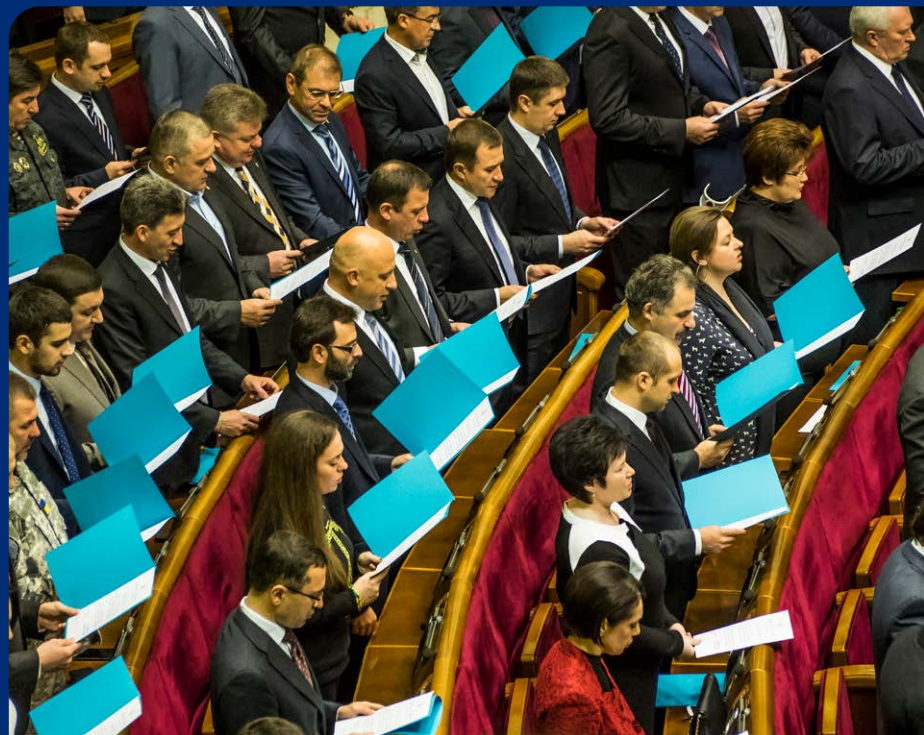




Джерела доходу й механізми влади:

Гендерні аспекти й політичне фінансування на виборах в Україні

ЗВІТ | ЛИПЕНЬ 2021





Джерела доходу й механізми влади: гендерні аспекти й політичне фінансування на виборах в Україні

Жінки у всьому світі, які претендують на політичні посади, стикаються з перешкодами на виборах, причому доступ до фінансування відіграє вирішальну роль. Після парламентських виборів 2019 року в Україні кількість жінок, обраних до парламенту, значно зросла з 11% до понад 20%. Міжнародна фундація виборчих систем (IFES) за аналітичної підтримки Громадського руху «Чесно» провела дослідження, аби з'ясувати, яку роль відігравали фінансові аспекти для жінок і чоловіків на виборах, зокрема в одномандатних округах. У публікації «Джерела доходу й механізми влади: гендерні аспекти й політичне фінансування на виборах в Україні» висвітлено ключові результати цього дослідження та наведено рекомендації для забезпечення гендерної рівності в контексті політичного фінансування в Україні.

Джерела доходу й механізми влади: гендерні аспекти й політичне фінансування на виборах в Україні
Міжнародна фундація виборчих систем, 2021. Усі права захищені.©

Заява про дозвіл: жодна частина цієї публікації не може бути відтворена в будь-якій формі або будь-якими засобами, електронними чи механічними, включаючи фотокопіювання, запис або будь-який інший спосіб зберігання й пошуку інформації, без письмового дозволу Міжнародної фундації виборчих систем (IFES).

Запити на отримання дозволу повинні містити таку інформацію:

Опис матеріалу, дозвіл на копіювання якого бажають отримати.

З якою метою буде використано скопійований матеріал і в який спосіб.

Ваше ім'я, посада, назва компанії чи організації, номер телефону, номер факсу, адреса електронної пошти та поштова адреса.

Будь ласка, надсилайте всі запити на отримання дозволу до:

- International Foundation for Electoral Systems
- 2011 Crystal Drive, 10th Floor
- Arlington, VA 22202
- E-mail: media@ifes.org
- Phone: 202.350.6700
- Fax: 202.350.6701

Фото: depositphotos.com

Ця публікація була розроблена Міжнародною фундацією виборчих систем (IFES) за підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. Будь-які думки, викладені в цьому документі, належать авторам і не обов'язково відображають погляди уряду Канади.

Джерела доходу й механізми влади:

гендерні аспекти й політичне
фінансування на виборах в Україні

Мерedit Еплгейт

Радниця з програмних питань, Україна

Магнус Оуман

*Директор Регіонального представництва IFES в Європі, Старший
радник з питань політичного фінансування*

Олексій Сидорчук

Старший координатор проекту, Україна

Юлія Кривінчук

Координаторка проекту, Україна

ЛИПЕНЬ 2021

Canada 





Про IFES

IFES сприяє розвитку демократії задля кращого майбутнього. Для цього ми співпрацюємо з громадськістю, державними установами та приватним сектором. Як світовий лідер у сфері розвитку й захисту демократії, ми надаємо технічну допомогу та проводимо прикладні дослідження, які забезпечують ефективну роботу органів адміністрування виборів, здатних проводити вибори, результатам яких довіряють; ефективну й підзвітну роботу інститутів управління; цивільні й політичні процеси, у яких люди можуть брати участь безпечно та на рівних умовах; а також розвиток інноваційних методів, за допомогою яких технології й дані можуть позитивно впливати на вибори і демократію. Від 1987 року IFES працює у понад 145 країнах, від держав, що розвиваються, до країн зі сталою демократією. IFES – це глобальна позапартійна неприбуткова організація, яка базується в Арлінгтоні, штат Вірджинія, і зареєстрована як 501 (c) (3).

IFES у цифрах



Охопили 205M+
людей громадянською
освітою та просвітою
виборців



**Працювали у
145+**
країнах



**Провели навчання
для 759 326**
працівників
виборчої сфери у
2015-19 фінансових
роках

Подяки

Автори висловлюють подяку громадському руху «Чесно» за збір даних і аналіз фінансових звітів партій і кандидатів.

Редагування, дизайн, публікація, комунікація та поширення звіту здійснювалися під керівництвом Анжели Кентербері разом із членами команди Джанін Даффі та Кітон Беверен.

Зміст

Резюме	1
Вступ	3
Теоретичні засади	4
Загальний контекст	5
Фінансування кандидатів на парламентських виборах 2019 року ...	8
Використання власних коштів.....	9
Внески від юридичних осіб	10
Внески від фізичних осіб	12
Витрати на передвиборну агітацію	14
Контроль за фінансуванням передвиборної агітації	17
Сприйняття політичних партій і висування кандидатів	19
Висновки	21
Рекомендації	22
Посилання	23

Резюме

Взаємозв'язок між політичним фінансуванням і гендерною рівністю в Україні є складним і впливає на всі етапи виборчого процесу – від висування кандидатів до залучення коштів і встановлення результатів виборів.

На парламентських виборах в Україні у 2019 році представництво жінок вперше в історії сягнуло 21%. Однак це суттєве збільшення кількості жінок навряд чи було зумовлено тим, що політичні партії ставили більше жінок на прохідні місця в партійних списках. Радше це можна пояснити переконливою перемогою партії «Слуга народу» (СН), що дала можливість жінкам, які займали не найвищі позиції у виборчому списку, здобути мандати в парламенті. На виборах 2019 року жінки-кандидатки все ще стикалися з численними перешкодами на етапі висування, а також в отриманні доступу до фінансових ресурсів і витрачання коштів на передвиборну агітацію.

Загалом жінки продовжують відстоювати своє право на отримання прохідних позицій у партійних списках через поширене уявлення про те, що вони не мають достатніх фінансових ресурсів для ведення кампаній. Крім того, висока вартість виборчих кампаній ускладнює проведення агітації в одномандатних округах і може бути особливо проблематичною для жінок унаслідок нерівності доходів й ресурсів. Жінки можуть зіткнутися з більшими проблемами у залученні коштів заможних донорів, оскільки їм часто бракує зв'язків з бізнес-спільнотою. Вони часто отримують фінансування в менших розмірах, ніж чоловіки, тому їм потрібно знайти більше донорів для фінансування своєї кампанії, що займає багато часу і зусиль.

У цьому звіті автори досліджують взаємозв'язок між гендерними аспектами й політичним фінансуванням в Україні, використовуючи дані проведених інтерв'ю й аналізу поданих фінансових звітів. Дослідження підтверджує багато згаданих вище припущень щодо жінок-кандидаток у контексті парламентських виборів в Україні 2019 року, а також доходить нових висновків. Згідно з фінансовими звітами, поданими кандидатами на парламентських виборах 2019 року, середній розмір виборчого фонду жінок-кандидаток був приблизно на 20% меншим, ніж фонд їхніх колег-чоловіків, але кандидатки від чотирьох з п'яти партій, які пройшли до парламенту, насправді отримували більше фінансування, ніж чоловіки. Це можна пояснити по-різному: або кандидатки від цих партій просто мали кращі здібності з фандрейзингу, або донори більше підтримували жінок-кандидаток, або кандидатки зібрали більше коштів через те, що вважали, що їм це потрібно для того, аби конкурувати на рівних із чоловіками.

Фінансування передвиборної агітації за рахунок власних коштів було більш характерним для чоловіків, тоді як жінки переважно поклалися на збір коштів, зокрема від фізичних осіб. Це створило додаткові перешкоди для жінок-кандидаток, оскільки процедури здійснення внесків на виборах 2019 року були обтяжливими і часто позбавляли потенційних спонсорів бажання робити внески на підтримку жінок-кандидаток. У фінансових звітах також зазначено, що жінки отримували значно менше фінансування на передвиборну агітацію від представників бізнесу, ніж чоловіки. Водночас через велику кількість внесків від фізичних осіб жінки, що представляють парламентські політичні партії, в цілому отримали більше фінансування.

Дослідження також показало різницю в тому, як чоловіки й жінки витрачали свої кошти. Згідно з фінансовими звітами, чоловіки загалом витрачали більше коштів, ніж жінки, однак у першій п'ятірці партій жінки витрачали в середньому більше, ніж чоловіки. Крім того, кандидатки здебільшого витрачали кошти на виготовлення агітаційних матеріалів, тоді як чоловіки більше зосереджувались на оплаті реклами у ЗМІ. Вищі суми витрат серед жінок-кандидаток від парламентських партій знову ж таки можна пояснити тим, що їм потрібно було долати гендерні упередження, щоби конкурувати з чоловіками на рівних.

Жінки-кандидатки не отримали переваг від ефективного державного контролю чи однакового застосування правил до всіх учасників виборчих перегонів. Державний контроль за дотриманням правил фінансування передвиборної агітації на парламентських виборах 2019 року можна охарактеризувати як переважно формальний; за його результатами не було виявлено грубих порушень фінансування виборчої кампанії чи застосовано серйозних санкцій. Це призвело до безкарності й могло зіграти на користь кандидатів-чоловіків, які мають доступ до більших фінансових ресурсів і можуть собі дозволити витрачати ці кошти, мало зважаючи на чинні обмеження.

