC звіти про зібрані та витрачені кошти. Таким чином, PAC хоча й інституціоналізували участь третіх сторін у фінансуванні виборів, але в межах встановлених лімітів та з дотриманням певного рівня прозорості.

---

<sup>26</sup> Federal Election Commission. Qualifying as a political party committee. <https://www.fec.gov/help-candidates-and-committees/registering-political-party/qualifying-as-a-political-party-committee/>

<sup>27</sup> Campaign Legal Center. (2018, June 20). PACs, Super PACs & dark money groups: What's the difference? <https://campaignlegal.org/update/pacs-super-pacs-dark-money-groups-whats-difference>

<sup>28</sup> Там само.

<sup>29</sup> Там само.

На федеральному рівні діє також система державного співфінансування президентських кампаній, створена після Вотергейту. Кандидати можуть отримати державні гранти на праймеріз і загальні вибори, якщо погодяться на жорсткі ліміти витрат<sup>30</sup>. Однак з 2008 року, коли Барак Обама відмовився від державних коштів, ця система майже не використовується кандидатами. У деяких штатах та містах є свої програми публічного фінансування місцевих виборів, наприклад, система матчинг-фондів для малих пожертв.

Федеральна виборча комісія відіграє центральну роль у забезпеченні контролю і дотримання правил. Вона складається з 6 комісарів, по три від кожної з двох партій<sup>31</sup>. Така двопартійна структура замислювалася, щоб жодна партія не могла використати Комісію у своїх інтересах. Серед її функцій FEC: реєстрація виборчих комітетів, збір і публікація фінансових звітів, перевірка їх на відповідність вимогам, проведення аудитів кампаній (вибірково або при підозрі на порушення), розслідування скарг про можливі порушення та накладення санкцій за необхідності.

У разі, якщо FEC отримує скаргу або сама виявляє ймовірне порушення, вона проводить попередній аналіз. Для офіційного розслідування потрібна згода більшості комісарів (не менше 4 з 6). Більшість порушень караються штрафами, розмір яких залежить від серйозності. На практиці кримінальні справи рідкісні, кандидати або комітети зазвичай добровільно погоджуються виправити порушення чи сплатити штраф.

Разом з тим, ефективність FEC та механізмів контролю неодноразово піддавалася критиці. Через паритетний склад Комісії якщо демократичні і республіканські члени не сходяться в думках, FEC не може, наприклад, розпочати розслідування чи покарати порушника. Такі безвихідні ситуації призвели до того, що ряд гучних справ про потенційні зловживання фінансуванням, наприклад, про перевищення впливу супер-РАС, було

---

<sup>30</sup>OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

<sup>31</sup>Там само.

закрито, оскільки голоси поділилися навпіл. Колишні працівники FEC називають її нинішній стан «дисфункційним» і таким, що не забезпечує належної прозорості виборів<sup>32</sup>.

Також FEC юридично обмежена у вимогах до некомерційних організацій, адже останні підпадають під податкове законодавство, а не виборче. Нині в Конгресі періодично пропонуються законопроекти типу DISCLOSE Act, які б зобов'язали розкривати кінцевих донорів некомерційних організацій та збільшили би повноваження FEC, але поки що такі ініціативи не набрали достатньо підтримки<sup>33</sup>.

Отже, можна виокремити кілька чітких фаз трансформації системи фінансування виборів у США, які є частиною тривалого процесу балансування між необхідністю запобігти корупції і захистити політичні свободи. Період після Вотергейту у 1970-тих роках став прикладом того, як масштабна криза стає причиною системної реформи. Скандал призвів до ухвалення Закону про виборчу кампанію (FESA), створення Федеральної виборчої комісії (FEC), запровадження лімітів на внески і системи публічного фінансування.

1980-90-ті роки стали періодом фактичного деградації реформи через появу і масове використання так званих «soft money». Хоча скандали цього періоду не мали масштабу Вотергейту, але вони поступово формували суспільний запит на посилення контролю за грошима у політиці. Реформа 2002 року стала кульмінацією цього процесу через, наприклад, заборону використання «soft money» у виборчих кампаніях. Однак рішення Верховного суду у справі Citizens United (2010) знову змінило усю систему, скасувавши ключові обмеження BCRA. Так відкрився шлях до створення супер-РАС, які, хоча й формально не координуються з кандидатами, відіграють вирішальну роль у кампаніях.

---

<sup>32</sup> Noti, A., Chlopak, E., Kelley, C. H., Hancock, K. P., & Ghosh, S. (2022, August 8). Why the FEC is ineffective. Campaign Legal Center. <https://campaignlegal.org/update/why-fec-ineffective>

<sup>33</sup> Garrett, R. S. (2023, September 12). The state of campaign finance policy: Recent developments and issues for Congress(CRS Report No. R41542). Congressional Research Service, с. 2

Ці цикли свідчать про важливу характеристику американської системи фінансування виборчих кампаній, а саме постійне коригування та пошук балансу між демократичними цінностями і необхідними обмеженнями. Кожен виток цієї спіралі був відповіддю на попередні рішення: надмірна концентрація грошей призводила до суворіших правил, а нові обмеження призводили до судових позовів, пошуку лазівок для обходу обмежень та нових проблем у фінансуванні кампаній.

На сьогодні система фінансування виборів у США – це гібридна система, в якій офіційні комітети діють у межах суворих лімітів і звітності, тоді як нові актори, що фактично є третіми сторонами беруть участь у кампаніях в умовах майже повної свободи. Водночас хоча нинішня модель, з усіма її перевагами та вадами, уже стала важливою складовою американського виборчого процесу, ймовірно, у майбутньому вона адаптуватиметься і враховуватиме висновки виборів і 2024 року.

## РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ МАЛИХ ВНЕСКІВ НА ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС І ПОЛІТИЧНУ РЕПРЕЗЕНТАЦІЮ

### 2.1 Малі внески як інструмент політичної мобілізації та конкуренції за ресурси

Хто такі «малі донори» та що таке «малі внески»? У більшості досліджень умовний розподіл відбувається за допомогою межі у \$200. Це пов'язано з декількома причинами. По-перше, FEC не вимагає детального звітування про внески від донорів, хто за один дворічний виборчий цикл здійснює внесків на суму менше \$200. По-друге, деякі дослідження свідчать, що навіть у відриві від законодавчо визначеного розуміння малих донорів, саме межа у \$200 найкраще розрізняє категорії великих та малих внескодавців за ключовими змінними, наприклад, гендер, дохід, ідеологія чи рівень політичної участі<sup>34</sup>. Протягом останніх виборчих циклів феномен малих донорів стає все вагомішою частиною фінансування виборів у США, проте так було не завжди.

Ще на початку ХХ століття фінансування кампаній спиралося переважно на багатих меценатів і власні статки кандидатів. Усе змінилося у 2004 році, не останньою чергою завдяки появі та поширенню нових інтернет-технологій. Першопрохідцем став демократ Говард Дін, маловідомий губернатор Вермонту, який використав інтернет для організації кампанії «знизу». Через різноманітні платформи (блоги, онлайн-форуми, щойно створені соціальні мережі та платіжні системи) Дін залучив сотні тисяч прихильників по всій країні. Тоді йому вдалося зібрати близько 40% усього виборчого фонду завдяки малим внескам, більшість з яких були зроблені онлайн<sup>35</sup>.

На президентських виборах 2008 року кампанія Барака Обама встановила нові рекорди за масштабом дрібних пожертв. Тоді Обама залучив понад \$300

---

<sup>34</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 22

<sup>35</sup> Malbin, Michael J. (2013). Small Donors: Incentives, Economies of Scale, and Effects. *The Forum*, vol. 11, n° 3, 2013, p. 385-411, С. 391-92.

млн індивідуальних пожертв менше \$200<sup>36</sup>. Його штаб активно застосовував email-розсилки, онлайн платформи з платіжними системами та соціальні мережі для залучення цих коштів. В результаті Обама зібрав колосальну на той час суму – близько \$750 млн за виборчий цикл, майже 45% з яких були малими внесками<sup>37</sup>. Хоча великі донори та корпоративні спонсори зробили значний внесок у такий успіх Обама, кампанія 2008 року підтвердила, що малі донори можуть конкурувати з великими коштами.

Протягом 2010-х років роль малих внесків лише продовжила зростати. Вибори 2016 року стали поворотними одразу для обох партій. Демократ Берні Сандерс побудував свою кампанію на відмові від підтримки великих корпорацій. Сандерс зумів зібрати основну частину бюджету завдяки індивідуальним внескам малого та середнього розміру<sup>38</sup>. Паралельно, кандидат від Республіканської партії Дональд Трамп, хоч і відомий як мільярдер, залучив рекордну на той час суму малих внесків як у абсолютному вимірі, так і за їхньою часткою у фінансуванні всієї кампанії — 69%<sup>39</sup>.

Вже наступна президентська кампанія 2020 року встановила нові рекорди участі малих донорів. За оцінками OpenSecrets, на федеральних виборах 2020 загальна сума пожертв менше \$200 перевищила \$4 млрд, тоді як у 2016 році цей показник складав близько \$1 млрд<sup>40</sup>. Наприклад, ще станом на початок 2020 року шість претендентів на посаду президента отримували понад половину коштів саме від донорів, які жертвували менше \$200<sup>41</sup>. Берні

---

<sup>36</sup> OpenSecrets. (2008). Summary data for Barack Obama, 2008 cycle. <https://www.opensecrets.org/pres08/candidate?id=N00009638>

<sup>37</sup> Там само.

<sup>38</sup> Levine, C. (2019,). Why Democrats are falling over themselves to find small-dollar donors. Center for Public Integrity. <https://publicintegrity.org/politics/elections/democrats-small-dollar-donors-president-campaign>

<sup>39</sup> Pildes, Richard H. (2019). Small-Donor Based Campaign-Finance Reform and Political Polarization. Yale Law Journal F., Vol. 129, 2019-20, NYU School of Law, Public Law Research Paper No. 20-01. <https://ssrn.com/abstract=3490089>, C. 152

<sup>40</sup> Evers-Hillstrom K. (2021). Most Expensive Ever: 2020 Election Cost \$14.4 Billion. OpenSecrets <https://www.opensecrets.org/news/2021/02/2020-cycle-cost-14p4-billion-doubling-16>

<sup>41</sup> U.S. PIRG. (2019). Small donors driving 2020 presidential race. <https://pirg.org/resources/small-donors-driving-2020-presidential-race/>

Сандерс продовжив свою стратегію 2016 р. і отримав загалом близько \$96 млн протягом 2019 року від більш ніж 5 мільйонів індивідуальних донорів із середнім внеском лише \$18<sup>42</sup>. Дональд Трамп у 2020 р. отримав близько 48% фінансування своєї виборчої кампанії саме від малих донорів (для порівняння, у Джо Байдена у 2020 році цей показник склав близько 39%)<sup>43</sup>.

