

日影行□小思 看日本的電視

在日本，「兒童是國家未來的主人翁」這句話，並不是像我們，只在作文才用的一句陳腔濫調；而是政府、父母們切實執行的一個信條。

在日本，我們可以說沒有過什麼夜生活，因為除了東京、名古屋、京都、大阪幾個城市外，我們都住在偏僻郊外的日本國民宿舍裏，離開市區往往有個多鐘頭車程，所以，除非有特別節目，否則，誰也不會在黃昏後外出的。晚餐過後到上床休息前一段時間，除了梳洗執拾、寫信和日記外，我就只呆在電視機前，把許多個電視台的晚間節目看過。雖然，不懂日語，但通過畫面和少數漢字，依然可以明白人家正在做什麼；而趁機會，也看看人家怎樣利用電視作為教育人民的工具，又跟香港的電視有什麼不同。有了這樣心思，我也就看得津津有味了！

首先，要說給我最深印象的電視廣告。在香港，最好看的電視廣告多是外國拍攝，為外國產品宣傳的；但日本卻幾乎全是它本地產品的廣告。說到表達內容的形式，大概可以分成三大類：(1)諧趣的——通常在畫面出現，會是一些優里優氣的日本大男人或女人，做些意想不到的諧趣動作；或透過魚眼鏡頭把人物誇大地「丑」化了，很有漫畫味道，但絕沒有流於低級肉麻的毛病。(2)活潑的——這類廣告多以肥肥胖白的小孩做主角，看他們跑、笑、玩，天真和健康充滿整個畫面，連觀眾也可以分享了這生的動力和歡愉。而廣告節目又以這類型佔了大多數，它們的含意就是：「爲了小孩子，你應該買這些東西！」在日本，「兒童是國家的未來主人翁」這句話，並不是像我們，只在作文時才用的一句陳腔濫調，而是政府、父母們切實執行的一個信條。爲了國家，日本人確實爲兒童下了工夫，從廣告裏也

透露了他們對兒童的重視。(3)優美的——這類廣告片拍得最悅目，也最能表現日本那種淡淡的、幽幽的美感，其中一個令我難忘記：一個穿著和服，髮絲半白的老人家，悠閒地穿過蒼鬱的林蔭，穿過幽雅的小徑，走向被黃昏日影染得金閃的沙灘盡頭。鏡頭一接，是老人家充滿書卷味的書房，看他舒然地展卷凝神。「噢！原來他是川端康成！」我驚訝的叫起來，可是，配着畫面的是絲絲樂音，川端康成始終沒說過一句話，只坐在那兒看他的書。鏡頭再慢慢移向一角，竟是一具某種牌子的空氣調節機。想想，這片子簡直似首小詩啊！商業也不一定耍俗氣薰天，這倒是個很好的例子。

此外，日本電視節目，似乎很重視討論時事問題，幾乎每天都有兩三個以一座談會一形式出現的節目，而出席人物都是政府有關機構的首長或大學教授、問題專家。看他們一本正經地發言，一談半個小時，相信香港人早就把電視機關掉了，但日本卻把這類節目放在最多觀眾的時刻上。我所看到的討論題目包括了：日本航空路線劃分問題、美國經濟及日本經濟問題、環境染污問題，都是因全日空民航機失事、美國經濟政策、日本空氣污濁等實況而引起的討論。由此，大概也可證實日本人是如何的關懷自己國家，和國際情況了。

其餘有關體育的報導，時事的實錄，都佔了許多廣播時刻。當然還有在香港可以看到的大型現場直播節目。我只能夠說：值得香港電視學習的地方有很多，而日本也確實好好利用了電視的功能。