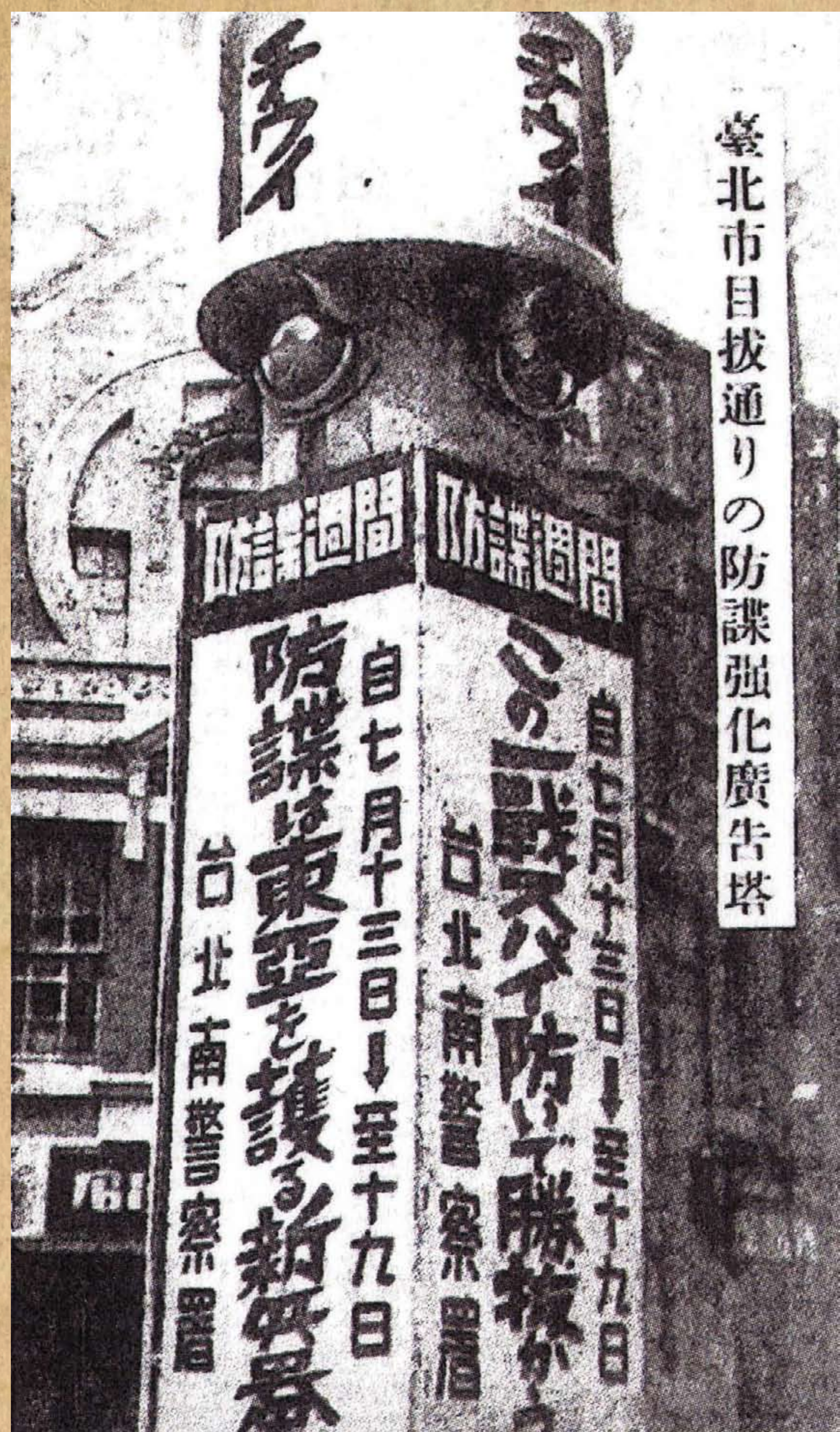


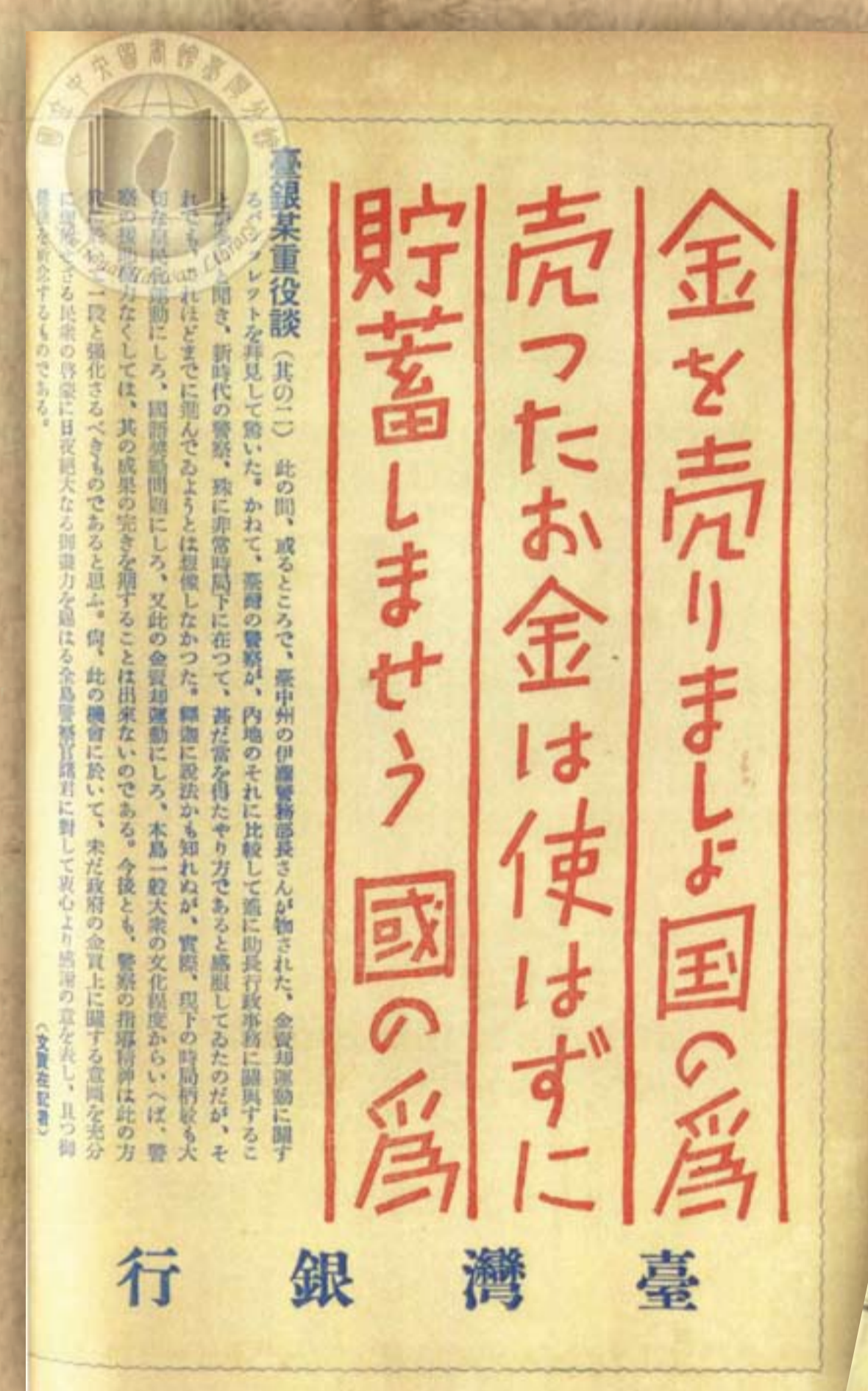


戰時體制下的廣告與宣傳

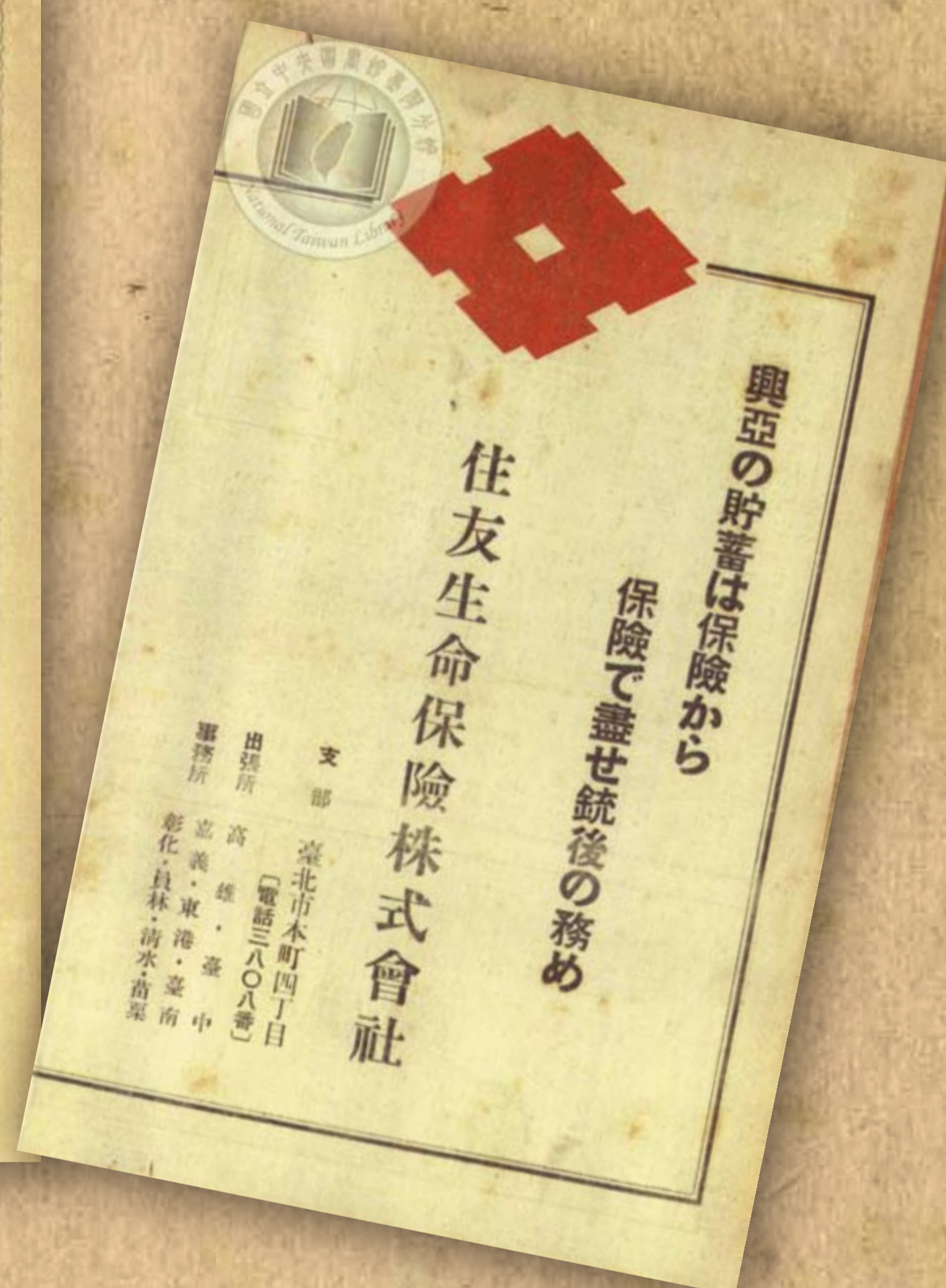
1937年7月，中日戰爭爆發後，臺灣被納入戰時體制，各項制度及設施因應戰時需要而有所調整，廣告內容亦與戰前有所差異。是年，為配合戰爭動員，總督府設置臨時情報部，用以宣傳戰爭、動員、愛國及皇民化等理念。其後，受到戰局及統制經濟之影響，奢侈品的進口相對困難，報紙上化妝品、藥品、食料品的廣告數量逐漸減少。戰爭期間，廣告除推銷商品外，亦兼負起宣傳政治、經濟、社會文化、皇民化、總動員、大東亞戰爭的任務。用是，社會大眾接受的訊息，充分反應統治者積極宣傳與教化之用心。



