

# ДРЖАВНО ФИНАНСИРАЊЕ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА:

ПОПРАВЕДЕН, ПОСИЛЕН И  
ПОТРАНСПАРЕНТЕН СИСТЕМ



ДОКУМЕНТ ЗА ПОЛИТИКА

# 1. ПОЗАДИНА

Овој производ е подготвен во рамки на проектот "Пари, медиуми и избори во Северна Македонија" финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската Влада.

**Скопје, 2025 година**

## 1. ПОЗАДИНА

Парите се од суштинско значење за непречено функционирање на секој демократски систем. Им овозможуваат на активистите: а) да ги објават своите цели, б) да бидат видливи за да можат гласачите да се информираат пред да направат избор, в) да претстават визија за едно добро општество и г) да спроведат истражување за да ги реализираат овие идеали. Општо земено, парите може да се обезбедат или преку приватни извори (преку големи или мали донации) или – како што е вообичаено во повеќето европски демократии – од државната каса.

Северна Македонија има систем во кој парите претежно се обезбедуваат преку државни субвенции, согласно европските стандарди. Меѓутоа, парите може да се обезбедат преку директно субвенционирање, или индиректно, преку обезбедување бесплатен рекламен простор. Придобивката од обезбедувањето пари првенствено од државната каса е тоа што се претпоставува дека го ограничува преголемото влијание на богатите поединци и бизниси врз политичкиот систем. Од друга страна, критичарите тврдат дека ако несоодветно се исплаќаат, можат да се искористат од поголемите етаблирани партии и да го спречат учеството во политичкиот систем на партиите-претенденти (и маргинализираните групи).

Она што ја става Северна Македонија надвор од европскиот стандард, е нејзиниот систем на индиректно државно финансирање преку медиумите, вклучувајќи ги и интернет порталите. Покрај тоа што е релативно уникатен аранжман, интернет порталите играат сè поголема улога во медиумските кампањи. Овој систем беше воведен со Изборниот законик во 2019 година и оттогаш се користи во сите три вида избори со минимални промени или подобрувања, со што се воспоставува практика на ограничен надзор и можност за манипулација и злоупотреба.

На последните избори, вкупно 251 интернет портали се регистрираа во Државната изборна комисија (ДИК) за публикување платени реклами, и информативни извори коишто нудат такво рекламирање.<sup>1</sup> Според извештаите, 150 од овие медиуми (60%) навистина публикувале платени реклами.<sup>2</sup> Вкупно, се проценува дека порталите примиле 811,013 јавни средства во евра, односно 20% од вкупните расходи за платени политички реклами. Овие наоди ја нагласуваат влијателната улога на партиите и порталите во обликувањето на перцепциите на јавноста за изборната кампања и за кандидатите.

<sup>1</sup> Види ја [листата](#) на медиуми на ДИК кои се регистрирале за платени реклами за време на парламентарните избори во 2024 година.

<sup>2</sup> [Пари за порталите во изборната кампања - не знаете кој пишува, но знаете кој плаќа](#), Meta.mk, ноември 2024.

## 2. ЦЕЛ И ОПСЕГ



## 2. ЦЕЛ И ОПСЕГ

Овој документ за политика се надоврзува на наодите на длабинската студија за платено политичко рекламирање за време на парламентарните избори во 2024 година.<sup>3</sup> Документот има за цел да идентификува одржливи и реални, долгорочни решенија за подобрување на системот на политичко финансирање во земјата. Покрај тоа што се фокусираме на користењето на индиректното државно финансирање преку медиумите – вклучително и радиодифузерите, печатените медиуми и интернет порталите – се осврнуваме и на слабостите на системот воопшто. Во длабинската студија беа забележани три примарни проблеми на системот на финансирање на кампањата, и тоа:

- **Формулата** за исплата на државните средства не е пропорционална и им оди во прилог на поголемите и поетаблираните партии.
- Постои проблем со **спроведливоста** на правилата, особено недоволниот надзор врз специфичните елементи на изборната активност (имено интернет порталите).
- Системот е **транспарентен** во теорија, но не и во пракса, тешко е да се пристапи до податоците кои подобро ќе овозможат надзор од страна на истражувачките новинари и заинтересираните граѓани.