У цьому звіті описано тісний взаємозв'язок між політичним фінансуванням й гендерною рівністю в Україні. З огляду на складність цих відносин немає єдиного рішення, яке усуне перешкоди, що постають перед жінками під час ведення й фінансування передвиборної агітації. Різні зацікавлені сторони мають вжити заходів, спрямованих на підвищення прозорості й посилення ефективності державного контролю, а також створювати сильніші стимули для участі жінок у виборах. Наприкінці звіту наведено рекомендації щодо законодавчих і поведінкових змін, які можуть сприяти рівним умовам для кандидатів і кандидаток на виборах.

Вступ

За комуністичного режиму гендерна рівність була офіційною політикою в Радянському Союзі, що передбачала механізми гендерних квот для забезпечення відносно високого, хоч і значною мірою символічного представництва жінок у політиці. На практиці жінки часто мали незначний політичний вплив, і їхнє становище вважалося нижчим за становище чоловіків¹. Після здобуття Україною незалежності став очевидним значний гендерний розрив у політичній верхівці, й кількість жінок серед депутатів після виборів 1991 року склала лише 2%. Для пострадянської політики в Україні характерними були залучення олігархів і непрозорі джерела фінансування, а ці явища зазвичай перешкоджають політичній участі жінок². З огляду на значні обсяги фінансування виборчих кампаній на початку 1990-х років, запровадження тимчасових спеціальних заходів України, що переважно мали символічний характер, не сприяло великому представництву жінок на виборних посадах. Відтоді вартість балотування на посаду в Україні – в поєднанні з іншими соціально-економічними та структурними перешкодами – фактично «витіснила» жінок з одномандатних виборчих округів (ОВО)³.

Ситуація в Україні підтверджує світовий досвід, згідно з яким висока вартість балотування є перешкодою для досягнення гендерної рівності на виборних посадах⁴, що порушує питання про те, як жінки та чоловіки збирають кошти на свою виборчу кампанію. У цьому звіті проаналізовано спільні риси й відмінності між тим, як жінки й чоловіки в Україні збирали кошти на парламентських виборах 2019 року, та взаємодію між цими процесами й гендерною рівністю в українській політиці. Аналіз ґрунтується на даних, отриманих за результатами проведених 15 інтерв'ю, зокрема з жінками й чоловіками, які балотувались на парламентських виборах у 2019 році від різних політичних партій або як самовисуванці, представниками партій, що брали участь у процесі відбору кандидатів, політичними експертами й експертами з питань гендерної рівності (8 респондентів були жінками)⁵. Автори звіту використовували аналітику Громадського руху «Чесно» щодо фінансової звітності, поданої кандидатами під час та після виборів, а також наявні літературу й джерела з цих питань.

Теоретичні засади

В Україні й усьому світі гендерна нерівність у політичному представництві впливає із взаємодії владних відносин, структурних нерівностей між жінками й чоловіками, сприйняття суспільством гендерних ролей і безлічі соціально-економічних факторів та історичного контексту⁶.

Загалом визнано, що доступ до фінансування є важливим фактором для перемоги на виборах, а також має величезний вплив на гендерну рівність у політиці⁷. У багатьох країнах факти свідчать, що витрати на виборчу кампанію кандидатів переважно покриваються за рахунок тих коштів, які вдається зібрати самим кандидатам, а не завдяки фінансуванню їхньої політичної партії⁸. Отже, важливо дослідити, як жінки й чоловіки збирають кошти на вибори. Дослідження відзначають, що жінки «змушені суттєво покладатися на різноманітні непрямі економічні джерела [наприклад, безоплатну роботу⁹] через обмеженіший доступ до фінансових ресурсів»¹⁰. Зокрема жінки «рідше мають зв'язки з представниками бізнесу та професійних мереж, які можуть забезпечити фінансові ресурси й необхідні навички»¹¹. У таких країнах, як Україна, де в бізнес-спільноті переважають чоловіки, а заможні донори відіграють значну роль у політиці, гендерно-зумовлені ділові зв'язки безпосередньо впливають на політичне представництво. Крім того, загальний фінансовий розрив між жінками й чоловіками у багатьох країнах свідчить про те, що жінки рідше мають доступ до особистих коштів для фінансування політичної кар'єри¹².

Література вказує на результати досліджень щодо гендерної рівності й витрат на передвиборну агітацію. Хоча витрати на виборчу кампанію не є єдиним чинником успіху на виборах, багато вчених відзначають, що витрати є важливим складником перемоги¹³. Хоча дослідження у країнах з усталеною демократією не дають остаточних висновків щодо відносних витрат жінок і чоловіків-кандидатів¹⁴, більшість досліджень з інших регіонів вказують, що жінки загалом витрачають менше¹⁵. Водночас деякі дослідники стверджують, що «жінки-кандидатки схильні витрачати більше, ніж чоловіки, аби конкурувати з чоловіками, які обіймають владні посади, або подолати негативне уявлення про спроможність жінок бути ефективними політиками»¹⁶.

Мета цього звіту полягає в тому, аби дослідити, чи гендерні відмінності в залученні коштів, зафіксовані в літературі, поширювалися й на кандидатів у депутати на парламентських виборах в Україні 2019 року. У звіті також проаналізовано, як такі розбіжності можуть вплинути на можливості кандидаток на виборах і жінок, які прагнуть стати кандидатками. Як зазначено в одному дослідженні, «потенційним жінкам-кандидаткам може бути важче переконати політичні партії включити їх у список кандидатів на виборах, якщо конкуренти-чоловіки, які мають зв'язки з багатими донорами, можуть забезпечити набагато більші суми фінансування виборчої кампанії партії»¹⁷.

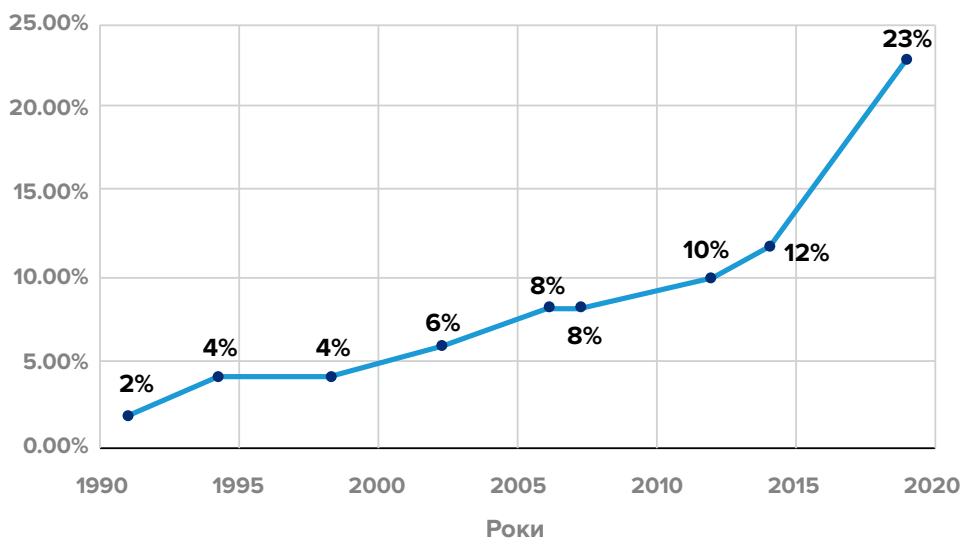
Загальний контекст

Україна є дещо парадоксальним прикладом з точки зору участі жінок у політиці, що робить її особливо цікавою для вивчення. Починаючи з 2014 року до виборів 2019 року в країні був найнижчий рівень представництва жінок у парламенті в Європі, що становив від 11 до 12%. З іншого боку, українські виборці переважно не вважають гендерну приналежність кандидата такою, що впливає на їхній вибір — 64% респондентів висловили таку думку в опитуванні 2019 року¹⁸. Гендерна нерівність спостерігається у фінансовій ситуації, оскільки розрив у доходах між жінками й чоловіками в Україні «набагато більший за середній розрив у оплаті праці в [Європейському Союзі]»¹⁹. З огляду на ці факти важко спрогнозувати, як жінки та чоловіки збирають кошти на свої виборчі кампанії, однак цю проблему цікаво дослідити.

Парламентські вибори 2019 року мали історичне значення в Україні, оскільки це були лише другі парламентські вибори після Революції гідності 2014 року. Суспільство сприймало їх як шанс оцінити прогрес у критично важливих реформах, які пообіцяли провести під час революції. З-поміж цих обіцяних реформ електорат вважає, що контроль за політичним фінансуванням і фінансуванням виборчих кампаній є вкрай важливим. За результатами опитування громадської думки після парламентських виборів, проведеного Міжнародною фундацією виборчих систем (IFES) у вересні 2019 року, більшість українців (53%) заявили, що отримання інформації про фінансування партій і кандидатів є важливим чинником їхнього вибору. Крім того, українці дедалі більше підтримують заходи щодо гендерної рівності на виборах²⁰.

Після здобуття незалежності в 1991 році кількість жінок у Верховній Раді повільно зростала, хоча лише 12% народних депутатів склали жінки до виборів 2019 року (див. Рис. 1).

Рис. 1. Представництво жінок у парламенті, 1991–2019 роки ²¹



З 2012 по 2019 рік половину народних депутатів обирали в одномандатних виборчих округах за мажоритарною системою, а іншу половину – за закритими партійними списками. Після виборів 2019 року представництво жінок значно зросло і досягло 21%, однак виникла значна розбіжність між ОВО та партійними списками. Тоді як у 2019 році 60 жінок обрали за закритими партійними списками, лише 27 – в ОВО. «Вибори в одномандатних округах [в Україні] є основною перешкодою для жінок для доступу до вищих ешелонів влади через їх високу вартість та деякі інші фактори»²², причому загалом у 2019 році серед народних депутатів, обраних в ОВО, жінки отримували на 54% менше фінансування²³. 21 жінка, обрана в ОВО, балотувалася як кандидат від Слуги Народу (СН). Одна з цих кандидаток зазначила в інтерв'ю: «Висування від партії було ключем до мого успіху, так само як і для інших кандидатів від [СН]. Багато хто з нас був майже невідомим, але ми змогли впевнено перемогти завдяки тому, що нас асоціювали з Президентом Зеленським і його партією». З партій, які подолали п'ятивідсотковий прохідний бар'єр, лише СН й «Голос» висували успішних кандидатів-жінок в ОВО²⁴. Розподіл народних депутатів за статтю й партіями наведено на Рис. 2.

