

حملة ترشيد استهلاك الكهرباء في مصر: دور الحملات الإعلانية في تحقيق التنمية
المستدامةElectricity Consumption Awareness Campaign in Egypt: The Role of
Advertising in Achieving Sustainable Development

أ.م.د. سارة محمد عبدالناصر جابر

أستاذ مساعد بقسم الجرافيك وفنون الإعلان- المعهد العالي للفنون التطبيقية بمدينة ٦ أكتوبر

Assist.Prof.Dr. Sara Mohamed Abdelnaser Gaber

Associate Professor in Graphic and Advertising Arts – Higher Institute of Applied Arts

– 6th of October Citysaraabdelnaser@gmail.com

الملخص

تعتبر الحملات الإعلانية أداة قوية لتوجيه الرأي العام وتغيير السلوكيات المجتمعية نحو الأفضل. تتناول الحملة الإعلانية لترشيد استهلاك الكهرباء في مصر، بقيادة وزارة الكهرباء والطاقة المتجددة، أهمية استخدام الكهرباء بكفاءة لتقليل الهدر وتعزيز التنمية المستدامة. تهدف الحملة إلى توعية المواطنين بأهمية الحفاظ على الطاقة، من خلال وسائل متعددة مثل الإعلانات التلفزيونية، اللوحات الإعلانية، ووسائل التواصل الاجتماعي.

تشمل أهداف الحملة نشر الوعي حول كيفية ترشيد استهلاك الكهرباء، خفض الاستهلاك الكلي، وحماية البيئة من خلال تقليل الانبعاثات الضارة. تُستخدم استراتيجيات متعددة لتحقيق هذه الأهداف، منها عرض إعلانات توعوية عبر التلفزيون، وضع لوحات إعلانية في المناطق الحيوية، والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور واسع. كما تنظم وزارة الكهرباء ورش عمل ومحاضرات في المدارس والجامعات لزيادة الوعي وتبادل الخبرات حول أفضل الممارسات لترشيد استهلاك الكهرباء. أسفرت الحملة عن تأثيرات إيجابية متعددة، منها تقليل الفواتير الكهربائية للأفراد وتقليل العبء المالي على الدولة. على الرغم من هذه النجاحات، تواجه الحملة تحديات مثل مقاومة بعض الأفراد لتغيير عاداتهم الاستهلاكية، والحاجة إلى تحديثات تقنية في البنية التحتية، وتأمين التمويل المستمر للحملة.

تشكل حملة ترشيد استهلاك الكهرباء في مصر نموذجًا بارزًا لكيفية استخدام الإعلام والتواصل الجماهيري لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. من خلال التوعية والتثقيف، لتحقيق تغيير إيجابي في سلوكيات المجتمع، مما يسهم في تحقيق فوائد اقتصادية، بيئية واجتماعية مستدامة.

الكلمات المفتاحية

ترشيد استهلاك الكهرباء، الحملات الإعلانية، التنمية المستدامة، الوعي البيئي.

Abstract

Advertising campaigns are a powerful tool for shaping public opinion and changing societal behaviors for the better. The electricity consumption awareness campaign in Egypt, led by the Ministry of Electricity and Renewable Energy, emphasizes the importance of efficient electricity use to reduce waste and promote sustainable development. The campaign aims to educate citizens on the importance of energy conservation through various means such as television advertisements, billboards and social media.

The goals of the campaign include raising awareness on how to conserve electricity, reducing overall consumption, and protecting the environment by lowering harmful emissions. Multiple

strategies are employed to achieve these goals, including airing educational ads on TV, placing informative billboards in key areas, and leveraging social media to reach a wide audience. Additionally, the Ministry of Electricity organizes workshops and lectures in schools and universities to increase awareness and share best practices for electricity conservation.

The campaign has led to several positive impacts, including reducing electricity bills for individuals and lessening the financial burden on the state. Despite these successes, the campaign faces challenges such as resistance from some individuals to change their consumption habits, the need for technological upgrades in infrastructure, and securing continuous funding for the campaign.

The electricity consumption awareness campaign in Egypt serves as a prominent example of how media and public communication can achieve sustainable development goals. Through education and awareness, positive societal behavior changes can be realized, contributing to economic, environmental, and social benefits that are sustainable.

Keywords

Electricity consumption reduction, Advertising campaigns, Sustainable Development, Environmental awareness.

المقدمة

في ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية المتسارعة التي تشهدها مصر، أصبح ترشيد استهلاك الكهرباء ضرورة ملحة لتحقيق التنمية المستدامة. يمثل قطاع الكهرباء واحدًا من أهم القطاعات الحيوية التي تعتمد عليها الحياة اليومية والنشاطات الاقتصادية. ومع الزيادة المستمرة في الطلب على الطاقة الكهربائية، تبرز الحاجة إلى استراتيجيات فعّالة لترشيد الاستهلاك وضمان الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة. تلعب الحملات الإعلانية دورًا محوريًا في توجيه وتوعية المجتمع بأهمية ترشيد استهلاك الكهرباء. هذه الحملات، التي تعتمد على وسائل الإعلام المختلفة، تهدف إلى تغيير سلوكيات الأفراد والمجتمعات نحو استخدام أكثر كفاءة وفعالية للطاقة. تأتي هذه الدراسة لاستكشاف مدى تأثير الحملات الإعلانية في مصر على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، والتركيز على الكيفية التي يمكن بها تحسين فعالية هذه الحملات لزيادة الوعي المجتمعي وتحقيق تغيير حقيقي ومستدام في سلوكيات استهلاك الكهرباء.

