



**Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC**

Кампања спроведувана од трети страни (чинители кои не се кандидираат на избори) – споредба и препораки за Северна Македонија

Февруари 2026



**International Foundation
for Electoral Systems**

Овој извештај е подготвен во рамките на проектот „Отпорни институции на Балканот за демократско управување и избори (*BRIDGE*)“, финансиран од Владата на Обединетото Кралство со поддршка на Британската амбасада во Скопје, и *Програмата за поддршка на изборите* на Швајцарската агенција за соработка и развој во Северна Македонија, спроведуван од Меѓународната фондација за изборни системи (ИФЕС). Содржината на овој извештај неопходно не ги отсликува ставовите на донаторите, проектите или партнерите за имплементација.

Содржина

Извршно резиме	i
Вовед	1
Концептот за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите	2
Стандардите во Европа за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите	3
Компаративни искуства.....	6
Обединето Кралство.....	7
Ирска.....	10
Црна Гора	12
Аспекти за размислување во врска со уредувањето на кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите	13
Избегнување на ограничувања на слободата на говорот и учеството на граѓанскиот сектор .	13
Координација помеѓу чинителите во кампањата кои не се кандидати и кандидатите на изборите	14
Кампањи надвор од земјата што може да влијаат на гласањето во земјата.....	16
Препораки за Северна Македонија	16
Препораки за Собранието на Северна Македонија	16
Препораки за надзорните институции	19
Препораки за политичките партии	20
Користена литература	21
Анекс, Законски одредби за кампања спроведувана од трети страни во Црна Гора	26

Извршно резиме

Иако изборните кампањи во минатото се засноваа на големи митинзи организирани од политичките партии или на банери и плакати платени од кандидатите, кампањите во денешно време сè повеќе се потпираат на објавите на социјалните мрежи и онлајн рекламирањето. Таквите кампањи сè почесто не ги спроведуваат политички партии или номинирани кандидати на изборите, туку други чинители кои може да имаат значајна улога за изборните резултати, додека информациите за нивната вклученост се најчесто малку достапни.

Во овој извештај се анализира како е уредена изборната кампања на други чинители, а не на политичките партии или кандидатите, во понатамошниот текст „кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите“, а кои претходно беа опфатени со терминот „кампања спроведувана од трети страни“. Извештајот дава преглед на различните аспекти во регулативата за кампањите на чинители кои не се кандидираат на изборите и соодветните практични искуства. Особено се разгледуваат искуствата од Ирска и Обединетото Кралство, каде што регулативата за кампањата на чинителите кои не се кандидираат на изборите постои повеќе од 20 години, како и искуствата на Црна Гора, како прва земја од Западен Балкан каде ова прашање е законски уредено во 2025 година.

Врз основа на меѓународните искуства и добра пракса, во извештајот се даваат препораки за уредување на изборната кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите во Северна Македонија. Накусо, препораките се однесуваат на следното:

- Да се оценат досегашните и идните очекувани практики за кампања во Северна Македонија во насока на спроведување реформи коишто се засновани на докази и се во согласност со реалните потреби
- Да се размисли за законски одредби со кои во најмала мера ќе биде опфатено следното:
 - Јасна дефиниција што претставува кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите
 - Обврска за регистрација на чинители во кампањата кои не се кандидати на изборите
 - Јасна регулатива за политичкото рекламирање на чинители во кампањата кои не се кандидати на изборите
 - Обврска за поставување ознака на целото политичко рекламирање за изворот на финансирање
 - Лимити во донациите и трошењето
 - Финансиски извештаи
- Да се настојува во целата регулатива да се избегнува ограничување на слободата на говорот и обесхрабрувачки ефект врз вклученоста на граѓанскиот сектор за изборните кампањи
- Во регулативата целосно да се земе предвид координацијата помеѓу кандидатите и чинители кои водат кампања, а не се учесници во изборите за да се избегне нивно меѓусебно договарање како начин да се заобиколи регулативата за политичко финансирање
- Имајќи предвид дека кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите често вклучува онлајн рекламирање и активности што се одвиваат надвор од Северна

Македонија, а кои сепак влијаат на ставовите на гласачите во земјата, потребно е да се размисли како ефикасно да се уреди кампањата што се спроведува од странски држави.

- Собранието треба јасно да утврди како ќе се следи почитувањето на правилата за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите, која би била најсоодветната институција за вршење надзор, како и механизмите за неопходната соработка помеѓу институциите со цел ефикасно спроведување.
- Надзорните институции во Северна Македонија треба да разгледаат како следењето на кампањата на чинителите кои не се кандидираат на изборите може да придонесе во нивните тековни заложби за надзор, и да дадат препораки до Собранието, вклучително и за институционалните решенија.
- Политичките партии во Северна Македонија треба да ги поддржат дискусиите за уредување на кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите, бидејќи тоа ќе придонесе за јакнење на довербата на јавноста во политичкиот процес. Тие треба проактивно да обезбедат транспарентност во финансирањето на субјектите кои водат кампања во нивна поддршка, дури и кога не постои законска обврска за тоа.

Вовед

Во последните децении, државите на глобално ниво, и особено европските држави постепено воведуваат регулатива за дозволените начини на кои политичките партии и кандидатите ги обезбедуваат и трошат средствата, како и за постигнувањето транспарентност и отчетност во нивното финансирање.

Сепак, мал број земји имаат усвоено регулатива за финансиските активности на чинители кои не се политички партии или кандидати („учесници во изборите“), но спроведуваат активности во кампањата со намера да се влијае на гласачкото тело. Отсуството на регулатива за кампањи на чинители кои не се кандидираат на изборите може да биде проблематично од перспектива на интегритетот на политичкото финансирање поради две причини. Прво, кандидатите може да водат кампања преку лицата кои не учествуваат во изборите како начин да ја заобиколат постојната регулатива за финансирање на партиите и кампањата, при што се поткопува ефикасноста на тие правила. Втората причина е дека трошењето на големи финансиски износи од страна на чинители кои немаат обврска за поднесување финансиски извештај според регулативата, може значително да ја намали транспарентноста на финансирањето на политичкиот процес, ефикасно прикривајќи го странското финансиско влијание и политичката корупција од страна на моќни групи на интерес. Од клучно значење е да се подобри отпорноста на непријателското мешање и штетните влијанија, како од домашни, така и од странски чинители, за да се зајакнат рамките и практиките за доверлив, транспарентен и безбеден процес на избори и управување.

Во последната деценија, прашањето за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите доби зголемено внимание. На земјите кои воведоа правила на почетокот на овој милениум (на пр: Ирска и Обединетото Кралство), во текот на последните пет години им се придружија и Германија, Црна Гора и Швајцарија кои воведоа правила за кампања на чинители кои не се

Зошто „кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите“ а не „трети страни“?

Терминот „трети страни“ се користи за да се опише вклученост на оние кои не се политички партии или кандидати во изборната кампања.

За жал, терминот „трети страни“ создава забуна бидејќи се користи и за други чинители, како што се:

- Лица кои даваат донации во име на некој друг
- Лица кои одделно собираат средства пред да се дадат ресурсите на политичките партии или кандидатите
- Субјекти кои се правно поврзани со политичките партии (како што се форуми на жени и тинк тенк организации)
- Субјекти кои обезбедуваат рекламен простор на политички партии или кандидати

За илустрација, во евалуацијата на земјите од страна на Групата на држави против корупција (ГРЕКО), терминот „трета страна“ се користи со различно значење (GRECO (2026)).

Дополнително, терминот „трети страни“ во член 84-б.5 во Изборниот законик на Северна Македонија е нејасен, додека упатувањето на „податоци од трети страни“ во член 85-б.6 не се однесува на субјекти кои водат кампања и не се регистрирани како кандидати на изборите.

Со оглед дека терминот „трета страна“ се користи со повеќе значења и создава забуна, се бараа алтернативни решенија. Потпирајќи се на концептот за „чинители кои водат кампања и не се кандидираат на изборите“ кој беше воведен со законодавната реформа во Обединетото Кралство во 2014 година, оттогаш се користат термините „чинители кои спроведуваат кампања и не се кандидираат на изборите“ и „кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите“ бидејќи попрецизно се опфатени прашањата што се дискутираат.

кандидираат на изборите. Ова прашање по прв пат беше разгледано во документ за стандарди на Обединетите Нации кон крајот на 2025 година.¹ Веројатно е дека зголеменото внимание на ова прашање се должи на повеќе причини, иако се чини дека главниот фактор за тоа е порастот во користењето социјални медиуми во изборните кампањи.

Во моментот, не постои регулатива во Северна Македонија за кампања на чинители кои не се кандидираат на Изборите. Меѓутоа, отпочнати се дискусии за како да се уреди ова прашање во легислативата. Овој извештај е подготвен за да се дадат насоки за тие дискусии, потпирајќи се на искуствата на други држави, како и на постојните документи за стандарди и пошироките размислувања.

Концептот за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите

Пред да се разгледа која регулатива би била најсоодветна во Северна Македонија за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите, најпрво е важно е да се појаснат концептите. Кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите подразбира активности на секој кој не ниту политичка партија (или субјект што има номинирано кандидати за избори), ниту кандидат, се цел да се влијае на изборот на граѓаните на изборите. Тоа опфаќа два главни аспекти:

Активностите може да претставуваат кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите, доколку се остваруваат трошоци, и намерата е со тие активности да се влијае, или може да се оцени дека влијаат, врз изборот на гласачите.

Чинителите може да се смета дека се водат кампања, а не се кандидати на изборите, доколку спроведуваат активности како што е наведено погоре. Резолуцијата на Обединетите нации, што се разгледува подолу, ги охрабрува земјите исто така да размислат да ги уредат кампањите од страна на „правни лица и правни облици“. Сепак, во регулативата што се користи во разни земји (види страна 6), исто така се наведува дека во одредени ситуации и поединци може да се смета дека претставуваат чинители кои водат кампања, а не се кандидати на изборите.