Рис. 2. Результати парламентських виборів 2019 року із розподілом за статтю

Політична партія	Кількість народних депутатів			Всього	Жінки-депутати із розподілом за партійними списками та ОВО	
	Жінки	Чоловіки	Відсоток жінок депутаток		Партійний список	ОВО
СН	55	199	21.6%	254	34	21
«Опозиційна платформа – За життя» (ОПЗЖ)	5	38	11.6%	43	5	0
«Батьківщина»	5	21	19.2%	26	5	0
«Європейська Солідарність»	9	16	36.0%	25	9	0
«Голос»	9	11	45.0%	20	7	2
<i>Партії, що не подолали п'ятивідсоткового бар'єру</i>	2	8	20.0%	10	-	2
<i>Самовисуванці</i>	2	44	4.3%	46	-	2
Всього	87	337	20.5%	424	59	27

Хоча після виборів 2014 року відбулись деякі важливі реформи політичного фінансування, зокрема завдяки прийняттю прогресивного закону про фінансування політичних партій у 2015 році, навряд чи можна стверджувати, що збільшення представництва жінок було зумовлено одним чинником. Значний приріст жінок-депутаток у 2019 році хоча б частково можна пояснити впевненою перемогою СН, створеної президентом Володимиром Зеленським лише за кілька місяців до виборів. Таке відторгнення «старої гвардії» й чинних посадовців, коли 76% парламентарів обрали вперше, призвело до того, що значна кількість кандидатів зі списку СН отримала місце в парламенті.

З огляду на величезну популярність СН й небажання голосувати за більшість чинних політиків (88% із яких були чоловіками), збільшення кількості жінок-парламентарів навряд чи можна пояснити зміною ставлення до лідерства жінок. Імовірніше, це могло бути пов'язане з популярністю однієї партії, яка отримала настільки велику кількість місць, що позиція жінок у партійному списку була менш важливою. Слід зауважити, що виборці не продемонстрували упередженості щодо жінок, не надаючи переваги партійним спискам з меншою кількістю жінок, а також підтримавши жінок, висунутих партіями в ОВО. Тому значне збільшення представництва жінок у парламенті не зменшує необхідності ретельного аналізу викликів, з якими стикаються жінки на виборах, зокрема важливості політичного фінансування, особливо з огляду на те, що Україна все ще відстає від середніх показників представництва жінок на виборних посадах у регіоні та світі. Результати аналізу показують, що фінансові аспекти відігравали важливу роль для жінок, які претендували на політичні посади, хоч ця роль і мала комплексний характер.

Фінансування кандидатів на парламентських виборах 2019 року

Карл-Хайнц Насмахер, дещо применшуючи, зазначав: «...багато людей погодиться, що гроші є важливим ресурсом у політиці»²⁵. Обмежений доступ жінок до фінансування на виборах часто вважають для них значним викликом²⁶.

В Україні здатність залучати кошти лишається ключовим фактором для успішної агітації, яка може бути надзвичайно дорогою через високу вартість реклами в ЗМІ, хоча бувають і винятки, пов'язані, наприклад, із приголомшливою популярністю СН на парламентських виборах 2019 року. Українська експертка з питань гендеру й політичного фінансування Юлія Седая зазначила, що «(залучення коштів) надзвичайно важливе... Дуже часто для підвищення впізнаваності кандидата використовуються медіа-технології; наше суспільство ще не готове до кампаній, коли агітатори за кандидата ходитимуть «від дверей до дверей»». І чоловіки, й жінки не мають достатнього доступу до партійних коштів, однак це обмеження суттєвіше впливає на жінок. Жінки зазвичай мають менший дохід і слабші зв'язки з бізнес-спільнотою, що вимагає активнішого зусиль зі збору коштів.

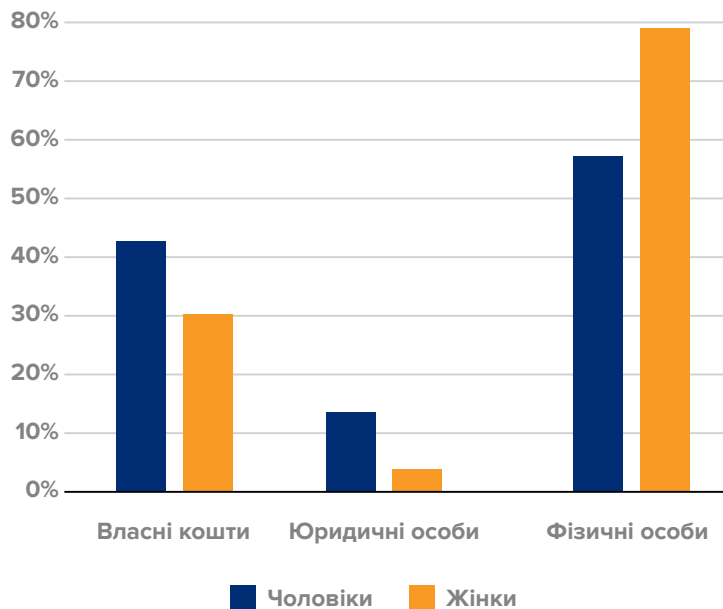
Хоча деякі українські партії надають підтримку власним кандидатам в ОВО, залучаючи волонтерів або у формі матеріалів, таких як плакати чи футболки, здебільшого кандидати в ОВО від партій змушені збирати кошти за рахунок фізичних і юридичних осіб, а також власних або родинних заощаджень. У більшості випадків максимально можливим фінансовим внеском партії в кампанію кандидата є оплата вартості застави для його/її реєстрації на виборах. Ніхто з опитаних кандидатів і представників партій не зазначив, що партії докладають якихось зусиль для того, щоби забезпечити оплату застави, аби в такий спосіб сприяти більшій кількості жінок на виборах.

Згідно з даними офіційних фінансових звітів кандидатів на виборах 2019 року (достовірність даних у яких викликає сумніви), середній розмір виборчого фонду жінок-кандидаток був у середньому приблизно на 20% меншим, ніж виборчий фонд чоловіків. Для самовисуванців ця різниця була ще більшою²⁷. Понад 2 тис. звітів, поданих кандидатами, свідчать про те, що середня сума, яку отримували чоловіки-кандидати, становила 250 тис. грн порівняно з 206 тис. грн для жінок²⁸. Результати аналізу, проведеного Українським жіночим фондом у 2019 році, свідчать, що «значний гендерний розрив у розмірі виборчих фондів спостерігався серед самовисуванців-чоловіків та жінок, що балотувалися в одномандатних округах. У середньому виборчий фонд кандидатки-самовисуванця був меншим на 54%»²⁹.

Проте в Україні, як і в інших країнах, на вибори йдуть багато партій і кандидатів, які мають невеликі шанси на успіх або ж не мають їх взагалі. Хоча загалом середній розмір виборчого фонду всіх кандидаток був меншим, ніж середній розмір виборчого фонду кандидатів, аналіз даних про кандидаток і кандидатів від п'ятірки найбільших партій, що подолали прохідний бар'єр, вказує на інше³⁰. За винятком ОПЗЖ, жінки отримали значно більше коштів для фінансування передвиборної кампанії, ніж чоловіки (якщо поєднувати власні кошти та внески від юридичних і фізичних осіб)³¹. Жінки-кандидатки від п'яти найбільших партій отримали в середньому 405 тис. грн порівняно з 331

тис. грн для чоловіків-кандидатів. Серед першої п'ятірки партій жінки становили приблизно 17% кандидатів, які подали фінансові звіти, і водночас залучили більше 20% загального фінансування. Джерела фінансування, які буде розглянуто в наступних розділах, дуже відрізняються залежно від статі (див. Рис. 3).

Рис. 3. Джерела фінансування виборчих кампаній кандидатів в ОВО від п'яти найбільших партій³²



Є кілька причин того, чому розмір виборчого фонду жінок виявився більшим. Цю розбіжність частково можна пояснити гендерними відмінностями щодо достовірності інформації в поданих фінансових звітах. Кілька опитаних жінок відзначили, що відчували неабиякий тиск, аби досягти успіху. За словами чинних депутаток, вони постійно відчували, що повинні мати «більшу підготовку, ніж їхні колеги-чоловіки»³³. Хоча жінки з першої п'ятірки партій зібрали в середньому більше коштів, ніж чоловіки, це не обов'язково стосувалося менших партій. Жінки з різних партій зазначали, що їм було некомфортно збирати кошти на свої кампанії, навіть якщо вони робили це успішно. Інша опитана кандидатка зазначила, що

“ В цілому жінки стикаються з більшими проблемами в політичному житті, і поріг вступу вищий для жінок... тому чоловіки займають більше посад, ніж жінки. ”

Однак коли великі партії обирали жінок в якості кандидаток на виборах, виявилось, що вони часто залучали кошти навіть ефективніше, ніж чоловіки з тієї самої партії.

Фінансування за рахунок власних коштів

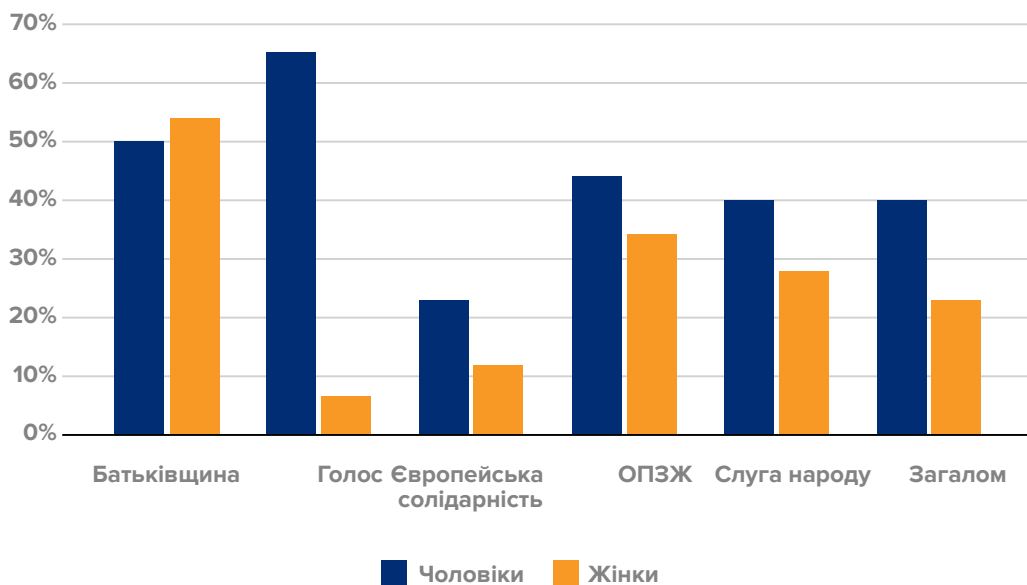
Якщо кандидати отримують мало фінансування від політичної партії, яка їх висунула, вони мають самостійно зібрати необхідні кошти. Доцільно спершу розглянути, скільки власних коштів

кандидати можуть виділити на кампанію. Жінки часто опиняються в не вигідному становищі, оскільки їхні власні заощадження є меншими, ніж у чоловіків у більшості країн³⁴, і «потреба у фінансуванні за рахунок власних коштів часто є основною перешкодою для жінок»³⁵. Додатковою проблемою є те, що від жінок частіше, ніж від чоловіків, очікують використання тих ресурсів, які вони мають, для оплати побутових видатків³⁶.