مشكلة البحث

تتصدر مشكلة البحث في الإجابة عن السؤالين التاليين:

- كيف تؤثر الحملات الإعلانية على سلوكيات الأفراد في ترشيد استهلاك الكهرباء في مصر؟
- ما هي التحديات التي تواجه هذه الحملات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى:

- دراسة مدى تأثير الحملات الإعلانية في مصر على سلوكيات استهلاك الكهرباء لدى الأفراد والمجتمعات.
- تسليط الضوء على أهمية ترشيد استهلاك الكهرباء لتحقيق التنمية المستدامة.
- تحديد التحديات التي تواجه الحملات الإعلانية في تحقيق أهدافها واقتراح حلول لتجاوز هذه التحديات.

- تقديم توصيات عملية لتحسين فعالية الحملات الإعلانية وتعزيز دورها في تحقيق التنمية المستدامة.

أهمية البحث

يمكن إجمال أهمية البحث في الآتي:

- يساهم البحث في رفع مستوى الوعي البيئي بين الأفراد والمجتمعات بأهمية ترشيد استهلاك الكهرباء وأثره الإيجابي على البيئة.
- يساعد البحث في توجيه الجهود نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية.
- يمكن أن يسهم البحث في تحسين السياسات الوطنية المتعلقة بالطاقة من خلال تقديم توصيات مبنية على تحليل علمي ومدروس.
- يوفر البحث بيانات ورؤى تساعد في تصميم حملات إعلانية أكثر فعالية في التوعية بترشيد استهلاك الكهرباء.
- من خلال تحسين كفاءة استخدام الكهرباء، يمكن تحقيق وفر في الإنفاق الوطني على الطاقة، مما يدعم الاقتصاد الوطني بشكل عام.

فروض البحث

يفترض البحث إن:

- نشر الحملات الإعلانية لترشيد الكهرباء في مصر؛ يساعد على تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- إن التوعية المستمرة عبر الحملات الإعلانية تؤدي إلى زيادة الوعي المجتمعي بأهمية ترشيد الكهرباء وبالتالي تقليل الاستهلاك.

منهجية البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي المدعم بدراسة تحليلية من خلال وصف وتحليل مجموعة مختارة من الحملات الإعلانية لترشيد استخدام الكهرباء في مصر لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

مصطلحات البحث

ترشيد استهلاك الكهرباء : هو الاستخدام الأمثل لموارد الطاقة الكهربائية المتوفرة واللازمة لتشغيل القطاع دون المساس براحة مستخدميه أو إنتاجيتهم أو المساس بكفاءة الأجهزة والمعدات المستخدمة فيه أو إنتاجها، بما يساهم في تخفيض الفواتير وحماية البيئة. (١) ص ٨٤٢

الحملات الإعلانية: ما هي إلا نشاط إعلاني ويعد أحد أهم فنون الإتصال والذي يهدف لإحداث تأثير في معرفة وسلوك واتجاه المتلقى ومن ثم تنمية ثقافته، وهذا النشاط يؤثر على المجتمع ككل من حيث كونه ضرورة اقتصادية لتنمية الاقتصاد، كما أنه أيضا ضرورة اجتماعية تنتهجها وسائل الإعلام وتوجهها للمجتمع بكل طوائفه حيث يعمل على زيادة وعي المتلقى للخدمة أو السلعة أو الفكرة الإعلانية من أجل تعزيز قدرته الشرائية. (٤) ص ٥٦٤

النتيجة المستدامة: هي عدم الاضرار بالطاقة الانتاجية للأجيال القادمة والمحافظة على الوضع الذي ورثه الأجيال، والموارد الانتاجية ليست فقط الموارد الاستهلاكية التي تستهلكها الأجيال الحالية، بل تمتد لتشمل مبدأ الاستهلاك الرشيد للموارد الحالية والمستقبلية. (٥) ص ٤٠٧

الوعي المجتمعي: هو مجموعة الاتجاهات والمشاعر والأفكار والمفاهيم والتصورات التي تحدد إدراك الأفراد للواقع المحيط بهم، وفهمهم له وتصوراتهم الراهنة والمستقبلية له. (٢) ص ١٨٢

الوعي البيئي: هو عملية تضافر مجموعة من العناصر التي تخلق الاحساس بأهمية البيئة والعمل على حمايتها، ومن هذه العناصر إدراك العلاقة التأثيرية المتبادلة بين البيئة والإنسان، وتقدير قيمة مكونات البيئة الأساسية المحيطة به، مع الإطلاع على المشاكل التي تعاني منها والعمل على التقليل والوقاية من أجل الابتعاد عن الوقوع في مشاكل أكبر وأخطر. (٣) ص

٨٨٦

تمهيد

شهد العالم في العصر الحالي تحديات متزايدة في مجالات الطاقة والبيئة، مما يجعل الاستدامة ضرورة ملحة لضمان مستقبل أفضل للأجيال القادمة. في هذا السياق، تلعب حملات ترشيد استهلاك الكهرباء دورًا حيويًا في تحقيق التوازن بين الطلب على الطاقة وحماية الموارد البيئية. ومصر كواحدة من الدول النامية التي تواجه تحديات اقتصادية وبيئية متعددة، تبنت العديد من المبادرات والحملات الإعلانية الهادفة إلى ترشيد استهلاك الكهرباء وتعزيز مفهوم الاستدامة.