Кога се дискутира за кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите, од клучна важност е да се утврди што *не* е опфатено со овој концепт. Во Табела 1 подолу се прикажани активностите коишто вообичаено се спроведуваат во врска со изборните кампањи, и кои не се смета дека се дел од кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите.

Табела 1, *Активности кои не се опфатен со концептот за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите*

Активност	Појаснување
Финансиски активности на субјекти формално поврзани со политичка партија	Субјектите кои се формално поврзани со политичка партија, како што се женската или младинската организација на партијата, или формално поврзана тинк тенк организација, не се сметаат за чинители кои водат кампања и не кандидираат на изборите. Институциите, како што е Советот на Европа, препорачуваат нивните финансиски трансакции

¹ Конвенција на Обединетите нации против корупција -UNCAC (2025). Види за повеќе на страна 3.

Активност	Појаснување
	да бидат вклучени во финансиските извештаи на соодветната политичка партија. ²
Финансиски активности на субјекти формално поврзани со кандидат	Активности на лица формално поврзани со кандидатот, како што се назначени финансиски претставници или менаџери на кампања, (обично) се сметаат за дел од изборната кампања на кандидатот, и нивните финансиски трансакции треба да бидат вклучени во финансискиот извештај на кандидатот. ³
Давање донации во име на друг, или давање донации преку посредници	Давањето донации преку посредници, или дејствувањето како посредник во процесот на давање донации, може да биде спротивно на законот, но не претставува кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите
Собирање средства одделно од политичката партија или кандидатот, кои потоа се даваат на партијата или кандидатот	Секоја донација на политичка партија или кандидат се дефинира како приход на тој учесник во изборите, без оглед на тоа како се собрани средства.
Изразување поддршка за учесник во изборната трка што не вклучува финансиски трошоци	На пример, објавите на социјалните мрежи во корист на или против учесник во изборите, не претставуваат кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите (доколку лицето не е платено да го прави тоа). ⁴
Водење кампања за прашања каде што тоа имплицитно не подразбира поддршка или противење на кој било учесник во изборите	Активности, кои може да вклучуваат трошоци и со кои се зазема став по одредено прашање, само доколку не се повикува на поддршка или спротивставување на одреден учесник во изборите. ⁵

Стандардите во Европа за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите

Во разгледувањето како да се уреди кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите во Северна Македонија, како релевантна почетна основа може да послужат постоечките глобални и регионални стандарди. За жал, многу мал број документи за стандарди во политичкото финансирање на глобално и регионално ниво се осврнуваат на ова прашање. Во декември 2025, Конференцијата на државите потписнички на Конвенцијата на Обединетите нации против корупција (UNCAC) усвоија резолуција насловена како „Спречување и борба против корупцијата преку зајакната транспарентност во финансирањето на политичките партии,

² Совет на Европа (2003) Член 11.

³ Сепак, членови на семејството или пријатели на кандидатот може да се смета дека се чинители кои водат кампања и не се кандидираат на избори. Тоа е тесно поврзано со прашањето на *координација* – види за повеќе на страна 10.

⁴ Сепак, кампањата на чинители кои не се кандидираат на избори може да биде релевантна во однос на објавите на социјалните мрежи, доколку тоа се прави преку платени ботови, како и преку плаќање на инфлуенсери (во последниот случај, чинители кои водат кампања а не се кандидати на изборите се всушност лицата или субјектите кои ги плаќаат инфлуенсерите).

⁵ Види за повеќе на страна 11.

кандидатурите за избрани носители на јавни функции, и изборните кампањи”. Овој документ претставува најдетален документ за глобалните стандарди за политичко финансирање што досега е усвоен, додека за целите на овој извештај, од особена важност е делот насловен како „оперативен параграф 9”:

„Државите потписнички се охрабруваат, во согласност со нивното домашно законодавство, да размислат за мерки за регулирање на правните лица и правните облици кои финансираат комуникациски активности со цел постигнување одредени изборни резултати, како и да се постави обврска за објавување на информациите со кои се идентификуваат спонзорите на тие активности”⁶

Во оваа доста сложена формулација, најважни се две клучни поенти. Првото се однесува на генералното повикување на државите потписнички да размислат за „регулирање” на активностите на оние кои не се политичка партија или кандидат, а водат изборна кампања.⁷ Второто поконкретно се однесува на обврската во таквите кампањи да се поднесуваат извештаи во однос на оние кои ги финансираат нивните активности. Бидејќи станува збор за нова резолуција, останува да се види какво ќе биде влијанието врз регулативата за политичкото финансирање во земјите ширум светот, вклучително и на Западен Балкан.

Заедничките Упатства на ОБСЕ/ОДИХР и Венецијанската комисија за регулирање на политичките партии, исто така се однесуваат и на кампањите на чинители кои не се кандидираат на изборите. Во упатствата се наведува дека трошоците што се дел од таква кампања „не може да се забранат, но може да подлежат на разумни и пропорционални ограничувања”.⁸ Во упатствата се истакнува дека „вклученоста на чинители кои водат кампања, а не се учесници во изборите “...може да создаде правни празнини во областа на финансирање на политичките партии и изборните кампањи”, иако се нагласува дека „...мерките што се преземаат за да се уреди вклученоста на трети страни треба да бидат неопходни и пропорционални”.⁹

Подетално, во Упатствата се наведува:

„...поставувањето горен лимит за донации на партиите веројатно нема да има ефект доколку во исто време други групи на интереси или поддржувачи, синдикати и здруженија можат да трошат неограничени износи на средства за поддршка или спротивставување на одредена партија или кандидат. За да се избегнат правни празнини преку кои може да се канализираат неограничени износи на средства и да се прикриваат финансиските трансакции, во законите треба да се постават пропорционални и разумни лимити на износите што трети страни можат да ги трошат за промоција на кандидати или партии, и тоа најдобро доколку постоечките лимити за донации на политичките партии важат исто така и за овие чинители.”¹⁰

⁶ Конвенција на Обединетите нации против корупција - UNCAC (2025).

⁷ Од земјите членки на Обединетите нации, само Андора, Еритреја, Монако, Северна Кореја, Сент Винсент и Гренадини и Сирија не се држави потписнички на Конвенцијата на ОН против корупција (UNCAC).

⁸ ОДИХР и Венецијанска комисија (2020) Член 218. Оригиналната верзија на Упатствата од 2010 година исто така се повикуваше на кампањи од страна на лица кои не се кандидати, со што стана еден од првите документи со стандарди по тоа прашање. ОДИХР и Венецијанска комисија (2010) Член 205.

⁹ ОДИХР и Венецијанска комисија (2020) Член 219.

¹⁰ ОДИХР и Венецијанска комисија (2020) Член 220. „Упатствата, сепак, нагласуваат дека „...овие ограничувања треба да се применуваат само во случаи кога трети страни и нивните дејствија се насочени

Традиционалната определба на Европската Унија е да не се издаваат стандарди или регулатива за финансирањето на политичките партии или изборните кампањи.¹¹ Во 2024 беа делумно направени промени, со усвојувањето на „Регулатива (ЕУ) 2024/900 на Европскиот парламент и на Советот од 13 март 2024 за транспарентноста и насоченоста на политичкото рекламирање”.¹² Регулативата не го опфаќа концептот на кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите како таков, но, бидејќи фокусот е на *активноста на политичкото рекламирање*, без оглед на тоа кој го наредува и плаќа таквото рекламирање, одредбите важат и за активности од кампањата кои се однесуваат и на рекламирањето од страна на чинители кои не се кандидираат на изборите.¹³ Во Регулативата се наведува дека целото политичко рекламирање мора да биде јасно означено и да содржи информации од кого е платено.¹⁴ Иако Регулативата не воведува обврска за поднесување финансиски извештаи или од страна на нарачателите или од огласувачите на политичко рекламирање, сепак се предвидува воспоставување регистар за политичко рекламирање од страна на Европската комисија.¹⁵ На крајот, Регулативата вклучува индиректно ограничување за тоа кој смее да води изборни кампањи во земји-членки на ЕУ преку одредбата дека огласувачите мора да одбиваат рекламирање од сите кои се надвор од ЕУ во последните три месеци пред изборите.¹⁶

Што ако се стави целосна забрана за кампања од чинители кои не се кандидати во изборниот натпревар? Одредбата во Заедничките упатства на ОБСЕ/ОДИХР и Венецијанската комисија дека не смее да се забрани кампања на чинители кои не учествуваат во изборниот натпревар се заснова на пресудите на Европскиот суд за човекови права, преку толкување на Европската конвенција за човекови права.¹⁷ Конвенцијата не се осврнува експлицитно на кампањата на лица кои не се учесници во изборната трка, всушност, не оди подалеку од нагласувањето на изборите кои се одржани „... под услови кои обезбедуваат слободно изразување на мислењето на граѓаните во изборот на претставници на законодавниот дом”. Сепак, преку неколку пресуди, Судот за човекови права покажа дека значителните ограничувања на кампањата на лица кои не се учесници во изборниот натпревар претставува повреда на член 10 од Конвенцијата, кој ја дава гаранцијата за слободата на говор.¹⁸ Оттука произлегува и заклучокот дека секоја забрана за кампања на лица кои не се учесници во изборниот натпревар во европска земја би била поништена од Европскиот суд за човекови права, доколку во судот биде поднесен предмет за

кон давање предност на одредени политички партии, било генерално или за време на кампањи. Ова не треба да ги спречува невладините организации и другите групи на интереси да дебатираат за прашања од јавен интерес за време на кампањите, без притоа да се наруши еднаквоста на условите за учесниците во изборниот натпревар.” ОДИХР и Венецијанска комисија (2020) Член 221.