У офіційно поданих фінансових звітах кандидатів відображено фінансування виборчих кампаній за рахунок власних коштів в Україні³⁷. На парламентських виборах 2019 року чоловіки фінансували свою агітацію переважно за рахунок власних коштів, тоді як жінки значно більше поклалися на залучення сторонніх коштів, переважно від фізичних

осіб: «В середньому власні кошти кандидата становили 45% його виборчого фонду, тоді як частка власних коштів, виділених кандидаткою, складала 27% її виборчого фонду».³⁸ Звіти, подані кандидатами в ОВО від п'яти партій, які подолали п'ятивідсотковий поріг, свідчать про велику різницю у самофінансуванні кампаній чоловіків і жінок (див. Рис. 4).

Рис. 4. Частка фінансування виборчих кампаній за рахунок власних коштів кандидатів-чоловіків та кандидаток-жінок в ОВО



У середньому кандидатки використовували для фінансування своїх виборчих кампаній 92 тис. грн власних коштів, тоді як чоловіки-кандидати в середньому залучали 133 тис. грн, що становило 23% та 40% від загальних надходжень до виборчих фондів відповідно. За винятком «Батьківщини», у якій жінки-кандидати витрачали більше власних коштів (в середньому 103 тис. грн для жінок порівняно з 79 тис. грн для чоловіків), в інших чотирьох партіях чоловіки-кандидати фінансували значно більший відсоток своєї кампанії за рахунок власних коштів і внесли до власного виборчого фонду значно більше коштів, ніж жінки. Наприклад, у розрізі кандидатів від СН чоловіки в середньому залучали до власного виборчого фонду 224 тис. грн порівняно з 171 тис. грн серед жінок.

Жінки-кандидатки або не мають достатньо фінансових ресурсів для самостійного фінансування своєї кампанії, або вирішили не витрачати власні кошти з цією метою. Можливо,

чоловіки охочіше витрачають власні кошти на виборчу кампанію: вони або розглядають це як розумну інвестицію, або просто мають більше заощаджень³⁹. Тут доречно зауважити, що різниця в заробітній платі чоловіків і жінок в Україні у 2018 році становила 22%, а у деяких сферах сягала й 40%⁴⁰. Серед опитаних кандидатів усі зазначили, що вони витрачали власні кошти, а сума витрачених власних коштів була дещо більшою для кандидатів-чоловіків. Один успішний кандидат заявив, що він використовував виключно власні заощадження і не збирав внесків взагалі.

Внески від юридичних осіб

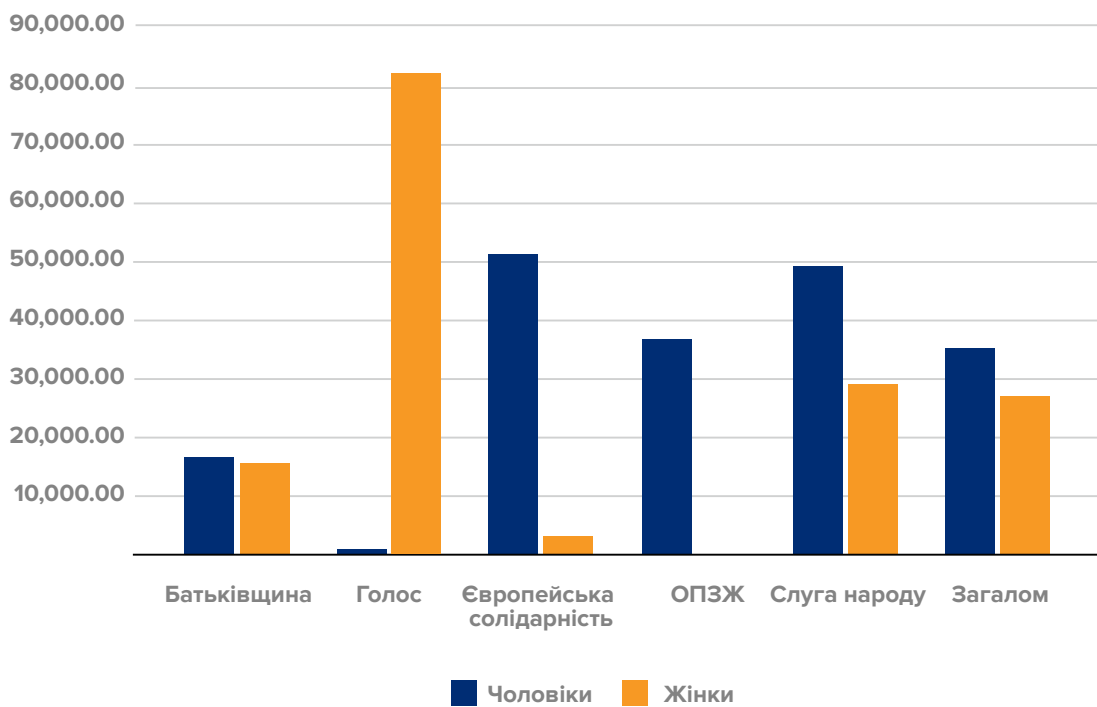
У літературі щодо політичного фінансування й гендерної рівності часто йдеться про обмежений доступ жінок-кандидаток до бізнес-

спільнот⁴¹. В Україні дуже мало жінок займають керівні посади у сфері бізнесу; у бізнес-спільноті домінують чоловіки, і ці бізнес-мережі тяжіють до підтримки кандидатів-чоловіків⁴². Кандидат-чоловік, опитаний в рамках цього дослідження, стверджував, що «чоловікові легше обговорювати й вирішувати фінансові питання з іншим чоловіком». Таке сприйняття має важливі наслідки для залучення коштів. Зв'язки з бізнес-спільнотою й кошти, що надходять від представників бізнесу, відіграють особливу роль у купівлі ефірного часу для реклами, що все ще складає значний відсоток витрат на агітацію в Україні.

Цей брак фінансування з боку компаній для жінок-кандидаток можна відстежити в офіційних звітах. На перший погляд, однак, дані фінансових звітів кандидатів в ОВО від п'яти

найбільших партій свідчать про те, що жінки в середньому отримували більше внесків від компаній, ніж чоловіки. Однак 81% від усієї суми внесків від юридичних осіб до виборчих фондів кандидатів в ОВО (5 млн 82 тис. грн), отримали кілька кандидаток від партії «Голос», а більшість цієї суми зібрала одна жінка. Не враховуючи кандидатів від партії «Голос», у середньому жінка-кандидатка отримувала від юридичних осіб приблизно 15 тис. грн порівняно з 38 тис. грн, які було надано чоловікам-кандидатам. В середньому жінки отримували менше 30% від загальної суми внесків від компаній. На Рис. 5 відображено частки внесків юридичних осіб до виборчих фондів кандидатів в ОВО від першої п'ятірки партій; одну кандидатку від «Голосу», яка отримала 3 млн 600 тис. грн внесків від юридичних осіб, було виключено з розрахунків як значне статистичне відхилення.

Рис. 5. Середня сума внесків від юридичних осіб до виборчого фонду одного кандидата в ОВО (грн)



СН висунула найбільшу кількість успішних кандидаток; вони отримували в середньому лише 60% від загального фінансування від юридичних осіб, яке отримували чоловіки-кандидати від цієї ж партії. Кандидатки від ОПЗЖ взагалі не отримували будь-яких внесків від компаній, тоді як чоловіки-кандидати залучали більше внесків порівняно із колегами від СН.

У партії «Європейська солідарність» відмінність у середній сумі внесків до виборчого фонду одного кандидата була настільки ж високою: кандидатки від цієї партії отримали лише 6% від суми, яка надійшла на рахунки виборчих фондів кандидатів-чоловіків від цієї партії. Найменшою розбіжність у надходженнях від юридичних осіб була в кандидатів від «Батьківщини»:

жінки отримували 93% від того, що отримували чоловіки. Водночас чоловіки-кандидати від цієї партії отримали найменшу суму внесків від юридичних компаній серед першої п'ятірки партій. Ці дані свідчать, що навіть у найуспішніших партіях чоловіки або отримали більшу підтримку від бізнесу порівняно з жінками, або успішніше вели переговори щодо фінансування кампаній із представниками бізнес-спільноти, де також переважають чоловіки. Одна з опитаних кандидаток чітко зазначила: «Чоловіки-кандидати мають більше фінансових ресурсів, оскільки вони зазвичай

представляють бізнес-мережі». Подібні точки зору було висловлено і в кількох інших інтерв'ю.

Окрім того, що чоловіки частіше отримують підтримку бізнесу для фінансування реклами у ЗМІ й купівлі ефірного часу, чоловіки також мають перевагу в контексті безкоштовного висвітлення у ЗМІ. Офіс Ради Європи в Україні провів медіа-моніторинг під час парламентських виборів в Україні, у якому було виявлено, що чоловіки не тільки домінували під час прайм-тайму, а їх також набагато частіше запрошували як гостей і учасників дискусій на ток-шоу.

“ Чоловіки отримували переважну більшість прайм-таймів – 80% – на національних телеканалах порівняно з жінками, тоді як жінки – лише 11%... Рівень представництва жінок у ток-шоу, як кандидаток у депутати, так і експерток, залишався надзвичайно низьким. Наприклад, жінки з'являлися у всіх ток-шоу 82 рази, тоді як чоловіки – 392 рази. У багатьох ток-шоу, які транслювалися на різних телеканалах, брали участь лише гості-чоловіки.⁴³ ”

Це упередження призводить до величезної нерівності у видатках, необхідних для ефективної агітації, що жодним чином не відображається в офіційних звітах, поданих кандидатами.

Система субвенцій на соціально-економічний розвиток, згідно з якою Кабінет Міністрів розподіляє державні кошти серед ОВО, де було обрано конкретних депутатів, також надавала перевагу народним депутатам-чоловікам перед депутатами-жінками. Оскільки у Верховній Раді скликання 2014–2019 років було вкрай мало жінок-депутатів, обраних в ОВО, це фінансування переважно надавали в ті округи, що їх представляли депутати-чоловіки. Згідно з даними аналізу, проведеного Програмою розвитку ООН, «із 49 депутаток Верховної Ради лише чотири отримали переваги від субвенцій у 2017 році, що становило лише 1,4% від загальної суми виплачених коштів»⁴⁴. Ці субвенції можуть впливати на сприйняття ефективності депутатів у виконанні попередніх передвиборних обіцянок, особливо напередодні виборів.

Внески від фізичних осіб

Не маючи зв'язків із представниками бізнес-спільноти або доступу до партійного фінансування, жінки-кандидатки здебільшого розраховують на невеликі внески, в тому числі підтримку сім'ї. В інтерв'ю для цього дослідження жінка, яку було обрано депутаткою, стверджувала, що «жінкам важче знайти донорів». Крім того, поширена думка, що жінки отримують фінансування в менших обсягах, ніж чоловіки, а це означає, що їм потрібно залучити більшу кількість донорів, аби досягти таких самих результатів зі збору коштів. Частково це може бути пов'язано із загальною гендерною нерівністю в доходах. Якщо чоловіки мають тісні зв'язки з іншими чоловіками, вони можуть отримати доступ до більших обсягів потенційного фінансування на одну людину. Так само якщо жінки залучають кошти від інших жінок, потенційний обсяг фінансування може

бути нижчим через розрив у доходах та вищий рівень безробіття серед українських жінок.