إن الاستهلاك الزائد للطاقة الكهربائية يؤثر سلبًا على البيئة والاقتصاد، حيث يؤدي إلى زيادة انبعاثات الغازات الدفيئة واستنزاف الموارد الطبيعية. ومن هنا، تبرز أهمية حملات التوعية والإعلانات كوسيلة فعالة لنشر الوعي بين المواطنين وتغيير سلوكياتهم نحو استهلاك أكثر كفاءة ومسؤولية للطاقة. تناولت حملات ترشيد الكهرباء في مصر عدة محاور، بدءًا من التوعية بأهمية الحفاظ على الطاقة، مرورًا بالتوجيهات العملية لترشيد استهلاك الأجهزة المنزلية، وصولاً إلى تشجيع استخدام الطاقات المتجددة. وقد لعبت الحملات الإعلانية دورًا جوهريًا في إيصال هذه الرسائل للجمهور بطرق مبتكرة وجذابة، مستفيدة من وسائل الإعلام المختلفة ومنصات التواصل الاجتماعي.

تهدف هذه الدراسة إلى استعراض وتحليل دور الحملات الإعلانية في تحقيق أهداف الاستدامة من خلال ترشيد استهلاك الكهرباء في مصر. سيتم تسليط الضوء على استراتيجيات الإعلانات المستخدمة، وفعالية هذه الحملات في تغيير سلوكيات المستهلكين، وكذلك التحديات التي تواجهها في سبيل تحقيق أهدافها. بالإضافة إلى ذلك، سيتم مناقشة أثر هذه الحملات على المجتمع والاقتصاد المصري، وكيف يمكن تعزيزها لتحقيق نتائج أفضل في المستقبل.

الوعي المجتمعي ودوره في ترشيد استهلاك الطاقة

- يشكل الوعي المجتمعي عاملاً حاسماً في تعزيز ترشيد استهلاك الطاقة وتحقيق أهداف الاستدامة. الوعي المجتمعي هو إدراك الأفراد والجماعات لأهمية القضايا المحيطة بهم وفهمهم لكيفية تأثير سلوكياتهم على هذه القضايا. في مجال ترشيد استهلاك الطاقة، يساهم الوعي المجتمعي في تغيير سلوكيات الأفراد والمؤسسات نحو ممارسات أكثر كفاءة واستدامة.

- التثقيف حول أهمية ترشيد الطاقة:

- نشر المعلومات حول فوائد ترشيد استهلاك الكهرباء يعد الخطوة الأولى نحو رفع مستوى الوعي المجتمعي. يساهم التثقيف في فهم الناس للآثار الإيجابية لترشيد الطاقة، مثل تقليل فواتير الكهرباء وتحسين جودة الحياة. تقرير الوكالة الدولية للطاقة (IEA, 2020) يؤكد أن تحسين كفاءة استخدام الطاقة يمكن أن يساهم بشكل كبير في تقليل الانبعاثات الكربونية وتحقيق الاستدامة. (٦)

تعزيز السلوكيات المسؤولة

تشجيع الأفراد على تبني سلوكيات يومية تساعد في توفير الطاقة، مثل إطفاء الأضواء عند عدم الحاجة واستخدام الأجهزة الكهربائية بكفاءة، وفقاً لتقرير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD, 2017)، السلوكيات المستدامة يمكن تعزيزها عبر تقديم المعلومات بشكل مبسط وواضح للمستهلكين. (٧)

توجيه الأطفال والشباب

- إدراج برامج تعليمية في المدارس والجامعات لتعريف الأجيال الجديدة بأهمية الحفاظ على الطاقة والموارد الطبيعية. (٨)
- استخدام وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي ودعم المبادرات المجتمعية:
- تلعب وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي دوراً محورياً في نشر رسائل التوعية وترسيخها في أذهان الجمهور. يمكن استغلال التلفزيون، الراديو، ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر قصص نجاح حول ترشيد استهلاك الكهرباء. فإن وسائل الإعلام قادرة على تغيير المواقف والسلوكيات البيئية من خلال الرسائل المؤثرة والقصص الملهمة. ولقد أطلقت منظمة الأمم المتحدة حملة للعمل المناخي والاستدامة بعنوان (ACTNOW) والتي تقدم دورات تثقيفية للشباب بشأن تأثير تغير المناخ وأهمية الحفاظ على الطاقة والسلوكيات البيئية المرتبطة بترشيد استخدام الكهرباء. (٩)