Анализата во продолжение ја разгледува логиката на овие препораки и наведува решенија за кои најверојатно ќе бидат потребни законски измени. Исто така, дава пошироки предлози за реформа на политичкиот финансиски систем, како и инкорпорирање препораки во врска со родово-насоченото партиско финансирање и финансирање насочено кон подобрување на социјалната инклузија. Ова се надоврзува на други два информативни документи<sup>4</sup> кои конкретно се осврнаа на овие прашања.

---

<sup>3</sup> Види „Длабинска анализа на платеното политичко рекламирање на интернет порталите за време на парламентарните избори во Северна Македонија во 2025 година“ <https://drive.google.com/file/d/1OTlvph5W52OvkWyVifQ0DorqIPR1Mw1e/view>

<sup>4</sup> Документ за политика „Премостување на родовиот јаз“ [https://drive.google.com/file/d/1--\\_bkVXD1YFZtlxTSRfHHeXmO7OIJq7f/view](https://drive.google.com/file/d/1--_bkVXD1YFZtlxTSRfHHeXmO7OIJq7f/view)

Документ за политика „Кон инклузивни интернет портали и изборно рекламирање“ [https://drive.google.com/file/d/1ZqtDJveVr5WkpSHXSwp7S9uFWx\\_sHu6o/view](https://drive.google.com/file/d/1ZqtDJveVr5WkpSHXSwp7S9uFWx_sHu6o/view)

### 3. АНАЛИЗА



### 3. АНАЛИЗА

#### 3.1 РЕФОРМА НА ПОЛИТИЧКОТО ФИНАНСИРАЊЕ И ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛИТЕ

Најпрво, треба да се потсетиме дека поголемиот дел од правната рамка што ги регулира традиционалните медиуми не се однесува на интернет порталите, кои во моментов не спаѓаат во дефиницијата за „медиумски услуги“. Сепак, некои закони и обврски се однесуваат на онлајн доменот, вклучувајќи го и Изборниот законик, кој бара од сите медиуми, вклучувајќи ги и интернет порталите, да обезбедат фер и избалансирано покривање на изборите. Со измените и дополнувањата на Изборниот законик во 2021 година, средствата исплатени за парламентарните избори не смеат да бидат поголеми од две евра во македонски денари (МКД) по регистриран гласач.

Исплатата на овие средства за медиумска кампања во текот на изборите се врши така што до 45% од средствата можат да се користат од страна на двете најголеми владејачки партии во парламентот, 45% можат да се користат од страна на двете најголеми опозициски партии, до 7% можат да се користат од страна на партиите кои не освоиле доволно пратенички места за да формираат парламентарна група, и до 3% од средствата можат да се користат од страна на политичките партии кои не се застапени во парламентот.

Во Мисијата за набљудување на изборите во 2024 година, Организацијата за демократски институции и човекови права (ОДИХР) наведе дека исплатата на државните средства ги фаворизира четирите најголеми парламентарни партии и им отежнува на помалите партии и независните кандидати да водат рамноправна кампања, што претставува систематска пречка за да им се овозможи да ги искажат своите политички програми и идеи пред електоратот. Ова е слично на ставот на академиците дека државното финансирање ги вградува постојните нееднаквости во системот, особено опфатени со „тезата на картелски партии“, односно идејата дека државното финансирање е манифестација на заговор на поголемите партии – на кој било начин – за замрзнување на влезот на нови партии во политичкиот систем, бидејќи статус кво ситуацијата им е во директна корист. Загриженоста е дека дури и ако тоа не е случај, јавната перцепција дека системот е дизајниран да им користи на овие партии може да биде штетна за пошироката доверба во демократијата и изборниот интегритет. Затоа е од суштинско значење државните средства – како во однос на директните, така и во однос на индиректните државни субвенции – да не им одат во прилог на поголемите партии во преголема мера.

Како дел од нашиот поголем проект за следење на интернет порталите, утврдивме<sup>5</sup> одредена пристрасност во покривањето на изборите. Некои онлајн медиуми / интернет портали се чини дека фаворизираат конкретни политички партии и коалиции при известувањето за изборите, во зависност од обемот на платеното политичко рекламирање. Како такви, кога не се соодветно надгледувани, интернет порталите имаат моќ да го обликуваат политичкиот наратив преку пролиферација на пристрасни содржини, што може да доведе до нееднакви политички резултати. Ова, всушност, претставува „двојна неповолност“ за малите партии. Не само што добиваат помала распределба на време / пари од државата, туку и Изборниот законик не дозволува користење на какви било други извори на финансирање. Затоа, тие не можат да ја надоместат пристрасноста во системот преку барање други донации.