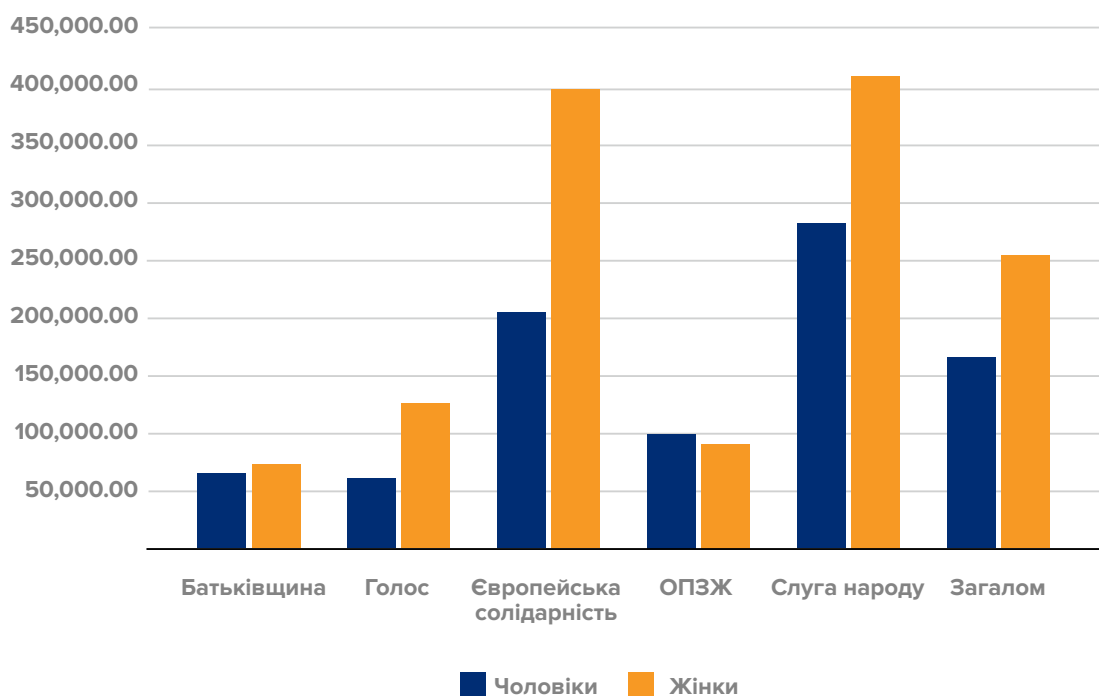
Потреба у пошуку більшої кількості донорів вимагає значних зусиль і часу. Цей факт підтверджують результати інших досліджень, згідно з якими жінки вважають, що «внески на фінансування їхньої виборчої кампанії, як правило, менші, а це означає, що їм потрібно активніше проводити кампанії, щоби залучити більшу кількість донорів для досягнення паритетного фінансування з колегами-чоловіками»⁴⁵. Зважаючи на те, що жінки все ще переважно відповідають за догляд і неоплачувану працю вдома, їхні часові ресурси обмежені. Оскільки жінки мають зберігати баланс між роботою й домашніми обов'язками, це може суттєво вплинути на тих жінок, які мають нижчий рівень доходу і не можуть дозволити собі догляд за дітьми або платну допомогу в побуті. Одна жінка-кандидат, яку було опитано в рамках цього дослідження, зазначила:

“ Жінки, які йдуть в політику, мають одночасно піклуватися про родину та займатися щоденними побутовими справами. У моєму випадку, я жила разом з жінкою-ВПО [внутрішньо переміщена особа], якій не було де жити. І ми підтримували одну одну – вона піклувалася про мою дитину та жила у мене вдома безкоштовно. В іншому випадку я не мала би можливості піти в політику та поєднувати це з родинними обов'язками, оскільки в мене не було грошей на няню. ”

Інша жінка-кандидатка подібним чином зазначила, що «жінка зазвичай відповідає за планування часу для себе та для дітей, тоді як чоловік планує лише свій час»⁴⁶.

Аналіз поданих фінансових звітів показує, що жінки отримували значно більше коштів за рахунок внесків від фізичних осіб, ніж чоловіки. За винятком ОПЗЖ, кандидатки від інших найбільших партій зібрали значно більше коштів від фізичних осіб на одного кандидата, ніж чоловіки (див. Рис. 6).

Рис. 6. Середній розмір внеску від фізичних осіб на одного кандидата (грн)



У середньому жінки-кандидатки від п'яти парламентських партій зібрали 250 тис. грн від фізичних осіб – порівняно з 162 тис. грн для чоловіків (що становило відповідно 62% та 49% від загального обсягу фінансування кандидатів). Однак якщо врахувати всі політичні партії та самовисуванців, ця частка суттєво зменшується, і вчергове виявляється, що чоловіки дещо випереджають жінок за середніми показниками отриманих коштів: жінки в середньому залучили від фізичних осіб 113 тис. грн, а чоловіки — 115 тис. грн. Серед тих, хто взяли участь в цьому опитуванні, жінки набагато частіше говорили про внески, отримані від своїх прихильників, водночас чоловіки частіше говорили про витрачання власних заощаджень. Одна кандидатка, якій не вдалося виграти, вважала, що внески від фізичних осіб є результатом того, що жінки-кандидати «більше зосереджуються на особистому спілкуванні й більше уваги приділяють потребам вразливих і недостатньо представлених груп населення».

Якщо жінки-кандидатки частіше покладаються на внески від фізичних осіб, ніж чоловіки, які мають доступ до власного фінансування або отримують внески від бізнесу, вони також з

більшою імовірністю стикаються з проблемами щодо порядку здійснення внесків до виборчих фондів, який у 2019 році був складним і обтяжливим для прихильників кандидатів. Фізичні особи повинні були відвідати банк, щоб переказати гроші на рахунок виборчого фонду кандидата й підписати заяву про здійснення такого внеску. Після внесення змін до Закону України «Про політичні партії в Україні», які набули чинності в січні 2020 року, та змін до нещодавно прийнятого Виборчого кодексу в липні 2020 року фізичні та юридичні особи можуть здійснити переказ коштів на звичайні партійні рахунки та рахунки виборчого фонду на загальнодержавних виборах за допомогою інструментів електронного банкінгу. Однак нову систему поки не було випробувано на виборах в Україні.

Наведений вище аналіз було проведено на підставі даних, відображених у фінансових звітах кандидатів за результатами виборів; тлумачити ці цифри слід із обережністю. Великі внески з боку олігархів на підтримку окремих кандидатів або партій навряд чи були відображені у цих звітах, адже кандидатам і партіям не вигідно розголошувати цю інформацію громадськості.

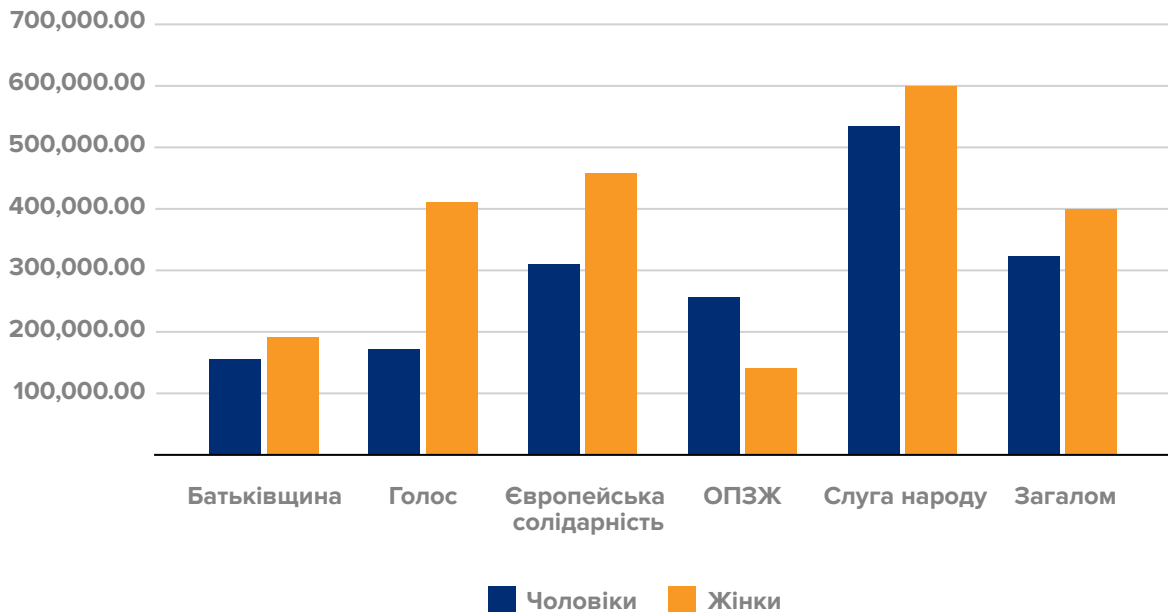
Витрати на передвиборну агітацію

Незважаючи на те, що основну увагу в цьому документі приділено тому, як жінки й чоловіки збирали кошти на фінансування своїх виборчих кампаній, важливо також розглянути особливості витрачання коштів. Дослідження гендерного аспекту витрат на виборчу кампанію давали різні результати: деякі свідчать про вищий рівень витрат серед жінок, а в деяких було зазначено про необхідність для жінок витратити більше, щоб отримати прихильність виборців⁴⁷.

Подібно до значних гендерних відмінностей у джерелах фінансування передвиборної агітації, є відмінності в тому, як жінки й чоловіки-кандидати витрачали кошти, зібрані ними для агітації. Фінансові звіти вказують на те, що чоловіки в цілому витратили більше жінок — що й не дивно з огляду на те, що чоловіки і зібрали більше коштів, ніж жінки. У середньому один кандидат-чоловік витратив 243 тис. грн, тоді як жінка – 196 тис. грн.

Однак якщо розглядати лише п'ятірку парламентських партій, ці цифри змінюються. За винятком ОПЗЖ, (яка також була єдиною великою партією, де жінки отримали менше внесків, ніж чоловіки) жінки-кандидатки від усіх інших найбільших партій мали значно вищі середні показники витрат (див. Рис. 7).

Рис. 7. Середні показники витрат на виборчу кампанію на одного кандидата (грн)



Успішні жінки-кандидатки від двох партій, які подолали прохідний бар'єр – СН та «Голос» – витрачали (і залучали) в середньому більше, ніж чоловіки від цих партій. Кандидатки-жінки в ОВО від СН, які отримали суттєві переваги з огляду на надзвичайну популярність своєї партії та Президента Зеленського (внаслідок чого не просто відокремити успіх виборчої кампанії окремого кандидата від успіху партії), витратили в середньому 600 тис. грн порівняно з 535 тис. грн серед чоловіків. У партії «Голос», де було дві успішні жінки-кандидатки в ОВО, спостерігається ще більший розрив: жінки-кандидатки витрачали в середньому 408 тис. грн, тоді як чоловіки – 171 тис. грн.

Окрім того, що, відповідно до офіційних звітів, успішні кандидатки витрачали більше, вони також імовірно витрачали своє фінансування по-різному. Згідно з аналізом Українського жіночого фонду, «серед обраних народних депутатів в середньому жінки-кандидати витрачали більшу частину з виборчого фонду на виготовлення агітаційних матеріалів, тоді як кандидати-чоловіки витрачали здебільшого витрачали кошти на ЗМІ»⁴⁸.

