

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ післявоєнних виборів в Україні

1. Мета та завдання Комунікаційної стратегії післявоєнних виборів в Україні (далі – Комунікаційна стратегія)

Підготовка до демократичних післявоєнних виборів передбачає здійснення комплексних заходів, тому комунікаційний процес, що супроводжуватиме їх реалізацію, потребує активної, системної та злагодженої участі державних органів і органів місцевого самоврядування, а також підтримки громадянського суспільства.

Метою Комунікаційної стратегії є зміцнення суспільної довіри до виборчого процесу та результатів волевиявлення виборців шляхом забезпечення якісної комунікації під час проведення післявоєнних виборів за допомогою ефективного об'єднання зусиль учасників виборчого процесу.

До основних завдань Комунікаційної стратегії, спрямованих на досягнення її мети, належать:

- забезпечення якісного інформування усіх аудиторій щодо організації підготовки та проведення післявоєнних виборів (зокрема, надання своєчасної та достовірної інформації про виборчий процес і його перебіг у спосіб, що забезпечує її чіткість, доступність та зрозумілість; здійснення оперативного реагування у випадку кризових ситуацій);

- підвищення мотивації та залученості до виборчого процесу (зміна поведінки учасників виборчого процесу з пасивної на активну шляхом їх залучення до різних виборчих процедур; підвищення рівня свідомості громадян щодо важливості їх участі у виборчому процесі, залученості до суспільно-політичних процесів в Україні, враховуючи виклики переходу суспільства з воєнного життя у цивільне);

- забезпечення незалежних комунікацій щодо організації підготовки та проведення післявоєнних виборів і їх результатів шляхом координації та співпраці з ключовими стейкхолдерами виборчого процесу.

2. Принципи побудови комунікацій

Система комунікацій ґрунтується на таких ключових принципах взаємодії, які допомагають виконувати завдання Комунікаційної стратегії:

- політика "єдиного голосу" / достовірного джерела – Центральна виборча комісія (далі – Комісія), яка є головним організатором виборчого процесу та його комунікації, забезпечує виборців та інших учасників виборчого процесу своєчасною, достовірною, комплексною та об'єктивною інформацією про вибори, відіграє роль офіційного джерела інформації про них, об'єднує та залучає до взаємодії стейкхолдерів задля забезпечення своєчасної та послідовної комунікації;

людиноцентричності – у центрі уваги комунікації має бути людина та її потреби. Взаємодія здійснюється на основі толерантності, поваги, коректності у висловлюваннях, а також створення зручного, інклюзивного та зрозумілого дизайну;

доступності – створення умов, за яких кожна аудиторія отримує необхідну інформацію у зручних форматах та на недискримінаційних умовах. Забезпечується мультиканальність, враховуючи альтернативну і додаткову комунікацію;

прозорості – основою для комунікації з усіма аудиторіями є чесність та відкритість. Комісія вчасно інформує, надає достовірну, точну та повну інформацію та комунікує щодо складних питань.

3. Цільові аудиторії та стейкхолдери

Цільовими аудиторіями є групи осіб, на яких розрахований вплив Комунікаційної стратегії.

Основною цільовою аудиторією є виборці – громадяни України, які мають право голосу відповідно до статті 70 Конституції України.

Загальні потреби сучасного українського виборця:

- участь в управлінні державними справами;
- забезпечення реальних і доступних умов для реалізації виборчого права;
- безпека на всіх етапах виборчого процесу;

– вільний та зручний доступ до актуальної, всебічної, повної, об'єктивної та достовірної інформації про участь у виборах, про організацію підготовки та проведення виборчого процесу, здійснення виборчих процедур, а також про кандидатів на відповідних виборах та їх передвиборні програми;

– прозора і законна процедура голосування та встановлення результатів виборів;

- доступна система оскарження.

Водночас є категорії виборців, які мають особливі потреби для забезпечення реалізації їхніх виборчих прав, що враховуватиметься під час комунікації. Для цілей Комунікаційної стратегії до таких виборців належать:

- внутрішньо переміщені особи;
- громадяни України за кордоном (виборці, які проживають або перебувають за межами України);
- військовослужбовці;
- ветерани війни;
- виборці, які голосуватимуть уперше;
- особи з порушенням здоров'я (у зв'язку з інвалідністю, тимчасовим розладом здоров'я, віком);
- громадяни України, які проживають на тимчасово окупованій території України;

– громадяни України, які проживають на територіях, наближених до лінії розмежування;

– представники національних меншин (спільнот) України.

