

论公益广告的社会功能

社会公益事业是非营利事业，其目的不是为了谋求市场经济利益，而是为了造福于社会，是从文化、精神、体质、社会、环境诸方面开发人的潜能，为人类社会生存和发展创造各种基本条件、基本价值的事业。社会公益事业是一种社会性事业，需要社会全体成员参加，它在开展和运作过程之中同样离不开信息的传播和交换，特别需要公益事业的主体向社会成员传播信息的媒介和渠道，这就导致了公益广告的产生和发展。因此，社会公益事业的存在和发展是公益广告存在和发展的现实基础。

公益和营利之间的区别，既是社会公益事业和社会营利事业之间的区别，也是公益广告和商业广告之间的区别。这种区别表现在动机、内容、结果等各个方面。制作广告的动机，一个是为了公益，一个是为了盈利；作为广告的内容，一个是传播公益信息，一个是传播商业信息；作为广告的结果，一个是推动公益事业的发展且不带来利润，一个是推动营利事业的发展且带来利润。我们研究和讨论公益广告，首先要准确地把握公益广告的本质特征并将它和商业广告区别开来。当然，公益广告和商业广告之间也存在着联系，存在着共性，它们能不能在一定条件下结合起来，可不可以互有利益？这是需要进一步研究的问题。

为了提高公益广告的质量，更好地发挥公益广告的作用，就必须阐明公益广告的社会功能，因为搞清楚了公益广告的社会功能以及公益广告社会功能的内在规律，也就找到了提高公益广告质量的途径。

公益广告的社会功能具体表现在下列几个方面：

1. 传播功能 公益广告在社会主义精神文明建设中占有极为重要的地位。中共十四届六中全会《关于加强社会主义精神文明建设的若干重要问题的决议》所指出的我国社会主义精神文明建设的指导方针、根本任务同样适合于公益广告的基本思想。我们的公益广告只有传播了科学理论、正确舆论、高尚精神的信息；只有传播了有利于提高全民族的科学文化、思想道德、民主法制等信息；只有传播了有利于团结和调动全国各族人民把我国建设成为富强、民主、文明的社会主义现代化强国的信息，才能成为真正的公益广告。反之，如果传播了有害于人民和社会健康发展的信息，即使不带任何商业性质的广告也仍然不是公益广告。

2. 价值导向和教化功能 公益广告在思想道德、文化教育方面可以发挥重要作用。每一个公益广告，不管它有没有文字说明，都在表达某种思想、观念，体现某种价值评判和价值追求，人们接受公益广告的过程就是对其蕴含的思想、观念、价值取向的解读过程。公益广告所能蕴含和表达的思想观念可以是多层次、多方面的，它既可以表达人们的实践观念，也可以表达深层次的哲理观念。由于公益广告的价值导向和教化功能是在人们“欣赏”广告时不由自主地接受的情况下产生的，是潜移默化的过程，所以它比较容易渗透到人们的精神世界里，这对公益广告来说是至关重要的。但是，仅仅是公益广告的价值导向正确，如果它不能引起人们的注意，它也不可能发挥什么作用。

3. 审美功能 如果公益广告通过艺术形式如书法、绘画、雕塑、音乐、歌舞等具有艺术魅力的艺术作品来表现，它就具有了一定的审美功能。人们把接受公益广告的过程当做欣赏一种艺术作品的过程；这时，人们除了思想意识得到了熏陶之外，还是一个享受美的过程。艺术性越强就越具有感染力，就越能引起人们的注意，就越能使人们在不知不觉中接受教育。我们在认识广告的审美功能时，不能只把它当做思想教育的手段，还应该用它来进行美育教育，提高人们的审美情趣，陶冶人们的情操，激发人们对真善美的渴望和追求。

4. 视听调节功能 广告信息既可以通过听觉信号，也可以通过视觉信号，还可以通过视听混合信号进行传播，这就会对人们的视觉、听觉产生不同的影响。和谐的空间结构会通过视觉和听觉使人产生愉悦的感觉。然而，噪声则会使人产生坏的心理精神状态，这就是现在人们通常说的听觉视觉污染的问题。有的专家指出，视听污染常常引起人们生理和心理上的种种不良反应，如焦虑、烦闷、压抑、恐惧、紧张、孤独等等。如此这般消极方面的影响并不是广告不可避免的地方，而是由于广告的不适当制作和不适当传播带来的，广告并不是非要使用具有污染效果的声画来传播。只要设计、使用适当，完全可以积极地发挥其对人们视听的调节功能。公益广告在这方面的作用更应该是“公益”而不应是“公害”。

5. 对商业广告的制约功能 商业广告是市场经济体制不可缺少的组成部分，商业广告的发展程度、商业广告的文明和规范程度、商业广告的文化含量是现代市场经济发展程度的一个重要标志。随着我国市场经济的发展，商业广告如雨后春笋般地发展着，这是值得称道的好事，商业广告迅速形成一种产业也是应该充分肯定的。但是，正如我国的社会主义市场经济体制还处在建立过程一样，我国的商业广告也存在着许多亟待规范和解决的问题，如欺骗性、虚假性、不规范、不科学等等。而公益广告的存在和发展则使人们沐浴了一股现代文明之风。公益广告的公益动机和效果同某些利用广告进行的商业欺诈行为形成了鲜明的对比。诚然，内容健康、形式高雅的商业广告也可以体现出现代市场文明、商业文明。但是要它传播超越市场局限的某些价值观念则是不现实的。公益广告由于其动机、内容、效果的非功利性质，便有效地帮助人们超越个人的、局部的、暂时的、物质的价值追求，帮助人们认识人类发展中最根本的、社会整体上的进步和可持续发展上长期需要的价值。从一定意义上来说，公益广告有助于人们克服和超越市场经济存在的局限性。

提高公益广告的制作和传播质量，使它的思想性、科学性、艺术性、文化性不断丰富和提高，扩大其制作规模，使其从广告海洋中的几个小岛，壮大为片片绿洲。这既需要从事公益广告事业的专业工作者付出辛勤劳动，也需要政府、社会团体乃至全社会成员的积极支持、热心扶持和参与；只有诸多方面的积极配合，千方百计地解决公益广告事业发展所需要的人才、资金、媒介载体等一系列的具体问题，我国的公益广告事业才能健康迅速地发展起来。

(原刊载于《电视研究》1997年第4期)