Ця різниця може свідчити про низку факторів. Жінки могли більше розраховувати на особисту взаємодію з донорами, ніж чоловіки, щоб отримати підтримку своїх виборців. Крім того,

це може означати, що жінки або не довіряли ЗМІ під час ведення своєї кампанії, або не могли придбати рекламу в ЗМІ, можливо, через брак зв'язків із провідними ЗМІ. У інтерв'ю для цієї публікації українська експертка з питань гендеру й політичного фінансування Юлія Седая ствердила, що жінки мають витрачати більше грошей перед початком кампанії, щоб успішно подолати гендерні стереотипи, які впливають на їхню впізнаваність і популярність. Під час президентських і парламентських виборів національні й міжнародні місії спостереження за виборами наголошували на поширенні сексистського та гомофобного контенту на телебаченні й рекламних щитах, під час публічних заходів, а також у соціальних мережах⁴⁹. Хоча зловживання в Інтернеті стосувалося кандидатів усіх статей, жінки особливо страждали від повідомлень, що містили сексуально забарвлену й агресивну мову, яка ставила під сумнів їхню компетентність і професіоналізм⁵⁰.

Унаслідок великої кількості сексистського контенту й організованого «антигендерного» руху, що публічно виступає проти гендерної рівності й феміністичних принципів, успішні жінки-кандидатки цілком можуть відчувати необхідність у залученні більшого обсягу коштів і більших витратах на виборчу кампанію, аби протистояти таким повідомленням, підвищити

свою впізнаваність і публічно продемонструвати, що жінки можуть бути — і є — лідерами в Україні. Одна з кандидаток, якій не вдалося перемогти, зазначила в інтерв'ю для цієї публікації, що «жінкам потрібно витратити більше, ніж чоловікам, щоб отримати рівні можливості та шанси на перемогу», тоді як Юлія Сєдая відзначила, що результати її дослідження свідчать про таке:

“ Загалом жінки витрачають більше коштів, ніж чоловіки, оскільки жінки часто менш упізнавані. Чоловіки не витрачають стільки коштів на зовнішню рекламу, зокрема завдяки більшій популярності. Жінка має справити враження і створити певний образ, щоб довести, що вона має право йти в політику та представляти інтереси певної групи населення. Усі жінки відзначили, що для цього потрібно більше коштів. Якщо жінка хоче залучити ЗМІ як інструмент підвищення своєї популярності, їй доводиться кілька разів транслювати свої повідомлення, щоб вони закарбувалися в пам'яті виборців, а це досить дорого. ”

Контроль за фінансуванням передвиборної агітації

Здатність держави забезпечувати виконання правил, пов'язаних із залученням і витрачанням коштів на виборчу кампанію, а також поданням фінансової звітності, вважається ключовим для забезпечення прозорого й добросовісного фінансування передвиборної агітації. Однак в різних країнах контроль за фінансуванням передвиборної агітації часто є найслабшою ланкою в системі політичного фінансування⁵¹. Україна не є винятком, оскільки нормативно-правові колізії й законодавчі прогалини, відсутність належної координації між різними органами контролю і низький рівень спроможності органів контролю здійснювати ефективний моніторинг суттєво послаблюють контроль за дотриманням правил політичного фінансування.

В Україні повноваження контролю за фінансуванням передвиборної агітації здійснюють Центральна виборча комісія (ЦВК) та Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК). На парламентських виборах 2019 року кандидати подавали свої фінансові звіти до ЦВК і НАЗК. ЦВК мала право аналізувати звіти й контролювати використання коштів із виборчих фондів для проведення агітації, тоді як НАЗК мало контролювати загальне дотримання партіями й кандидатами правил фінансування передвиборної агітації. Однак обом інституціям бракувало необхідних ресурсів та інструментів для того, щоби ефективно аналізувати витрати кандидатів на передвиборну агітацію або виявляти серйозні порушення правил фінансування. Наприклад, згідно з фінальним звітом Місії зі спостереження за виборами Бюро з демократичних інститутів і прав людини Організації з безпеки і співробітництва в Європі, «ЦВК повідомила, що вона не вповноважена ідентифікувати незадекларовані доходи й витрати, що унеможлиблює здійснення ефективного контролю»⁵².

Представники партій і кандидати, з якими було проведено інтерв'ю в рамках цього дослідження зазвичай заперечували будь-який гендерно-зумовлений вплив того, як правила фінансування застосовують до учасників виборчих перегонів. Успішний кандидат заявив, що «норми, що стосуються обмежень на фінансування виборчих кампаній і здійснення внесків, не мають гендерних розбіжностей і не приносять ні переваг, ні недоліків для чоловіків та жінок», тоді як жінка-кандидатка, якій не вдалося перемогти, погодилася із цим твердженням і відзначила, що «це загальні правила, які є однаковими для чоловіків і жінок». Однак, коли їх запитали про те, що необхідно для забезпечення гендерної рівності на виборах в Україні, деякі респонденти вказали на важливість належного дотримання правил щодо залучення й використання коштів. Успішна жінка-кандидатка від партійного списку відзначила, що було б корисно «встановити чіткі правила для всіх учасників виборчих перегонів, а також запровадити санкції за порушення цих правил, щоби забезпечити рівні умови для всіх кандидатів».

Встановити безпосередній і чіткий зв'язок між ефективним контролем за фінансуванням виборчих кампаній і рівністю можливостей для кандидатів та кандидаток доволі непросто. Однак недотримання правил і безкарність порушників, очевидно, спотворюють рівні умови конкуренції, завдаючи шкоди кандидатам із меншими фінансовими ресурсами. Якщо органи контролю дозволяють грубі порушення правил здійснення внесків та витрат на проведення передвиборної агітації, кандидати з більшими фінансовими ресурсами та міцнішими зв'язками з великим бізнесом можуть скористатися цими прогалинами, щоби отримати неабияку перевагу над менш заможними конкурентами.

Деякі з опитаних кандидатів опосередковано підтримали це твердження. Одна жінка-кандидатка, що програла, зазначила: «Я б сказала, що не мала [достатньо] фінансових ресурсів, щоби перевищити обмеження витрат на передвиборну агітацію. Ці правила є більш актуальними для заможних кандидатів, і я не мала часу стежити за цим аспектом». Оскільки кандидати-чоловіки зазвичай

заможніші – внаслідок гендерно-зумовленої економічної нерівності, а правила й обмеження легко проігнорувати, відсутність ефективного контролю може негативно впливати на жінок-кандидаток. Хоча неналежне дотримання правил фінансування не обов'язково матиме прямий вплив на жінок-кандидаток, це створює можливості для кандидатів-чоловіків зі значними фінансовими ресурсами отримати додаткові переваги для фінансування виборчої кампанії.

Сприйняття політичних партій і висування кандидатів

У цьому звіті багато уваги приділено питанням про те, як жінки і чоловіки збирали й витрачали кошти на агітацію на парламентських виборах 2019 року в Україні. Водночас варто врахувати ще одного важливого суб'єкта української політики — політичну партію. У країнах, де у політичному процесі домінують партії, «політичні партії є воротами у світ політики для жінок»⁵³. Навіть якщо партія заявила, що зобов'язується дотримуватися гендерної рівності, «лідери політичних партій навряд чи змінять своє рішення щодо відбору кандидатів, якщо відчують, що це може негативно вплинути на їхні шанси на успіх на виборах»⁵⁴.

Політичні партії відграють важливу роль на етапі висування кандидатів на загальнодержавних виборах в Україні, адже на парламентських виборах 2019 року 4150 з 5830 кандидатів балотувалося від партій⁵⁵. Окрім центрального офісу, партійні структури в Україні є доволі слабкі й тимчасові, або ж взагалі відсутні. Керівні посади у партіях здебільшого обіймають чоловіки — багато з них активно налагоджують або ж мають зв'язки з бізнес-спільнотою, а рішення щодо відбору кандидатів та їх включення до списків приймають за зачиненими дверима. Ці слабкі партійні структури — а також непрозорий та закритий процес відбору кандидатів — сприяють тому, що партії звертають основну увагу на доступ потенційних кандидатів до фінансових ресурсів для того, аби балотуватися й почати виборчу кампанію. Гендерний аналіз політичного та виборчого процесу в Україні, здійснений IFES у 2019 році, засвідчив: «Більшість партій не мають внутрішніх структурних підрозділів, які би займалися сприянням участі жінок; лідерок у партіях на національному та місцевому рівнях бракує. Жодна з основних партій не включила питання гендерної рівності до своєї платформи та не розглядає його як частину своєї ідеології»⁵⁶.

Хоча низка представників політичних партій — і чоловіків, і жінок — яких запросили на інтерв'ю для цього дослідження, відзначали, що виборці віддають перевагу кандидатам-чоловікам перед жінками, дані громадської думки спростовують це сприйняття. Вибори 2019 року відбувалися на тлі зростання суспільної підтримки жінок і спеціальних заходів для подальшого збільшення їх представництва. Результати обох опитувань громадської думки IFES після президентських і парламентських виборів 2019 року свідчать про те, що 18% респондентів виступили проти тимчасових спеціальних заходів, таких як гендерні квоти, тоді як 62% підтримали такі заходи після президентських виборів⁵⁷, а після парламентських виборів цей показник зріс до 65%⁵⁸.

Опитування IFES 2019 року показали, що підтримка жінок-кандидаток порівняно з чоловіками у міжвиборчий період зростала. Цей розрив між громадською думкою і переконаннями політичних партій, що виборці віддають перевагу чоловікам-кандидатам, вказує на те, що дискримінація жінок має місце на етапі висування кандидатів самими партіями, а не під час волевиявлення виборців на дільницях. Вкорінене упередження політичних партій щодо жінок-кандидаток може бути частково зумовлене уявленням про те, що жінки менше здатні самостійно фінансувати свої кампанії. Це переконання було озвучено у низці інтерв'ю. Один кандидат зазначив, що, на його думку,

відсутність у жінок доступу до фінансування може вплинути на їхню можливість бути висунутими в якості кандидаток. Інша кандидатка заявила, що, на її думку, заборона політичної реклами з огляду на її високу вартість може сприяти збільшенню кількості жінок-кандидаток. Ці спостереження підтверджують висновки літератури про те, що висунування кандидатів є одним із «двох етапів, коли питання фінансування безпосередньо впливає на жінок-кандидаток» (інший етап — сама виборча кампанія)⁵⁹.

Процес висунування кандидатів може мати вирішальне значення для перспектив жінок на виборах, однак може становити значну фінансову перешкоду для участі у виборчих перегонках⁶⁰. Одна жінка, яка взяла участь в опитуванні, запропонувала кандидатури кількох жінок керівному складу її партії, але зазначила, що в результаті було обрано чоловіків, які були менш кваліфікованими. Ще одна жінка зазначила, що «чоловіки обіймають керівні посади і становлять більшість членів партії». Навіть якщо жінки входять до керівних органів партії, деякі важливі рішення приймають у суто чоловічому колі, наприклад, у саунах, де чоловіки та жінки перебувають окремо одне від одного⁶¹. Протягом останніх років кілька партій створили жіночі крила або встановили внутрішньопартійні квоти. Однак ці заходи переважно не впливають на партійні платформи чи передвиборчі програми⁶², і партії роблять украй мало, щоб охопити жіночу аудиторію — хоча жінки становлять 54% населення України. Навіть коли партія має жіноче крило, в багатьох випадках це мало впливає на процес прийняття рішень у партії.