Питання полягає у тому, для чого кандидатам загалом покладатися на малих донорів, якщо американська виборча система загалом не страждає від нестачі фінансування, особливо під час президентських перегонів. Відповідь на це питання варто почати з концепції нео-мадісонівського плюралізму. Джеймс Медісон у «Федералістських записках», конкретно №10 і №51, стверджував, що найкращий спосіб захистити демократію від тиранії більшості – це створити систему, де багато фракцій і груп інтересів конкурують між собою<sup>44</sup>. Така конкуренція ускладнює домінування однієї групи й стимулює компроміси між різними верствами суспільства. Відповідно до ідей класичний плюралізм 1950-1970-тих років вважалося, що всі групи мають рівний доступ до політичної системи. Нео-мадісонівський плюралізм водночас визнає, що у сучасному суспільстві групи мають дуже різний доступ до ресурсів, і це впливає на їхню політичну вагу. Тому сучасні інституції повинні не лише сприяти посиленню конкуренції між різними групами, а й компенсувати нерівність доступу до політичної участі.

Нео-мадісонівський підхід акцентує увагу на тому, як формуються стимули для політичних акторів посилювати репрезентацію ширших груп суспільства<sup>45</sup>. Кандидати таким чином прагнуть залучати малі внески тому, що

---

<sup>42</sup> Otterbein, H. (2020). Sanders delivers blowout fundraising number. Politico. <https://www.politico.com/news/2020/01/02/bernie-sanders-fundraising-millions-092446>

<sup>43</sup> OpenSecrets. (2020). Small Donors in the 2020 Presidential Race. <https://www.opensecrets.org/2020-presidential-race/small-donors>

<sup>44</sup> Malbin, Michael J. (2022). A Neo-Madisonian Perspective on Campaign Finance Reform, Institutions, Pluralism, and Small Donors. University of Pennsylvania Journal of Constitutional Law, Forthcoming. <https://ssrn.com/abstract=3692543>, с. 3

<sup>45</sup> Carroll, Royce and Shugart, Matthew Soberg. (2007). Neo-Madisonian Theory and Latin American Institutions. In REGIMES AND DEMOCRACY IN LATIN AMERICA, Gerardo Munck, (ed.). <https://ssrn.com/abstract=1157525>

це дозволяє зробити політичну систему більш інклюзивною та репрезентативною, в тому числі для них самих. Центральна ідея полягає в тому, що сучасна структура політичного фінансування, заохочує до участі тих, хто має доступ до ресурсів. Водночас менш заможні, менш організовані верстви населення залишаються поза цією системою. Тому малі внески відіграють ключову роль як інструмент подолання «мобілізації упередженості» (*mobilization of bias*), тобто переваги інтересів організованих і фінансово спроможних груп<sup>46</sup>.

Малі донори дозволяють зробити так, щоби кандидати не лише зверталися до великих донорів, а й будували міцні зв'язки з виборцями, що насправді посилює політичну вагу кандидатів в тому числі на рівні партій. Зокрема, приклад Берні Сандерса у 2016 році показує, що навіть без перемоги в праймеріз, завдяки масовій підтримці малих донорів, він зміг несподівано стати серйозним конкурентом Гіллари Клінтон<sup>47</sup>. Це дало йому змогу вплинути на порядок денний Демократичної партії, особливо коли він балотувався повторно у 2020 році, просуваючи лівішу політику щодо охорони здоров'я, навколишнього середовища та соціального забезпечення.

Загалом у великих партіях кандидати, що мають незалежну фінансову базу з малих внесків, менше залежать від самої партії. Сама система виборчого фінансування, що сформувалася в США, є кандидато-центричною. Це сталося через уже згадані вище реформи виборчого фінансування. Вони парадоксально хоч і були покликані для того, аби зробити систему прозорішою та інклюзивнішою до громадянської участі, проте також вплинули на появу асиметричності успіху фандрейзингових кампаній поміркованих та ідеологічно крайніх кандидатів. Саме останні успішніше незалежно залучають велику кількість малих внесків, а от поміркованих кандидатів зазвичай

---

<sup>46</sup> Malbin, Michael J. (2022). A Neo-Madisonian Perspective on Campaign Finance Reform, Institutions, Pluralism, and Small Donors. *University of Pennsylvania Journal of Constitutional Law*, Forthcoming. <https://ssrn.com/abstract=3692543>

<sup>47</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 55

фінансово підтримують самі партії або великі зовнішні групи<sup>48</sup>. Залучення малих внесків стало інструментом для посилення внутрішньопартійної позиції тих, хто раніше вважався аутсайдером.

Розуміння необхідності залучення малих донорів змусила штаби перебудувати стратегії ведення кампаній. Упродовж останніх двох виборчих циклів Демократична партія США суттєво випередила Республіканську у мобілізації малих донорів. Історично саме республіканці, попри репутацію «партії багатих», були більш успішними у залученні малих донорів, особливо завдяки ширшій базі електорату серед середнього класу та ієрархічній організації партії<sup>49</sup>. У ХХІ столітті ситуація змінилася, адже демократи тепер мають більшу підтримку серед освічених професіоналів із високими доходами. Це сформувало базу для зростання рівня залученості малих донорів у виборчі кампанії кандидатів Демократичної партії. На відміну від демократів, у республіканців мобілізація малих донорів часто відбувається хвилями, коли зростає популярність популістських рухів або харизматичних кандидатів на кшталт Трампа.

Також успіх Демократичної партії у залученні малих внесків став можливим багато в чому завдяки платформі ActBlue, створеній ще 2004 р. для онлайн-пожертв на користь демократів. Ще за період з початку 2017 до осені 2018 через ActBlue пройшло \$564 млн, що склало близько 55% усіх індивідуальних внесків демократичним кандидатам проти лише 19% в 2014 році<sup>50</sup>.

Зростання ролі малих донорів стимулювало і Республіканську партію розбудовувати власні цифрові платформи. У 2019 р. було запущено систему WinRed – платформу для онлайн-збору коштів на користь республіканців, покликану скоротити розрив із демократами у розвитку механізмів залучення

---

<sup>48</sup> La Raja, R. J., & Schaffner, B. F. (2015). Who Gets Campaign Money and Why Rules Matter. In *Campaign Finance and Political Polarization: When Purists Prevail* (pp. 60–86). University of Michigan Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvdtpj2w.7>. С. 65

<sup>49</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 40

<sup>50</sup> Levine, C., & Zubak-Skees, C. (2018). How ActBlue is trying to turn small donations into a blue wave. Center for Public Integrity. <https://publicintegrity.org/politics/how-actblue-is-trying-to-turn-small-donations-into-a-blue-wave/>

дрібного фінансування<sup>51</sup>. Таким чином, на початок 2020-х років обидві партії США інституціоналізували механізми залучення малих внесків.

Разом із позитивними ефектами популярності малих внесків, виник одразу ряд можливих дисфункцій системи, яка на них орієнтується. Так, наприклад, зростаюча залежність від малих донорів може поглиблювати поляризацію політики<sup>52</sup>. Причина в тому, що найбільш мотивовані робити пожертви люди – це зазвичай партійні «ядра», переконані ліберали або консерватори. Щоб постійно мотивувати їх на внески, політики змушені займати дедалі радикальніші позиції або постійно загострювати риторику проти опонентів. Водночас роль малих донорів для кандидатів усе ще не є визначальною, адже значний вплив мають також мега донори, які часто підтримують кандидатів через супер-РАСи. Наприклад, вибори 2020 хоча і принесли \$4 млрд малих внесків, проте сума фінансування від мега донорів зростає ще більше, і вплив 1% найбільших спонсорів лишається домінуючим у фінансовому вимірі<sup>53</sup>.

Підсумовуючи, феномен малих внесків в американській виборчій системі пройшов шлях від маргінального явища до одного з ключових механізмів політичної мобілізації. Це стало можливим завдяки новим цифровим технологіям і перетворенню фінансування виборчих на інструмент розширення політичної репрезентації. Історія кампаній Говарда Діна та Берні Сандерса демонструє, що малі донори можуть істотно впливати і на внутрішньопартійну політику. Через призму нео-мадісонівського плюралізму вони постають як чинник інклюзивності політичної системи, а також як інструмент посилення незалежності кандидатів. Водночас система, що надмірно орієнтована на малі внески, може мати значні недоліки, наприклад сприяти посиленню поляризації суспільства.

---

<sup>51</sup> Isenstadt, A. (2019). GOP to launch new fundraising site as Dems crush the online money game. Politico. <https://www.politico.com/story/2019/06/23/republicans-win-red-2020-1377058>

<sup>52</sup> Vandewalker, I. (2024). Do Small Donors Cause Political Dysfunction? Brennan Center for Justice. <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/do-small-donors-cause-political-dysfunction>

<sup>53</sup> Там само.

## 2.2 Вплив малих донорів на політичну репрезентацію та поляризацію суспільства

Основним наративом, що супроводжує зростання ролі малих донорів під час виборчих кампаній, є саме їхній зв'язок з поляризацією суспільства. До цього підходять з двох точок зору: малі донори є або однією з причин посилення поляризації, або є симптомом цього процесу. Проте для того, аби зрозуміти, яку роль відіграють малі донори, необхідно також чіткіше визначити, ким є ці люди. Як вже зазначалося, традиційно малими донорами вважають тих, хто робить внесків на суму менше \$200 за виборчий цикл. Ця сума також є загалом межею і для поняття «малого внеску». Проте сама лише нормативна класифікація не дає розуміння мотивації та поведінки людей, які вирішують підтримати кандидата невеликою сумою.

З соціологічного та політичного погляду малі донори є окремою категорією громадян, які суттєво відрізняються як від великих внескодавців, так і від середньостатистичного виборця. З одного боку, внески у розмірі \$10 чи \$25 не вимагають значних ресурсів, і тому начебто мають виходити від пересічного громадянина. З іншого боку, саме політичне донорство, навіть у малих сумах, є все ще доволі рідкісною формою політичної участі. За даними 2018 року, лише 0,5% американців зробили внесок у \$200 або більше, а точна кількість малих донорів, що дають менше цієї суми, офіційно не відстежується<sup>54</sup>.