¹¹ Вон финансирањето на „европските политички партии“, составени од политички партии од земјите членки на ЕУ. Види Европски парламент (2014).

¹² Европски парламент (2024). Регулативата стапи во сила во октомври 2025.

¹³ Регулативата го дефинира политичкото рекламирање како пораки објавени „...од, за или во име на политички актер...” Ibid Член 3.2.а.

¹⁴ Ibid Член 11.

¹⁵ Ibid Член 13.

¹⁶ Ibid Член 5.

¹⁷ Совет на Европа (1950).

¹⁸ Види особено предмет Боуман против Обединетото Кралство (Bowman v. United Kingdom), со дополнителни информации во пресудите за Квиесиен против Полска (Kwiesieć v. Poland) и Кита против Полска (Kita v. Poland). Европски суд за човекови права (1998), Европски суд за човекови права (2007) и Европски суд за човекови права (2008).

таква забрана. Поради таа причина, се препорачува да не се разгледува забраната за кампања на чинители кои не учествуваат во изборниот натпревар во Северна Македонија.¹⁹

Компаративни искуства

Заклучно со почетокот на 2026, утврдено е дека само четиринаесет земји ширум светот имаат воведено законски одредби за кампања на чинители кои не се кандидати во изборниот натпревар (без целосна забрана). Повеќе од половина од тие земји се во Европа, а поголемиот дел од останатите се постари демократии во Северна Америка и Океанија, и само два примери се однесуваат на земји во Африка. Северна Македонија не треба само да ја преземе регулативата од друга земја, туку може да ги искористи искуствата на другите земји кои го имаат уредено ова прашање. Во Табела 2 подолу се прикажани земјите што имаат регулатива за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите, заедно со типот на регулатива што се користи во секоја од тие земји.

Табела 2, Земји со регулатива за кампања на чинители кои не се кандидати во изборната трка

Земја	Коментар	Преглед на регулативата
Австралија	Се прави разлика меѓу „трети страни“ и „значајни трети страни“, во зависност од нивото на трошење.	Обврска за регистрација доколку се надмине одреден праг на трошење, забрана за странски донации, обврски за поднесување извештаи
Канада	Дефинирано како „лице или група што сака да учествува или влијае на изборите, освен ако е политичка партија, изборна единица, номиниран учесник или кандидат.“	Обврска за регистрација доколку се надмине утврдениот праг на трошење, забрана за странски или анонимни донации, лимит на трошењето и обврска за поднесување извештаи
Република Чешка	САМО доколку кампањата се спроведува без знаење на изборниот учесник	Обврска за регистрација, лимит на трошењето, обврска за поднесување извештаи
Германија	Одредбите беа воведени во 2024 – секое лице кое сака да постави реклама за поддршка на партија, мора однапред да ја извести партијата за тоа	Нема обврски за регистрација, лимит на трошењето или обврска за поднесување извештаи, но за секое непријавено изборно рекламирање може да се изрече парична казна до 100,000 евра.
Ирска	Дефиницијата е поврзана со примање донации за политички цели	Обврска за регистрација доколку приходите го надминуваат прагот на приходи, забрана за странски донации и лимит за анонимни донации, обврски за поднесување извештаи

¹⁹ Во својот финален извештај од набљудувањето на претседателските избори во Словачка во 2024 година, ОБСЕ/ОДИХР истакна дека „...забраната за финансирање од трети страни е истовремено претерано ограничувачка и неефикасна, што во пракса не ги запира, туку ги поттикнува активностите на третите страни надвор од регулативата. Како што беше наведено и во претходните извештаи на ОДИХР, целосната забрана за финансирање од трети страни не е во согласност со судската пракса на Европскиот суд за човекови права (ЕСЧП) и со добрата изборна пракса. Државната изборна комисија (ДИК) во минатото препорача можност за регулирани кампањи од трети страни да биде вратена во законот“ ОБСЕ/ОДИХР (2024а) страна 10.

Земја	Коментар	Преглед на регулативата
Кенија	Партијата или кандидатот што се поддржува мора да ја одобри кампањата	Обврска за регистрација, лимит на трошењето, обврска за поднесување извештаи
Летонија	За субјекти кои што не се смета дека се административно поврзани со партиите	Лимит на трошењето, обврска за поднесување извештаи
Монако	Важи за сите кои имаат „направено трошоци за изборите“	Извештај може да биде побаран од надзорен орган
Црна Гора	Одредбите се воведени во јули 2025	Лимит на трошењето, обврска за поднесување извештаи
Нов Зеланд	Терминот што се користи е „трета страна промотор“	Обврска за поднесување извештаи доколку се надмине утврдениот праг на трошење
Швајцарија	Одредбите се воведени во 2022-2023	Обврска за поднесување извештаи доколку се надмине утврдениот праг на трошење
Танзанија	Граѓански организации, организации базирани во заедницата и верски организации кои спроведуваат кампања	Обврска за поднесување извештаи
Обединето Кралство	поединци и организации кои „...спроведуваат кампања за или против политички партии или кандидати или за прашања поврзани со изборите, без тие самите да настапуваат како кандидати на изборите“	Не се бара регистрација, но дозволен е повисок лимит на трошењето, ограничувања на донациите исто како и за кандидатите, лимит на трошењето и обврска за поднесување извештаи
Соединети Американски Држави	Општиот термин е „комисии за политичко дејствување“	Правилата зависат од типот на субјект, иако постои обврска за поднесување извештаи

Од земјите вклучени во Табела 2, посебно внимание ќе посветиме на Ирска и Обединетото Кралство, бидејќи ова прашање е подетално уредено во нивните системи, и постојат подолго време.²⁰ Исто така ќе се посвети внимание и на Црна Гора, каде иако регулативата за кампања на чинители кои не се кандидираат на изборите е споредбено поограничена и неодамна воведена, во моментот се работи на подготовка на процедурите за надзор и упатствата за засегнатите страни. Правилата што се од неодамна воведени во Црна Гора може да бидат особено релевантни при формулирање на препораките за Северна Македонија.

Обединето Кралство

Кампањата на чинители кои не се кандидираат на избори е дел од изборниот пејзаж на Обединетото Кралство најмалку 75 години, особено субјектите од работничкото движење кои

²⁰ Наспроти тоа, одредбите во Германија, Монако и Швајцарија, се многу поограничени или се неодамна воведени, што значи дека се достапни само оскудни информации за нивното спроведување или влијание

воде кампања во корист на Лабуристичката партија, додека корпоративните субјекти воде кампања против таа партија (или барем против политиките за кои се залагала партијата).²¹

Кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите беше разгледана во извештајот од 1998 на официјалната Комисија за стандарди во јавниот живот (Neill Committee), каде се наведува следното:

„Секако, нема ништо погрешно доколку поединци и организации се вклучени во такви активности. Напротив, тие треба да бидат во можност да го прават тоа во едно слободно општество, дури и да бидат охрабрани да го прават тоа. Меѓутоа, во контекст на изборните кампањи, за тие активности тие треба да подлежат на истите лимити на трошење како и самите политички партии.“²²

Истото прашање потоа беше уредено и на национално ниво преку *Заколот за политички партии, избори и референдуми 2000* (PPERA).²³ Подоцна беа направени и одредени законски измени, особено во 2009 и 2014 година.

Во Обединетото Кралство, чинител кој води кампања и не се кандидира за општите избори е поединец или организација што остварува трошоци и коишто може „...разумно да се смета дека се наменети за промоција или обезбедување изборен успех на „...политичка партија или кандидат на кои било релевантни избори.“²⁴

Клучен елемент на британскиот систем е „тестот за намерата“ што го спроведува Изборната комисија за да утврди „...дали може разумно да се смета дека намерата со активноста е да се влијае на гласачите да гласаат на одреден начин“.²⁵ Тестот се спроведува за различни категории на активности, и вклучува преглед на следните клучни фактори:

1. Повикот за акција
2. Тонот
3. Контекстот и временскиот период
4. Како една разумна личност би ја доживеала таквата активност²⁶

Чинителите кои водат кампања, а не се кандидираат на изборите имаат обврска да се регистрираат кај Изборната комисија, доколку во годината пред изборите планираат да потрошат над 10,000 британски фунти (околу 11,500 евра).²⁷ Чинителите кои водат кампања, а не се кандидираат на изборите им е дозволено да потрошат максимален износ од 702,130 британски фунти (околу 800,000 евра) за кампања на национално ниво. Тоа изнесуваше по околу 0.15 евра по лице со право на глас во 2024 година.²⁸

²¹ Hodgson of Astley Abbots (2016) страна 9.

²² Цитирано во Ibid страна 10.

²³ Обединето Кралство (2000).

²⁴ Обединето Кралство (2000) Член 85.2.б.

²⁵ Изборна комисија на Обединетото Кралство (2025а).

²⁶ Изборна комисија на Обединетото Кралство (2025б).

²⁷ Овој праг беше намален во 2023 од 20,000 британски фунти за кампањата во Англија.

²⁸ Население со право на глас според International IDEA (2025). Ограничувањето за трошењето на учесници во кампања кои не се кандидати на изборите е поврзано со ограничувањето за политичките партии, а сегашното ниво беше воведено во 2023, што претставува речиси двојно зголемување на претходното ограничување. Ограничувањето исто така се применува и на трошоците за пазарно истражување со цел испитување на ставовите на јавноста.

Регистрираните учесници во кампања кои не се кандидати се должни да доставуваат финансиски извештаи за своите приходи и расходи до Изборната комисија, која ги објавува извештаите на својата веб страница.