اهداف التنمية المستدامة - مصر ٢٠٣٠

اعتمدت الدول الأعضاء بالأمم المتحدة أجندة ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة في عام ٢٠١٥، والتي وضعت مجموعة من الأهداف التنموية يتم تحقيقها حتى حلول عام ٢٠٣٠، لعل من أهم تلك الأهداف هي الاهتمام بالتعليم، الصحة، رفع معدلات النمو الاقتصادي، الحفاظ على البيئة، تقليل اللامساواة الاجتماعية، تعزيز قيم المساواة بين الرجل والمرأة، القضاء على الفقر والجوع، وانطلاقاً من تلك الرؤية وضعت الدولة المصرية استراتيجيتها للتنمية المستدامة. رؤية مصر ٢٠٣٠ محطة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة في مصر تربط الحاضر بالمستقبل وتستلهم إنجازات الحضارة المصرية العريقة، لتبني مسيرة تنموية واضحة لوطن متقدم ومزدهر تسوده العدالة الاقتصادية والاجتماعية وتُعيد إحياء الدور التاريخي لمصر في الريادة الإقليمية، كما تمثل خريطة الطريق التي تستهدف تعظيم الاستفادة من المقومات والمزايا التنافسية، وتعمل على تنفيذ أحلام وتطلعات الشعب المصري في توفير حياة لائقة وكرامة كما تعد أيضاً تجسيداً لروح دستور مصر الحديثة الذي وضع هدفاً أساسياً للنظام الاقتصادي تبلور في تحقيق الرخاء في البلاد من خلال التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية وأكد على ضرورة التزام النظام الاقتصادي بالنمو المتوازن جغرافياً وقطاعياً وبيئياً، وتعتبر أول استراتيجية يتم صياغتها وفقاً لمنهجية التخطيط الاستراتيجي بعيد المدى والتخطيط بالمشاركة، حيث تم إعدادها بمشاركة

مجتمعية واسعة راعت مرئيات المجتمع المدني والقطاع الخاص والوزارات والهيئات الحكومية كما لاقت دعماً ومشاركة فعالة من شركاء التنمية الدوليين الأمر الذي جعلها تتضمن أهدافاً شاملة لكافة مرتكزات وقطاعات الدولة المصرية.



اهداف النسخة الجديدة لرؤية مصر ٢٠٣٠

تتبنى استراتيجية التنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠" مفهوم التنمية المستدامة كإطار عام يهدف إلى تحسن جودة الحياة في الوقت الحاضر بما لا يخل بحقوق الأجيال القادمة في حياة أفضل، ومن ثم يركز مفهوم التنمية الذي تتبناه الاستراتيجية على عدة محاور؛ منها ما يخص موضوع البحث وهو الاستدامة البيئية. (١٠)

الاستدامة البيئية

الاستدامة البيئية هي مفهوم يعتبر أحد أهم محاور التنمية المستدامة. تهدف الاستدامة البيئية إلى الحفاظ على البيئة ومواردها والحد من التأثير السلبي عليها لضمان وجودها للأجيال الحالية والمستقبلية. (١١)
إن تحقيق الاستدامة في مجال الحفاظ على الطاقة يتطلب تطبيق مجموعة من الخطوات والإجراءات التي تهدف إلى تقليل استهلاك الطاقة، وزيادة كفاءة استخدامها، والاعتماد على مصادر الطاقة المتجددة. فيما يلي أهم الخطوات لتحقيق ذلك:

تحسين كفاءة استخدام الطاقة

- استخدام الأجهزة والمعدات الموفرة للطاقة: تشجيع استخدام الأجهزة الكهربائية التي تحمل ملصق الكفاءة في استهلاك الطاقة، مثل المصابيح LED والأجهزة المنزلية ذات الكفاءة العالية.
- تحديث البنية التحتية: تحسين العزل الحراري للمباني، تحديث أنظمة التدفئة والتبريد، واستخدام تقنيات ذكية لإدارة استهلاك الطاقة في المباني والمنشآت.

التحول إلى مصادر الطاقة المتجددة

استخدام الطاقة الشمسية: تركيب الألواح الشمسية على أسطح المنازل والمباني لتوليد الكهرباء من مصدر نظيف ومتجدد.
الاستفادة من طاقة الرياح: بناء توربينات الرياح في المناطق المناسبة لتوليد الكهرباء بطرق مستدامة.

الطاقة المائية والحرارية الجوفية: استغلال مصادر الطاقة المتجددة الأخرى مثل الطاقة المائية والطاقة الحرارية الجوفية. تشجيع عادات الاستهلاك الرشيد:

إطفاء الأجهزة غير المستخدمة: التوعية بأهمية إطفاء الأجهزة الكهربائية غير الضرورية عند عدم استخدامها، مثل إطفاء الأنوار في الغرف الفارغة وإيقاف تشغيل الأجهزة الإلكترونية.

تقليل استهلاك الطاقة في المنزل: استخدام ممارسات بسيطة مثل غسل الملابس بالماء البارد، ضبط درجة حرارة المكيف بفعالية، واستخدام المراوح بدلاً من مكيفات الهواء في الطقس المعتدل.

تطبيق السياسات والتشريعات:

وضع معايير كفاءة الطاقة: سن قوانين ومعايير تلزم المصنعين بتطوير أجهزة ومنتجات ذات كفاءة عالية في استهلاك الطاقة.

تقديم حوافز مالية: تقديم حوافز وإعانات للمواطنين والشركات التي تتبنى ممارسات توفير الطاقة أو تستثمر في مصادر الطاقة المتجددة.

التوعية والتعليم: برامج التوعية المجتمعية: إطلاق حملات توعوية لتثقيف الجمهور حول أهمية الحفاظ على الطاقة وطرق تحقيق ذلك في الحياة اليومية.

دمج مفاهيم الحفاظ على الطاقة في التعليم: تعليم الطلاب في المدارس والجامعات حول أهمية الاستدامة البيئية والحفاظ على الطاقة.

