

以輕鬆詼諧的文案宣導環保意識

# 安泰人壽獲得水資源廣告特別獎

文／周曉倩

「未來，一滴純淨的水，就會讓很多人流口水；未來，一朵天邊的雲，就會讓人懷念最近的水」。

時報文教基金會這十年來一直以推動台灣邁向水資源永續經營為目標，在八十八年度，更聯合了經濟部水資源局共同籌措為期五年的「關懷水資源專案計畫」。整個計畫共有九個系列活動，從傳統到創新，從另類到樸素，應有盡有，包羅萬象。其中最先上演的重頭戲，即是在目前時報廣告金像獎項中增設「水資源特別獎」為年度大獎。

有鑑於廣告對於一般大眾的影響力，它不僅能帶動流行風潮、擴展資訊交流，更能在無形中改變消費者的思想、價值觀及行為模式。而時報廣告金像獎舉辦多年來，深受各界支持與重視，影響範圍遍佈全球，各國更是以其作為台灣形象與文化的表徵，因此，若能將愛護水源的概念結合廣告，讓廣告及廣告人先建立正確保育概念，再運用他們的傳播力



量將愛護水資源的工作傳達於大眾，則將對社會產生正面教育意義、提昇台灣廣告素養，更能將水資源保育的工作，擴展為全面性、全民性的運動。

從去年三月開始，時報文教基金會便積極與中國時報廣告部進行溝通協調，最後順利於四月搭上時報廣告金像獎文宣品印刷的列車。在短短兩個月的收件期間，稿件有如雪片般湧進，很快就收到上千件參賽者。每個獎

◆時報文教基金會副執行長林聖芬頒獎給安泰人壽。

項中的參賽作品只要具有保護水資源概念，即可重複報名水資源廣告獎項，之後再從中選出具有環保意念的最佳作品頒發水資

特別獎。

整個評審過程進行得相當順利，先是由時報廣告金像獎的十七位評審進行初審，選出103件符合宣導全民愛護水源且具有關懷生態環境的作品，再由時報文教基金會及水資源局組成的評委會，選出入圍者，最後才交由十七位評審委員進行決審，選出得獎者。經過眾位評審絞盡腦汁的思考後，首屆水資源特別獎得主終於決定由安泰人壽釣魚篇/雲雨

篇獲得。這件平面作品畫面簡單大方、以輕鬆詼諧的文案：「未來，一滴純淨的水，就會讓很多人流口水；未來，一朵天邊的雲，就會讓人懷念最近的水」，清楚道出人類未來的隱憂，更警示了大眾珍惜寶貴水資源的重要。

所有參賽者通過了一連串的考驗後，緊接而來即是令人期待的第22屆時報廣告金像獎頒獎典禮。當晚，在桃園大溪鴻禧山莊游泳池畔，主持人曹啟泰、莊淑芬以幽默風趣的對白，讓現場在輕鬆卻不失莊重的氣氛下順利地進行著。而此屆水資源特別獎邀請到時報文教基金會林副執行長林聖芬並代表水資源局徐局長為大家頒獎及致詞，說明水資源廣告金像獎的設立，主要在鼓勵廣告人及企業運用水資源保育的相關主題概念塑造產品形象，防止廣告人創作時缺乏正確環保概念，誤導大眾造成環境破壞。它更期許廣告人未來創作時，除了完成廣告主的託付，更應注重人文及環保意念的傳達。