Незважаючи на гіпотезу, що малі донори мали би бути менш заможними, ніж великі, і тому ближчими до соціального статусу середньостатистичного виборця, реальність є дещо складнішою. За даними опитувань у 2006-2018 роках, медіанний дохід малих донорів становив приблизно \$60,000–70,000, що дещо вище за медіанний дохід по країні, хоча дійсно значно менше, ніж середній дохід великих донорів (від \$80,000 у демократів до \$120,000 у

---

<sup>54</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 27

республіканців)<sup>55</sup>. Чверть малих донорів-демократів мали дохід нижче \$40,000, тоді як серед великих донорів ця частка становила лише 4,5%. У республіканців аналогічна динаміка: 25% малих донорів мали дохід менше \$50,000, тоді як серед великих донорів – лише 3%<sup>56</sup>.

Малі донори також відрізняються від великих за расовими та гендерними характеристиками. Зокрема, у складі малих донорів від Демократичної партії істотно зростає частка жінок: з 2006 до 2018 року вона збільшилась настільки, що жінки стали більшістю (59%) серед малих донорів-демократів, у той час як серед великих донорів вони залишались у меншості (44%)<sup>57</sup>. Схожа, хоч і менш виразна динаміка спостерігається і серед республіканців. Також серед малих донорів-демократів ширша расова репрезентація у порівнянні з великими донорами тієї ж партії. Така тенденція є очікуваною з точки зору уже згаданого нео-мадісонівського підходу – менш репрезентована група може реалізувати свою політичну участь саме через здійснення невеликих пожертв. Проте самої лише цієї теорії недостатньо для того, аби вичерпно пояснити мотивацію малих донорів.

Додаткове розуміння може надати теорія агентських відносин, яка хоч і виникла у контексті корпоративного управління (Jensen & Meckling, 1976), може бути адаптована для пояснення взаємодії між малими донорами та кандидатами на виборах у США. Теорія агентських відносин описує взаємодію між принципалом (principal) і агентом (agent), де принципал делегує агенту певні повноваження для виконання завдань. Між ними часто виникають розбіжності, оскільки кожен має власні цілі. Ідеальної взаємодії не існує, тому завжди є ризик, що агент діятиме не в інтересах принципала – це є проблема агентської відповідальності. Для зменшення цієї проблеми обидві сторони

---

<sup>55</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 28-29

<sup>56</sup> Там само.

<sup>57</sup> Там само.

несуть витрати: принципал витрачає ресурси на моніторинг агента, а агент – на демонстрацію своєї доброчесності<sup>58</sup>.

За цією логікою кандидати виступають агентами, яким виборці загалом та донори конкретно (принципали) делегують частину своїх рішень – зокрема право представляти їхні інтереси в публічному полі та реалізовувати певну програму. Попри те, що в демократичній системі виборець має можливість впливу через голосування, саме фінансування кандидатів, навіть у невеликих сумах, створює додатковий рівень взаємодії кандидатом та виборцем. Хоча кожен окремий малий донор має дуже обмежений вплив на кандидата, їхня масова участь створює «розпорошене агентство». У цій конфігурації донори виступають як колективний принципал, а кандидат – як агент, який прагне отримати не лише їхні голоси, а й пожертви та мобілізаційну підтримку.

У класичній моделі агентської взаємодії принципал має обмежені можливості контролювати агента. Щоб зменшити ризики інформаційної асиметрії та відхилення агента від бажаного курсу, принципал мусить або впроваджувати механізми моніторингу, або формувати дуже чіткі стимули. Малі донори використовують ідеологію як інструмент контролю. Оскільки вони не можуть безпосередньо впливати на ухвалення рішень або особисто контролювати кандидатів, вони вкладають ресурси лише в тих кандидатів, які максимально точно відповідають їхнім переконанням. Це знижує ризики того, що обраний агент відхилиться від очікуваного курсу після виборів.

Саме ідеологічна заангажованість є центральною характеристикою малих донорів. На відміну від великих донорів, які можуть діяти прагматично, фінансуючи кандидата з розрахунку на доступ, вплив або поступки<sup>59</sup>, малі донори обирають підтримку лише тих, хто чітко артикулює спільні з їхніми цінності. Ідеологія кандидата для них є не просто важливою, вона є умовою,

---

<sup>58</sup> Lacruz, A. J., de Moura, R. L., & Rosa, A. R. (2019). Organizing in the Shadow of Donors: How Donations Market Regulates the Governance Practices of Sponsored Projects in Non-Governmental Organizations. *BAR - Brazilian Administration Review*, 16(3), e180111.

<sup>59</sup> Grossman, G. M. and Helpman, E. (2001). *Special Interest Politics*. MIT Press.

чому фінансова підтримка взагалі можлива. Це пояснює, чому малі донори у значній мірі є більш радикалізованими, ніж середньостатистичний виборець<sup>60</sup>.

Попри поширене припущення, що малі внески сприяють кращому представленню середньостатистичного виборця, емпіричні дані не підтверджують, що малі донори ідеологічно поміркованіші чи ближчі до центру, ніж великі<sup>61</sup>. Навпаки, як у Демократичній, так і в Республіканській партіях донори мають ідеологічно насичені переконання, значно більш радикальні порівняно зі звичайними прихильниками партій, які не роблять внесків. У цьому контексті внесок стає символічним актом: це спосіб голосування грошима за ті ідеї, які донор хоче бачити у публічному просторі. У результаті, зростання ролі малих донорів не знижує рівень поляризації в партійній політиці, а швидше навпаки посилює її, посилюючи вплив ідеологічно мотивованого ядра.

Як уже згадувалося, найбільш успішні зі збору дрібних пожертв кандидати часто є ідеологічно найяскравішими фігурами. Радикальніші за поглядами політики непропорційно багато отримують від малих донорів. У 2010 році восьмеро ключових претендентів-«бунтарів» на праймеріз до Сенату (як-то Марко Рубіо проти поміркованого губернатора Чарлі Кріста у Флориді, чи Шерон Енгл проти республіканського лідера Гаррі Ріда в Неваді) сумарно зібрали \$45 млн малих внесків, що склало близько 44% їх фінансування, тоді як їхні більш центристські опоненти – лише \$4,4 млн (6,6%)<sup>62</sup>. Результатом стало ідеологічне зміщення партій: деякі помірковані сенатори, наприклад, республіканці Олімпія Сноу та Річард Лугар, програли в наступні роки на праймеріз більш радикальним конкурентам<sup>63</sup>.

---

<sup>60</sup> La Raja R. J. and Wiltse D. L. (2012). Don't Blame Donors for Ideological Polarization of Political Parties. *American Politics Research*, vol. 40, n° 3, 501–30

<sup>61</sup> Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>. С. 31

<sup>62</sup> Bonica, A. (2011). Small Donors and Polarization. *Boston Review*. [https://www.bostonreview.net/forum\\_response/bonica-small-donors-polarization/](https://www.bostonreview.net/forum_response/bonica-small-donors-polarization/)

<sup>63</sup> Там само.

Механізми цього впливу цілком логічні. Щоби привабити сотні або тисячі людей пожертвувати \$20 чи \$50, кандидат має викликати у них ентузіазм або обурення – помірковані наративи для цієї мети будуть менш дієвими. Загалом онлайн-фандрейзинг підпорядковується тим же правилам, що й інтернет загалом: найбільший успіх мають ті, хто генерує максимум уваги у соцмережах, а це часто ідеологічно радикальні політики<sup>64</sup>. Додатковий чинник – послаблення партійного контролю за кандидатами. Партії традиційно виступали своєрідним фільтром, підтримуючи кандидатів з більшою вірогідністю перемоги, які, як уже зазначалося, здебільшого були поміркованими. Натомість завдяки малим донорам незалежні кандидати можуть менше залежати від партійних коштів. Це веде до появи політиків, які не відчують зобов'язань перед партійним керівництвом і готові голосувати всупереч йому, спираючись на власну базу донорів<sup>65</sup>.

Проте було б спрощенням винуватити у поляризації лише малих донорів. Деякі дані вказують, що малі донори як група не більш радикальні, ніж середньостатистичні виборці. Також одне з опитувань 2006 року, проведених у кількох штатах, виявило, що позиції та пріоритети малих донорів часто ближчі до позицій виборців, які взагалі не фінансують кампанії, ніж позиції великих спонсорів<sup>66</sup>. Окрім малих внесків, є й інші чинники, які пов'язані як з поляризацією, так і з виборчим фінансуванням. Наприклад, підвищення лімітів на індивідуальні внески (тобто можливість давати більші суми) корелює з обранням більш екстремістських законодавців<sup>67</sup>. Таким чином можливо, що залежність від кількох заможних донорів може поляризувати не менше, якщо не більше, ніж залежність від багатьох дрібних. Адже великі

---

<sup>64</sup>Pildes, R. (2020). Small dollars, big changes. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/02/06/small-dollars-big-changes/>

<sup>65</sup> Vandewalker, I. (2024). Do Small Donors Cause Political Dysfunction? Brennan Center for Justice. <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/do-small-donors-cause-political-dysfunction>

<sup>66</sup> Там само.

<sup>67</sup> Там само.

спонсори, хоча іноді й помірковані у соціальних питаннях, часто мають однобокі безкомпромісні інтереси.

Отже, малі донори, безумовно, змінили систему фінансування кампаній у США. Соціально-демографічний портрет таких донорів свідчить про їхню відмінність від середньостатистичного виборця: вони частіше мають вищий рівень доходів, є ідеологічно більш залученими, а їхня поведінка не є випадковою чи емоційною, а стратегічною. Теорія агентських відносин дозволяє інтерпретувати внески як механізм делегування впливу, де ідеологічна відповідність кандидата стає формою контролю над його подальшими діями. Саме тому малі донори схильні підтримувати кандидатів із яскраво вираженими переконаннями. Зростання ролі малих донорів водночас вплинуло як на підвищення репрезентативності американської політики, так і на посилення впливу менш поміркованих політиків, що потенційно сприяє поляризації політичної системи. Але малі донори не є ані єдиною, ані головною причиною цього процесу. Малі донори радше віддзеркалюють уже наявний ідеологічний поділ і підсилюють певні його прояви, ніж самостійно його породжують.

## РОЗДІЛ 3. МАЛІ ВНЕСКИ ПІД ЧАС ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ КАМПАНІЇ У США 2024 РОКУ

### 3.1 Аналіз структури фінансування кампаній Дональда Трампа та Камали Харріс

Президентська кампанія 2024 року в США стала безпрецедентною з точки зору масштабів залучення коштів. Особливої уваги заслуговує структура кампаній двох ключових кандидатів – республіканця Дональда Трампа та демократки Камали Гарріс. Кампанія Дональда Трампа у 2024 р. збрала близько \$463,7 млн прямих внесків на рахунок виборчого штабу<sup>68</sup>. Із цієї суми приблизно 28,8% надійшло від малих донорів (загалом близько \$133,6 млн). Решту становили переважно великі внески, що перевищують \$200 (близько 69% коштів, \$321,5 млн). Трамп офіційно не інвестував особистих коштів у кампанію, покладаючись на підтримку ззовні.