Крім того цільовими аудиторіями є, зокрема, політичні партії, кандидати, громадські організації, офіційні спостерігачі (національні, міжнародні), медіа та міжнародна аудиторія. Цільові аудиторії можуть одночасно бути стейкхолдерами.

Стейкхолдери – особи, які мають зобов'язання чи інтерес у виборчому процесі, а отже, реалізація Комунікаційної стратегії може мати вплив на них або такі особи певною мірою можуть впливати на реалізацію Комунікаційної стратегії. До стейкхолдерів належать, зокрема, державні органи, органи місцевого самоврядування та юридичні особи, які будуть взаємодіяти з Комісією під час організації підготовки та проведення післявоєнних виборів.

4. Канали та інструменти комунікацій Комісії

Комісія, усвідомлюючи важливість забезпечення всебічного та ефективного інформування усіх зацікавлених сторін, використовує різноманітні канали комунікації. Метою цього є охоплення широкої аудиторії, забезпечення доступності інформації та формування довіри до виборчого процесу.

Планується використання власних і зовнішніх каналів комунікації.

До основних власних каналів комунікації Комісії належать:

– офіційний вебсайт Центральної виборчої комісії – головне джерело інформації про діяльність Комісії, її склад, Регламент Центральної виборчої комісії та її Стратегічний план, а також про нормативно-правову базу, що стосується всіх виборів і референдумів; забезпечує доступ до офіційних документів та даних;

– сторінка в соціальній мережі "Фейсбук". Як один із найпопулярніших каналів комунікації фейсбук використовується для оперативного поширення інформації про діяльність Комісії. Подання матеріалів адаптовано для зручного сприйняття широкою аудиторією, є більш доступним і спрощеним, ніж на офіційному вебсайті. Часто публікації містять посилання на розширені версії новин та постанови Комісії на офіційному вебсайті;

– сторінка в соціальній мережі "Інстаграм". Такий канал використовується для простого подання складної інформації, допускаючи при цьому сміливий візуальний супровід, інтерактивні елементи, а також формати, що відповідають трендам платформи;

– сторінка в соціальній мережі "X", на якій відбувається комунікація з міжнародною аудиторією, публікуються короткі, лаконічні та інформативні повідомлення переважно англійською мовою. На зазначеному каналі відображається інформація про ділові зустрічі, заходи з міжнародної співпраці;

– ютуб-канали Комісії, де публікуються записи засідань та інші матеріали, забезпечуючи при цьому прозорість і доступність процесу прийняття рішень для громадськості;

– онлайн-платформа "ЦВК: просвіта", на якій розміщено навчальні курси, навчально-просвітницькі матеріали на тему виборів, що сприяє підвищенню рівня обізнаності громадян про вибори.

До зовнішніх каналів комунікації Комісії належать, зокрема:

– українські та іноземні аудіовізуальні та друковані медіа;

– веб-ресурси та інші інформаційні ресурси стейкхолдерів, зокрема, державних органів і партнерських організацій (інститутів громадянського суспільства, партнерів з розвитку тощо);

– зовнішні носії реклами (білборди, сітілайти, вуличні екрани тощо).

Основними інструментами комунікації Комісії можуть бути:

– оприлюднення текстових матеріалів (анонси, пресрелізи, коментарі, інформаційні повідомлення, статті, інтерв'ю, колонки), а також фото- і відеоматеріалів (ролики, програми, новинні сюжети, відеосюжети та інші формати);

– проведення брифінгів, у тому числі спільних з іншими державними органами, для представників медіа, громадянського суспільства, міжнародних партнерів;

– проведення публічних заходів, зокрема форумів, конференцій, семінарів, засідань, тренінгів тощо;

– співпраця зі стейкхолдерами та іншими суб'єктами щодо створення і поширення інформаційних продуктів;

– розміщення інформаційної продукції (відеороликів, плакатів, буклетів, наліпок тощо), зокрема, на правах соціальної реклами (у тому числі на спеціалізованих носіях реклами).

Поєднання різних каналів та інструментів комунікації дасть змогу ефективно поширювати інформацію, залучати підтримку та забезпечувати взаємодію між різними стейкхолдерами для успішного досягнення мети Комунікаційної стратегії.