Треба да се истакне дека за учесниците во кампања кои не се кандидати важи забраната за политичко рекламирање која е на сила во Обединетото Кралство во периодот пред избори. Примената на оваа забрана на субјекти кои не се политички партии беше разгледувана од страна на Европскиот суд на човекови права во 2013 година, и беше утврдено дека забраната не претставува повреда на правото на слобода на говор.²⁹

На последните избори на национално ниво во 2024 година, помеѓу учесниците во кампања кои не се кандидати, најголем износ на трошење беше забележан кај *Националниот синдикат за образование*, со потрошени 618,000 британски фунти (околу 710,000 евра), и најголем потрошен износ помеѓу учесниците во кампања кои не се кандидати за изборната кампања во 2019 година. Повеќето од останатите учесници во кампања кои не се кандидати на избори, а потрошиле големи износ на средства на последните избори се или синдикатите или граѓанските иницијативи со левичарска ориентација.³⁰ Иако категориите на трошоци во финансиските извештаи не овозможуваат подетална анализа, сепак главната категорија на трошоци се однесувала на онлајн рекламирањето.³¹

Во 2025 година, имаше 56 регистрирани учесници во кампањата кои не се кандидираат за изборите во Обединетото Кралство (намалено од 61 за изборите во 2019 година).³² Нивниот удел во вкупното трошење за кампањата се намалил од околу 9% за изборите во 2019 година на околу 3% за изборите во 2024 година (и со тоа трошењето во 2024 било на слично ниво како за претходните изборни циклуси).³³

Искуствата од ОК покажуваат како може да се уреди учеството во кампањата на чинители кои не се кандидати за изборите за да се зголеми транспарентноста во финансирањето на изборната кампања. Со оглед на досегашното ниско ниво на трошење на учесниците во кампања кои не се кандидати на изборите во споредба со трошењето на партиите и кандидатите, може да се дебатира дали *de facto* зголемената транспарентност преку овие регулативи го оправдува

²⁹ Европски суд за човекови права (2013). Сепак, можеби е корисно да се истакне дека ова беше одлука на девет судии против осум, при што помалиот број судии сметаа дека забраната навистина претставува такво прекршување.

³⁰ Анализирано од Power (2025). Главниот исклучок беше еден бизнисмен кој, како учесник во кампања без да биде кандидат, потрошил 484.000 британски фунти (околу 560.000 евра) на изборите во 2019 година. Иако некои од овие групи добивале приходи од широк спектар на поддржувачи, сепак постоеа клучни донатори. Пребарувањето на официјалните евиденции за донации од 2024 година покажува дека второ најголемо трошење било од граѓанската кампања со скептичен став кон Брегзит, која го добила најголемиот дел од донациите од две лица (едниот бизнисмен филантроп кој исто така финансиски ги поддржувал левоориентираните политички партии, а другиот член на одборот на истата организација).

³¹ Ibid.

³² Изборна комисија на Обединетото Кралство (2020), Power (2025).

³³ Power (2025).

зголемениот обем на работа за Изборната комисија и за останатите органи, вклучително и за самите учесници во кампањата кои не се кандидираат.³⁴

Ирска

Кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите во Ирска е уредена од 2001 година.³⁵ Во ирскиот систем, учесник во кампања кој не е кандидат се дефинира како лице или група која прифаќа донација од над 100 евра во календарската година. Откако ќе ја прифати донација, учесникот во кампањата кој не е кандидат на изборите мора да ја извести Комисијата за стандарди во јавните функции (SIPOC) кое е одговорното лице. Доколку третата страна е активна во одредени делови од земјата, постои обврска да се регистрира и кај останатите релевантни институции.³⁶

Учесниците во кампања кои не се кандидираат на избори во Ирска генерално немаат обврска да пријавуваат информации за поединечни добиени донации или направени трошоци.³⁷ На национално ниво, третите страни мора да поднесуваат годишни извештаи до Комисијата за стандарди во јавните функции (SIPOC) за да се потврди дека сите донации се уплатени на нивната посебна банкарска сметка.³⁸ Меѓутоа, за претседателските избори, трети страни мора да поднесат изјави за изборни донации и трошоци во рок од 56 дена по изборите, вклучително и детали за сите донации во износ поголем од 600 евра.³⁹ Покрај тоа, според посебниот закон за локалните избори, трети страни кои се активни на локалните избори имаат обврска да поднесат финансиски извештаи за примени донации до релевантниот округ на локално ниво.⁴⁰ Важно е да се напомене дека Комисијата за стандарди во јавните функции (SIPOC) нема обврска да ги објавува извештаите што ги имаат поднесено учесниците во кампањата кои не се кандидати за изборите.⁴¹

Постојат одредени ограничувања за донации кои може да ги примат учесниците во кампањата кои не се кандидираат на изборите, како што се забрани за донации од странство или во крипто валути, анонимни донации над 100 евра и донации во готовина во износ од над 200 евра, додека од ист донатор во текот на календарската година не смеат да примат над 2.500 евра.⁴²

За разлика од Обединетото Кралство, на третите страни (како и на кандидатите) во Ирска им е дозволено да закупат рекламен простор, под услов „...на огласувачот да му поднесат потврда за овластување од Комисијата за стандарди, со што се потврдува дека ги исполнуваат законските обврски“.⁴³

Постои одредена загриженост дека регулативата во Ирска за учесниците во кампањата кои не се кандидираат на изборите може да има негативно влијание врз слободата на говорот. Тоа

³⁴ Ова може да се спореди со ситуацијата во САД, каде што на изборите во 2024 година, трошоците на учесниците во кампањите кои не се кандидати ги надминаа износите потрошени од самите кандидати во над 10% од изборната трка за Конгресот. Ohman (2026 во подготовка).

³⁵ Ohman (2020) страна 29.

³⁶ Види на пример, Совет на округот Роскомон (без дата).

³⁷ Комисија за стандарди во јавните функции (2024a) страна 8.

³⁸ Ibid страна 9.

³⁹ Комисија за стандарди во јавните функции (2025a) страна 15, 24.

⁴⁰ Види на пример, Совет на округот Роскомон (без дата).

⁴¹ Комисија за стандарди во јавните функции (2026).

⁴² Комисија за стандарди во јавните функции (2024a) страна 10-12, Комисија за стандарди во јавните функции (2025a) страна 41.

⁴³ Комисија за стандарди во јавните функции (2024b) страна 22.

особено се однесува на регулативата за кампања за „политички цели“, која според поддржувачите е неопходна за да се уреди вклученоста на учесници во кампањата кои не се кандидати за изборите, коешто од страна на Ирскиот совет за граѓански слободи се опишува на следниот начин;

“...со законските одредби се забранува на која било група на граѓани да обезбеди значен износ на средства за да се застапува за одредена политика или да ги критикува активностите на владата или на кој било државен орган или носител на функција.

Неколку граѓански организации веќе ги почувствуваа ефектите од строгото толкување на законот од страна на Комисијата за стандарди во јавните функции (SIPOC). Во меѓувреме, бидејќи законот важи само за *донации*, на компаниите и поединците кои можат да си допуштат да платат за застапување и не треба да собираат средства, им е дозволено да се вклучат во политичкиот систем онолку колку што сакаат.”⁴⁴

Ирската комисија за човекови права и еднаквост во извештајот од 2019 година аргументираше дека е неопходно да се ревидира Изборниот закон за да појасно се утврди

„...каква е поврзаноста помеѓу ограничувањата за активности на „трети страни“ и активноста за „политички цели“ со изборните прашања – односно, изборите и референдумите – а не со пошироката активност на граѓанскиот сектор чија цел е да се влијае на политичките одлуки и креирањето политики;”⁴⁵

Предлог законот поднесен од пратеник, насловен „Предлог закон за измена на Изборниот закон (Слобода на граѓанскиот сектор)“ беше доставен до ирскиот парламент во 2019, со кој би се измениле одредбите поврзани со „политички цели“.⁴⁶ Сепак, за овој предлог-закон сè уште не е гласано.

Во 2024, биле регистрирани 27 учесници во кампањата кои не се кандидирале на изборите во Ирска.⁴⁷ Во еден натпис објавен истата година било наведено дека третите страни досега не биле значително вклучени во изборните кампањи во Ирска, забележувајќи дека доколку тоа се промени во иднина, „...моменталната загриженост околу трошоците за плакати и богатите британски пензионери може да изгледа наивно“.⁴⁸ Притоа се очекувало дека надлежноста за надзор врз учесниците во кампањата кои не се кандидати во Ирска да се префрли на новоформираната независна Изборна комисија.

Искуствата од Ирска покажуваат дека постојат интересни можности да се уредат кампањите на учесниците кои не се кандидати на изборите, но, со потенцијални правни празнини. Одредбите поврзани со „политички цели“ се чини дека предизвикаа голема загриженост кај граѓанскиот сектор во земјата и би можеле да имаат обесхрабрувачки ефект врз гласот на граѓанскиот сектор. Во исто време, недостигот на одредби за објавување на финансиските извештаи на учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите значи дека не е зголемена транспарентноста во однос на финансирањето на изборните кампањи во земјата.

⁴⁴ Ирски совет за граѓански слободи (без дата).

⁴⁵ Ирска комисија за човекови права и еднаквост (2019) страна 8.

⁴⁶ Ирска (2019).

⁴⁷ Комисија за стандарди во јавните функции (2025b).

⁴⁸ RTE (2024).

Црна Гора

До 2025 година, ниедна земја на Западен Балкан немаше усвоено законски одредби за кампањите на чинителите кои не се кандидати на изборите. Сепак, со измените од јули 2025 на *Законот за финансирање на политичките субјекти и изборните кампањи* беа уредени и кампањите на чинителите кои не се кандидати.⁴⁹ Иако овие одредби сè уште не се применети на ниту еден изборен циклус, анализата на овие одредби е особено релевантна за законодавците во Северна Македонија поради сличностите помеѓу Црна Гора и Северна Македонија.