На парламентських виборах 2019 року жінки займали переважно непрохідні місця у партійних списках, навіть якщо політична партія пододала загальнонаціональний прохідний бар'єр для розподілу місць. Навіть для шести партій, де жінки склали понад 30% у списку партії (СН, ОПЗЖ, «Громадянська позиція», «Батьківщина», «Сила і честь» та «Самопоміч»), лише «Самопоміч» розмістила понад 30% жінок у першій половині свого списку. Перша половина списку партії СН включала лише 11% жінок, і лише 16% кандидатів від цієї партії в ОВО були жінками.

Вибори 2019 року відбулися в період протистоянь на тлі феміністичного руху, що вплинуло на висвітлення жінок у ЗМІ. Галаслива ультраправа спільнота (що неформально йменується «антигендерним» рухом) отримує помітне висвітлення в ЗМІ, періодично отримуючи реакцію від обраних посадовців. Антигендерний рух в Україні доволі організований і забезпечений достатніми ресурсами. Цей рух використовує методи, що включають конкуруючі протести, медіа-кампанії, погрози насильством і пропаганду для того, аби дискредитувати ідею про забезпечення прав жінок загалом і принизити феміністок зокрема⁶³.

Хоча наявні дані свідчать про те, що жінки, які балотувалися від великих політичних партій, у середньому зібрали більше коштів, ніж чоловіки, вони часто опинялись у несприятливому становищі на етапі висунування кандидатів. Як було зазначено у вступі, значне збільшення кількості жінок у парламенті на виборах 2019 року зумовлено низкою факторів, у тому числі стрімким злетом популярності СН.

Висновки

Результати цього дослідження свідчать про чіткий зв'язок між політичним фінансуванням і гендерною рівністю, хоча цей зв'язок є багатограним, необов'язково однаковим для всіх жінок і може залежати від того, яку політичну партію вони представляють. Хоча самі кандидати не завжди безпосередньо розглядали гендер як засадничий аспект свого досвіду ведення виборчої кампанії («Я не бачу великих відмінностей у викликах для чоловіків і жінок» було типовою відповіддю на пряме питання під час інтерв'ю), після кількох поглиблених питань відповіді респондентів вказували на загальне розуміння того, як політичне фінансування впливає на той факт, що чоловіків серед народних депутатів України все ще вчетверо більше, ніж жінок.

Дані фінансових звітів кандидатів в ОВО разом із результатами інтерв'ю, проведених у межах цього дослідження, вказують на суттєві відмінності в способах залучення коштів між кандидатами і кандидатками. Висновки про те, що жінки отримували менше внесків від компаній і вкладали менше власних коштів (і зазвичай мають менше власних коштів), однак більше поклалися на внески від фізичних осіб відповідають висновкам у наявній літературі щодо цього питання⁶⁴.

Однак несподіваним є висновок про те, що офіційні дані вказують на вищий рівень загального доходу і загальних витрат серед жінок, що балотувалися в ОВО на парламентських виборах 2019 року від найбільших партій⁶⁵.

Ці висновки ставлять під сумнів деякі з наявних рекомендацій у цій сфері. У звіті IFES за результатами президентських виборів 2019 року зазначається, що «дослідження, проведені ПРООН та іншими організаціями, свідчать про те, що збільшення витрат і внесків, які здійснюють заможні донори, може мати негативний вплив на представництво жінок на виборних посадах; чим більшими є витрати на передвиборну агітацію, тим менше жінок матимуть достатньо ресурсів для того, щоб змагатися з чоловіками на рівних умовах»⁶⁶. Хоча більша частина досліджень, наведених вище, підтримує це твердження, водночас було виявлено, що кандидатки від провідних партій збирали та витрачали більше, ніж їхні колеги-чоловіки. Це відповідає результатам досліджень в інших країнах, як-от дослідження у Бразилії, згідно з яким доступ до ресурсів є важливішим для успіху жінок на виборах, особливо тих, які не обіймають посади⁶⁷. Аналогічним чином дослідження в Канаді показали, що жінки-кандидатки витрачають на 10% більше за своїх колег-чоловіків⁶⁸. Тому результати цього дослідження дають нові свідчення проти припущень про те, що «встановлення граничної суми, яку можуть витрачати кандидати, [...] може мати прямий вплив на здатність жінок проводити успішні кампанії»⁶⁹. Зовсім не обов'язково, що запровадження обмежень на залучення внесків (або на витрати) обов'язково сприятиме забезпеченню гендерної рівності на виборах в Україні.

Результати нашого дослідження вказують на те, що оскільки в бізнес-спільноті переважно домінують чоловіки, а політичні партії сприймають жінок як кандидатів із меншими фінансовими ресурсами, це може негативно вплинути на можливість жінок бути обраними партією у якості кандидата, займати прохідні місця в партійних списках або взагалі позбавити їх можливості балотуватися на виборах. Цей висновок підтверджує загальновідомий факт про те, що у всьому світі «дедалі більшої популярності набуває твердження про те, що політика, в якій домінують гроші, найчастіше є політикою, в якій домінують чоловіки»⁷⁰. Водночас поняття «гроші» є ширшим, ніж суто готівка, і жінки можуть опинитися в не вигідному становищі через те, що вони «мають доступ до меншої кількості ресурсів, ніж чоловіки, для фінансування своєї агітації, таких як зовнішнє фінансування, продукти знань, мережі впливу, приклади для наслідування й досвідчені наставники»⁷¹.

Рекомендації

З огляду на складний зв'язок між гендерними аспектами й політичним фінансуванням немає єдиного рішення, яке здатне забезпечити рівні фінансові можливості для жінок і чоловіків на виборах та в політиці загалом. Різні зацікавлені сторони мають вжити заходів, спрямованих на збільшення прозорості й ефективності контролю за політичним фінансуванням, а також створювати нові позитивні стимули для жінок, зокрема фінансові, аби вони могли увійти в політику, балотуватися на виборах, збирати й витратити кошти на передвиборну агітацію, а також конкурувати на рівних із чоловіками-кандидатами.

Нижче наведено кілька ключових рекомендацій щодо законодавчих і поведінкових змін, які сприятимуть рівним умовам для чоловіків і жінок і здатні усунути основні перешкоди, з якими стикаються жінки.

Для Верховної Ради України

- Спростити процедури здійснення внесків до виборчих фондів на всіх видах виборів, зокрема на місцевих виборах;
- Розглянути можливість встановити обмеження на найдорожчі види агітації, такі як реклама на телебаченні й зовнішня реклама;
- Надати органам контролю необхідні повноваження й ресурси для здійснення ефективного контролю за фінансуванням передвиборної агітації й виявлення порушень правил фінансування;
- Розглянути можливість запровадити цільове використання коштів державного фінансування політичних партій для сприяння участі жінок у політичній діяльності.

Для Національного агентства з питань запобігання корупції і Центральної виборчої комісії

- Налагодити координацію для забезпечення ефективного розподілу повноважень контролю за використанням коштів виборчих фондів;
- Вдосконалити механізми моніторингу й аналізу фінансових звітів кандидатів і партій, зосереджуючи увагу на серйозних порушеннях правил фінансування виборчих кампаній; а також
- Збирати дані про фінансування партій і кандидатів із розподілом за статтю й забезпечити рівний доступ для кандидатів та кандидаток до інструментів державного контролю.

Для політичних партій

- Забезпечити рівні можливості для жінок і чоловіків бути відібраними в якості кандидатів і займати прохідні позиції у партійних списках на всіх типах виборів;
- Передбачити фінансові й інші стимули для жінок, аби вони мали можливість балотуватися на виборах і обіймати керівні посади в партійних структурах;
- Розглянути можливість виділення коштів на підтримку виборчих кампаній жінок-кандидаток; а також
- Розробити та впровадити ініціативи, спрямовані на підтримку жінок-політиків і посилення їхніх лідерських здібностей, а також навичок із комунікації та залучення коштів

Посилання

1. Mespoulet, M. (2006). Women in Soviet Society. Cahiers du CEFRES 30. http://www.cefres.cz/IMG/pdf/mespoulet_2006_women_soviet_society.pdf
2. Сидорчук, О. (2017). Бій із голіафом: Реформа партійних фінансів в Україні. Київ: Netherlands Institute for Multiparty Democracy. <https://dif.org.ua/uploads/pdf/171118265758a6f4c90b56b6.15607560.pdf>
3. Meleshevych, A. (2017). Cost of Politics in Ukraine, Westminster Foundation for Democracy, September 2017. <https://www.wfd.org/wp-content/uploads/2017/09/Cost-of-Politics-Ukraine.pdf>
4. Ballington, J. and Kahane, M. (2014). Women in Politics: Financing for Gender Equality. In Falguera, E., Jones, S. and Ohman, M. (eds), Funding of Political Parties and Elections Campaigns: A Handbook on Political Finance. Stockholm: International IDEA.
5. Інтерв'ю проводили на умовах анонімності.
6. Muriaas, R. L., Wang, V. and Rainbow, M. (2020). Introduction: Introducing the Concept of Gendered Electoral Financing. In Muriaas R. L., Wang, V. and Rainbow, M. (eds.) Gendered Electoral Financing. New York: Routledge, 1–24.
7. UN Women (1995). Beijing Declaration and Platform for Action, Beijing+5 Political Declaration and Outcome. New York: UN Women. https://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/pfa_e_final_web.pdf
8. Ballington, J. and Matland, R. (2004). “Political Parties and Special Measures: Enhancing Women’s Participation in Electoral Processes,” Presented at UN Expert Meeting: Enhancing Women’s Participation in Electoral Processes in Post-conflict Countries, Office of the Special Adviser on Gender Issues and Advancement of Women and Department of Political Affairs Expert Group Meeting, New York.
- Ohman, M. and Lintari, C. (2015). Political party financing and equal participation of women in Kenyan electoral politics: A situation overview. Stockholm: International IDEA.
9. Окрім цієї розбіжності у фінансах жінки також виконують непропорційну частку неоплачуваної праці, і тому також мають менше часу, ніж чоловіки, щоб присвятити своїм кампаніям.
10. WEDO (2007). Women Candidates and Campaign Finance. New York: Women’s Environment and Development Organization. <http://wedo.org/wp-content/uploads/women-candidates-and-campaign-finance-report-final.pdf>
11. Ballington, J. and Kahane, M. (2014), op. cit.
- Inter-Parliamentary Union (2004). Enhancing the role of women in electoral processes in post-conflict countries. Geneva, Inter-Parliamentary Union. <https://www.un.org/womenwatch/osagi/meetings/2004/EGMelectoral/EP3-IPU.PDF>
12. Muriaas, R. L., Wang, V., and Rainbow, M. (2020). Op. cit.