5. Потенційні виклики та загрози,

які можуть виникнути під час реалізації Комунікаційної стратегії

З метою забезпечення ефективної комунікації на післявоєнних виборах, що сприятиме досягненню мети Комунікаційної стратегії, у Комісії здійснюється робота щодо прогнозування можливих викликів та/або загроз, зокрема, які можуть виникати під час реалізації Комунікаційної стратегії. Одночасно визначаються орієнтовні можливі заходи для запобігання таким викликам чи загрозам та/або для пом'якшення їхніх негативних наслідків, зокрема:

<i>Потенційний виклик чи загроза</i>	<i>Орієнтовні комунікаційні заходи запобігання / дії у разі їх настання</i>
Законодавче регулювання проведення післявоєнних виборів	
Зміна виборчого законодавства	<ul style="list-style-type: none"> – Проведення інформаційних кампаній, спрямованих на інформування виборців та інших учасників виборчого процесу про зміни та нові аспекти щодо порядку проведення післявоєнних виборів в Україні, з використанням різних каналів комунікації та форматів (відео, інфографіки, розміщення відповідей на найпоширеніші запитання (FAQ), статті, роз'яснення тощо) з метою підвищення рівня обізнаності про вибори та виборчі процедури
Безпека на виборчих дільницях	
Надзвичайні ситуації на виборчих дільницях	<ul style="list-style-type: none"> – Інформування спільно з іншими органами щодо вжиття превентивних безпекових заходів для запобігання надзвичайним ситуаціям на виборчих дільницях; – завчасне поширення спільно з іншими органами інформації про алгоритми реагування на надзвичайні ситуації на виборчих дільницях серед учасників виборчого процесу; – невідкладне інформування про надзвичайну ситуацію, що сталася на виборчій дільниці, про заходи реагування, спрямовані на усунення та/або мінімізацію наслідків, а також про дії виборців та інших учасників виборчого процесу в зв'язку з такою ситуацією; – оперативне інформування про відновлення безпеки на виборчій дільниці, наслідки надзвичайної ситуації для виборів, зокрема й про можливість продовження здійснення виборчих процедур; – інформування зацікавлених сторін про досвід реагування на надзвичайні ситуації на виборчих дільницях для врахування в аналогічних ситуаціях
Дотримання законодавства про вибори	
Вчинення протиправних діянь, спрямованих на спотворення народного волевиявлення	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасне інформування про те, які діяння є адміністративними правопорушеннями, що посягають на здійснення народного волевиявлення, та кримінальними правопорушеннями проти виборчих прав, їх суспільну небезпечність і загрозу чесним виборам, а також про відповідальність за їх вчинення; – проведення цільових інформаційних кампаній з використанням різних каналів та інструментів комунікації, спрямованих на протидію підкупу виборців, фальсифікаціям та іншим діянням, що перешкоджають вільному формуванню та виявленню волі виборця;

	<p>– поширення інфографік, відеороликів та інших матеріалів, спрямованих на формування стійкої правосвідомості та нетерпимості до правопорушень;</p> <p>– спільні брифінги Комісії, Міністерства внутрішніх справ України, Національної поліції України, Офісу Генерального прокурора тощо про нульову толерантність до порушень та інформування про механізми оперативного реагування;</p> <p>– оперативне інформування про вчинені виборчі правопорушення, вжиті заходи реагування, притягнення винних до відповідальності</p>
Актуальність бази даних Державного реєстру виборців	
<p>Неточність даних про виборців у Державному реєстрі виборців (далі – Реєстр)</p>	<p>– Завчасна реалізації комплексної інформаційної кампанії серед громадян України з використанням різних каналів та інструментів комунікації щодо важливості перевірки своїх даних у Реєстрі, а також про порядок включення до Реєстру, внесення змін до персональних даних Реєстру за власною ініціативою виборця;</p> <p>– інформування про основні засади ведення Реєстру, його захищеність, забезпечення захисту від незаконного використання даних Реєстру і можливість доступу до них виключно у порядку, визначеному Законом України "Про Державний реєстр виборців"</p>
<p>Невідповідність наявних у Реєстрі даних, що визначають місце голосування виборця, фактичне місце їх проживання / перебування</p>	<p>– Завчасна реалізація комплексної інформаційної кампанії з використанням різних каналів та інструментів, спрямованої, зокрема, на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • інформування виборців про порядок подання заяв щодо зміни персональних даних, зміни відомостей про виборчу адресу; • інформування виборців про порядок подання заяв про тимчасову зміну місця голосування; • роз'яснення необхідності інформування виборцями в установленому порядку про перебування за кордоном з метою забезпечення державою можливості реалізації таким виборцем його виборчого права за кордоном тощо; <p>– під час реалізації вказаної комунікаційної кампанії робитиметься акцент на встановлених законодавством строках здійснення відповідних дій (подання виборцями заяв), а також використовуватимуться повідомлення-нагадування про наближення останнього дня відповідного строку</p>