Незважаючи на успіх Трампа у залученні невеликих пожертв у попередніх виборчих циклах, у 2023-2024 роках він не повторився. За даними FEC, в 2023 р. Трамп залучив лише \$51 млн від малих донорів – це менш ніж половина від суми \$119 млн, яку його кампанія отримала від малих донорів у 2019 р<sup>69</sup>. Серед причин – «втома» аудиторії від безперервних e-mail/SMS-розсилок з проханнями про підтримку та обмежені фінансові можливості багатьох прихильників. Команда Трампа агресивно розсилала повідомлення з проханнями пожертв, настільки, що сам Трамп одного разу поставив вимогу уповільнити темпи розсилки<sup>70</sup>. Багато прихильників, особливо літнього віку,

---

<sup>68</sup> OpenSecrets, Donald Trump: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/donald-trump/candidate?id=N00023864>

<sup>69</sup> Dawsey J., Scherer M., Ence Morse C., How Republicans texted and emailed their way into a money problem, The Washington Post. (2024). <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/04/01/trump-republican-small-donations-problems/>

<sup>70</sup> Там само.

фактично вичерпали свої фінансові ресурси. Так, траплялися випадки, коли вони писали листи з вибаченнями, що більше не можуть жертвувати коштів<sup>71</sup>.

Платформа WinRed, через яку республіканці збирають онлайн-пожертви, також опинилася в центрі скандалів через використання недоброчесних практик, зокрема автоматичне проведення повторних транзакцій без згоди донорів<sup>72</sup>. Одразу у декількох штатах розслідували справи, коли WinRed стягувала з людей кошти десятками разів замість одноразових \$20, при цьому особливо вразливими до такої практики виявились літні прихильники<sup>73</sup>. Втім, навіть у більш повільні періоди штаб рапортував про стабільні \$1 млн зборів на день через онлайн-сервіси, а окремі інформаційні приводи давали різкі сплески кількості дрібних пожертв<sup>74</sup>. Наприклад, серія кримінальних обвинувачень проти Трампа в 2023 році, парадоксально фінансово мобілізувала велику частину прихильників. Після першого обвинувачення навесні 2023 р. кампанія Трампа отримала мільйони додаткових пожертв за декілька днів.

Найбільш яскравим епізодом стала поява фото Трампа в тюрмі округу Фултон (штат Джорджія) у серпні 2023, яке швидко набрало популярності серед прихильників. Штаб Трампа негайно почав продавати футболки, постери, наліпки та чашки із цим фото Трампа під гаслом «NEVER SURRENDER!» («Ніколи не здавайся!») за ціною \$12–34 за штуку<sup>75</sup>. Це викликало рекордний притік дрібних внесків: менш ніж за три дні після

---

<sup>71</sup> Dawsey J., Scherer M., Ence Morse C., How Republicans texted and emailed their way into a money problem, The Washington Post. (2024). <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/04/01/trump-republican-small-donations-problems/>

<sup>72</sup> Al Jazeera. (2024). Republican PAC WinRed misleads US consumers into recurring donations, Al Jazeera' <https://www.aljazeera.com/economy/2024/7/31/republican-pac-winred-misleads-us-consumers-into-recurring-donations>

<sup>73</sup> Там само.

<sup>74</sup> Dawsey J., Scherer M., Ence Morse C. (2024). How Republicans texted and emailed their way into a money problem, The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/04/01/trump-republican-small-donations-problems/>

<sup>75</sup> Isenstadt A. (2023). Trump raised \$7.1 million after Georgia booking, mugshot, Politico <https://www.politico.com/news/2023/08/26/trump-mugshot-fundraising-00113118>

арешту в Атланті кампанія зібрала \$7,1 млн, з них \$4,18 млн лише за першу добу – найуспішніші 24 години за всю кампанію Трампа<sup>76</sup>. В цілому ж, станом на кінець кампанії частка малих донорів у фінансуванні Трампа склала лише близько 29%, що значно менше, ніж у Камали Гарріс, і менше ніж у нього самого на попередніх виборах.

Більшу частину бюджету (близько 69% прямих внесків) Трамп отримав від великих донорів – тобто індивідуальних пожертв понад \$200 та максимально дозволених за сумою внесків (\$3,300 на вибори від особи), а також від донорів, які жертвували сотні тисяч через РАСи та супер-РАСи. У 2023 р. деякі спонсори Республіканської партії спершу ставилися насторожено до кампанії Трампа: низка мільярдерів та корпоративних донорів шукали альтернативних кандидатів, наприклад, губернатора Флориди Рона Десантіса, адже боялися репутаційних ризиків відкритої підтримки Трампа<sup>77</sup>.

Водночас, у міру того як Трамп закріпив лідерство в праймеріз, більшість великих донорів Республіканців згуртувалася навколо нього. Особливо активно його кампанію фінансували представники нафтогазової галузі та важкої промисловості, яким імпонувала обіцянка Трампа зняти екологічні обмеження. Пожертви нафтового сектору сягнули \$14,1 млн – рекорд для Трампа, більше, ніж у його попередніх кампаніях на відповідний момент<sup>78</sup>. Крім енергетичного сектору, значні внески надходили від традиційно республіканських галузей – фінансових послуг, будівельного бізнесу, грального бізнесу тощо. Для залучення цих коштів штаб Трампа комбінував VIP-розсилки з класичними офлайн-заходами. Дональд Трамп особисто брав участь у низці закритих фандрейзингових вечерь та прийомів для мільйонерів. Наприклад, відомо, що на одному із заходів у Палм-Біч на віллі фінансиста

---

<sup>76</sup> Isenstadt A. (2023). Trump raised \$7.1 million after Georgia booking, mugshot, Politico <https://www.politico.com/news/2023/08/26/trump-mugshot-fundraising-00113118>

<sup>77</sup> Schwartz B. (2024). Trump campaign cash crunch: Small-dollar donor fatigue, major donor nerves, CNBC <https://www.cnbc.com/2024/03/18/trump-campaign-cash-crunch-small-dollar-donor-fatigue-major-donor-nerve.html>

<sup>78</sup> Milman O. (2024). Trump gets record donations from big oil but far less than \$1bn he wanted, The Guardian <https://www.theguardian.com/us-news/2024/oct/18/election-trump-oil-gas-fundraising>

Джона Полсона вдалося зібрати понад \$50 млн для прореспубліканських комітетів<sup>79</sup>.

Вагомим джерелом коштів для Трампа стали також партійні кошти. Ще з початку кампанії його штаб був пов'язаний з фондом Trump Victory (спільний комітет кампанії та RNC), який дозволяв великим спонсорам робити єдиний внесок, що розподілявся між передвиборчим штабом, республіканським комітетом та окремими комітетами у штатах. Такий підхід дав змогу акумулювати сотні тисяч доларів від кожного великого донора, оминаючи індивідуальні ліміти для прямої підтримки кампанії.

Також під час кампанії значним був внесок супер-РАС. Зовнішні групи витратили майже \$989 млн на підтримку Трампа чи на кампанії проти його опонентів<sup>80</sup>. Найбільшим таким комітетом був супер-РАС «Make America Great Again Inc.», який зібрав понад \$410,5 млн. Це дало Трампу змогу зібрати сумарно разом із зовнішньою підтримкою понад \$1,45 млрд на кампанію під час виборів 2024 року.

Фінансування кампанії демократів водночас має свої особливості, оскільки спочатку Джо Байден оголосив про балотування і до літа фактично був основним кандидатом партії. Однак у липні 2024 року Байден припинив свою кампанію та висунув кандидатуру віце-президентки Камали Гарріс як наступниці<sup>81</sup>. Гарріс перейменувала виборчий комітет Байдена на «Harris for President», отримавши відповідно усі накопичені до того ресурси. На кінець червня 2024 у фонді Байдена було близько \$95 млн на рахунку<sup>82</sup> – ці кошти фактично дали старт кампанії Гарріс. Завдяки цьому вона швидко розгорнула

---

<sup>79</sup> Whisnant G. (2024). Trump campaign says \$50.5 million haul doubled Biden's fundraiser, Newsweek <https://www.newsweek.com/trump-campaign-says-fifty-million-haul-palm-beach-paulson-fundraiser-doubled-biden-1887679>

<sup>80</sup> OpenSecrets, Donald Trump: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/donald-trump/candidate?id=N00023864>

<sup>81</sup> OpenSecrets, Kamala Harris: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/kamala-harris/candidate?id=N00036915>

<sup>82</sup> Piper J., Fuchs H. (2024). Kamala Harris takes over war chest as Biden campaign becomes Harris for President, Politico <https://www.politico.com/news/2024/07/21/kamala-harris-biden-campaign-funds-00170136>

повноцінну загальнонаціональну кампанію за відносно короткий проміжок часу (менше 4 місяців до виборів) та встановила рекорди за сумою зібраних коштів.

Сукупно лише її штаб залучив близько \$1,151 млрд прямих внесків<sup>83</sup>. Це більш ніж удвічі перевищує суму, зібрану Трампом. При цьому приблизно 40,3% коштів Гарріс надійшло від малих донорів, що складає орієнтовно \$468 млн<sup>84</sup>. Як і Трамп, сама Гарріс не робила власних грошових внесків у кампанію, повністю покладаючись на сторонню підтримку. У перші ж 48 годин після оголошення про висування її кампанія залучила понад \$100 млн<sup>85</sup>. За даними штабу, лише за першу добу після заяви Байдена було зібрано близько \$81 млн, що стало рекордом для американських виборів за добовим обсягом коштів<sup>86</sup>. Ці гроші надійшли від близько 888 тисяч донорів, причому для 60% з них це був перший внесок у виборчому циклі<sup>87</sup>. До вечора наступного дня кількість унікальних жертводавців перевищила 1,1 мільйона, а частка раніше неактивних донорів сягнула 62%.

Таку історичну підтримку можна пояснити виникненням у прихильників почуття ентузіазму: вперше в історії США жінка, ще й азійсько-американського походження, очолила президентську гонку від великої партії. Головним інструментом збору цих пожертв була платформа ActBlue. Через ActBlue були розіслані електронні листи від імені Байдена, Обама та лідерів думок, що закликали негайно підтримати Гарріс, а також штаб розпочав активну кампанію у соцмережах. Така стратегія демократів виявилася ефективною, тому інформаційна кампанія вміло конвертувала емоції прихильників у масові дрібні пожертви. За підсумками виборів сума, отримана від малих донорів, перевищила \$467 млн.