Кампањата на учесник кој не е кандидат на изборите, во новите одредби се дефинира како:

„платена активност, со вредност од над 1,000 евра, која се спроведува во текот на изборната кампања од страна на трето лице, кое не е законски поврзано со политички субјект, и има за цел позитивно или негативно да влијае на изборната кампања на еден или повеќе политички субјекти.“⁵⁰

На државните институции не им е дозволено да водат кампања како чинители кои не се кандидати на изборите, и забраната важи и за странски чинители на територијата на Црна Гора. Инаку, законот не дефинира кој може да води кампања а да не е кандидат на изборите, што веројатно значи дека тоа може да го прават физички лица, правни лица или неформални групи (или некаква комбинација помеѓу нив).

Не постои експлицитно предвидена обврска за регистрација на учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите, иако тие се должни да отворат посебна банкарска сметка пред да направат какви било трошоци за кампањата, и да достават информации до Агенцијата за спречување корупција во врска со посебната банкарска сметка.

Понатаму, учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите имаат обврска да поднесат привремен финансиски извештај пет дена пред изборите, и финален извештај во рок од 30 дена по завршување на изборите. Агенцијата за спречување корупција е задолжена да ги објави тие извештаи на својата веб страница.

За учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите има поставен лимит во трошењето за изборната кампања во износ до 10,000 евра. Тоа изнесува по 0.02 евра по лице со право на глас заклучно со 2023 година. Според формулацијата на законските одредби, тоа е и максималниот износ кој е дозволен за трошење во изборната кампања и од страна на кандидатите на изборите, иако истиот закон во другите одредби ѝ дава мандат на Комисијата за спречување корупција да го утврди лимитот на трошењето за политичките субјекти за секој изборен циклус.⁵¹

Во однос на износот на донациите, на учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите не им е дозволено да примаат донации чиј вкупен износ го надминува лимитот за трошење (што исто така значи дека тоа *de facto* станува лимит за донации од поединечен донатор). Учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите и кои имаат примено донации над овој износ, се должни да го одбијат или вратат вишокот на средства, и соодветно да ја информираат Агенцијата за спречување корупција.

⁴⁹ Целосниот текст на релевантните членови е вклучен во Анексот.

⁵⁰ Црна Гора (2025) Член 49, став 2.

⁵¹ Црна Гора (2025) Член 18, став 3.

Постојат одредени недоречености во законските одредби, особено ако се земе предвид дека откако беа усвоени одредбите, досега не се одржани избори (парламентарните избори се закажани за 2027). На пример, според законот, на учесниците во кампањата кои не се кандидати за изборите им е дозволено да примаат донации, но не се повторуваат ограничувањата за изворите на донации коишто важат за политичките субјекти.⁵² Агенцијата за спречување корупција ги разгледува можностите дали оваа ситуација ќе може да се разјасни преку формална одлука на Агенцијата, за да се избегнат правни празнини преку кои донаторите на кои не им е дозволено да даваат средства на политичките субјекти, би можело наместо тоа да ги даваат на учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите, а кои го поддржуваат истиот политички субјект.

Дополнително, законот предвидува дека „изразувањето ставови за прашања од јавен интерес од страна на невладини организации, верски организации, медиуми или поединци нема да се смета за кампања на трети страни.“⁵³ Не е сосема јасно како треба да се толкува оваа законска одредба, и малку е веројатно дека тоа ќе се разјасни сè додека не се започне со примената на идните избори.

Агенцијата за спречување корупција развива внатрешни процедури за примената на новите законски одредби, при што се идентификуваат областите кои веројатно ќе создадат предизвици. Покрај тоа, во подготовка се и материјали со насоки кои би им помогнале на учесниците во кампањата кои не се кандидираат на избори. Посебно внимание се посветува на изработката на овие материјали со насоки бидејќи за разлика од политичките партии и кандидатите, во оваа целна група најверојатно ќе бидат лица кои имаат малку или никакво искуство од учество во изборите, водењето сметководствена евиденција или поднесувањето финансиски извештаи.

Имајќи предвид дека во Црна Гора не се спроведени избори откако се вовеле регулативата за кампања на чинители кои не се кандидираат на избори, не може да се знае во колкава мера ќе бидат застапени таквите кампањи. Сепак, една излечена поука од овој процес е дека е особено важно за парламентите да дадат јасни насоки на надзорните органи во однос на намерите што се сака да се постигнат со регулативата и начинот на кој парламентот би определил да се спроведуваат тие правила.

Аспекти за размислување во врска со уредувањето на кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите

Во продолжение се разработуваат прашањата кои законодавците на Северна Македонија ќе треба да ги земат предвид при уредувањето на кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите.

Избегнување на ограничувања на слободата на говорот и учеството на граѓанскиот сектор

Еден од најголемите предизвици е како да се уреди кампањата на чинители кои не се кандидираат на избори, а притоа слободата на говорот и вклученоста на граѓаните во изборните кампањи да не бидат несоодветно ограничени. Како што беше споменато во претходната дискусија околу стандардите, сосема е разумно да се бара да се обезбеди транспарентност во

⁵² Види, Црна Гора (2025) Член 5.

⁵³ Црна Гора (2025) Член 49, став 9.

кампањата на чинителите кои не се кандидати на изборите, како и да се применат истите ограничувања што важат и за кандидатите на изборите. Сепак, не е прифатливо да се постави забрана или значително да се ограничат активностите за учество во изборната кампања на чинители кои не се кандидати на изборите. Тоа важи без оглед дали кампањата на чинителите кои не се кандидати ги користи изборите како начин за подигнување на свеста околу прашања кои се сметаат за важни, или за директно застапување кај гласачите за да поддржат или да не поддржат одредена политичка партија или кандидат.

Тоа значи дека регулативата за кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите не смее да биде прекумерно *рестриктивна*, како што беше утврдено во пресудата на Европскиот суд за човекови права за предметот Боуман против Обединетото Кралство (Bowman v. United Kingdom)⁵⁴ каде лимитот на трошење бил поставен на само 5 фунти (или околу 6 евра). Дополнително, тоа исто така значи дека регулативата во оваа област мора да биде пред сè *недвосмислена*, бидејќи секоја забуна може лесно да создаде ефект на обесхрабрување на политичката дебата.

Ова прашање беше претходно разгледано во контекст на регулативата во Ирска. Уште една интересна илустрација за тоа доаѓа од Канада, каде водењето кампања, на пример преку закупување рекламен простор за „...прашање [кое] е јасно поврзано со одредена партија или кандидат“ е опфатено со правилата за учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите, доколку кампањата се води за време на изборен период.⁵⁵ Ваквиот пристап е сосема разбирлив од гледна точка на премостување на правните празнини каде што учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите, експлицитно не го повикуваат гласачкото тело да гласа за одредена политичка партија или кандидат, туку наместо тоа се истакнуваат прашања на кои се фокусираат токму тие кандидати. Сепак, постојат аргументи дека овие одредби создаваат забуна кај граѓанскиот сектор во Канада. Во еден случај, поранешен комесар за животна средина во Онтарио истакнал дека предупредувањето издадено од страна на Изборната комисија на Канада (Elections Canada) дека рекламите на еколошките групи за климатските промени може да се сметаат за изборна кампања „... создавало забуна и ги замолчувало еколошките групи“.⁵⁶

Собранието на Северна Македонија мора да ги разгледа потенцијалните ризици дека воведувањето регулатива за кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите може да има ефект на обесхрабрување на граѓанскиот сектор да се вклучи околу изборите.

Координација помеѓу чинителите во кампањата кои не се кандидати и кандидатите на изборите

Друго важно прашање што треба да се разгледа во врска со учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите е дали нивната кампања се спроведува во координација со кампањата на кандидатите на изборите. Тоа е централно прашање во однос на напорите да се користи кампањата на чинителите кои не се кандидати за да се заобиколи регулативата за финансирање на политичките партии и изборните кампањи.⁵⁷ Таму каде што фокусот е ставен на ова прашање,

⁵⁴ Европски суд за човекови права (1998)

⁵⁵ Изборна комисија на Канада (Elections Canada) (2024).

⁵⁶ CBC News (2019). Изборната комисија на Канада (Elections Canada) го прифати ова прашање во своите дискусии во врска со регулативата за финансирање на политичките партии во земјата. Elections Canada (2020).

⁵⁷ За да се избегне забуна; ова е посебно од прашањето за активностите помеѓу институции кои се административно поврзани, како што се политичките партии и нивните младински организации и тинк тенкови.

регулативите се соодветно прилагодени. На пример, ова прашање од поодамна има централно место во регулативата на САД, и од Табела 2 погоре може да се види дека и во Германија, учесниците во кампањата кои не се кандидати мора да ѝ дадат право на партијата што ја поддржуваат да го одбие секое рекламирање кое тие сакаат да го пласираат, додека во Кенија, кампањата спроведена од чинители кои не се кандидати на изборите мора да биде одобрена од партијата или кандидатот кои се промовираат. Во законодавството на Чешка има обратна ситуација, каде кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите конкретно се дефинира како активности што се спроведуваат без знаење на кандидатите, а во случај кога кандидатот е запознаен со активностите, постои обврска да се вклучат финансиските трансакции во финансискиот извештај на кандидатот. Иако на одреден начин правилата во Германија и Чешка се спротивни, сепак правилата и во двете земји ставаат силен акцент на соработката помеѓу кандидатите и учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите.