إعادة التدوير واستخدام الموارد بكفاءة

- إعادة تدوير المنتجات: تشجيع إعادة تدوير الأجهزة الإلكترونية والبطاريات، التي تستهلك كميات كبيرة من الطاقة في إنتاجها، مما يقلل من الحاجة إلى استخراج مواد جديدة ويقلل من استهلاك الطاقة.
- تقليل الاستهلاك غير الضروري: تشجيع شراء المنتجات ذات الجودة العالية والطويلة العمر لتقليل الحاجة إلى الاستبدال المتكرر.
- اتباع هذه الخطوات، يمكن تحقيق الحفاظ على الطاقة بشكل فعال، مما يساهم في تقليل الأثر البيئي وتحقيق الاستدامة للأجيال القادمة. (١٢)

الحملات الإعلانية لترشيد الكهرباء في مصر ودورها في تعزيز الوعي البيئي لتحقيق الاستدامة

تلعب الحملات الإعلانية دورًا محوريًا في تعزيز الوعي البيئي بين المواطنين، مما يساهم بشكل مباشر في ترشيد استهلاك الكهرباء. في مصر، حيث تزايدت الضغوط على موارد الطاقة، تعتبر الحملات الإعلانية أدوات فعالة لنشر الوعي وتغيير السلوكيات تجاه استخدام الكهرباء. فيما يلي تحليل لعلاقة الوعي البيئي بالحملات الإعلانية لترشيد الكهرباء في مصر:

• تعزيز المعرفة البيئية

تعرف التوعية البيئية بأنها عبارة عن برامج أو أنشطة توجه الناس بصفة عامة أو شريحة اجتماعية معينة، بهدف توضيح وتدعيم وتعريف مفهوم بيئي معين أو مشكلة بيئية، لخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية، ومن ثم إحداث تغيير في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم ونظرتهم للبيئة ومواردها، وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات البيئية. ويمكن تعريفها كذلك "على أنها عملية بناء، وتنمية اتجاهات ومفاهيم وقيم وسلوكيات بيئية لدى الأفراد بما يعكس إيجاباً على حماية البيئة،

والمحافظة عليها، وتحقيق نوع من العلاقات المتوازنة التي تحقق الأمان البيئي" وقد عرفها(تريفيدي Trivedi وسنغ Singh – 1995) بأنها: "الشعور والإدراك الجماعي collective consciousness تجاه المحافظة على الموارد الطبيعية".

ويمكن القول بأن التوعية البيئية هي عملية إعلانية، تهدف إلى تكوين جيل مدرك، يقدر طبيعة البيئة التي يعيش فيها ومتطلباتها ومقوماتها والعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر فيها. وهي ذات علاقة مباشرة أو غير مباشرة بسلوك الإنسان والمجتمع الذي يعيش فيه، ولا بد من إعداد ما يناسبها من القيم والاتجاهات التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي، بصفته كائنًا حيًا ضمن أعداد عظيمة من الكائنات الحية الأخرى، مما يحتم عليه المحافظة على وجوده ونموه ضمن القواعد والأسس والنظم التي وضعت لهذه البيئة. (١٣)

• تشجيع السلوكيات المستدامة

الحملة الإعلانية تركز على تقديم نصائح عملية حول كيفية تقليل استهلاك الكهرباء، مثل إطفاء الأجهزة الكهربائية عند عدم استخدامها، واستخدام المصابيح الموفرة للطاقة، وتحسين كفاءة استخدام الأجهزة المنزلية. هذه النصائح تساعد في تحويل الوعي البيئي إلى سلوكيات يومية فعالة. (١٤)

• استخدام وسائل الإعلام المتنوعة

تلجأ الحملات الإعلانية في مصر إلى استخدام وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك التلفزيون، الراديو، ومنصات التواصل الاجتماعي، للوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من السكان. هذه الاستراتيجيات تضمن أن رسائل التوعية البيئية تصل إلى جميع الفئات العمرية والاجتماعية، مما يعزز من تأثيرها.

• التعاون مع المنظمات البيئية

تتعاون الحملات الإعلانية للحكومة المصرية مع المنظمات البيئية المحلية والدولية لنشر الوعي وتعزيز الجهود المشتركة نحو ترشيد استهلاك الكهرباء. هذا التعاون يضيف مصداقية للحملات ويساعد في نشر الرسائل البيئية بشكل أكثر فعالية. وذلك وفقاً للبيان الصادر عن وزارة البيئة في ٢ يوليو ٢٠٢٤ خلال فعاليات إطلاق وعرض مخرجات تقرير تقييم ومراجعة سياسات النمو الأخضر في مصر. (١٥)

قياس تأثير الحملات الإعلانية:

سيكون لحملة التوعية التي يتم إنشاؤها بشكل صحيح هدف وجمهور مستهدف، ويجب أن تكون هذه أهدافاً قابلة للقياس والتي من المحتمل أن تنعكس في النتائج الأكبر للحملة وذلك من خلال الاستبيانات والدراسات الميدانية. قد يكون التأثير الثانوي للحملة أيضاً هو دفع الأشخاص إلى الموقع حتى يستمروا في دعم الحملة الإعلانية والعمل على تحقيق أهدافها البيئية المرجوة. (١٦)

