



## TINKAMO ATLIEKŲ RŪŠIAVIMO PASEKMIŲ INFORMACIJOS PATEIKIMAS SPECIALIOJE REKLAMOJE

**Arnas Steponaitis,**  
**dr. Inga Valentinienė** (*vadovas*)  
*Kauno kolegijos Menų akademija*

**Tyrimo tikslas.** Parengti veiksmingas – rūšiovimą skatinančias reklamines priemones, skirtas viešinti viešajame transporte.

**Reikšminiai žodžiai:** atliekų rūšiovimas, mokestis, reklama viešajame transporte, specialios reklamos priemonės

**Tyrimo metodai.** Atlikta mokslinės literatūros analizė, išanalizuoti statistiniai atliekų rūšiovimo duomenys. Atliktas empirinis tyrimas, kurio metu pagal informacinių vaizdinių priemonių kūrimo principus sukurti rūšiovimą skatinančios reklamos pavyzdžiai. Atliekant kokybinį tyrimą išanalizuota veiksmingiausios rūšiovimą skatinančios vaizdinės priemonės.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Tyrimo metu ištirti statistiniai duomenys, atskleidžiantys Lietuvos rūšiovimo lygį lyginant su kitomis šalimis, išanalizuotos priežastys, kurios mažina nerūšiovjančių žmonių skaičių, išsinagrinėtos netinkamo rūšiovimo pasekmės gamtai bei žmonėms bei atskleista, kur ir kokiomis priemonėmis geriausia skatinti rūšiovimo įpročių formavimąsi.

Lietuvoje bandoma suteikti kiek įmanoma daugiau informacijos apie tinkamą rūšiovimą. Rūšiovimo įpročių skatinimui taip pat yra atsiradę bendro naudojimo atliekų surinkimo konteinerių aikštelės bei taromatai. Ant rūšiovimui skirtų konteinerių, vadinamųjų „varpelių“, yra spalvomis suskirstyti atliekų skyriai, o požeminiuose konteineriuose yra papildomai užrašyta informacija, kokias atliekas ir kaip galima rūšiuoti. Pagal 2016 metais „Spinter“ atliktą tyrimą dėl rūšiovimo, apie 80 % gyventojų teigia, jog įvairiuose šaltiniuose pateikiama informacija yra pakankama. Tačiau, nepaisant visos teikiamos informacinės medžiagos, kai kurie žmonės atsisako aktyviai rūšiuoti.

Nors teigiama, jog lietuviai kasmet rūšiuoja vis geriau, Lietuvos globalus rūšiovimo skaičius laikui einant krenta, tad reiškia, jog po kažkiek laiko žmonės ima atsisakyti rūšiovimo. Didelė dalis žmonių teigia, jog tinkamo rūšiovimo informacija pateikiama pakankamai gerai, tačiau yra nepakankamai motyvuojanti. Nenoro rūšiuoti priežastys susiję su apatija ir tingumu, o teikiama tekstinė informacija sunkiai įsisavinama.

Daugelis žmonių šiomis dienomis naudojami internetu, tačiau socialiniuose tinkluose sklaidžiama informacija nepadedą mažinti nerūšiovjančių ir apatiškų žmonių skaičiaus. Tokia informacija priimama, kaip „baltas garsas“, kuris tiesiog praignoruojamas. Specialiai šiuo tikslu kuriamo plakato dizainas (1 pav.), panaudojant specialų šriftą bei spalvas, gali perteikti tikslią informaciją, ugdančią visuomenę atliekų rūšiovimo klausimais.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Netinkamai atliekas rūšiovantiems žmonėms suteikta informacija apie nenoro prisidėti prie rūšiovimo piniginę kainą skatins juos apsvarstyti sau bei planetai keliamą žalą. Išbandžius šią hipotezę, daugės rūšiovjančių žmonių.

Pagal atlikto tyrimo rezultatus sukurtos veiksmingų – rūšiovimą skatinančių reklaminių priemonių vizualizacijos bus naudingos kuriant socialinę, gamtosaugą skatinančią reklamą, naudojamą viešame transporte bei kitose viešose erdvėse.



NERŪŠIUODAMI, SUMOKATE UŽ ATLIEKŲ  
SUTVARKYMĄ DU KARTUS.  
Daugiau informacijos <http://www.sratc.lt>



*1 pav. Rūšiavimo instrukcijos eskizas  
Aut. Arnas Steponaitis*