Во повеќето земји на ЕУ, државната поддршка се заснова на бројот на добиени гласови (на пример, Австрија, Грција и Латвија) или на местата што партиите ги добиваат во парламентот (на пример, Шведска, Чешка). Други ја засноваат

<sup>5</sup> Види „Длабинска анализа на платеното политичко рекламирање на интернет порталите за време на парламентарните избори во Северна Македонија во 2025 година“  
<https://drive.google.com/file/d/1OTlvph5W52OvkWyVifQ0DorqIPR1Mw1e/view>



распределба врз основа на освоените места и гласовите (на пр. Естонија, Франција и Словачка). Ова е различно во Северна Македонија, каде што постои едноставна процентуална формула врз основа на партиската положба. Покрај тоа, како што ќе видиме подолу, не постои соодветна институција која е задолжена да изготви специфични критериуми за распределба на средствата во прва инстанца или да надгледува како се трошат овие средства според формулата.

**Препорака 1:** Да се разгледаат критериумите за добивање (директна и индиректна) државна поддршка, така што таа да биде врзана за гласови и места стекнати на претходните избори, во согласност со стандардите на ЕУ.

**Препорака 2:** Да се обезбеди навремена распределба на средствата и транспарентност на методологијата за распределба на средствата и да се назначи тело во регулаторниот екосистем кое ќе биде задолжено за исплата и следење на активноста.

Едно решение во однос на интернет порталите е да се следи праксата на Ирска која има правила за вклучување на приватните и државните радиодифузери (и нивната активност за време на изборите). Ирското законодавство наведува дека не постои ништо што го спречува радиодифузерт да пренесува партиски политички емисии, но само под услов да не даваат неправедна предност на некоја политичка партија. Според тоа, друга можна реформа би била секоја репродукција на партиски материјал на онлајн платформите да мора да биде избалансирана следејќи ги најдобрите ирски практики.

**Препорака 3:** За да се спречи етаблираните политички партии да станат премногу доминантни, официјалните емитувања (офлајн и онлајн) треба да бидат избалансирани според ирскиот модел.

Покрај критериумите за распределба на средства кои им одат во прилог на етаблираните партии, во текот на нашето истражување, исто така, стана јасно дека правилата – особено оние што се однесуваат на следењето на онлајн порталите – не се спроведуваат. Ова е затоа што Изборниот законик не му дава овластување на ниту едно тело кое обично би имало ваква надлежност да врши регулаторна активност, да спроведува надзор на интернет порталите. Овие тела, имено, се ДИК, Државниот завод за ревизија (ДЗР), Државната комисија за спречување на корупцијата (ДКСК), Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ).

Од децениските истражувања за условите под кои се распространува корупцијата, знаеме дека корупцијата поверојатно се случува кога актерите не се доволно обесхрабрани да се вклучат во коруптивно однесување. Ова е прикажано во познатата формула:

$$C = M + D - A \text{ (корупција = монопол + дискреција - одговорност)}$$

Проблемот со сегашниот (недостаток на) надзор е дека постои целосен недостаток на одговорност кај оние актери со монополска моќ (политички партии) и дискреција (самите доставувачи на онлајн платформите). Ова значи дека е многу веројатно дека државните средства ќе бидат злоупотребени, со значителни трошоци за даночниот обврзник. За време на интервјуата што ги спроведовме како истражување за подготовка на овој документ за политика, слушнавме бројни приказни за т.н. *политички претприемачи*. Тоа се организации или поединци кои ги користат лабавите прописи во врска со користењето на онлајн порталите за лично збогатување (без намера да ги користат порталите за политичко рекламирање). Затоа, особено е потребно да се има некаква форма на регулација во овие области.

**Препорака 4:** Назначување на тело (најверојатно АВМУ) за следење на активноста на онлајн порталите и нивното придржување кон правилата.



Покрај назначувањето тело за следење на активноста на онлајн порталите, постојат и други начини за спречување на ширењето на политичките претприемачи. Имено, да се постават некакви квалификациони критериуми и/или дефиниција во законот за тоа што е „онлајн портал“ и да се доделуваат пари само на онлајн порталите кои ги исполнуваат овие критериуми. Ова може да се заснова на законодавството во Канада кое дефинира, во закон, што е „онлајн платформа“, и кои се различните барања за репозиториум на реклами<sup>6</sup>. Овие квалификациони критериуми треба да се однесуваат на:

- Дигитална трага: да биде активен најмалку 1 година;
- Политички фокус: да поставува реклами кои известуваат за – или се залагаат за – политички исходи;
- Персонал: да има двајца или повеќе политички новинари во персоналот.

