

公益广告史话

一、美国

19 世纪中后期，美国的报纸媒体迅速发展，出现了普利策、赫斯特等报业传奇人物。广告的作用也开始广为人知。一战期间，美国政府成立了“联邦公共信息委员会”来引导公共舆论，下设“公众推广视觉部”负责制作广告招贴画。其中最著名的当属以“山姆大叔”为主角的征兵广告。这位以牛肉商贩为模特的广告人物，成为了家喻户晓的美国象征。请欣赏：美国一战时期招贴画《我要你参加美国军队》（如左图）。



在美国参加二战之前的 1941 年 11 月，美国成立“广告委员会（Ad Council，简称 AC）”这一全国性公益广告机构，美国公益广告至此正式诞生。

二战期间，美国广告委员会更名为战时广告委员会，受战时新闻办公室的直接领导，开展了大量活动。除由政府直接出资制作公益广告招贴以外，还号召企业进行此类宣传。美国的战时宣传多种多样，从号召参军、保卫家园、严守秘密到支援盟友、购买国债、节约物资等均包含在内，有力支援了反法西斯作战。请欣赏：美国二战宣传海报



号召女工加入生产



严守秘密防敌窥探



援助中国抗战

二、日本

日本公益广告的出现，与日本在高速发展中出现的环境问题和社会问题密不可分。1971

年，日本广告界成立了第一个正式的公益广告组织“关西公共广告机构”（公益广告日文为“公共广告”），并发布了第一则公益广告“唤起公益心”，成为日本公益广告事业之始。日本第一则公益广告《唤起公益心》，图片下方可见关西公共广告机构的标识。

在日本公益广告发展的早期，“环境”是最为常见的主题。70年代中期开始，日本公益广告中出现越来越多的社会福利和家庭美德方面的话题，如1975年的公益广告主题“社会福利”，1978年的“防止离家出走”，1979年的“父亲你就是我的教科书”等等。这些主题贯穿70-80年代。

请看以下广告 1987年的日本公益广告《别让孩子独自吃饭》



70年代末，随着日本成为世界第二大经济体，这一时期日本的经济发展和商业能力令世界刮目相看。日本的公益广告人在这一时期也挖掘出日本在世界交流史上的种种内容，宣传日本与各国，特别是美国的关系渊源。进入90年代，环境保护、社会福利、交通安全等主题仍然是日本公益广告的主角。2009年，关西公共广告机构更名为“AC Japan”（日本广告委员会）。



三、韩国：

韩国的公益广告事业始于1980年。80年代初期，韩国国内的环境污染、诚信缺失、传统荒废等社会问题开始凸显。为了应对这些现象，韩国政府于1980年制定《言论基本法》以加强舆论导向。1981年，韩国放送广告公社成立，是当时垄断经营韩国广播电视广告的专门机构。1981年12月，韩国放送广告公社制作播出了第一条电视公益广告《储蓄带来美好明天》。

1983年，放送广告公社下属的公益广告发展咨询委员会成立。这个委员会每年对国民关心的问题进行调查，并向企业和个人会员征集当年的公益广告主题。同年，韩国的报纸上

也开始出现公益广告。1985 年，公益广告开始在韩国的剧场中放映，此后又出现在各种户外媒体上。

从 1998 年开始，韩国政府从法律和制度两个层面对公益广告进行调整。2001 年起实施的《综合放送法》中规定各大电视台每周播放的公益广告不得少于总节目时长的 0.15%。从 2003 年开始，韩国政府开始参与公益广告的制作。韩国的公益广告主题涵盖重视教育、呼唤道德、祖国统一等主题，善于以亲情友爱来打动观众。



韩国环保主题公益广告《超人篇》



韩国献血主题公益广告。