الجانب التحليلي للحملات الإعلانية المصرية لترشيد استهلاك الكهرباء لتحقيق الاستدامة

إن مصر كغيرها من الدول النامية، تواجه تحديات كبيرة في إدارة موارد الطاقة بكفاءة. ومع تزايد الطلب على الكهرباء وتزايد الضغط على الموارد المتاحة، أصبحت الحاجة ملحة لتبني استراتيجيات فعالة لترشيد استهلاك الكهرباء. في هذا السياق، أطلقت الحكومة المصرية مجموعة من الحملات الإعلانية الهادفة إلى تعزيز الوعي العام حول أهمية ترشيد استهلاك الطاقة وتشجيع المواطنين على اتباع ممارسات أكثر استدامة. يمثل الجانب التحليلي لهذه الحملات الإعلانية أداة حيوية لتقييم مدى نجاحها في تحقيق أهدافها. يتطلب هذا التحليل دراسة متأنية للعناصر الأساسية التي تشكل الحملات، بما في ذلك الفكرة الإعلانية، القنوات المستخدمة. كما يتطلب فحص العوامل التي تؤثر على فعالية هذه الحملات، مثل التوقيت، والأسلوب الإبداعي، ومدى الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع. من خلال هذا التحليل، يمكن تحديد نقاط القوة والضعف في الحملات الإعلانية، وفهم تأثيرها على سلوكيات المستهلكين فيما يخص استهلاك الكهرباء. كما يتيح هذا التحليل تقديم توصيات لتحسين الحملات المستقبلية، بما يساهم في تحقيق أهداف الدولة في مجال ترشيد الطاقة وتعزيز الاستدامة البيئية.

حملة إعلانية بعنوان دائما.. معكم:



شكل رقم (٣)



شكل رقم (٢)



شكل رقم (٥)



شكل رقم (٤)



شكل رقم (٦)

أشكال رقم (٢-٣-٤-٥-٦) حملة إعلانية للشركة القابضة لكهرباء مصر

بعنوان (دائما.. معكم)

حملة إعلانية "دائما.. معكم"		
١.	الفكرة الاعلانية	تفتقد الحملة الاعلانية الى الفكرة الاعلانية الواضحة والصريحة، حيث تتضمن عدة افكار توعوية، منها ما له علاقة بكيفية معرفة شريحة الاستهلاك وكيفية الحفاظ على الرصيد، ومنها التحذير من الاقتراب من اعمدة الكهرباء اثناء العواصف.
٢.	القنوات المستخدمة	صفحة الشركة القابضة لكهرباء مصر على مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook- Instagram).
٣.	التوقيت	ابريل ٢٠٢٣.
٤.	الجانب الإبداعي	تفتقر الحملة الاعلانية الى الجانب الابداعي ولكنها في الوقت نفسه تحتفظ بتنسيق عام ثابت (Layout) واستخدم المصمم عنصرين رئيسيين فقط للدلالة على الفكرة الاعلانية وكذلك الخلفية بدرجات اللون البرتقالي، ولكن في اعلان التحذير من الاقتراب من اعمدة الكهرباء اثناء العواصف استخدم المصمم صورة واقعية لعمود كهربائي قديم اثناء وقوعه على اسلاك كهرباء وذلك لتأكيد الخطورة عن طريق واقعية الصورة.

<p>من خلال متابعة الحملة الاعلانية على صفحات التواصل الاجتماعي؛ وجد ان تفاعل افراد المجتمع لا تتجاوز ١٠٠ شخص على اعلانات الحملة، كذلك محدودية انتشار الحملة لانحصار نشرها على صفحات الشركة القابضة لكهرباء مصر.</p>	<p>مدى الوصول لشرائح المجتمع</p>	<p>٥.</p>
---	----------------------------------	-----------

حملة إعلانية بعنوان صيف ووفر



شكل (٩)



شكل (٨)



شكل (٧)



شكل (١٢)



شكل (١١)



شكل (١٠)

أشكال رقم (٧-٨-٩-١٠-١١-١٢) حملة إعلانية للشركة القابضة لكهرباء مصر بعنوان (صيف ووفر)

حملة إعلانية "صيف ووفر"		
١.	الفكرة الاعلانية	تعتمد الفكرة الاعلانية للحملة على اعطاء النصائح لكيفية ترشيد الكهرباء عند استخدام الاجهزة الكهربائية المنزلية.
٢.	القنوات المستخدمة	صفحات التواصل الاجتماعي للشركة القابضة لكهرباء مصر (Facebook & Instagram).
٣.	التوقيت	شهر أغسطس ٢٠٢٣.
٤.	الجانب الإبداعي	اعتمد المصمم على تقسيم مساحة الاعلان الى ٣/١ و ٣/٢ ووضع صورة الجهاز الكهربائي في المساحة الاكبر والكتابة في مساحة الثلث، واستخدم اغلب صور الاجهزة اثناء الاستخدام لربط الصورة الذهنية بين الاستخدام والنصيحة الموجودة بالإعلان لترشيد الكهرباء.
٥.	مدى الوصول لشرائح المجتمع	من خلال متابعة الحملة الاعلانية على صفحات التواصل الاجتماعي؛ وجد ان تفاعل افراد المجتمع لا تتجاوز ١٠٠ شخص على اعلانات الحملة، كذلك محدودية انتشار الحملة لانحصار نشرها على صفحات الشركة القابضة لكهرباء مصر.