Работната дефиниција на онлајн порталот, значи, е:

„Онлајн портал е компанија чиј сопственик или оператор, во текот на комерцијалните активности, поставува политички реклами на интернет платформа. Онлајн порталот мора да биде активен (т.е. да објавува политички содржини) најмалку една година и да има најмалку двајца новинари кои се на платниот список на компанијата за да ги исполнува условите за државна субвенција.“

**Препорака 5:** Да се стават во законот некакви квалификациони критериуми кои онлајн порталите мора да ги исполнуваат за да можат да добиваат државни средства.

Ако одиме подалеку од интернет порталите, исто така гледаме дека регулаторниот екосистем во Северна Македонија е заплеткан, со недоследности околу тоа кој ги надгледува различните области на изборната активност. Исто така, постојат случаи во кои регулаторноста се споделува, што дополнително ја усложнува ситуацијата. Затоа, секое надзорно тело (АВМУ, ДИК, ДКСК, ДЗР) треба да има јасни и дефинирани улоги, без заедничка надзорна одговорност.

**Препорака 6:** Не треба да има заедничка надзорна одговорност и секоја организација во регулаторниот екосистем треба да има дефинирана улога во надгледувањето на елементите на изборите / политичките финансии.

Со оглед на областите на институционална експертиза, реорганизацијата на институциите и улогата што треба да ја играат во надзорот / управувањето со изборите може да се разгледа на следниов начин.

### **АВМУ**

- Да биде задолжена за регулирање на онлајн порталите и да ѝ бидат доделени потребните ресурси и експертиза за спроведување на таков мониторинг и надзор.
- Владата се обврза на агенда за дигитализација. За подобра поддршка, на АВМУ треба да ѝ се дадат овластувања за ова да се имплементира со цел да се зајакне изборниот надзор. Ова треба да вклучува, неексклузивно, поблиско следење на активноста на онлајн кампањата и експериментирање со вградување алатки за вештачка интелигенција.

---

<sup>6</sup> Види Sam Power (2024), „Keeping up with Political Finance in the Digital Age in Albania: Prospects for Greater Regulation and Transparency“, стр. 37-38.

## ДКСК

- Да биде задолжена за надгледување на известувањето за годишните сметки на политичките партии и евиденцијата за финансирање на кампањите.<sup>7</sup>
- Да води онлајн база на податоци во согласност со стандардите на Отвореното владино партнерство (Open Government Partnership - OGP). Ова може да се заснова на примери на најдобри практики во однос на детализација на високо ниво, на пример од Канада, САД или Велика Британија.<sup>8</sup>
- Да се посвети на дигитализација преку градење на капацитети и користење на алатки за машинско учење за спроведување на анализа и (авто)сортирање на информациите за политичко финансирање.
- Да се експериментира со стандардизирани и подетални финансиски извештаи – поднесени во законски утврден рок – кои ги опфаќаат донациите и трошоците на политичките партии. Треба да се направат посебни извештаи за расходите во изборите што ќе овозможи полесно спроведување на процесите на дигитализација.

## ДИК

- ДИК во моментот е задолжена да ги надоместува трошоците направени од медиумите за нивните медиумски кампањи (според договорите потпишани со политичките партии) во Северна Македонија.
- Интервјуата спроведени за време на истражувањето за овој документ за политика и размислувањата за време на меѓународната конференција истакнаа низа предизвици со кои се соочува ДИК при обработката и плаќањето на фактурите од медиумите и предложија таа одговорност да биде преземена од друга институција, како што е Министерството за финансии.
- ДИК треба да биде одговорна за изборната администрација и спроведувањето на *процесот* и *администрирањето* на изборите, а не за анализа на нивните ефекти.

## ДЗР

- ДЗР е независна и врховна ревизорска институција на Република Северна Македонија.
- При исполнувањето на оваа функција, ДЗР треба ефикасно да спроведува ревизија колку трите горенаведени институции ги исполнуваат барањата за транспарентност.
- Притоа, ДЗР на крајот треба да арбитра и да ја потврди точноста на враќањата и трошоците пријавени од и до АВМУ, ДКСК и ДИК.