---

<sup>83</sup> OpenSecrets, Kamala Harris: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/kamala-harris/candidate?id=N00036915>

<sup>84</sup> Там само.

<sup>85</sup> CBS News. (2024). Kamala Harris' campaign says it raised more than \$100 million after Biden drops out <https://www.cbsnews.com/news/kamala-harris-fundraising-100-million-biden-drops-out/>

<sup>86</sup> Там само.

<sup>87</sup> Там само.

Поряд із хвилею народних пожертв, Гарріс отримувала також підтримку від великих спонсорів Демократичної партії. Вже за перші дні після висування так зване «Dembargo» в Голлівуді – неформальна пауза пожертв на користь демократів від знаменитостей, невдоволених Байденом – було скасоване<sup>88</sup>. Продюсери, актори й музиканти відкрито підтримали Гарріс<sup>89</sup>. До того ж, ще під час кампанії Байдена актори Джордж Клуні та Джулія Робертс влаштували благодійний вечір, який зібрав понад \$30 млн на користь демократів – за заявою штабу, це рекордний результат<sup>90</sup>. Загалом, за короткий період Гарріс вдалося залучити практично весь пул великих спонсорів, який до того підтримував Байдена, адже жодних серйозних конкурентів всередині партії не лишилося. Великий бізнес також активно підтримав Гарріс. Так, Рей МакГвайер, президент інвестбанку Lazard, публічно заявив про консолідацію багатьох лідерів Уолл-стріт навколо Гарріс<sup>91</sup>. Як результат, Гарріс збрала близько \$692 млн, що значно перевищує аналогічний показник Трампа.

Сама Демократична партія також забезпечила для Гарріс максимально сприятливі умови. Ще з початку циклу 2024 діяв спільний комітет Biden Victory Fund, який після липневих змін було переформатовано на Harris Victory Fund. Цей фонд, як і Trump Victory, давав змогу одному донору переказати до \$926,300 одним платежем<sup>92</sup>. Сумарно Harris Victory Fund зібрав близько \$1,314 млрд<sup>93</sup>. Хоч кампанія Гарріс була короткою, незалежні комітети також встигли зібрати значні суми. Найбільшим став супер-РАС Future Forward USA, який зібрав близько \$559,3 млн<sup>94</sup>. Загалом зовнішні групи

---

<sup>88</sup> Richwine L., Chmielewski D., Broadway D. (2024). Hollywood donors drop 'Dembargo' as celebrities back Harris, Reuters <https://www.reuters.com/world/us/hollywood-donors-drop-dembargo-celebrities-back-harris-2024-07-22/>

<sup>89</sup> Там само.

<sup>90</sup> Там само.

<sup>91</sup> CBS News. (2024). Kamala Harris' campaign says it raised more than \$100 million after Biden drops out <https://www.cbsnews.com/news/kamala-harris-fundraising-100-million-biden-drops-out/>

<sup>92</sup> GiveGreen. Harris Victory Fund. <https://www.givegreen.com/committees/harris-victory-fund>

<sup>93</sup> OpenSecrets, Kamala Harris: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/kamala-harris/candidate?id=N00036915>

<sup>94</sup> Там само.

витратили на користь Гарріс близько \$843 млн<sup>95</sup>, що дещо менше, ніж аналогічний показник Трампа (майже \$989 млн). З урахуванням усіх джерел, Гарріс вдалося зібрати понад \$1,9 млрд на власну кампанію за президентське крісло<sup>96</sup>.

Кампанія Гарріс, як і Трампа, використовувала комбінований підхід до збору пожертв, поєднуючи офлайн та онлайн інструменти. У цифровому вимірі основним інструментом стала платформа ActBlue. Водночас Гарріс активно збирала гроші і традиційними методами: вона особисто відвідала десятки закритих зустрічей з багатими спонсорами, брала участь у великих донорських заходах, де присутні могли зробити внесок прямо на місці, а також залучала громадські організації. Одним з цікавих форматів були Zoom-збори коштів, наприклад, онлайн-зустріч «Win with Black Women» принесла її кампанії \$1,6 млн за один вечір<sup>97</sup>. Такі мікротаргетовані заходи для окремих демографічних груп донорів стали важливою частиною фандрейзингу Гарріс. Крім того, штаб продавав агітаційний мерчандайз – футболки «Kamala 2024», значки, кепки – що не лише приносило гроші, а й слугувало додатковою рекламою. Водночас обсяги виручки від мерчу у демократів були менші, ніж у Трампа.

Загалом можна виокремити декілька ключових як відмінностей, так і спільних рис у фінансуванні кампаній Дональда Трампа та Камали Гарріс. Кампанія Гарріс, хоч і тривала менше часу, залучила суттєво більше коштів за рахунок консолідації усіх можливих ресурсів. Це зумовлено як переходом до неї всієї кампанії Байдена, так і потужнішим охопленням донорів на усіх рівнях. Водночас Трамп мав значні резерви у вигляді самостійних витрат супер-РАС (майже \$989 млн зовнішніх витрат проти \$843 млн у Гарріс). Це також логічно підводить до того, що структурно кампанія Гарріс була більш

---

<sup>95</sup> OpenSecrets, Kamala Harris: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/kamala-harris/candidate?id=N00036915>

<sup>96</sup> Там само.

<sup>97</sup> CBS News. (2024). Kamala Harris' campaign says it raised more than \$100 million after Biden drops out <https://www.cbsnews.com/news/kamala-harris-fundraising-100-million-biden-drops-out/>

«низовою». Доля малих внесків у неї склала близько 40%, тоді як у Трампа лише близько 29%. Гарріс залучила майже \$468 млн від дрібних донорів, що більш ніж втричі перевищує \$134 млн у кампанії Трампа. Таке розходження пояснюється декількома факторами: по-перше, демократи традиційно ефективніше працюють з масовими онлайн-пожертвами (платформа ActBlue існує з 2004 р., тоді як республіканська WinRed стартував лише в 2019 і потрапила в ряд скандалів). По-друге, ефект історичності кандидатури Гарріс стимулював багато людей пожертвувати вперше. Натомість база Трампа до 2024 частково вичерпала свої можливості та демонструвала втому.

І у Трампа, і у Гарріс спостерігалися сплески активності малих донорів, але їхні причини різні. Камала Гарріс отримала піковий наплив дрібних коштів одразу при запуску кампанії, після чого щоденні збори стабілізувалися на високому рівні, але вже без таких екстремальних стрибків. У Дональда Трампа картина інша: спочатку у 2022 році та на початку 2023 року рівень дрібних пожертв був порівняно невисоким. Проте кожна резонансна подія ставала приводом для агресивної мобілізації прихильників через наративи про нібито переслідування і помсту. Це давало короткочасні сплески донорської активності. Кожен такий сплеск швидко згасав, і команда знову шукала наступний інфопривід. Тобто, підтримка Трампа малими донорами носила імпульсний характер, тоді як у Гарріс – стабільний протягом всієї кампанії.

Більше того, якщо враховувати, що малі внески є формою політичної участі для тих, чий інтерес достатньо репрезентований в політиці, то це також зіграло не на користь фандрейзингу Трампа серед виборців. Варто зазначити, що середньостатистичний виборець Трампа<sup>98</sup>, наприклад, білий чоловік середнього віку, загалом не належить до недостатньо репрезентованих груп.

Натомість кампанія Камали Гарріс стала інакшим прикладом цього ж явища. Її штаб успішно мобілізував мільйони дрібних донорів, які були готові

---

<sup>98</sup> Andrino B., Hidalgo Pérez M., Llaneras K. (2024). Who voted for Trump? The Republican's supporters by age, sex and race, EL PAÍS <https://english.elpais.com/usa/elections/2024-11-06/who-voted-for-trump-the-republicans-supporters-by-age-sex-and-race.html>

підтримати першу темношкіру жінку кандидатку. Загалом, кампанія 2024 року ілюструє конкуренцію двох моделей: фрагментованого, персоналізованого та реактивного фінансування у випадку Трампа проти скоординованого та інклюзивного залучення донорів у випадку Гарріс. Водночас, було би очікувано, що за подібної структури має перемогти кандидат, який зміг залучити більше малих внесків. Проте зв'язок між внесками та результатами виборів не є лінійним та однаковим для двох протилежних кандидатів.

### **3.2 Вплив малих внесків на виборчу кампанію 2024 року: порівняльний аналіз**

Щоб належно оцінити вплив малих донорів на перебіг президентської кампанії 2024 року, необхідно здійснити детальніший аналіз самих внесків: їхніх географічного та партійного розподілу, а також ідеологічної заангажованості самих донорів. Хоча законодавство США не вимагає повного звітування про внески менше \$200, існують альтернативні способи дослідження цієї частини політичного фінансування. Уже були згадані платформи ActBlue та WinRed, які полегшили онлайн-фандрейзинг для партій та політиків. Проте ці дві платформи відіграли ще одну ключову роль – спростили доступ до інформації про малих донорів. ActBlue та WinRed є так званими «платформами-посередниками» (conduits).

На відміну від традиційних виборчих комітетів, які зобов'язані детально звітувати лише про внески понад \$200, ці платформи мають значно жорсткіші вимоги до звітності: вони подають детальні дані про всі отримані пожертви, незалежно від суми. Це дозволяє отримати значно повнішу картину фінансування виборчих кампаній з боку малих донорів. На виборах 2020 року близько 87,2% усіх розвтованих внесків проходили саме через ActBlue або WinRed. Більшість із них (86,5%) були би взагалі не конкретизовані, якби надходили напряму до виборчих комітетів.

Таким чином завдяки цим платформам стало можливим досліджувати внески на рівні окремих транзакцій, що станом на 2020 рік охоплювали, за

різними оцінками, близько 92% загального обсягу отриманих кандидатами коштів<sup>99</sup>. Таким чином прагнення політиків залучати більше малих донорів вплинуло на загальну прозорість виборів, адже завдяки появі нових платформ для збору коштів значно більше внесків повністю звітуються.

Для дослідження даних про фінансування кампанії 2024 року використовувалась база DIME (Database on Ideology, Money in Politics, and Elections). Вона має низку переваг перед офіційними даними з веб-сайту FEC. По-перше, ця база є лонгїтюдною, адже в ній опрацьовані дані про внески та кандидатів з кінця ХХ століття. По-друге, кожному з донорів дослідники, що створили базу, призначили унікальний ключ, за яким можна ідентифікувати цю людину. Адже у самих звітах часто зустрічаються різні варіанти написання імен донорів, тобто без ретельної очистки оригінальні дані майже неможливо повноцінно використовувати. По-третє, кожному з донорів автори датасету визначили його CFscore. Цей показник використовується для емпіричного аналізу ідеологічних нахилів донорів та кандидатів.