<p>Нерозуміння виборцями алгоритму дій щодо зміни виборчої адреси, місця голосування</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Візуалізація різних способів зміни виборчої адреси, місця голосування чи інших персональних даних Реєстру шляхом створення інфографік, відеосюжетів, у яких виборці діляться досвідом успішного здійснення відповідних дій із фокусом на зручності та доступності, відеороликів, що покроково відображають процес подачі заяви через онлайн-сервіс; – забезпечення консультативної підтримки виборців (надання роз'яснень працівниками органів ведення Реєстру в режимі реального часу тощо); – інформування про відповіді на найпоширеніші запитання (FAQ), які стосуються порядку зміни виборчої адреси, місця голосування та інших процедур, пов'язаних з актуалізацією бази даних Реєстру
<p>Технічні збої у роботі електронних сервісів, що унеможливають доступ виборців до них</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Невідкладне офіційне повідомлення про технічні збої у роботі електронних сервісів із зазначенням очікуваних строків відновлення роботи та інформуванням про можливі альтернативні шляхи актуалізації бази даних Реєстру; – оперативне інформування щодо відновлення функціонування електронних сервісів та можливості доступу виборців до них
<p>Забезпечення реалізації виборчих прав виборців за кордоном</p>	
<p>Недостатня поінформованість виборців за кордоном про виборчі процедури</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасна побудова тісної співпраці Комісії з Міністерством закордонних справ України, закордонними дипломатичними установами України, громадськими організаціями закордонних українців, яка може включати створення чіткого спільного плану дій, що передбачатиме інформаційні рішення та алгоритми комунікації; – завчасне налагодження комунікації з іноземними медіа, спрямованими на українську аудиторію; – проведення інформаційних кампаній через офіційні вебсайти Міністерства закордонних справ України, закордонних дипломатичних установ України, соціальні мережі та месенджери посольств, консульств і громадських організацій закордонних українців, зокрема про виборчі права, процедуру зміни виборчої адреси, місця голосування чи інших персональних даних, доступні шляхи її реалізації

Забезпечення реалізації виборчих прав військовослужбовців	
Недостатня поінформованість військових про можливість реалізації виборчих прав	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасна побудова та реалізація комунікаційної кампанії, спрямованої на інформування військовослужбовців щодо правил і процедур реалізації їхніх виборчих прав; – забезпечення у взаємодії з Міністерством оборони України поширення інформації щодо виборчих прав військовослужбовців внутрішніми каналами комунікації, які вони використовують
Забезпечення реалізації виборчих прав виборців, які проживають на тимчасово окупованих територіях України	
Непоінформованість виборців на тимчасово окупованих територіях про можливості реалізації виборчих прав	<ul style="list-style-type: none"> – Надання необхідних роз'яснень про заборону організації та проведення голосування на тимчасово окупованих територіях України; – постійна комунікація через доступні канали інформування громадян України, які проживають на тимчасово окупованих територіях України, щодо створення умов для вільного волевиявлення на післявоєнних виборах на іншій території України, альтернативних можливостей реалізації права голосу, заходи безпеки, зокрема із залученням уповноважених державних органів та профільних громадських організацій
Забезпечення реалізації виборчих прав виборців, які проживають на територіях, наближених до лінії розмежування	
Недостатня поінформованість щодо проведення виборів на відповідних територіях	<ul style="list-style-type: none"> – Залучення державних органів та профільних громадських організацій до поширення інформації про прийняття відповідних рішень щодо можливості / неможливості організації голосування виборців на відповідній території чи окремих виборчих дільницях; – оперативне інформування уповноваженими органами про заходи, що вживаються з метою усунення перешкод для організації та проведення голосування на післявоєнних виборах на відповідних територіях; – у разі неможливості організації голосування на відповідній території чи окремих виборчих дільницях оперативне інформування виборців та інших учасників виборчого процесу щодо причин неможливості проведення голосування та поточної безпекової ситуації з використанням офіційних каналів комунікації та інших доступних каналів інформування громадян, які проживають на відповідній території; – інформування із залученням уповноважених державних органів та профільних громадських організацій виборців про альтернативні можливості