حملة إعلانية بعنوان وقف عداد السرقة تشوف النور



شكل (١٥)



شكل (١٤)



شكل (١٣)



شكل (١٨)



شكل (١٧)



شكل (١٦)



شكل (٢١)



شكل (٢٠)



شكل (١٩)



أشكال من رقم (١٣) : رقم (٢٢) حملة إعلانية للشركة القابضة لكهرباء مصر بعنوان (وقف عداد السرقة تشوف النور)

حملة إعلانية "وقف عداد السرقة تشوف النور"		
١.	الفكرة الاعلانية	اعتمد الفكرة الاساسية للحملة على رسائل واضحة وقابلة للتحقيق، وذلك عن طريق المواقف الحياتية للأفراد والتي يتخللها قطع الكهرباء والنصيحة من الأشخاص لكيفية الحفاظ على الكهرباء عن طريق الإبلاغ عن سرقات الكهرباء للحفاظ على المال العام والعمل على توفير الكهرباء بشكل طبيعي لجميع افراد المجتمع.
٢.	القنوات المستخدمة	صفحات التواصل الاجتماعي للشركة القابضة لكهرباء مصر (Facebook & Instagram) وكذلك بالقنوات التلفزيونية المختلفة والراديو.
٣.	التوقيت	يونيو ٢٠٢٤.
٤.	الجانب الإبداعي	اعتمد المصمم على الإعلان التلفزيوني والمنشور كذلك على صفحات التواصل الاجتماعي والذي يقدم مواقف يومية لمختلف افراد المجتمع ونقاشهم حول كيفية الحفاظ على الكهرباء وترشيدها وكذلك ضرورة الإبلاغ عن سرقات الكهرباء، وتم اخذ لقطات من الإعلان التلفزيوني وازافة الكتابات من التعليق الصوتي كتصميمات إعلانية للسوشيال ميديا، وذلك لتنشيط الصورة الذهنية للحملة الإعلانية.
٥.	مدى الوصول لشرائح المجتمع	انتشرت الحملة الإعلانية (وقف عداد السرقة تشوف النور) وذلك لعرضها على القنوات التلفزيونية المختلفة وكذلك تم عرضها ومشاركتها بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على انتشارها ووصولها لشرائح واسعة من المجتمع، ما يجعل الحملة الإعلانية أكثر نجاحاً في تحقيق أهدافها.

الخلاصة

- يمثل ترشيد استهلاك الكهرباء في مصر أولوية وطنية نظرا للضغط المتزايد على موارد الطاقة، وقد أطلقت الحكومة المصرية حملات إعلانية متعددة تهدف إلى تعزيز الوعي بأهمية استدامة استهلاك الكهرباء. يركز هذا البحث على تحليل لبعض الحملات الإعلانية، مع تقييم مدى فعالية استراتيجياتها في تغيير سلوكيات المستهلكين ودفعهم نحو استخدام أكثر كفاءة للكهرباء.
- من خلال تحليل الحملات الإعلانية، وجد أن الحملات قد نجحت في إيصال رسائلها إلى شرائح واسعة من المجتمع، إلا أن تأثيرها الفعلي على تغيير السلوكيات كان متفاوتاً. وأظهرت أن الحملات التي استخدمت رسائل واضحة وقابلة للتطبيق، واعتمدت على قنوات إعلامية متنوعة، كانت أكثر نجاحاً في تحقيق أهدافها.

النتائج

1. التأكيد على أهمية القوة التأثيرية للحملات الإعلانية وقدرتها على صياغة سلوك ووعي متلقى الإعلان.
2. يجب الاهتمام بالجانب التصميمي للحملات الإعلانية البيئية وخاصة المتعلقة بترشيد استهلاك الكهرباء في مصر، لتحقيق أقصى فعالية منها وتحقيق أهدافها المرجوة.
3. إن الحملات الإعلانية ساعدت في تغيير سلوك بعض المستهلكين نحو ممارسات أكثر استدامة، مثل تقليل استهلاك الموارد وتشجيع التدوير.
4. تواجه الحملات البيئية تحديات مثل ضعف التمويل، ونقص التنسيق، وصعوبة الوصول إلى بعض الفئات المستهدفة.

توصيات البحث

- يجب تشجيع التعاون المستمر بين الحكومات والمنظمات غير الحكومية والشركات الخاصة لتحقيق أهداف الاستدامة البيئية.
- على الدولة توجيه المزيد من الموارد المالية والبشرية نحو حملات التوعية البيئية لضمان وصولها إلى جميع شرائح المجتمع.
- يجب وضع سياسات وقوانين تدعم الحملات البيئية وتشجع على الممارسات المستدامة بين الأفراد والشركات.
- استخدام وسائل الإعلان المتنوعة للوصول إلى جمهور أوسع، بما في ذلك الفئات التي يصعب الوصول إليها عبر القنوات التقليدية.
- تعزيز التنسيق بين الجهات الفاعلة المختلفة لضمان تنفيذ حملات التوعية البيئية بشكل أكثر تكاملاً وكفاءة.