Campaign Finance score – це одномірна шкала, що відображає політичну орієнтацію суб'єкта на основі його фінансової поведінки у виборчому процесі. Сам показник був розроблений Майклом Бонікою, дослідником політичних фінансів, а його модель представлена у роботі «A Common-Space Measure of State Supreme Court Ideology»<sup>100</sup>. Значення CFscore менше нуля вказує на ліберальні погляди, тоді як додатні значення відповідають консервативним переконанням. Показник розраховується на основі патернів попередніх пожертв: кого підтримував донор або від кого отримував фінансування кандидат. Завдяки масштабному масиву даних, зібраних у рамках проекту DIME, CFscore дозволяє дослідити ідеологію донорів навіть у випадках, коли інакше це було би неможливо зробити.

---

<sup>99</sup> Bouton, L., Cagé, J., Dewitte, E., & Pons, V. (2022). Small campaign donors (NBER Working Paper No. 30050). National Bureau of Economic Research.

<sup>100</sup> Bonica A., Woodruff M. (2015). A Common-Space Measure of State Supreme Court Ideology. *The Journal of Law, Economics, and Organization*, Oxford University Press, vol. 31(3), с. 472-498.

Для цілей дослідження було використано масив даних, що охоплює всі фінансові внески на рахунки кандидатів і виборчих комітетів у межах виборчого циклу 2024 року. З цього набору були відфільтровані лише ті індивідуальні транзакції, що були здійснені до завершення президентської кампанії та адресовані офіційним кандидатам у президенти США як через офіційні рахунки, так і через виборчі комітети. У результаті сформовано датасет, який налічував понад 10,6 мільйона унікальних записів про внески.

Для кожного донора було визначено його тип – «малий» або «великий» – відповідно до сукупного обсягу пожертв. Категоризація здійснювалася двома методами. Перший ґрунтувався на даних про донорів з бази DIME, яка містить агреговану інформацію про сумарні внески кожного донора за виборчий цикл з кінця XX століття. До малих донорів зараховувалися ті, чий загальний обсяг внесків за виборчий цикл 2024 року не перевищував \$200. Другий метод передбачав розрахунок загальної суми пожертв кожного індивідуального донора безпосередньо в межах первинного датасету про усі пожертви 2023-2024 років. У разі розбіжностей між двома джерелами пріоритет надавався результатам обчислень за оригінальним набором даних. Завдяки цьому вдалося верифікувати та класифікувати як малі внески близько 4,9 мільйона транзакцій на загальну суму \$128 млн. Хоча це менше, ніж офіційно прозвітовано основними кандидатами, це все ж достатній датасет для того, аби висновки з його аналізу були валідними.

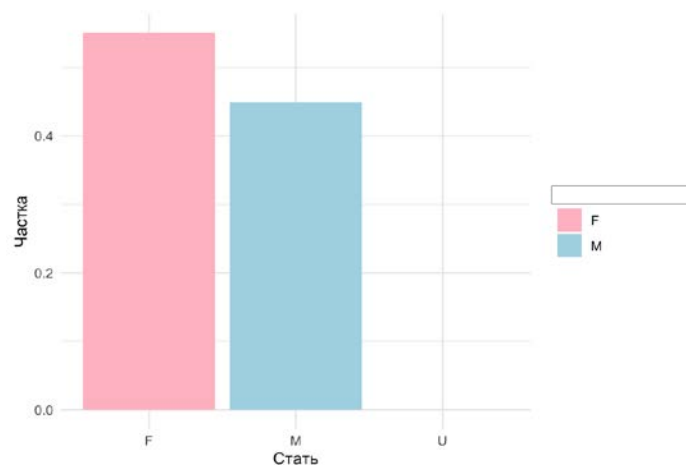
У межах аналізу розподілу професійного складу малих донорів за партійною приналежністю було виявлено виразні відмінності між донорами кандидатів Демократичної та Республіканської партій. Серед малих донорів, які підтримували Демократичну партію, домінують особи без формального місця працевлаштування, наприклад, студенти, безробітні або фрилансери, а також представники освітнього, юридичного й інженерного секторів, зокрема вчителі, викладачі, програмісти, інженери, юристи й консультанти.

Натомість у структурі республіканських малих донорів найбільшу частку становлять пенсіонери, що відповідає загальній тенденції переваги

Республіканської партії серед старшого електорату. До інших помітних категорій належать особи, що не вказали професію, а також представники галузей продажів, інженерії, або ті, хто займається домашнім господарством.

Як видно з графіку 1, серед числа малих донорів переважали жінки, їх було більше половини. Окрім того, що такий розподіл загалом характерний для малих донорів, як уже згадувалося раніше, важливу роль зіграв і пул прихильників Демократичної партії. Варто повернутися до неомадісонівського розуміння ролі малих донорів – акт невеликої пожертви на користь кандидата є важливим для недостатньо репрезентованих груп. Такою групою в політиці є і жінки, а також інші категорії донорів Демократичної партії, як от ті, хто не мають місця роботи. Цікавим є випадок скоріше Республіканської партії, адже кількість малих внесків на їхню користь разюче менша, хоча також частково відображає недостатньо репрезентовані групи, як от пенсіонерів або домогосподарів чи господинь.

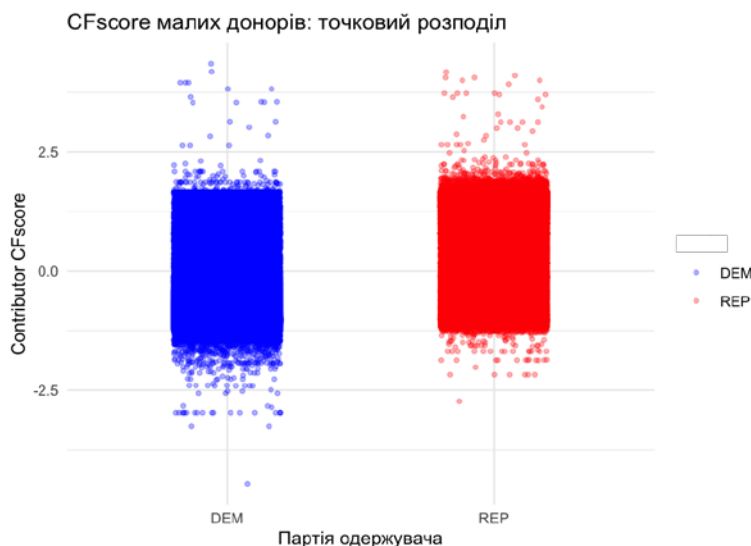
**Графік 1. Розподіл малих донорів за статтю**



Частково відповідь на це питання можна зрозуміти з аналізу ідеологічного розподілу донорів Демократичної та Республіканської партій. Як видно з графіка 2, малі донори дійсно є ідеологічно заангажованими. Донори Демократичної партії (синій колір на графіку) мають здебільшого негативні

значення CFscore, що свідчить про переважно ліберальну ідеологічну орієнтацію.

## Графік 2. CFscore малих донорів



Донори Республіканської партії (червоний колір) навпаки – зосереджені у позитивному сегменті шкали, демонструючи консервативні погляди. Що цікаво, все ж донори Демократичної партії та Камалі Харріс є значно більш ідеологічно репрезентованими, а частка крайньо ідеологічно заангажованих донорів як на позитивному сегменті, так і негативному, більша саме у демократів. Серед донорів Дональда Трампа розпорошення все ж значно менше.

Тому окрім об'єктивних причин виснаження донорської бази Трампа, наведених у попередньому підрозділі, цьому може бути також інше пояснення. На відміну від кандидатів із чітко вираженою ідеологічною позицією, Трамп залишався радше популістом, ніж ідеологом. За визначенням Ернесто Лаклау, популізм не є повноцінною ідеологією, а радше формою політичної артикуляції, що базується на використанні так званих «пустих означників» – понять на кшталт «народ», «справедливість» чи «велич нації», які не мають фіксованого змісту, але дозволяють об'єднувати різномірні соціальні групи у

спільному антагонізмі до «еліт» або «системи»<sup>101</sup>. Саме завдяки такій риториці кампанія Трампа змогла мобілізувати широкий спектр виборців, хоча ця мобілізація значною мірою ґрунтувалася не на ідеологічній близькості.

Однак для малих донорів, подібна політична невизначеність може бути бар'єром. У межах фреймворку теорії агентських відносин, як описувалося раніше, такі донори схильні підтримувати кандидатів, які чітко репрезентують їхні ідейні переконання та можуть виступати передбачуваними «агентами» їхніх інтересів. А оскільки популізм функціонує через риторичну апеляцію до абстрактного «народу» без прив'язки до певної визначеної, то механізм делегування інтересів у цьому сенсі порушується.

З цього можна зробити припущення, що для Демократичної партії та Камали Харріс роль малих донорів та їхній вплив на шанси перемоги були більшими, ніж для Республіканської партії та Дональда Трампа. Для того, аби перевірити це припущення, доцільно побудувати регресійну модель. Зважаючи на особливості виборчої системи в США, а саме так званий «electoral college», доцільно досліджувати роль малих внесків у розрізі штатів. Таким чином сформульована нульова гіпотеза – обсяг малих внесків та кількість малих донорів в конкретному штаті впливає на шанси кандидата здобути у цьому штаті перемогу.

Перевірка цієї гіпотези відбувалася за допомогою лінійної регресії, в якій залежною змінною виступала частка голосів, яку кандидат отримав у кожному зі штатів, а незалежними змінними — загальна сума малих внесків (за логарифмованою шкалою через великий розподіл шум у абсолютних величина) та кількість малих донорів у цьому штаті. Було побудовано дві моделі — окремо для кандидатки від Демократичної партії Камали Гарріс та для кандидата від Республіканської партії Дональда Трампа.