	<p>реалізації права голосу на суміжних територіях чи виборчих дільницях;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оперативне інформування через офіційні канали комунікацій Комісії, інших державних органів та органів місцевого самоврядування про відновлення діяльності органів адміністрування та ведення Реєстру на відповідній території; – інформування виборців про заходи безпеки під час організації підготовки та проведення післявоєнних виборів, зокрема щодо порядку доступу до виборчих дільниць, дій у разі виникнення надзвичайних ситуацій на виборчих дільницях, а також інших рекомендацій щодо безпечної участі у голосуванні
<p>Забезпечення реалізації виборчих прав виборців з порушеннями здоров'я (у зв'язку з інвалідністю, тимчасовим розладом здоров'я, віком)</p>	
<p>Непоінформованість виборців з порушеннями здоров'я про механізми забезпечення їх участі у виборах на рівних засадах з іншими виборцями</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасне проведення інформаційних кампаній для виборців з порушеннями здоров'я (у зв'язку з інвалідністю, тимчасовим розладом здоров'я, віком) про передбачені законом можливості їх участі у виборах на рівних засадах; – оперативне інформування виборців із використанням інклюзивних форматів подання інформації (простих текстів, жестової мови, адаптованих матеріалів та онлайн-ресурсів з підвищеною доступністю); – оперативне інформування виборців з порушеннями здоров'я (у зв'язку з інвалідністю, тимчасовим розладом здоров'я, віком) про можливість голосування вдома, на доступних виборчих дільницях та/або із використанням наявних на виборчих дільницях розумних пристосувань
<p>Залученість громадян до організації підготовки та проведення післявоєнних виборів</p>	
<p>Низький рівень участі виборців у виборчому процесі</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасне та регулярне (постійне) проведення інформаційних і мотиваційних кампаній, спрямованих на активне залучення громадян до організації підготовки та проведення післявоєнних виборів в Україні; – налагодження співпраці з медіа задля поширення спільних матеріалів про важливість участі громадян у виборчих процесах у післявоєнний період, про роль громадян у демократичних процесах; – регулярне інформування про перебіг виборчого процесу на кожному етапі, важливі нагадування про процедури, максимальне заповнення такими повідомленнями інформаційного поля

Протидія дезінформації	
Активне поширення дезінформації, що підриває довіру до виборів	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасне інформування про те, як розпізнати дезінформацію (створення коротких навчальних відеороликів, інфографік, публікацій з поясненнями типових тактик дезінформації та механізмів її виявлення, опублікування переліку можливих фейкових наративів на основі досвіду минулих виборів, міжнародних практик та потенційних загроз із поясненням, чому ці фейки будуть поширені та як їх розпізнати, поширення принципів фактчекінгу та заклик до критичного мислення); – завчасне та систематичне інформування про офіційні ресурси Комісії та важливість їх використання як джерела достовірної інформації; – інформування про виявлення шляхом моніторингу інформаційного простору, зокрема з використанням аналітичних інструментів, нових дезінформаційних наративів до їх масового поширення з метою мінімізації впливу на суспільну думку; – здійснення проактивної комунікації на випередження. Забезпечення своєчасного та широкого поширення актуальної інформації з метою заповнення інформаційного поля та запобігання вакууму, який заповнюється дезінформацією; – швидка антикризова комунікація, оперативне спростування фейків та дезінформації, зокрема й шляхом брифінгів, відеокоментарів тощо
Ігнорування інформаційних повідомлень через перенасиченість інформаційного поля	<ul style="list-style-type: none"> – Завчасне формування довіри до офіційних джерел інформації, створення впізнаваної комунікаційної ідентичності; – забезпечення поширення важливих інформаційних повідомлень через медіа; – використання незалежних комунікацій для підвищення сприйняття повідомлень у перенасиченому інформаційному полі
Кібербезпека	
Кібератаки на офіційні ресурси Комісії	<ul style="list-style-type: none"> – Оперативні брифінги представників Комісії спільно з представниками уповноважених державних органів задля інформування громадян про кібератаку, що має вплив на офіційні ресурси Комісії, роз'яснення її наслідків для виборчого процесу, а також інформування про заходи реагування; – оперативне поширення альтернативних ресурсів Комісії через медіа, ресурси стейкхолдерів тощо;