مراجع البحث

أولاً: المراجع العربية:

1. ابو الطابوق، مهدي هاتف كاظم - ترشيد الطاقة الكهربائية في القطاع المنزلي وأثرها على توفير الطاقة لمحافظة النجف الأشرف- مجلة جامعة بابل- العلوم الهندسية- العدد الرابع- مجلد ٢٣- الكلية التقنية بالنجف- العراق - ٢٠١٥.
- abw altaabwq, mahdi hatif kazim - tarshid altaaqat alkahrabaiyyat fi alqitae almanzili wa'athariha ealaa tawfir altaaqat limuhafazat alnajat al'ashraf- majalat jamieat babli- aleulum alhandasiata- aleadad alraabie- mujalad 23- alkullyat altaqniat bialnajat- aleiraq - 2015.
2. جمعة، محمد جمعة على - التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية الوعي المجتمعي للشباب الجامعي بمخاطر الزيادة السكانية- المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية- العدد الثامن عشر المجلد الأول- كلية الخدمة الاجتماعية- جامعة أسيوط - ٢٠٢٢.
- jumeata, muhamad jumeat ealaa - altadakhul almuhnaa litariqat tanzim almujtamae litanmiat alwaeaa almujtamaeaa lilshabab aljamieaa bimakhatir alziyadat alsukaaniati- almajalat aleilmiat lilkhidmat alajtimaeiati- aleadad althaamin eashar almujalad al'awal- kulyat alkhidmat alajtimaeiati- jamieat 'asyut - 2022.
3. سعاد، تامي - استراتيجيات الخطاب الإشهاري الإعلامي في توجيه الوعي البيئي- المؤتمر العلمي الثاني عشر بعنوان التدريب من أجل التشغيل والتنمية- جامعة بنى سويف - ٢٠١٨.

- saeadi, tama - astiratijiat alkhitaab al'iishharaa al'ielamaa faa tawjih alwaeaa albiyaa-
almutamar aleulmaa althaania eashar bieunwan altadrib min 'ajl altashghil waltanmiati-
jamieat banaa suayf - 2018.
٤. عبدالرحيم، منى ابراهيم - القوة التأثيرية للحملات الإعلانية ودورها في تنمية ثقافة المجتمع- مجلة كلية التربية-
العدد ١٧٤- الجزء الثالث- جامعة الأزهر- ٢٠١٧.
- eabdalrahim, munaa abarrahim - alquat altaathiriyaat lilhamalat al'ielaniyat wadawruha faa
tanmiat thaqafat almujtamaei- majalat kuliyyat altarbiati- aleadad 174- aljuz' althaalithu-
jamieat al'azhar- 2017.
٥. عبدالغنى، محمد فتحى - تطور مفهوم التنمية المستدامة وأبعاده ونتائجه فى مصر- المجلة العلمية للاقتصاد
والتجارة- العدد الثانى- المجلد الخامس - جامعة عين شمس- ٢٠٢٠.
- eabdalghinaa, muhamad fathaa - tatawur mafhum altanmiat almustadamat wa'abeaduh
wanatayijat faa masr- almajalat aleilmiaat lilaqtisad waltijarati- aleadad althaanaa-
almujalad alkhamis - jamieat eayn shams- 2020.

ثانياً: مواقع الانترنت

6. [ps://www.iea.org/reports/energy-efficiency-2020](https://www.iea.org/reports/energy-efficiency-2020)
7. [ps://www.oecd.org/en/publications/2017/03/behavioural-insights-and-public-licy_g1g7590e.html](https://www.oecd.org/en/publications/2017/03/behavioural-insights-and-public-licy_g1g7590e.html)
8. [ps://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216383](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216383)
9. [ps://www.un.org/ar/climatechange/youth-in-action](https://www.un.org/ar/climatechange/youth-in-action)
10. [ps://www.sis.gov.eg/Story/235782/%D8%A2%D9%81%D8%A7%D9%82-D9%88%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC-D9%8A%D8%A9-D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9-D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1?lang=ar](https://www.sis.gov.eg/Story/235782/%D8%A2%D9%81%D8%A7%D9%82-D9%88%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC-D9%8A%D8%A9-D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9-D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1?lang=ar)
11. [ps://sustainability-celligence.com/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A9-%D9%85%D8%A9-D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D9%8A%D8%A9/](https://sustainability-celligence.com/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A9-%D9%85%D8%A9-D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D9%8A%D8%A9/)
12. [ps://egyptera.org/ar/download/pdf/Electricity Consumption.pdf](https://egyptera.org/ar/download/pdf/Electricity%20Consumption.pdf)
13. [ps://gua-sa.org/social-awareness/](https://gua-sa.org/social-awareness/)
14. [ps://www.unep.org/news-and-stories/story/imax-challenges-student-filmmakers-ate-documentaries-drive-global](https://www.unep.org/news-and-stories/story/imax-challenges-student-filmmakers-ate-documentaries-drive-global)
15. [ps://www.facebook.com/story.php?story_fbid=968047312032356&id=1000648128817](https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=968047312032356&id=1000648128817)
16. [ps://www-whole-whale-com.translate.google.com/tips/measure-awareness-campaigns/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=ar&x_tr_hl=ar&x_tr_pto=rq#:~:text=Share%20%20voice%3A%20Percent%20of,organization%20over%20a%20time%20frame.](https://www-whole-whale-com.translate.google.com/tips/measure-awareness-campaigns/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=ar&x_tr_hl=ar&x_tr_pto=rq#:~:text=Share%20%20voice%3A%20Percent%20of,organization%20over%20a%20time%20frame.)