Сепак, во други земји се користат дефиниции за кампањи на чинители кои не се кандидати на изборите во кои целосно се занемарува прашањето на координација со кандидатите. Канада, Ирска и Монако се наведени како такви примери во Табела 2. Новите законски одредби во Црна Гора не се осврнуваат директно на прашањето на координација помеѓу политичките субјекти и учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите. Новите одредби предвидуваат забрана за учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите да склучуваат „... договор во свое име и за сметка на политички субјект, со кој би ги сноселе трошоците или дел од трошоците за изборната кампања на тој политички субјект“, но не е јасно за случаите во кои треба да се утврди дека учесникот во кампањата кој не е кандидат на изборите ги „сноси трошоците“ на политичкиот субјект.⁵⁸

Кога координацијата помеѓу кандидатите и учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите не е земена предвид во пристапот за подготовка на регулативата, се создава ризик да се превидат обидите да се заобиколи регулативата за кандидатите, што би можело да се смета за потенцијално штетно од гледна точка дека секоја некоординирана кампања на учесници во кампањата кои не се кандидати треба да се смета за слобода на говор.

Меѓутоа, постојат и други, потенцијално сè позначајни аспекти на кампањата на чинителите кои не се кандидати на изборите, дури и кога не настапуваат во координација со кандидатите. Едно клучно прашање се однесува на странското финансиско мешање во изборните кампањи, коешто не мора да биде координирано со ниту еден конкретен кандидат за да биде ефикасно. Во напорите за поткопување на јавната доверба во изборните процеси не е потребна координација со кандидатите, ниту пак кампањи со кои се намалува поддршката за оние кои се смета дека се етаблирани политички чинители или за политичките партии или кандидати кои не ги делат ставовите со странските интереси. Подеднакво, и богатите слоеви во општеството може, за свој личен интерес, да сакаат да влијаат на гласачите без да ги координираат своите активности со ниту еден кандидат.

Собранието на Северна Македонија треба внимателно да разгледа како да се опфати координацијата помеѓу учесниците во кампањата кои не се кандидати и самите кандидати во законските одредби поврзани со ова прашање, за да се избегнат правни празнини и

⁵⁸ Црна Гора (2025) Член 49.5.

истовремено да се надминат потенцијалните предизвици од некоординираните кампањи на чинителите кои не се кандидати на изборите.

Кампањи надвор од земјата што може да влијаат на гласањето во земјата

Активностите за кампања станува сè полесно да се спроведуваат надвор од земјата во која ќе се одржат изборите, и сепак да се влијае на гласачите во таа земја. Примери за тоа се наменско емитување на сателитските телевизиски канали и онлајн рекламирање што е намерно и објавено надвор од земјата, и коешто сепак е достапно за гласачите во земјата.

Игнорирањето на таквите активности во кампањата создава ризик да се поткопа ефикасноста на регулативата за кампањи од страна на чинители кои не се кандидираат на изборите. Меѓутоа, голем предизвик е тоа што државните надзорни органи во секоја земја ќе се соочат со тешкотии во однос на ефикасното спроведување на регулативата за активности што се спроведуваат во други земји. За илустрација, новата регулатива што се вовеле во Црна Гора предвидува забрана за странски чинители да спроведуваат кампања на трети страни, но, само доколку тоа се спроведува „на територијата на Црна Гора”.⁵⁹

Собранието на Северна Македонија треба да разгледа дали постојат можности за државните институции ефикасно да се справат со кампања што се спроведува во други странски земји од страна на чинители кои не се кандидати на изборите, а коешто може да влијае на гласачите во Северна Македонија. И покрај законските одредби, веројатно е и дека соработката помеѓу Црна Гора и останатите земји ќе се покаже како ефикасна во спротивставувањето на напорите за кампањи што се спроведуваат во странство.

Препораки за Северна Македонија

Овој извештај не подразбира дека се налага да се вовеле регулатива за кампањата на чинители кои не се кандидираат на изборите во Северна Македонија. Сепак, согласно на Резолуцијата 11/7 на Конвенцијата на ОН против корупција и Упатствата на ОБСЕ и Венецијанската комисија за регулирање на политичките партии, Собранието на Северна Македонија се поттикнува да *разгледа* дали би било корисно да се вовеле регулатива за кампања на чинители кои не се кандидати во изборите, во насока на зголемување на интегритетот и транспарентноста на финансирањето во македонската политика. Ваквиот чекор би бил во согласност со препораките од претходните извештаи на набљудувачките мисии на ОБСЕ/ОДИХР.⁶⁰ Дискусијата за уредување на кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите мора да се поврзе со поширокиот контекст на правните и институционалните реформи во политичкото финансирање, за да се обезбеди сеопфатен пристап кон постигнувањето транспарентност и надзор.

Препораки за Собранието на Северна Македонија

- Да се оценат искуствата со кампањите на чинители кои не се кандидати на претходните избори во земјата, и ставовите на вклучените засегнати страни во однос на веројатноста

⁵⁹ Црна Гора (2025) Член 49.4.

⁶⁰ Уште во 2021 година, ОБСЕ/ОДИХР препорача дека „правната рамка за финансирање на кампањите треба да се ревидира за да се пополнат постојните празнини, вклучително и... финансирањето од трети страни“. ОБСЕ/ОДИХР (2022) страница 19. Оваа препорака беше повторена во извештаите на мисиите за набљудување на избори на ОБСЕ/ОДИХР во 2024 и 2025 година. ОБСЕ/ОДИХР (2024b) страна 18f, ОБСЕ/ОДИХР (2025) страна 14.

за значајна вклученост на чинители кои не се кандидати во идните изборни кампањи во земјата.

- Врз основа на направената оценка, да се размисли за уредување на учеството на чинители кои не се кандидати во изборните кампањи, во согласност со постоечките стандарди на организациите, како што се ОБСЕ/ОДИХР, Европската Унија и Обединетите Нации.
- Законските одредби кои особено треба да се земат предвид се однесуваат на следното:
 - *Јасна дефиниција што претставува кампања на чинители кои не се кандидати на изборите.* Дефиницијата треба да биде доволно сеопфатна за да се избегне користењето на тој тип кампањи за да се заобиколи регулативата за политичките партии и кандидатите и за да се надминат ризиците како што е странско финансиско мешање. Сепак, при дефинирањето на кампањите од страна на чинители кои не се кандидати на изборите, Собранието треба да го земе предвид и ризикот од регулатива што негативно влијае врз слободата на говорот и на активностите на граѓанскиот сектор.
 - *Обврска за регистрација на учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите.* Не сите земји каде се уредени кампањите на чинители кои не се кандидираат на изборите имаат предвидено обврска за регистрација кај надлежните институции доколку планираат или спроведуваат таква кампања. Сепак, доколку институцијата надлежна за надзор не е во можност да креира и одржува регистар на оние кои спроведуваат кампања, институцијата ќе се соочи со предизвик во спроведувањето ефикасен надзор. За да се помогне во примената на обврските за регистрација, од клучна важност е да се обезбеди јасна дефиниција што претставува кампања од страна на чинители кои не се кандидираат на изборите. Исто така, разумно е да се постави и праг за тоа кој има обврска да се регистрира, со цел да се избегне прекумерно ограничување на правото на граѓаните да потрошат мали износи на средства за да го изразат својот став.
 - *Јасна регулатива за политичкото рекламирање од страна на учесниците во кампањата кои не се кандидираат на изборите.* Северна Македонија се наоѓа во невообичаена ситуација, бидејќи медиумската кампања на кандидатите се финансира исклучиво со средства од државата. Овој факт мора да се земе предвид при подготовката на регулатива за рекламирањето (особено онлајн рекламирањето) од страна на учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите. Доколку се создаде паралелен систем за државно спонзорирано рекламирање од страна на регистрирани учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите, тоа би значело усогласување со системот за кандидатите на изборите, а администрирањето да доведе до преголема оптовареност на надлежните институции. Забраната за политичко рекламирање од учесници во кампањата кои не се кандидати на изборите, би се сметало за прекумерно

ограничување на слободата на говорот, со оглед дека таква забрана не постои за кандидатите на изборите.

- *Обврска да се означи изворот на финансирање на секоја политичка реклама.* Таквата одредба би значела усогласување со Регулативата на ЕУ за политичко рекламирање од 2024, и би им помогнала на македонските гласачи да знаат кој прави обид да влијае на нивните ставови преку политичкото рекламирање.⁶¹
 - *Лимити на донациите и трошењето.* Иако не се смета дека е особено неопходно да се стават лимити на донациите или трошењето за учесниците во кампањата кои не се кандидати на изборите, со оглед на тоа дека во Северна Македонија во примена се лимити и за износите што донаторите смеат да им ги дадат на политичките партии и кандидатите и за износите што политичките партии и кандидатите смеат да ги трошат, треба сериозно да се разгледа и примената на истите лимити и за останатите кои се вклучени во активности од кампањата. Доколку тоа не биде направено, се создава ризик од правни празнини за прекумерни донации и трошење, а постоечките лимити би ја изгубиле својата важност.
 - *Финансиски извештаи.* Транспарентноста е од клучна важност за довербата на јавноста во демократскиот систем, а тоа се однесува и на информациите за тоа кој ги финансира напорите за да се врши влијание врз ставовите на гласачкото тело. Овој принцип е веќе добро воспоставен во македонското законодавство преку обврската на политичките партии и кандидатите да поднесуваат финансиски извештаи. Проширувањето на овие одредби за да се опфати и кампањата од чинители кои не се кандидати на изборите во однос на трансакции кои надминуваат одредена вредност, би ја зголемило транспарентноста во политичкото финансирање во земјата.
- Во сите дискусии за уредување на кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите (и не само за дефинирање на кампањите на чинители кои не се кандидати), мора да се земе предвид и потенцијалниот ризик дека таквите правила може да имаат ефект на обесхрабрување врз слободата на говорот и учеството на граѓанскиот сектор. Чинителите од граѓанскиот сектор, односно, граѓанските организации и медиумите треба да бидат особено вклучени во сите дискусии на оваа тема.
 - Собранието на Северна Македонија треба внимателно да ја разгледа и улогата на координирањето помеѓу кандидатите и носителите на кампања кои не се кандидираат на изборите. Доколку се утврди дека еден од главните предизвици поврзан со овој тип на кампањи за изборите во земјата се токму политичките партии кои бараат начини како да ја заобиколат постоечката регулатива за финансирање на политичките партии и

⁶¹ Проширената примена на регулативите за зголемување на транспарентноста околу политичкото рекламирање би се однесувало на создавањето регистар за (особено онлајн) политичко рекламирање. Собраните информации би можело да се префрлаат во регистарот за политичко рекламирање кој ќе го воспостави Европската комисија во земјите-членки на ЕУ, откако Северна Македонија ќе се приклучи на Европската Унија.