Результати моделі для Гарріс виявилися статистично значущими (таблиця 1). Обидва незалежні предиктори, сума малих внесків та кількість малих

---

<sup>101</sup> Laclau, E. (2005). Populism: What's in a Name? In F. Panizza (Eds.), *Populism and the Mirror of Democracy* (pp. 32-49)

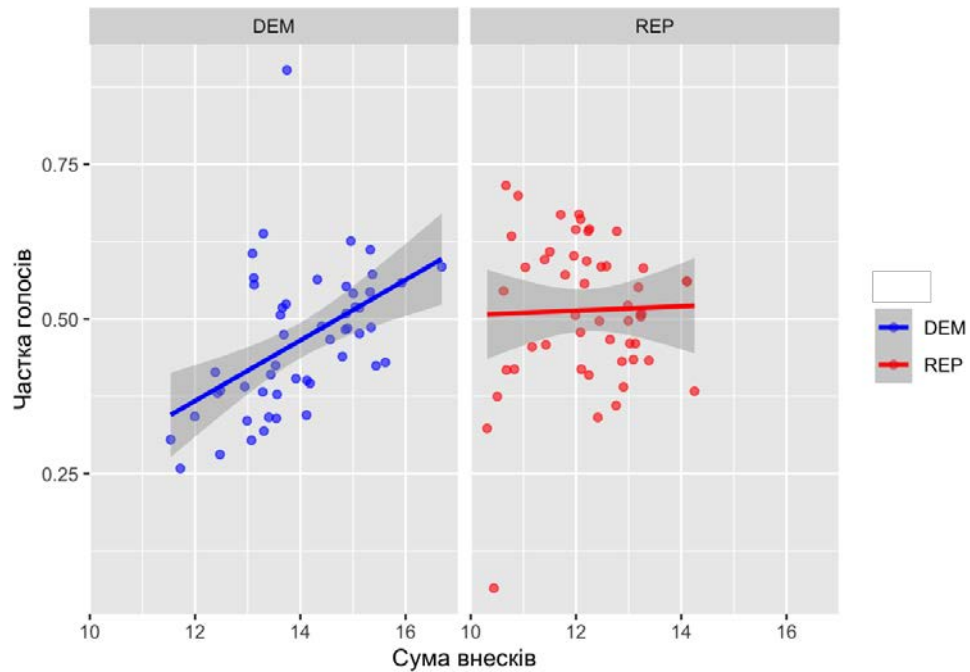
донорів, суттєво впливають на змінну % голосів, отриманих демократкою у штаті. Зокрема, коефіцієнт при змінній «сума малих внесків» становить 0.985 ( $p < 0.001$ ), що означає, що зі зростанням обсягу малих пожертв на одиницю у відповідному масштабі частка голосів за Гарріс зростає майже на 1 відсотковий пункт.

**Таблиця 1. Залежність % голосів від обсягу внесків та кількості донорів**

	% голосів (DEM)	% голосів (REP)
Intercept	-3.248 (0.524) ***	-0.328 (0.391)
Сума малих внесків	0.985 (0.157) ***	0.319 (0.134) *
Кількість малих донорів	-0.947 (0.158) ***	-0.325 (0.137) *
R <sup>2</sup>	0.563	0.106
Adjusted R <sup>2</sup>	0.544	0.068
Residual Std. Error	0.078 (df = 48)	0.115 (df = 48)
F-statistic	30.86 ( $p < 0.001$ )	2.83 ( $p = 0.069$ )

У той самий час коефіцієнт відповідний до кількості малих донорів – негативний (-0.947,  $p < 0.001$ ), що вказує на зворотний зв'язок (графік 3). Можливою причиною може бути, що велика кількість малих донорів була зафіксована в штатах, де мобілізація виборців була необхідною, але не завжди достатньою для перемоги, як от у Флориді. Показник Adjusted R<sup>2</sup> становить 0.544, що є свідчить водночас як про придатність моделі до інтерпретації, так і про те, що кількість донорів або сума малих внесків були не єдиними факторами, що впливали на результати виборів.

**Графік 3. Залежність % голосів від обсягу малих внесків**



Натомість модель для Дональда Трампа не продемонструвала переконливих результатів. Жодна з незалежних змінних не мала високої статистичної значущості: коефіцієнт суми малих внесків становив лише 0.319 ( $p < 0.05$ ), а кількості малих донорів –  $-0.325$  ( $p < 0.05$ ). Значення Adjusted  $R^2$  усього 0.068 свідчить про слабку здатність моделі пояснювати варіативність голосування за Трампа в розрізі штатів. Це підтверджує припущення про менший зв'язок між активністю малих донорів і виборчим результатом у випадку Республіканської партії.

Загалом, результати моделі дозволяють зробити висновок, що малі внески були значно більш релевантним фактором для виборчої підтримки Камали Харріс, ніж для Дональда Трампа, що узгоджується як зі структурними відмінностями в пулі донорів двох партій, так і з попереднім теоретичним обґрунтуванням на основі нео-мадісонівського плюралізму та теорії агентських відносин. Проте варто зазначити, що результати є актуальними в першу чергу до кандидатів як індивідуальних політиків, адже за умови висування, наприклад, Республіканською партією іншого кандидата, роль малих внесків у його кампанії може змінитися.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано одну з ключових тем функціонування сучасної демократії – фінансування виборчих кампаній. Особливо цікавою є роль малих донорів у США, країні з найдорожчими виборами у світі та довгою історією формування демократичної системи. Зміщення акценту з великих донорів на малі внески стало не лише трансформацією інструментів мобілізації ресурсів для виборчих кампаній, а й соціально-політичним феноменом, що суттєво змінив взаємодію між виборцями, кандидатами та партіями. На основі результатів дослідження можна сформулювати наступні висновки:

1. Міжнародні підходи визнають, що політика, демократія та вибори неможливі без фінансування. Водночас саме гроші здатні спотворювати рівність у доступі до участі у політиці, тому питання їхнього врегулювання є ключовим для демократичних систем. Міжнародні стандарти та практики, розроблені на рівні Ради Європи, Венеційської комісії та Організації з безпеки і співробітництва в Європі, формулюють базові вимоги до виборчого фінансування: прозорість, підзвітність, рівність, законність і пропорційність. Ці принципи мають на меті запобігти впливу інтересів вузького кола багатих людей на демократію і водночас створити умови для участі широких верств населення у виборчому процесі.

2. Система фінансування виборчих кампаній у США сформувалась у відповідь на зростання ролі грошей у політиці, численні корупційні скандали та реакцію на них суспільства. Визначені вище міжнародні стандарти суттєво вплинули на підходи до реформування американського виборчого законодавства, особливо у контексті прозорості та підзвітності. Саме формування американської системи фінансування виборчих кампаній розпочалося ще з початку XX століття, а ключовими етапами стали реформи 1970-х років (Federal Election Campaign Act), рішення Верховного суду у справі Buckley v. Valeo (1976) та Citizens United v. FEC (2010), що суттєво вплинули на роль як великих, так і малих донорів. Донорський ландшафт у

США включає як індивідуальних донорів, так і партійні структури, політичні комітети (РАС, супер-РАС), а також онлайн платформи-«кондуїти» типу ActBlue і WinRed, що зробили можливими масові малі пожертви.

3. Малі внески стали важливою частиною кампаній, особливо після стрімкого розвитку цифрових інструментів в 2008-2016 роках. Роль малих донорів при цьому полягає не лише у фінансовій підтримці кандидатів, а й у підвищенні легітимності кампанії, зміцненні горизонтальних зав'язків політиків із виборцями, а також у зменшенні залежності кандидатів від великих донорів. Крім того, популярність малих внесків знижує вхідний бар'єр для нових або ідеологічних кандидатів, посилюючи їхню роль не лише в політиці загалом, а і всередині партій. Цей феномен добре пояснюється з позицій нео-мадісонівського плюралізму, відповідно до якого малі донори є не просто пасивними фінансовими учасниками виборів, а активними агентами, які посилюють репрезентацію широких соціальних груп.

4. Водночас участь малих донорів має подвійний ефект. З одного боку, вона розширює політичну репрезентацію, проте з іншого – підвищує ризик ідеологічної поляризації, оскільки такі донори часто є більш ідеологічно заангажованими, ніж середньостатистичні виборці. В межах цього дослідження було застосовано теорію агентських відносин до взаємодії між малими донорами та кандидатами. Такий підхід дозволив розглядати внески не як односторонній акт підтримки, а як спробу донорів делегувати повноваження представлення власних інтересів певному кандидату і впливати на його політичну поведінку. У цьому контексті внесок стає «інвестицією», а кандидат – агентом, що потенційно зобов'язаний дотримуватись очікувань донорів.

5. Порівняльний аналіз фінансування президентських кампаній Камали Гарріс і Дональда Трампа у 2024 році засвідчив суттєві відмінності в джерелах та стратегіях залучення коштів. Камала Гарріс зробила ставку на масову мобілізацію дрібних донорів як через платформу ActBlue, так і через традиційні офлайн заходи. Це також стало показником символічної

репрезентації широких груп прихильників, особливо молоді, жінок та расових меншин. Трамп, у свою чергу, орієнтувався на мікс великих приватних внесків та надходжень через супер-РАС. Обсяги внесків малих донорів під час кампанії Трампа 2024 року були значно менше, ніж у циклах до того.

6. Результати проведеного регресійного моделювання свідчать, що малі внески були значно більш релевантними для пояснення результатів на виборах Камали Гарріс, ніж Дональда Трампа. Модель для Гарріс виявилася статистично значущою і показала, що як сума малих внесків, так і кількість донорів мають чіткий зв'язок із результатом кандидатки на рівні штатів. Кампанія Гарріс, будучи більш ідеологічно зрозумілою та репрезентативною, відповідає очікуванням малих донорів як «принципалів», які прагнуть делегувати свої переконання передбачуваним «агентам». Натомість кампанія Трампа, попри здатність мобілізувати виборців через популістичну антисистемну риторику, була значно менш ефективною у конвертації підтримки прихильників у фінансову участь.