Консолидацијата и хармонизацијата на регулаторниот екосистем е една од поамбициозните реформи презентирани во овој документ за политика. Различните тела задолжени за различни елементи на процесот би работеле подобро со соодветни законодавни насоки.

**Препорака 7: Консолидација и хармонизација на регулаторната одговорност на АВМУ, ДКСК, ДИК и ДЗР.**

Едно нешто што го знаеме со релативна сигурност, што се однесува на ефикасен изборен надзор, е дека овие тела треба да извршуваат три функции:

---

<sup>7</sup> Шаблон за најдобри практики за поднесување финансиски извештаи – врз основа на примерот на Обединетото Кралство – може да се најде во Изборната комисија, „Упатство за поднесување финансиски извештаи | Изборна комисија“.

<sup>8</sup> Види Сем Пауер, „Во чекор со политичкото финансирање во дигиталното доба во Албанија: Изгледи за поголема регулација и транспарентност“ [Sam Power, “Keeping up with Political Finance in the Digital Age in Albania: Prospects for Greater Regulation and Transparency“], стр. 27-40.

- Едукација: мора да бидат овластени да ја едуцираат пошироката јавност и изборната единица што ја регулираат, за правилата и процесите над кои имаат надлежност.
- Истрага: мора да бидат овластени да откриваат прекршоци кога постои сомневање за нив.
- Санкционирање: мора да бидат овластени да ја санкционираат неусогласеноста или нелегалната активност кога ќе биде откриена.

За да ги исполнуваат овие три функции, треба да бидат независни од владата, но исто така – и од суштинско значење – поддржани со соодветно финансирање од владата.<sup>9</sup> Затоа, горенаведените препораки, особено Препораката 6, се повик за соодветно зајакнување и поддршка на овие тела во исполнувањето на своите (нови) функции преку дополнителни ресурси.

**Препорака 8:** Градење интегритет на изборниот процес преку инвестирање на соодветни ресурси во регулаторниот екосистем.

Конечен проблем е транспарентноста на политичкото финансирање во Северна Македонија. Ако се вратиме на нашата формула  $C = M + D - A$ , можеме корисно да размислуваме за *одговорноста* како синоним за *транспарентност*. Транспарентноста е добра бидејќи промовира отчетност. Зголемената видливост ја намалува веројатноста дека политичарите ќе дејствуваат на корумпиран начин и ќе ги натера да бидат повнимателни кога се ангажираат со актери со штетни намери. Кога е обезбедена правилно, може да им даде на граѓаните повеќе знаење за функционирањето на системот, а со тоа и поголема доверба во самата демократија.

Истражувањето спроведено од Фондацијата Метаморфозис покажува<sup>10</sup> дека транспарентноста на системот во Северна Македонија може да се унапреди. За истражувачите е многу тешко да соберат точни информации, а за пошироката јавност е речиси невозможно да го стори истото. Затоа препорачуваме да се создаде употреблива и пребарлива онлајн база на податоци и навремено да се обезбедат информации за изборите (и трошоците за изборите), што ќе поттикне зголемена транспарентност. Ова треба да биде предводено од ДКСК, согласно меѓународните стандарди за најдобри практики, на пример утврдени од Канада, САД или Велика Британија.

**Препорака 9:** Повторно обврзување кон вградување на транспарентноста во северномакедонскиот политички систем и достапност на исплатата за изборните трошоци во форма на база на податоци што може лесно и навремено да се пребарува.

## 3.2 РОДОВО-НАСОЧЕНО ЈАВНО ФИНАНСИРАЊЕ НА ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ

Како дел од овој проект, спроведовме и истражување за родово-насочено политичко финансирање за унапредување на социјалната инклузија. Во овој дел од извештајот наведени се наодите на колегите кои го водат овој конкретен дел од истражувањето<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Види Ник Чизман и Јорген Елклит [Nic Cheeseman и Jorgen Elklit], „[Разбирање и проценка на независноста на изборната комисија](#)“.

