

إدارة المخلفات ودورها فى تغيير مفهوم الإعلان التوعوى

أ.د/ نجوى العدوى

أستاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية

nagwaeladawy@gmail.com

أ.د/ سمر هانى أبودنيا

أستاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية

dr.samarhany@hotmail.com

الباحثة/ ولاء محمد على حواس

مصمم إعلان حر وأخصائى فنون تشكيلية بالهيئة العامة لقصور الثقافة

walaahawas0@gmail.com**ملخص البحث**

إدارة المخلفات ليست عملية مستحدثة، ولكنها عملية طبيعية أزلية أوجدها الله تعالى فى الطبيعة، فالكاننات الحية تعيش حياتها بشتى طرقها ثم تموت وتتحلل لتكون غذاء لكائنات أخرى وهكذا تستمر هذه الدائرة المغلقة، ومع التطور التكنولوجى وإزدياد المخلفات التى تتخلف من المصانع والأنشطة البشرية، كان لابد من تأثر العلم بالطبيعة والإستفادة من الهبة الإلهية فى هيئة مصطلح إدارة المخلفات، والتى تعمل على تخفيض الفائض وتقليل الموارد المستخدمة فى الإنتاج وتوفير الطاقات، ونشر الوعى بين الأفراد حول مدى أهمية ما يخلفونه فى صناديق القمامة وفى بيئاتهم، وتأثر الفن بالخامات الفائضة والمخلفات البشرية ومن أبرزها المدرسة الدادية، والتى نتج عنها العديد من الفنون، وأبرزها فنون التركيب والتجهيز فى الفراغ، وقد أثر هذا بالضرورة على التصميم بصفة عامة، وبالتحديث عن تصميم الإعلان، إختلف منظوره وشكله وأصبح للخامة صدى واسع فى مجال تصميم وتصنيع الإعلان، وإتجهت الشركات إلى إضافة القيم البيئية لمنتجاتها، وتدخل الإعلان كتصميم فى هذه الخطوة، فعلى الرغم من أن الإعلان قد يعلن عن منتج أو خدمة، فهو أيضا منتج مادى مصنوع من خامة تؤدى وظيفة ورسالة، وأجدر رسالة قد يوجها الإعلان بالحديث عن إدارة المخلفات من خلال إستخدام إستراتيجيتها، وبالتالى يعكس روح وقيم الشركة نحو الحفاظ على البيئة من ناحية وإستقطاب فئات مختلفة من المتلقين عن طريق توعيتهم و جذب الإنتباه نحو الموارد البيئية، ومن ناحية أخرى يحقق الربح للشركات بجذب المتلقين الذين يفضلون المنتجات البيئية دون غيرها، وقد تعددت إستراتيجيات إدارة المخلفات تحت ما يعرف بإسم القاعدة الذهبية الرباعية لإدارة المخلفات وهى تضم إعادة الإستخدام، وإعادة التدوير ، والتقليل أو الخفض، وأخيرا الإسترجاع الحرارى، وقد أمكن إستغلال هذه الإستراتيجيات بطرق مختلفة وتوجيهها نحو الفنون المستخدمة فى تصنيع الإعلان، مما فتح للمصمم أفاق كثيرة نحو الإبتكار وتقديم الإعلان بطريقة تؤثر على المتلقين وترسيخ فكرة التوعية فى أذهانهم.

الكلمات المفتاحية:

إدارة المخلفات، الإعلان التوعوى ، القاعدة الذهبية الرباعية