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що участь малих донорів у виборчих кампаніях США – це глибокий соціальний та політичний процес, що змінює усю систему фінансування виборчих кампаній у США. Малі внески стали інструментом демократизації політичного системи, розширивши можливості громадян впливати на формування порядку денного. Проте позитивні ефекти від залучення малих донорів, як виявилось, можна легко нівелювати як роллю «великих грошей», так і просто популістичною кампанією. Водночас дослідження дозволило підтвердити, що малі донори є новою силою, здатною впливати не лише на самі вибори, а й на політичні партії, а також на саму політичну систему.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Al Jazeera. (2024). Republican PAC WinRed misleads US consumers into recurring donations, Al Jazeera' <https://www.aljazeera.com/economy/2024/7/31/republican-pac-winred-misleads-us-consumers-into-recurring-donations>
2. Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>
3. Albert, Z. and La Raja, R. (2020). Small Donors in Us Elections. *Politique américaine*, 35(2), 15-45. <https://doi.org/10.3917/polam.035.0015>
4. Andriano B., Hidalgo Pérez M., Llaneras K. (2024). Who voted for Trump? The Republican's supporters by age, sex and race, EL PAÍS <https://english.elpais.com/usa/elections/2024-11-06/who-voted-for-trump-the-republicans-supporters-by-age-sex-and-race.html>
5. Bonica A., Woodruff M. (2015). A Common-Space Measure of State Supreme Court Ideology. *The Journal of Law, Economics, and Organization*, Oxford University Press, vol. 31(3), c. 472-498
6. Bonica, A. (2011). Small Donors and Polarization. *Boston Review*. [https://www.bostonreview.net/forum\\_response/bonica-small-donors-polarization/](https://www.bostonreview.net/forum_response/bonica-small-donors-polarization/)
7. Bouton, L., Cagé, J., Dewitte, E., & Pons, V. (2022). Small campaign donors (NBER Working Paper No. 30050). National Bureau of Economic Research.
8. Campaign Legal Center. (2018). PACs, Super PACs & dark money groups: What's the difference? <https://campaignlegal.org/update/pacs-super-pacs-dark-money-groups-whats-difference>
9. Carroll, Royce and Shugart, Matthew Soberg. (2007). Neo-Madisonian Theory and Latin American Institutions. In *REGIMES AND DEMOCRACY IN LATIN AMERICA*, Gerardo Munck, (ed.). <https://ssrn.com/abstract=1157525>

10. CBS News. (2024). Kamala Harris' campaign says it raised more than \$100 million after Biden drops out <https://www.cbsnews.com/news/kamala-harris-fundraising-100-million-biden-drops-out/>
11. Conference on Security and Co-operation in Europe [CSCE]. (1990). Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE
12. Council of Europe. (2003). 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. Council of Europe
13. Dawsey J., Scherer M., Ence Morse C., How Republicans texted and emailed their way into a money problem, The Washington Post. (2024). <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/04/01/trump-republican-small-donations-problems/>
14. DW. (2023). Як гроші впливають на результат президентських виборів у США. DW. <https://www.dw.com/uk/ak-grosi-vplivaut-na-rezultat-prezidentskih-viboriv-u-ssa/a-70080360>
15. DW. (2024). Вибори-2024 стали найдорожчими в історії США. DW. <https://www.dw.com/uk/vibori2024-stali-najdorozcimi-v-istorii-ssa/a-70706577>
16. Evers-Hillstrom K. (2021). Most Expensive Ever: 2020 Election Cost \$14.4 Billion. OpenSecrets <https://www.opensecrets.org/news/2021/02/2020-cycle-cost-14p4-billion-doubling-16>
17. Garrett, R. S. (2023, September 12). The state of campaign finance policy: Recent developments and issues for Congress (CRS Report No. R41542). Congressional Research Service
18. GiveGreen. Harris Victory Fund. <https://www.givegreen.com/committees/harris-victory-fund>
19. Grossman, G. M. and Helpman, E. (2001). Special Interest Politics. MIT Press.

20. Group of States against Corruption (GRECO). (2010). Political financing: GRECO's first 22 evaluations [Horizontal study]. Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/greco/-/greco-publishes-horizontal-study-on-political-financing>
21. International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2016). Фінансування політичних партій та виборчих кампаній. Stockholm: International IDEA
22. International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2016). Фінансування політичних партій та виборчих кампаній. Stockholm: International IDEA
23. Isenstadt A. (2023). Trump raised \$7.1 million after Georgia booking, mugshot, Politico <https://www.politico.com/news/2023/08/26/trump-mugshot-fundraising-00113118>
24. Isenstadt, A. (2019). GOP to launch new fundraising site as Dems crush the online money game. Politico. <https://www.politico.com/story/2019/06/23/republicans-win-red-2020-1377058>
25. La Raja R. J. and Wiltse D. L. (2012). Don't Blame Donors for Ideological Polarization of Political Parties. *American Politics Research*, vol. 40, n° 3, 501–30
26. La Raja, R. J., & Schaffner, B. F. (2015). Who Gets Campaign Money and Why Rules Matter. In *Campaign Finance and Political Polarization: When Purists Prevail* (pp. 60–86). University of Michigan Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvdtpj2w.7>
27. Laclau, E. (2005). Populism: What's in a Name? In F. Panizza (Eds.), *Populism and the Mirror of Democracy* (pp. 32-49)
28. Lacruz, A. J., de Moura, R. L., & Rosa, A. R. (2019). Organizing in the Shadow of Donors: How Donations Market Regulates the Governance Practices of Sponsored Projects in Non-Governmental Organizations. *BAR - Brazilian Administration Review*, 16(3), e180111

29. Levine, C. (2019,). Why Democrats are falling over themselves to find small-dollar donors. Center for Public Integrity. <https://publicintegrity.org/politics/elections/democrats-small-dollar-donors-president-campaign>
30. Levine, C., & Zubak-Skees, C. (2018). How ActBlue is trying to turn small donations into a blue wave. Center for Public Integrity. <https://publicintegrity.org/politics/how-actblue-is-trying-to-turn-small-donations-into-a-blue-wave/>
31. Malbin, Michael J. (2013). Small Donors: Incentives, Economies of Scale, and Effects. *The Forum*, vol. 11, n° 3, 2013, p. 385-411
32. Milman O. (2024). Trump gets record donations from big oil but far less than \$1bn he wanted, *The Guardian* <https://www.theguardian.com/us-news/2024/oct/18/election-trump-oil-gas-fundraising>
33. Noti, A., Chlopak, E., Kelley, C. H., Hancock, K. P., & Ghosh, S. (2022, August 8). Why the FEC is ineffective. Campaign Legal Center. <https://campaignlegal.org/update/why-fec-ineffective>
34. OpenSecrets, Donald Trump: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/donald-trump/candidate?id=N00023864>
35. OpenSecrets, Kamala Harris: 2024 Presidential Race, Center for Responsive Politics, <https://www.opensecrets.org/2024-presidential-race/kamala-harris/candidate?id=N00036915>
36. OpenSecrets. (2008). Summary data for Barack Obama, 2008 cycle. <https://www.opensecrets.org/pres08/candidate?id=N00009638>
37. OpenSecrets. (2020). Small Donors in the 2020 Presidential Race. <https://www.opensecrets.org/2020-presidential-race/small-donors>
38. OpenSecrets. Money-in-politics timeline. Center for Responsive Politics. <https://www.opensecrets.org/resources/learn/timeline>

- 39.OSCE/ODIHR. (2015). Handbook for the observation of campaign finance. Organization for Security and Co-operation in Europe / Office for Democratic Institutions and Human Rights
- 40.Otterbein, H. (2020). Sanders delivers blowout fundraising number. Politico. <https://www.politico.com/news/2020/01/02/bernie-sanders-fundraising-millions-092446>
- 41.Pildes, R. (2020). Small dollars, big changes. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/02/06/small-dollars-big-changes/>
- 42.Pildes, Richard H. (2019). Small-Donor Based Campaign-Finance Reform and Political Polarization. Yale Law Journal F., Vol. 129, 2019-20, NYU School of Law, Public Law Research Paper No. 20-01. <https://ssrn.com/abstract=3490089>
- 43.Piper J., Fuchs H. (2024). Kamala Harris takes over war chest as Biden campaign becomes Harris for President, Politico <https://www.politico.com/news/2024/07/21/kamala-harris-biden-campaign-funds-00170136>
- 44.Richwine L., Chmielewski D., Broadway D. (2024). Hollywood donors drop 'Dembargo' as celebrities back Harris, Reuters <https://www.reuters.com/world/us/hollywood-donors-drop-dembargo-celebrities-back-harris-2024-07-22/>
- 45.Schwartz B. (2024). Trump campaign cash crunch: Small-dollar donor fatigue, major donor nerves, CNBC <https://www.cnbc.com/2024/03/18/trump-campaign-cash-crunch-small-dollar-donor-fatigue-major-donor-nerves.html>
- 46.U.S. PIRG. (2019). Small donors driving 2020 presidential race. <https://pirg.org/resources/small-donors-driving-2020-presidential-race/>
- 47.UN Human Rights Committee. (1996). General comment No. 25: The right to participate in public affairs, voting rights and the right of equal access to public service (Article 25) (CCPR/C/21/Rev.1/Add.7). United Nations

48. United Nations. (2004). United Nations Convention against Corruption. United Nations Office on Drugs and Crime
49. van Biezen, I. (2003). Financing political parties and election campaigns: Guidelines. Council of Europe Publishing
50. Vandewalker, I. (2024). Do Small Donors Cause Political Dysfunction? Brennan Center for Justice. <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/do-small-donors-cause-political-dysfunction>
51. Venice Commission. (2025). Code of good practice in electoral matters: Guidelines, explanatory report and interpretative declarations (CDL-AD(2002)023rev2-cor). Council of Europe
52. Weiner, D. I., & Lau, T. (2019). Citizens United explained. Brennan Center for Justice. <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/citizens-united-explained>
53. Whisnant G. (2024). Trump campaign says \$50.5 million haul doubled Biden's fundraiser, Newsweek <https://www.newsweek.com/trump-campaign-says-fifty-million-haul-palm-beach-paulson-fundraiser-doubled-biden-1887679>

## АНОТАЦІЯ

Курсової/кваліфікаційної роботи

**Тема:** Вплив малих внесків на хід президентської виборчої кампанії у США 2024 року

**Студент:** Максимова Вікторія Дмитрівна

**Рік навчання, факультет:** БП-4, ФСНСТ

**Науковий керівник:** Старший викладач, Шаповалов С. А.

**Рецензент:** Кандидат економічних наук, Думанська В. П.

Дата захисту “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Короткий зміст роботи:** Дослідження присвячене аналізу ролі малих внесків у сучасних виборчих кампаніях США на прикладі президентських перегонів 2024 року. Метою є з'ясувати роль малих внесків у фінансуванні виборчих кампаній та їхній вплив на хід та результати виборів на прикладі президентських перегонів в США 2024 року. Об'єктом дослідження є механізми політичного фінансування в межах виборчої системи США, предметом — вплив малих внесків на динаміку кампаній та результати президентських виборів у США 2024 року.

У роботі досліджено нормативно-правові основи фінансування виборів у демократичних країнах, еволюцію системи в США, механізми політичної мобілізації, вплив малих внесків на поляризацію та репрезентацію, а також здійснено порівняльний аналіз фінансування кампаній Камали Гарріс і Дональда Трампа. У висновках зазначено, що малі внески виступають не лише джерелом фінансування виборів, а й важелем підвищення підзвітності політиків та розширення політичної репрезентації. Водночас активність малих донорів сприяє ідеологічній поляризації, посилюючи вплив менш поміркованих голосів у політичному дискурсі.