**Сетевая акция «Новой России – 30 лет. Было – стало»**

**Цель акции:** показать, как преобразилась Россия за 30 лет, сколько изменений произошло в лучшую сторону, через сравнительные фотографии/видеоролики обратить внимание на вклад Партии **«ЕДИНАЯ РОССИЯ»** на произошедшие изменения.

**Основной месседж:** Россия за 30 лет смогла измениться до неузнаваемости, стала действительно новой, передовой страной, в которой все делается для удобства и комфорта граждан.

**Категории участников:** депутаты всех уровней, победители Предварительного голосования, партийный актив, федеральные и региональные ЛОМы, волонтеры.

**Сроки акции:** 11–13 июня 2021 года.

**Механика акции:** публикация постов в социальных сетях, содержащих 2 фотографии (первая – как «было» раньше, вторая – как «стало» сейчас). Пост должен сопровождаться описанием изменившегося места и поздравлением всех россиян с Днём России. Допускается на одном изображении объединить 2 фотографии (было – стало) и в карусели выложить несколько примеров. Также возможно создание видеороликов, показывающих трансформации городских и сельских пространств.

На фотографиях и видео могут быть изображены следующие объекты: общественные пространства (парки, скверы, площади, улицы и т.д.), объекты социальной инфраструктуры (больницы, поликлиники, детские сады, театры, дома культуры, стадионы и т.д.), дворовые территории, дороги и др.

Приветствуется личная история автора поста - «вот школа/детский сад/ВУЗ/спортивный зал/ДК в который я ходил **тогда/сейчас».** Возможно отраслевое и профессиональное содержание «после медицинского института я пришёл работать в эту районную поликлинику/заводской цех».

**Хэштеги: #ерворонеж #новойроссии30лет #сднёмрожденияроссия #верю\_в\_россию #живи\_и\_процветай #горжусьроссией**

**Пример 1:** участник акции выкладывает фотографию пустыря, подписывая дату (например, 2000 год) и следом вторую фотографию с изображением нового парка отдыха, также указывая дату. Добавляет описание/историю нового парка, поздравление с праздником и хэштеги.

**Пример 2:** участник акции выкладывает видеоролик, в котором сначала идут кадры старой, неотремонтированной поликлиники, а в следующем кадре –отреставрированные фасады здания и обновленный интерьер поликлиники. Добавляет описание/историю нового парка, поздравление с праздником и хэштеги.