кампањите, тоа е индикација дека постои потреба од построга регулатива во врска со таквото координирање. Доколку пак преовладува загриженост околу странско финансиско мешање или влијанија на моќни финансиски интереси надвор од политичкиот сектор, тогаш фокусот на таквото координирање може да биде помалку релевантен.

- Голем дел од кампањата што ја спроведуваат чинители кои не се кандидати на изборите може да се одвива надвор од Северна Македонија, а сепак да влијае на ставовите на македонските гласачи (при што онлајн кампањата е еден од најверојатните канали за такво влијание). Ефикасното спроведување на регулативата за таквите активности може да претставува голем предизвик, и затоа треба да се размисли за ефикасни начини на кои може да се реши ова прашање.
- Во сите свои дискусии, Собранието на Северна Македонија треба внимателно да разгледа како ефикасно ќе може да се спроведат одредбите од новата регулатива за кампањи на чинители кои не се кандидати на изборите. Мора да се утврди јасен план за следење на почитувањето на регулативата, како и за истрага и соодветно санкционирање на потенцијалните прекршувања.
- Како дел од заложбите да се поддржи ефикасната имплементација, Собранието на Северна Македонија ќе треба јасно да определи која институција или институции ќе бидат задолжени да вршат надзор врз почитувањето на регулативата од страна на учесниците во кампањата кои не се кандидираат на изборите. Улогите и надлежностите за надзор мора да бидат јасно дефинирани, како и да се обезбедат доволно дополнителни ресурси за да им се овозможи на назначените институции ефикасно да ги извршуваат дополнителните надлежности. Исто така, мора да се земат предвид и други релевантни аспекти на надлежностите што им се доделени на разни институции, како што е од неодамна доделената надлежност на Агенцијата за медиуми за следење на активностите на инфлуенсерите на социјалните мрежи. Со оглед на сличностите во следењето на финансирањето на кампањите и на кандидатите и на учесниците во кампањите кои не се кандидираат на изборите, постојните надлежности и искуства во следењето на финансирањето на кампањите на кандидатите се особено релевантни за институциите кои ќе ја преземат улогата да го следат и финансирањето на учесниците во кампањите кои не се кандидираат на изборите.

Препораки за надзорните институции

- Пред да се спроведат потенцијални правни реформи за кампањите на чинители кои не се кандидираат на изборите, надзорните институции (на пример, Државната комисија за спречување корупција, Државниот завод за ревизија и Државната изборна комисија) треба да го разгледаат ова прашање во нивните напори да ги оценат и претходните и претстојните изборни процеси. Тоа подразбира и соработка со набљудувачите на изборите, учесниците во изборите, како и медиумите и академската заедница. Таквите активности ќе помогнат за поголема подготвеност на надзорните институции да обезбедат релевантни препораки на Собранието во врска со правните реформи.

- Исто така, на институциите им се препорачува да разгледаат која би била најсоодветната структура за надзор на кампањите што се спроведуваат од чинители кои не се кандидати на изборите во Северна Македонија. Односно, дали би било најсоодветно целата надлежност за вршење надзор да се додели на една институција или да се подели на неколку институции. Доколку надлежноста биде доделена само на една институција, соработката со другите органи ќе биде неопходна за да се обезбеди ефикасно спроведување, при што ќе треба да се разгледаат и модалитетите на таквата соработка.
- Државните институции во Северна Македонија веќе имаат развиено упатства за политичките партии и кандидатите во однос на нивните законски обврски поврзани со политичкото финансирање. Сепак, мора да се признае дека кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите опфаќа една сосема поинаква целна група, во која спаѓаат поединци или субјекти кои немаат претходни искуства од учество во кампања, или искуства во исполнувањето на обврската за поднесување извештаи или слични одредби. Во таа насока, државните институции треба внимателно да размислат какви упатства ќе бидат потребни за чинителите кои водат кампања а не се кандидати на изборите, а од особена важност ќе бидат и начините на кои ќе им се пренесуваат клучните пораки.

Препораки за политичките партии

- Политичките партии во Северна Македонија мора да прифатат дека интегритетот во финансирањето на политичките партии е важен за довербата на граѓаните во демократскиот систем и политичките партии. Тоа може да наложи потреба да се воведат и регулатива за кампањата што ја водат чинители кои не се кандидираат на изборите. Во таа насока, политичките партии треба да се залагаат во Собранието на Северна Македонија сериозно да се пристапи кон разгледување на законските амандмани во врска со кампањата на чинители кои не се кандидати на изборите.
- На политичките партии во Северна Македонија им се препорачува проактивно да се зафатат со разгледување на интегритетот и транспарентноста во финансирањето на политичките партии, вклучително и во однос на кампањите што се спроведуваат од чинители кои не се кандидираат на избори. Тоа подразбира да се обезбеди транспарентност во финансирањето на субјекти кои спроведуваат кампања во име на политичка партија, но не се формално поврзани со политичката партија. Практичен пример за тоа е кога би се поставувале јасни ознаки на политичките реклами од тие субјекти на кои ќе се наведе изворот на финансирање, дури и кога законските обврски за такво означување сè уште не се воведени во Северна Македонија.

Користена литература

CBC News (2019) *Elections Canada 'wrong' to say climate change ads could be partisan, expert says.*

Достапно на: <https://www.cbc.ca/news/canada/toronto/diane-saxe-elections-canada-warning-climate-change-advertising-partisan-activity-1.5253116>. Последен пат пристапено на 14 јануари 2026.

Совет на Европа (1950) *Конвенција за заштита на човековите права и основните слободи* [позната како *Европска конвенција за човекови права*]. Достапно на:

<https://www.echr.coe.int/european-convention-on-human-rights>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

Совет на Европа (2003) Препорака Rec(2003)4 на Комитетот на министри за земјите членки во врска со заедничките правила против корупција во финансирањето на политичките партии и изборните кампањи. Достапно на: <https://rm.coe.int/16806cc1f1>. Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

Изборна комисија на Канада (Elections Canada)(2020) *Предизвици поврзани со одредбите за политичка комуникација – Документ за дискусија 1: Уредување на политичката комуникација според Актот на Изборната комисија на Канада.* Достапно на:

<https://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=cons/dis/compol/dis1&document=p4&lang=e>. Последен пат пристапено на 14 јануари 2026.

Изборна комисија на Канада (Elections Canada) (2024) *1. Референтни табели и временски периоди, –Прирачник за политичко финансирање на трети страни, Финансиски агенти и ревизори – ноември 2024 – Што е трета страна.* Достапно на:

<https://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=gui/app/ec20227&document=p1&lang=e#a2>. Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

Европски суд за човекови права (1998) *Пресуда, Предметот на Бауман против Обединетото Кралство (Bowman v. the United Kingdom).* Предмет 141/1996/760/961, Достапно на:

<http://hudoc.echr.coe.int/app/conversion/pdf/?library=ECHR&id=001-58134&filename=001-58134.pdf&TID=thkbhnlzk>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

Европски суд за човекови права (2007) *Пресуда, Предметот на Квиециен против Полска (Kwiesień v. Poland).* Број на поднесен предмет 51744/99. Достапно на:

<https://hudoc.echr.coe.int/eng#%22itemid%22:%22001-78876%22>}. Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

Европски суд за човекови права (2008) *Пресуда, Предметот на Кита против Полска (Kita v. Poland).* Број на поднесен предмет 57659/00, Достапно на:

<https://hudoc.echr.coe.int/eng#%22itemid%22:%22001-87424%22>}. Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

Европски суд за човекови права (2013) *Пресуда, Предметот на Анимал дефендерс*

Интернационал против Обединетото Кралство (Animal Defenders International v. the United Kingdom). Број на поднесен предмет 48876/08. Достапно на:

<https://hudoc.echr.coe.int/fre#%7B%22itemid%22:%5B%22001-119244%22%5D%7D>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Европски парламент (2014) *Регулатива (ЕУ, Еуратом) Бр: 1141/2014 на Европскиот парламент и на Советот од 22 октомври 2014 за статусот и финансирањето на европските политички партии и европските политички фондации*. Достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014R1141-20180504>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

Европски парламент (2014) *Регулатива (ЕУ) 2024/900 на Европскиот парламент и на Советот од 13 март 2024 за транспарентноста и насоченоста на политичкото рекламирање*. Достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj/eng>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

ГРЕКО (2026) *Трет круг на евалуација / Troisième cycle d'évaluation*. Достапно на: <https://www.coe.int/en/web/greco/evaluations/round-3>. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

Hodgson of Astley Abbotts (2016) *Изборна кампања од трети страни, Постигнување правилен баланс, Преглед на функционирањето на правилата за кампањата спроведувана од трети страни на општите избори во 2015*. Достапно на: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a800f28e5274a2e8ab4df08/2904969_Cm_9205_Accessible_v0.4.pdf. Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

International IDEA (2025) База на податоци за излезноста на гласачите. Достапно на: <https://www.idea.int/data-tools/data/voter-turnout-database>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Ирска (2019) *Предлог закон за измена на Изборниот закон (Слобода на граѓанскиот сектор)“ 2019* [досега не е усвоен]. Достапно на: <https://www.oireachtas.ie/en/bills/bill/2019/35/>. Последен пат пристапено на 14 јануари 2026.