	<p>– регулярні коментарі представників Комісії про ситуацію задля уникнення паніки;</p> <p>– регулярне інформування на альтернативних ресурсах Комісії, ресурсах стейкхолдерів та в медіа про поточний стан, заходи, що вживаються для усунення атаки, а також про орієнтовний час відновлення роботи ресурсу, що зазнав кібератаки;</p> <p>– інформування про ситуацію, що склалась, після відновлення ресурсу, зокрема й шляхом проведення спільного брифінгу з уповноваженими органами, спеціалістами з кібербезпеки задля підтвердження належної роботи ресурсу</p>
Протидія іноземному втручанню в післявоєнні вибори	
Недостатня поінформованість виборців про особливості спроб іноземних втручань у перебіг виборів, що послаблює довіру до заходів держави з протидії	– У координації з уповноваженими органами системне інформування виборців та зацікавлених сторін про виявлені факти іноземного втручання у законний перебіг виборів, а також про вжиті заходи для їх припинення та превенції
Недостатня поінформованість міжнародної аудиторії про виявлені наміри і спроби іноземного втручання у вибори, що послаблює міжнародну координацію з питань протидії	– Регулярне інформування міжнародної аудиторії про спроби та особливості іноземного втручання у післявоєнні вибори, а також поширення інформації про важливість міжнародної координації з питань протидії втручанням антидемократичних режимів

6. Антикризові комунікації

Антикризові комунікації в рамках досягнення мети Комунікаційної стратегії спрямовуватимуться насамперед на превенцію кризових ситуацій, а у разі настання такої ситуації – оперативне реагування для уникнення високих репутаційних втрат і створення нейтрального та позитивного медіаполя.

Ключові принципи антикризової комунікації Комісії:

1. Оперативність – максимально швидке реагування на кризові ситуації.
2. Лише факти – повідомлення Комісії в кризових ситуаціях базуватимуться виключно на фактах, а також будуть сформульовані у спосіб, який мінімізує ризик перекручування та/або хибного уявлення про позицію Комісії.

3. Командність і координація – для ефективного подолання комунікаційних криз Комісія сформує команду кризового реагування для координації дій та повідомлень. До складу команди кризового реагування можуть входити члени Комісії, працівники її Секретаріату, представники інших державних органів, залучені фахівці з питань комунікацій тощо.

4. Планування та послідовність: подолання кризи – процес, що потребує максимальної скоординованості дій і повідомлень. Для цього планується розроблення відповідного плану реагування на кризу та забезпечення доведення його до відома усіх суб'єктів, які здійснюватимуть комунікацію з відповідних питань.

Орієнтовний алгоритм антикризового реагування, що може застосовуватися Комісією:

- 1) виявлення кризи, перевірка інформації про неї та прийняття рішення щодо подальших кроків реагування;
- 2) долучення за потреби до команди кризового реагування фахівців із певних питань, аналіз ситуації;
- 3) формування плану подолання кризової ситуації, погодження термінової реакції (за потреби);
- 4) реалізація плану (оприлюднення позицій, роз'яснень, заяв тощо).

7. Моніторинг реалізації Комунікаційної стратегії

Реалізація Комунікаційної стратегії передбачає здійснення системного моніторингу на основі відповідного плану заходів, який є допоміжним та практичним інструментом для реалізації положень Комунікаційної стратегії. План заходів з реалізації Комунікаційної стратегії не є сталим документом і може підлягати перегляду залежно від внутрішніх або зовнішніх обставин.

Моніторинг реалізації Комунікаційної стратегії дасть змогу системно відслідковувати процес її реалізації, своєчасно виявляти ризики та реагувати на них, а також сприятиме підвищенню відповідальності виконавців.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування плану заходів з реалізації Комунікаційної стратегії, інформаційних повідомлень тощо.

Моніторинг дасть змогу забезпечити гнучкість, прозорість і оперативність реалізації Комунікаційної стратегії, що є критично важливим для організації підготовки та проведення післявоєнних виборів. Виявлення ризиків на ранньому етапі, аналіз реакцій аудиторій та оцінка ефективності реагування дадуть змогу вчасно адаптувати комунікації та зберегти довіру громадян до демократичного виборчого процесу в Україні.

8. Фінансове забезпечення реалізації Комунікаційної стратегії

Заходи щодо реалізації Комунікаційної стратегії фінансуються за рахунок та в межах коштів, передбачених у державному бюджеті для Комісії на відповідний рік, а також з інших не заборонених законодавством джерел, зокрема за рахунок коштів міжнародної технічної допомоги.