<sup>10</sup> „Мониторинг на информативните портали и покриеноста на парламентарните избори во 2024 г. во Северна Македонија“ [“Monitoring of Online news and Portals Coverage of 2024 Parliamentary Elections in North Macedonia”] <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2024/10/monitoring-of-online-news-portals-coverage-of-2024-parliamentary-elections-north-macedonia-1-1-2.pdf>

<sup>11</sup> За повеќе детали, види „Премостување на родовиот јаз“ достапно на [https://drive.google.com/file/d/1--\\_bkVXD1YFZtlxTSRfHHeXmO7OIJq7f/view](https://drive.google.com/file/d/1--_bkVXD1YFZtlxTSRfHHeXmO7OIJq7f/view)

Сè поголемиот број на извори на најдобри меѓународни практики ја нагласуваат врската помеѓу одредбите за јавно финансирање на политичките партии и заложбите за родова еднаквост.<sup>12</sup> Тие поттикнуваат интегрирање на родовата еднаквост во јавното финансирање како начин за подобрување на учеството и застапеноста на жените во политичкиот и јавниот живот. Основниот принцип е јавното финансирање да се условува со посветеноста на примателите на јавно значајни цели, како што се промовирање на човековите права, демократските вредности и родовата еднаквост.

### **Форми на родово-насочени наложи кои се однесуваат на медиумите**

Иако поретко, родово-насочените правила за финансирање, исто така, може да влијаат на тоа како партиите ги користат јавните средства за поддршка на застапеноста на жените, вклучително и во медиумите (*родово-насочени расходи*). Овие наложи може да имаат различни форми:

- 1. Општ услов за рамноправна родова медиумска застапеност:** На пример, во Португалија и Мексико, од политичките партии се бара да го искористат слободното или платеното медиумско време што им е доделено – како дел од нивните јавно финансирани ресурси за кампањата – на начин што промовира родова еднаквост, обезбедувајќи избалансирана видливост на машките и женските кандидати. Иако овој услов нема специфични репери или мерливи цели, тој служи како нормативен стандард преку врзување на јавното финансирање со очекување за родово-избалансирана медиумска промоција. Овој пристап оди во прилог на тоа дека јавните ресурси треба да се користат за поттикнување на правична застапеност, поттикнувајќи ги партиите да ја вклучат родовата рамнотежа како дел од нивната медиумска стратегија. Со воспоставувањето на овој принцип, исто така, се поставуваат основи за посебни наложи во иднина.
- 2. Резервиран дел од јавното финансирање и/или емитување на партиите за женските кандидати:** земјите од Латинска Америка предводат во спроведувањето мерки кои гарантираат видливост на жените кандидати во медиумите. На пример, Врховниот изборен суд на Бразил им доделува минимум 30% од финансиските ресурси и бесплатното време за изборно рекламирање на женските кандидати ([Резолуција бр. 23.609/2019](#)). [Упатствата на Националниот изборен институт](#) во Мексико налагаат најмалку 40% од финансирањето на кампањата да биде наменето за женските кандидати. Венецуела во моментот разгледува слични мерки за да обезбеди правично медиумско покривање за жените. Акцентот на овој сет на мерки е повеќе фокусиран на изборниот период и видливоста и инклузијата на жените кандидати за време на кампањите.
- 3. Стимулации преку дополнително време за емитување, јавни средства или намалени цени за рекламирање:** Во некои земји, политичките партии се поттикнуваат да ја промовираат видливоста на жените во медиумите преку дополнително финансирање, дополнително време за емитување или намалени цени за рекламирање. На пример, во Италија и Источен Тимор, партиите добиваат награди – во форма на дополнително финансирање или дополнително време за емитување – врз основа на нивните напори да го зголемат медиумското присуство на жените кандидати и да ги исполнат критериумите за родова застапеност.<sup>13</sup> Дополнително, еден пристап дебатиран и тестиран во земји како Непал, сугерира дека медиумите би можеле да понудат намалени цени за рекламирање на жените кандидати, со што ќе биде

<sup>12</sup> [Родово-насочено јавно финансирање за политичките партии](#), Компаративна анализа, Магнус Оман [Magnus Ohman], 2018; [Упатства на ОДИХР и Венецијанската комисија за регулирање на политичките партии](#), став 224, 2020.

<sup>13</sup> [Родова рамноправност во финансирањето на политичките партии](#), Џули Балингтон [Julie Ballington] декември 2003 г.

поприфатливо за партиите и кандидатите да ги истакнат жените во платеното политичко рекламирање. Овие стимулации имаат за цел да обезбедат не само кандидирање на поголем број жени, туку и жените да добијат правично и истакнато медиумско покривање за време на кампањите.