Ирски совет на граѓански слободи (без дата) *Изборен закон: предмет на реформи*. Достапно на: <https://www.iccl.ie/reform-electoral-act/detailed/>. Последен пат пристапено на 14 јануари 2026.

Ирска комисија за човекови права и еднаквост (2019) *Изјава за политиките во врска со изборните закони и просторот за граѓанското општество во Ирска*. Достапно на: https://www.ihrec.ie/downloads/Policy-Statement-on-the-Electoral-Acts-and-Civil-Society-Space-in-Ireland_2025-05-12-124116_ljvm.pdf. Последен пат пристапено на 22 јануари 2026.

Црна Гора (2025) *Закон за финансирање на политичките субјекти и изборните кампањи, Измени од август 2025*. Достапно на: [https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/natlex2/files/download/118481/MNE-118481%20\(EN\).pdf](https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/natlex2/files/download/118481/MNE-118481%20(EN).pdf). Последен пат пристапено на 7 јануари 2026.

ОБСЕ/ОДИХР (2022) *Локални избори во Република Северна Македонија, 17 и 31 октомври 2021, Финален извештај на набљудувачката мисија на ОБСЕ/ОДИХР за изборите*. Достапно

на: <https://odihr.osce.org/sites/default/files/f/documents/9/3/514666.pdf>. Последен пат пристапено на 22 јануари 2026.

ОБСЕ/ОДИХР (2024а) *Претседателски избори во Република Словачка, 23 март и 6 април 2024, Финален извештај на експертскиот тим на ОДИХР за изборите*. Достапно на: https://odihr.osce.org/sites/default/files/f/documents/d/7/581197_0.pdf. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

ОБСЕ/ОДИХР (2024b) *Република Северна Македонија, претседателски и парламентарни избори, 24 април и 8 мај 2024, Финален извештај на набљудувачката мисија на ОДИХР за изборите*. Достапно на: <https://odihr.osce.org/sites/default/files/f/documents/5/e/576648.pdf>. Последен пат пристапено на 22 јануари 2026.

ОБСЕ/ОДИХР (2025) *Меѓународна набљудувачка мисија за Република Северна Македонија, локални избори, 19 октомври 2025, Изјава за прелиминарни наоди и заклучоци*. Достапно на: <https://odihr.osce.org/sites/default/files/f/documents/d/0/599568.pdf>. Последен пат пристапено на 22 јануари 2026.

ОДИХР и Венецијанска комисија (2010) *Упатства за регулирање на политичките партии, прво издание*. Достапно на: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2010\)024-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2010)024-e). Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

ОДИХР и Венецијанска комисија (2020) *Упатства за регулирање на политичките партии, второ издание*. Достапно на: <https://odihr.osce.org/odihr/538473>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

Ohman, Magnus (2020) *Белешка за регулирањето на трети страни во регионот на ОБСЕ*. Достапно на: <https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/d/b/452731.pdf>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Ohman, Magnus (2026, во подготовка) *Белешка за регулирањето на трети страни во регионот на ОБСЕ, второ издание*. ОДИХР, во подготовка.

Power, Sam (2025) „Трошоци на непартиски учесници на општите избори во 2024 година. Библиотека на Долниот дом. Достапно на: <https://commonslibrary.parliament.uk/non-party-spending-in-the-2024-general-election>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Совет на округот Роскомон (без дата) *Пријавување на политички донации од страна на трети страни*. Достапно на: https://www.roscommoncoco.ie/en/about_us/local_representatives/local-representatives/reporting-of-political-donations-by-third-parties/. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

RTE (2024) *Колку пари ќе потрошат политичарите и партиите на изборите во 2024?* Достапно на: <https://www.rte.ie/brainstorm/2024/1109/1478165-general-election-2024-ireland-political-finance-funding-spending/>. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

Комисија за стандарди во јавните функции (2024а) *Упатства за трети страни*. Достапно на: <https://assets.sipo.ie/media/283057/e55bdb01-f305-4fbf-8586-b15de7abb4b8.pdf>. Последен пат пристапено на 8 Јануари 2026. Последен пат пристапено на 14 јануари 2026.

Комисија за стандарди во јавните функции (2024b) *Упатства за изборите за Европскиот парламент од 7 јуни 2024 година [Кандидати и изборни застапници]*. Достапно на: <https://assets.sipo.ie/media/283296/55fd5db4-7343-4816-bf12-4ef11fa7aa70.pdf>. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

Комисија за стандарди во јавните функции (2025a) *Упатства за претседателските избори што ќе се одржат на 24 октомври 2025 година [Кандидати и изборни застапници]* Достапно на: <https://www.sipo.ie/en/publication/a880d-information-for-election-candidates-or-agents/>. Последен пат пристапено на 15 јануари 2026.

Комисија за стандарди во јавните функции (2025b) *Годишен извештај за 2024*. Достапно на: <https://sipo.ie/en/collection/2975e-annual-reports/#2024>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Комисија за стандарди во јавните функции (2026) *Годишни извештаи- што се објавува?* Достапно на: <https://www.sipo.ie/en/collection/76651-annual-disclosures/#what-is-published>. Последен пат пристапено на 22 јануари 2026.

Конвенција на ОН против корупција -UNCAC (2025) *Резолуција 11/7, Спречување и борба против корупцијата преку зголемување на транспарентноста во финансирањето на политичките партии, кандидатурите за избрани јавни функции и изборните кампањи*. Достапно на: https://track.unodc.org/uploads/documents/UNCAC/COSP/session11/COSP11_resolutions_unedited.pdf. Последен пат пристапено на 21 јануари 2026.

Обединето Кралство (2000) *Закон за политичките партии, изборите и референдумите од 2000*. Достапно на: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/41/contents>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Обединето Кралство (2014) *Закон за транспарентност на лобирањето, кампањите од лица кои не се кандидати и администрацијата на синдикатот од 2014*. Достапно на: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2014/4/contents>. Последен пат пристапено на 6 јануари 2026.

Изборна комисија на Обединетото Кралство (2020) *„Трошоци на партиите и учесниците во кампањата кои не се кандидати во износ од 250.000 фунти или помалку на општите избори во 2019 година*. Достапно на: <https://www.electoralcommission.org.uk/media-centre/party-and-non-party-campaigner-spending-ps250k-or-less-2019-general-election>. Последен пат пристапено на 22 Јануари 2026.

Изборна комисија на Обединетото Кралство (2025a) *Што е тестот за намерите?* Достапно на: <https://www.electoralcommission.org.uk/non-party-campaigners-uk-parliamentary-general-elections/regulated-campaign-activities/purpose-test#block-book-navigation>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Изборна комисија на Обединетото Кралство (2025b) *Примена на тестот за намери*. Достапно на: <https://www.electoralcommission.org.uk/non-party-campaigners-uk-parliamentary-general-elections/regulated-campaign-activities/applying-purpose-test#block-book-navigation>. Последен пат пристапено на 8 јануари 2026.

Анекс, Законски одредби за кампања спроведувана од трети страни во Црна Гора

Член 49, Кампања спроведувана од трети страни

Трета страна може да спроведува изборна кампања според условите предвидени со овој закон (понатаму во текстот: кампања на трета страна).

Кампања спроведувана од трета страна подразбира платена активност чија вредност го надминува износот од 1.000 евра, и која за време на изборната кампања се спроведува од трета страна која не е законски поврзана со политички субјект и која има за цел позитивно или негативно да влијае на изборната кампања на еден или повеќе политички субјекти.

Кампања спроведувана од трета страна е забранета за државните органи, органите на локалната самоуправа и органите на локалната управа, јавните установи и другите правни лица кои се основани од или се во целосна или делумна сопственост на државата или општините.

На територијата на Црна Гора, забрането е спроведување на кампања од трети страни за:

- други држави, странски правни лица, странски претприемачи;
- физички лица без право на глас во Црна Гора.

Трета страна не смее да склучува договор во свое име и за сметка на политички субјект, со кој ќе ги сноси трошоците или дел од трошоците за изборната кампања на тој политички субјект.

За спроведување на кампањата, трета страна може да прима уплати и нефинансиски придонес.

Трета страна, за кампањата не смее да потроши над 10,000 евра, односно, повеќе од највисокиот лимит дозволен со овој закон за одредена изборна кампања.

Ако вредноста на примените уплати и нефинансиски придонес кои ги примила третата страна го надмине износот од став 7 на овој член, третата страна е должна да го одбие и да врати вишокот на давателот во рок од 15 дена од датата на прием и за тоа соодветно да ја извести Агенцијата.

Изнесувањето ставови за прашања од јавен интерес од страна на невладини организации, верски организации, медиуми или поединци нема да се смета за кампања спроведувана од трети страни.

Член 50, Обврски кои се однесуваат на трети страни

Трета страна која има намера да спроведе кампања согласно на член 49 од овој закон, должна е пред започнување на активноста, да отвори посебна трансакциска сметка кај институцијата овластена за платен промет, и за тоа да ја извести Агенцијата во рок од три дена од отворањето на сметката.

Агенцијата води евиденција за трети страни.

Уплатите примени за спроведување на кампањата, третата страна може да ги прима само на посебната трансакциска сметка од став 1 на овој член.

Трета страна е должна кај Агенцијата да поднесе прелиминарен извештај за собраните и потрошените средства за време на изборната кампања, пет дена пред одржувањето на изборите.

Агенцијата е должна да го објави извештајот од став 4 на овој член на својата веб страница во рок од 24 часа.

Третата страна е должна во рок од 30 дена од денот на одржување на изборите да поднесе извештај до Агенцијата за потеклото, износот и структура на собраните и потрошените средства во текот на изборната кампања, со придружна документација.

Извештајот од став 6 на овој член се поднесува во писмена и електронска форма, на образец утврден од Агенцијата.

Агенцијата е должна извештајот од став 6 на овој член да го објави на својата веб страница во рок од седум дена од денот на прием.