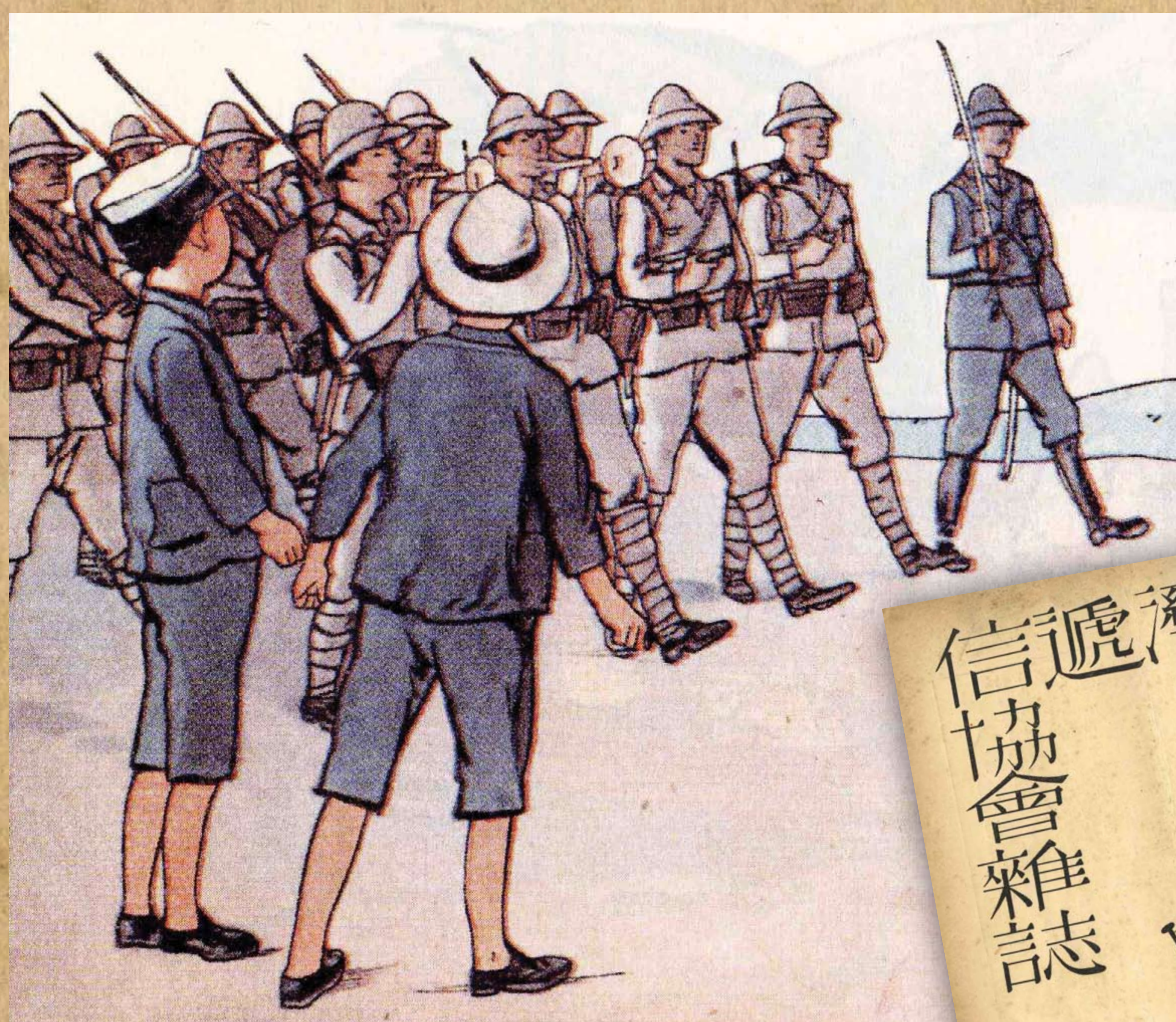
臺北市南警察署為防諜而設置的宣傳廣告塔/《臺灣日日新報》



臺灣銀行招募儲金廣告/《臺灣警察時報》



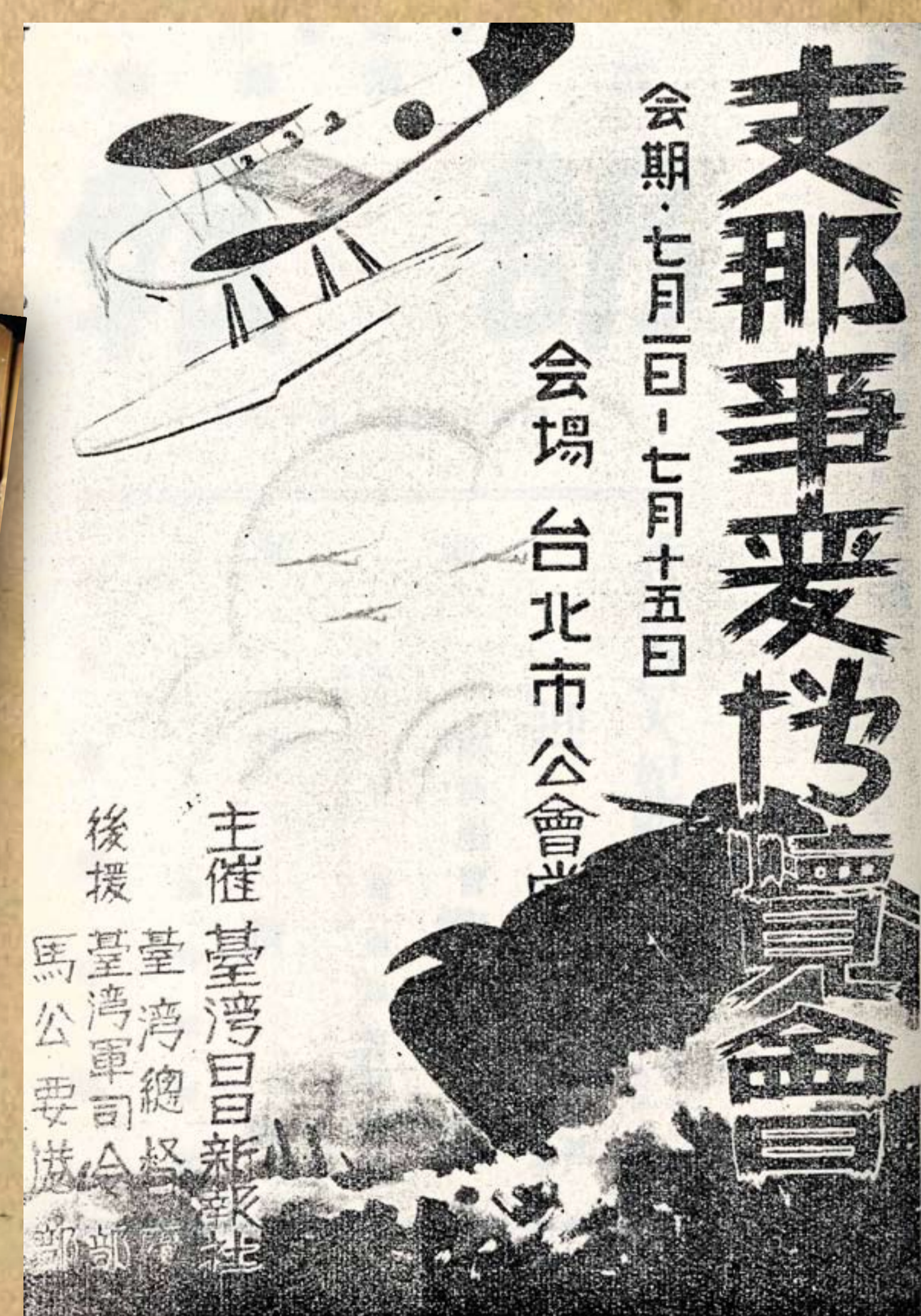
住友生命保險株式會社/《臺灣警察時報》



國語讀本內的插畫/《公學校用國語讀本 卷一》



1929年，臺灣遞信協會將戰爭景況設計成雜誌封面/《臺灣第信協會雜誌》



支那事變博覽會宣傳廣告/《部報》