4. **Наменско јавно финансирање за родова еднаквост:** Овој пристап, кој го има во многу земји, бара дел од јавното финансирање да биде наменет за иницијативи за родова еднаквост.<sup>14</sup> Средствата може да поддржуваат активности како што се подигнување на свеста за родовите прашања, обука на жени политичари, обезбедување на целна поддршка за кампањата и зголемување на нивната медиумска видливост. Структурите за финансирање може да се разликуваат и да вклучуваат:
- а) Наменски заеднички фонд на државно ниво за партиите кои ги исполнуваат условите,
  - б) Наменски проценти во рамките на распределбата на финансиите на секоја партија, или
  - в) Делови од распределбата на партиите за основање и водење на центри за обука и истражување или на нивните женски крила.

Наменското финансирање може да се движи од симболични 2-5% (Австрија, Белгија, Германија, Мексико, Италија, Србија) до амбициозни 25% (Словенија) од партиското финансирање. Целта на оваа група мерки е да се поттикне поголема и посистематска интеграција на родовата еднаквост и инклузија во партиите и размислувања за вклучување во различни активности и внатрешни процеси, а со тоа да се спроведат одржливи промени, исто така и помеѓу изборите.

**Препорака 10:** На долг рок, да се спроведе некоја форма на родово-насочени наложи за начинот на кој партиите го користат јавното финансирање – или со наложување одреден процент да биде посветен на промовирање на жените кандидати, барајќи дел од средствата да бидат наменети за промоција на жените кандидати, или со обезбедување на соодветни стимулации.

### 3.3 СОЦИЈАЛНАТА ИНКЛУЗИЈА ВО ПОЛИТИЧКОТО ФИНАНСИРАЊЕ

Вториот дел од овој проект вклучуваше истражување на начините на кои сегашниот систем може да се прилагоди за да се зајакне социјалната инклузија во други области<sup>15</sup>. Во овој дел од извештајот наведени се наодите на колегите кои го водат овој конкретен дел на истражувањето.

Северна Македонија се соочува со критични предизвици во обезбедувањето праведност, транспарентност и инклузивност во политичкото рекламирање и медиумското претставување. Парламентарните избори во 2024 година укажаа на значителни празнини во регулаторните рамки што ја регулираат политичката комуникација, предизвикувајќи загриженост за интегритетот на изборните процеси и инклузивноста на јавниот дискурс. Додека дигиталните платформи и интернет порталите станаа доминантни канали за политичко рекламирање, наративите

<sup>14</sup> Се користи во Костарика, Финска, Унгарија, Литванија, Молдавија, Полска, Португалија, Шпанија и други. На пример, во Колумбија, [Законот 1475 од 2011 година](#) им наложува на партиите да издвојат најмалку 15% од јавните средства за активности насочени кон ефективно вклучување на жените, младите и етничките малцинства, вклучувајќи комуникациски стратегии и публикации кои ја подобруваат видливоста на жените во политиката.

<sup>15</sup> За повеќе детали, видеи „Кон инклузивни интернет портали и рекламирање на избори“ достапно на [https://drive.google.com/file/d/1ZqtDJveVr5WkpSHXSwp7S9uFWx\\_sHu6o/view](https://drive.google.com/file/d/1ZqtDJveVr5WkpSHXSwp7S9uFWx_sHu6o/view)

промовирани од самите политички актери честопати не успеваат да се справат со принципите на социјална инклузија и правична застапеност.

Надвор од медиумската инфраструктура, политичките актери играат централна улога во обликувањето на наративите и перцепциите на јавноста. За жал, овие наративи често ги исклучуваат или маргинализираат недоволно застапените групи, вклучувајќи ги и жените, лицата со попреченост и етничките малцинства. Пораките во кампањата честопати се прилагодени за да се консолидира видливоста на партијата, наместо да се решаваат пошироки општествени проблеми. Ранливите групи, кога се споменуваат, обично се прикажани преку патерналистички или токенистички рамки, со малку суштински ангажман во решавањето на нивните права, потреби и аспирации. Ваквите практики ги зајакнуваат системските нееднаквости и ја ограничуваат разновидноста на гласовите во политичкиот дискурс.