13. United Nations Development Program (UNDP) (2007). Electoral Financing to Advance Women's Political Participation: A Guide for UNDP Support. New York: UNDP. http://iknowpolitics.org/sites/default/files/electoral_financing-en-ebook.pdf
14. Barber, M., Butler, D. M. and Preece, J. (2016). "Gender Inequalities in Campaign Finance" in Quarterly Journal of Political Science, 11(2):219–248.
- Ballington, J. and Kahane, M. (2014). Op. cit.
15. Ohman, M. and Lintari, C. (2015). Op. cit.
- Ritchie, M., Rogers, T.A. and Sauer, L. (2014). Women's Empowerment in Political Processes in the Maldives. Washington: IFES. https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_womens_empowerment_in_political_processes_final_0.pdf
16. UNDP (2007). Electoral Financing to Advance Women's Political Participation: A Guide for UNDP Support. New York: UNDP. http://iknowpolitics.org/sites/default/files/electoral_financing-en-ebook.pdf
17. Ohman, M. and Cigane, L. (2014). Political Finance and Gender Equality, IFES White Paper Series. Washington: IFES. <https://www.ifes.org/publications/political-finance-and-gender-equality>
18. Chirillo, G. (2019). Gender Analysis of Ukraine's Electoral and Political Process, IFES, September 2019. <https://ifesukraine.org/wp-content/uploads/2019/10/IFES-Gender-Assessment-Ukraine-v1-2019-09-30-Eng.pdf>
19. World Bank (2016). Country Gender Assessment for Ukraine. Kyiv: World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24976/Country0gender0ent0for0Ukraine02016.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
20. IFES (2019). Key Findings – Ukraine Post-Parliamentary Election Survey, IFES, November 13, 2019. <https://ifesukraine.org/key-findings-ukraine-post-parliamentary-election-survey-october-2019/?lang=en>
21. Актуальні дані Міжпарламентського союзу (2019).
22. Meleshevych, Andriy (2017), op. cit.
23. Ukrainian Women's Fund (2019). Women in Elections: Hurdle Race, Ukrainian Women's Fund, July 2019. <https://www.uwf.org.ua/en/news/11582>
24. Ця нерівність ще виразніше проявилася в парламенті останнього скликання, обраному в 2014 році, де в ОВО обрали лише двох жінок.
25. Nassmacher, K.H. (2009). The Funding of Party Competition, Political Finance in 25 Democracies. Baden-Baden: Nomos.
26. UN Women (1995). Beijing Declaration and Platform for Action, Beijing+5 Political Declaration and Outcome. Op. cit.
27. Дані зі звітів про фінансування виборчої кампанії, які згадано тут і надалі в цьому звіті, взято з аналізу фінансових звітів, проведеного Громадянським рухом «Чесно».
28. Ці цифри вказують, що офіційна застава для реєстрації своєї кандидатури складала приблизно 20% виборчого фонду пересічного кандидата.
29. Український жіночий фонд (2019). Гендерний баланс у розрізі виборчих фінансів на позачергових виборах народних депутатів України 2019 року. https://www.uwf.org.ua/files/2019/genmonitoring/03/UWF_Statement_3_Women_at_elections.pdf.

30. Загалом політичні партії, окрім першої п'ятірки, здобули тільки 5% мандатів в ОВО (водночас самовисуванці здобули 23%).
31. В середньому кандидати від ОПЗЖ зібрали приблизно 244 тис. грн, а кандидатки – 137 тис. грн.
32. Джерело даних для Рис. 2–6 – фінансові звіти, подані кандидатами в ОВО. Ці дані варто тлумачити з великою обережністю. Дані щодо партії «Голос» було виключено з міркувань достовірності даних.
33. Chirillo, Gina (2019), *op. cit.*
34. Sanbonmatsu, K. (2017). Money and Women Candidates. Political Parity. <https://www.politicalparity.org/wp-content/uploads/2017/10/Parity-Research-Women-Money.pdf>
- Ritchie, Megan, Rogers, Terry Ann and Sauer, Lauren (2014). *Op. cit.*
35. UNDP (2012). Empowering Women for Stronger Political Parties. New York: UNDP. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/womens-empowerment/empower-women-political-parties.html>
36. UNDP Belize (2012). A Situation Analysis of Gender and Politics in Belize Toward Equality of Opportunity for Equality of Results. Belize: UNDP.
https://www.bz.undp.org/content/belize/en/home/library/womens-empowerment/publication_111.html
37. Слід з обережністю інтерпретувати повідомлення про використання власних коштів, оскільки кандидати можуть приховувати інформацію про отримані внески, відображаючи їх як власні кошти, і в такий спосіб уникати чинних вимог і обмежень щодо внесків.
38. Український жіночий фонд (2019). Гендерний баланс у розрізі виборчих фінансів на позачергових виборах народних депутатів України 2019 року. *Op. cit.*
39. Дослідження щодо державного фінансування деякою мірою свідчать про те, що жінки менше схильні до фінансових ризиків. Suzuki, K. and Avellaneda, C. N. (2017). “Women and risk-taking behaviour in local public finance” in *Public Management Review*, 20(12); 1741–1767.
40. United Nations Ukraine (2019). Gender Equality, United Nations Ukraine, 2019. <http://www.un.org.ua/en/resident-coordinator-system/gender-equality>
41. Ballington, J. and Kahane, M. (2014). *Op. cit.*
- UNDP (2012). Empowering Women for Stronger Political Parties. New York: UNDP. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/womens-empowerment/empower-women-political-parties.html>
42. UNDP (2019). Integrity and Inclusiveness of the Democratic Process in Ukraine – Analysis of Interim Research Findings in the Regions, UNDP, February 2019.
https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/Integrity%20and%20Inclusiveness%20report%20FINAL_12%2003%202019.pdf
43. Burmahin, O., et al. (2019). Final Report on the Findings of the Independent Monitoring of Media Coverage of the Parliamentary Election Campaign in Ukraine, Council of Europe.
<http://www.cje.org.ua/sites/default/files/Monitoring%20Report%20Parliamentary%20Campaign%202019%20ENG.pdf>

44. UNDP (2019). Integrity and Inclusiveness of the Democratic Process in Ukraine – Analysis of Interim Research Findings in the Regions, UNDP, February 2019.

https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/Integrity%20and%20Inclusiveness%20report%20FINAL_12%2003%202019.pdf

45. Ballington, J. and Kahane, M. (2014). Op. cit.

46. Ця сама кандидатка виступала за надання підтримки українським політикам у догляді за дітьми як засіб для сприяння гендерній рівності.

47. UNDP (2007). Electoral Financing to Advance Women’s Political Participation: A Guide for UNDP Support. New York: UNDP. http://iknowpolitics.org/sites/default/files/electoral_financing-en-ebook.pdf

48. Український жіночий фонд (2019). Op. cit. https://www.uwf.org.ua/files/2019/genmonitoring/03/UWF_Statement_3_Women_at_elections.pdf

49. NDI (2019). Statement of the NDI Election Observation Mission to Ukraine’s March 31, 2019 Presidential Election, NDI, 1 April. <https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Ukraine%20-%20March%2031%202019%20Presidential%20Election%20-%20Election%20Observation%20Statment%20-%20Press%20Conference%20Final%20ENG%20vf2.pdf>

50. IFES (2019). Online Violence Against Women in Elections in Ukraine: An Assessment, IFES, November 2019. <https://ifesukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/IFES-Ukraine-Manifestations-of-violence-against-women-in-the-online-space-during-elections-2019-11-25-Eng.pdf>

51. Pinto-Duschinsky, M. (2002). “Financing Politics: A Global View” in Journal of Democracy, Vol. 13, No 4.

52. Ukraine: Early Parliamentary Elections, 21 July 2019. ODIHR Election Observation Mission Final Report, available at https://www.osce.org/files/f/documents/6/9/439634_0.pdf

53. Ballington, J. and Kahane, M. (2014). Op. cit.

54. Ohman, M. (2018). Gender-targeted Public Funding for Political Parties: A comparative analysis. Stockholm: International IDEA.

55. Ukrainian Women’s Fund (2019). Women in Elections: Hurdle Race, Op. cit. 2

56. Chirillo, Gina (2019), op. cit.

57. IFES (2019). Ukraine Post-Presidential Election Survey: Key Findings, IFES, July 10, 2019. <https://ifesukraine.org/ukraine-post-presidential-election-survey-key-findings/?lang=en>

58. IFES (2019). Key Findings – Ukraine Post-Parliamentary Election Survey, Op. cit.

59. UNDP (2012). Empowering Women for Stronger Political Parties. New York: UNDP. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/womens-empowerment/empower-women-political-parties.html>

60. Muriaas, R. L., and Mazur, A. G. (2020). Conclusion, Does Money Talk: An Initial Qualitative Comparative Analysis. In Muriaas R. L., Wang, V. and Rainbow, M. (eds.) Gendered Electoral Financing. Op. cit. 154–174.

UNDP (2007). Electoral Financing to Advance Women’s Political Participation: A Guide for UNDP Support. New York: UNDP. http://iknowpolitics.org/sites/default/files/electoral_financing-en-ebook.pdf

61. Chirillo, Gina (2019), op. cit.

62. NDI (2019). Statement of the NDI Election Observation Mission to Ukraine's March 31, 2019 Presidential Election, NDI, 1 April. <https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Ukraine%20-%20March%2031%202019%20Presidential%20Election%20-%20Election%20Observation%20Statment%20-%20Press%20Conference%20Final%20ENG%20vf2.pdf>
63. Chirillo, Gina (2019), op. cit.
64. Ballington, J. and Kahane M. (2014). Op. cit.
65. Ми знову закликаємо інтерпретувати ці дані з обережністю, оскільки кандидати могли не відображати надходження від сумнівних джерел у своїх звітах.
66. IFES (2019). 2019 Presidential Election in Ukraine: Post-Election Report, IFES, May 2019. <https://ifesukraine.org/wp-content/uploads/2019/05/IFES-Ukraine-2019-Presidential-Election-in-Ukraine-Post-Election-Report-2019-05-10-v1-Eng-1.pdf>
67. Speck, B. W. and Mancuso, W. P. (2014). A Study on the Impact of Campaign Finance, Political Capital and Gender on Electoral Performance. *Brazilian Political Science Review*, 8(1): 34–57. У дослідженні наголошено, що «в багатьох випадках висування жінки як кандидата означало відмову номінувати чоловіка, який вже обіймав владну посаду, а багато політичних партій хотіли утримати чинних посадовців задля збереження партійної лояльності та використання їх досвіду й навичок». Ohman (2018:12–13).
68. UNDP (2007). Electoral Financing to Advance Women's Political Participation: A Guide for UNDP Support. New York: UNDP. http://iknowpolitics.org/sites/default/files/electoral_financing-en-ebook.pdf
69. Ballington, J. and Kahane, M. (2014). Op. cit.
70. Casas-Zamora, Kevin and Elin Falguera (2016). Political finance and the equal participation of women in Colombia: a situation analysis. Stockholm: International IDEA.
71. UNDP (2012). Empowering Women for Stronger Political Parties. New York: UNDP. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/womens-empowerment/empower-women-political-parties.html>



HQ 2011 Crystal Drive | Arlington, VA 22202 | USA

 www.IFES.org