Преку анализа на предизвиците во регулаторното опкружување и во наративите промовирани за време на изборите, нудиме акциски препораки за реформа на постојните рамки. Решавањето на овие прашања е од суштинско значење за создавање транспарентен, правичен и инклузивен медиумски и политички пејзаж, обезбедувајќи сите граѓани, без оглед на нивното потекло, да имаат еднаков глас во обликувањето на демократските процеси во земјата.

**Препорака 11:** Измена на Изборниот законик со цел експлицитна забрана на говор на омраза во платеното политичко рекламирање.

**Препорака 12:** Воведување одредби во Законот за финансирање на политичките партии за да се обезбеди правична алокација на средства за инклузивни кампањи.

# ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ





## ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Политичкото финансирање е двигател на партиската политика. Без него, демократијата би била незамислива. Сепак, таа има и моќ да искриви многу од идеалите неопходни за просперитет на демократијата, како што се еднакво учество и донесување одлуки. Постоењето на пари во сите политички системи (иако неизбежно) е една од примарните причини во создавањето и постојаноста на мрежите на несакано влијание. Овој документ за политика претстави три специфични области во кои политичкиот финансиски систем во Северна Македонија бара законодавни реформи. Врз основа на работата на колегите во тимовите за родова и социјална инклузија на овој истражувачки проект, вклучуваме и делови за родово-насочено јавно финансирање и социјална инклузија.

Затоа, четирите области на кои се однесува овој документ за политика се:

1. Формулата за исплата на државните средства
2. Недостиг на кохерентен надзор
3. Недостиг на транспарентност
4. Обновен фокус на јавното финансирање кон родовата и социјалната инклузија

Препораките дадени во овој информативен документ имаат за цел да се осврнат на овие четири области и со тоа да ја подобрат довербата на граѓаните во функционирањето на изборниот систем. Намерно предложивме реформи кои, иако бараат законска интервенција, спаѓаат во помалку амбициозниот дел на реформската агенда. Со оглед на тоа, ако се спроведат, тие во голема мера ќе ја усогласат Северна Македонија со нормите и практиките на ЕУ и би можеле да послужат како отскочна даска за поамбициозни реформи доколку постои политичка волја.

**Препорака 1:** Да се разгледаат критериумите за добивање (директна и индиректна) државна поддршка, така што таа да биде врзана за гласови и места стекнати на претходните избори, во согласност со стандардите на ЕУ.

**Препорака 2:** Да се обезбеди навремена распределба на средствата и транспарентност на методологијата за распределба на средствата и да се назначи тело во регулаторниот екосистем кое ќе биде задолжено за исплата и следење на активноста.

**Препорака 3:** За да се спречи етаблираните политички партии да станат премногу доминантни, официјалните емитувања (офлајн и онлајн) треба да бидат избалансирани според ирскиот модел.

**Препорака 4:** Назначување на тело (најверојатно АВМУ) за следење на активноста на онлајн порталите и нивното придржување кон правилата.

**Препорака 5:** Да се стават во законот некакви квалификациони критериуми кои онлајн порталите мора да ги исполнуваат за да можат да добиваат државни средства.

**Препорака 6:** Не треба да има заедничка надзорна одговорност и секоја организација во регулаторниот екосистем треба да има дефинирана улога во надгледувањето на елементите на изборите/политичките финансии.

**Препорака 7:** Консолидација и хармонизација на регулаторната одговорност на АВМУ, ДКСК, ДИК и ДЗР.

**Препорака 8:** Градење интегритетот на изборниот процес преку инвестирање на соодветни ресурси во регулаторниот екосистем.

**Препорака 9:** Повторно обврзување кон вградување на транспарентноста во северномакедонскиот политички систем и достапност на исплатата за изборните трошоци во форма на база на податоци што може лесно и навремено да се пребарува.

**Препорака 10:** На долг рок, да се спроведе некоја форма на родово-насочени наложи за начинот на кој партиите го користат јавното финансирање – или со наложување одреден процент да биде посветен на промовирање на жените кандидати, барајќи дел од средствата да бидат наменети за промоција на жените кандидати, или со обезбедување на соодветни стимулации.

**Препорака 11:** Измена на Изборниот законик со цел експлицитна забрана на говор на омраза во платеното политичко рекламирање.

**Препорака 12:** Воведување одредби во Законот за финансирање на политичките партии за да се обезбеди правична алокација на средства за инклузивни кампањи.

Овој производ е подготвен во рамки на проектот "Пари, медиуми и избори во Северна Македонија" финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската Влада.

**Скопје, 2025 година**