

电视万花筒



北京广播学院出版社

PDG

写在前面的话

“万花筒”的确是一种很奇特的玩具——一个纸筒，几片镜片、一把碎玻璃，竟幻化出一个五光十色、神秘莫测的世界。比起时下时髦的遥控汽车和“变形金刚”来，它的确简单得近乎寒伧，然而，在这简单之中，似乎却透露出几分灵气。它普通，但看上却魅力十足；它单纯，但使人感到的却是捉摸不透；它浅陋，但却好象具有深邃的意境。这是一种多么奇特的效应——一些普普通通的物质，被放到一个特定的环境中，它向人们展示的已不再是物质本身，而是一个复杂而又含蓄的世界。

我们这些人何尝不是这样！

一个偶然的机会把我们聚合在了一起——北京广播学院电视系七七摄影班。在我们这三十一个人当中，最大的二十七岁，最小的只有十七岁；有的人已有十几年的工龄，有的刚刚迈出高中的校门；有的人曾经是管过几千人的地方官，有的却从未离开过父母一步……这是一个奇特的组合，一个只有在一九七七年才有可能出现的组合。

记得十一年前，当我们刚刚踏进校门的时候，我们的脸上很少有惊喜的表情。因为，我们似乎从来就不会笑。十年的风风雨雨造就了这样一些奇特的人：他们十几岁就走出家

DAISY/02

门，被推进一个无边无沿、无亲无故的“广阔天地”。在这个天地里，工农商学兵，他们什么都干过；酸甜苦辣咸，他们什么都尝过；悲欢离合，他们什么事都经历过；三教九流，他们什么人都接触过……以至于当他们迈进大学校门时，表现出来的竟是出奇的平静。

今天的大学生大概不能理解我们。我们从来没有误过一节那怕是最枯燥的课，我们没有一个人愿意在考试时看一下别人写了些什么，我们没有一天不去图书馆，甚至，我们恭恭敬敬地对那些比我们年龄小得多的人叫“老师”。因为，我们耽误的太多了。

在这出奇的平静中，我们世尔显得有些不安份。一九七八年冬天的西单大街曾经留下过我们的身影，北大的竞选运动曾经出现在我们的作业中，一篇《喇叭裤礼赞》曾经惊动过整个校园，甚至，我们也曾经为吃饭排队而大打出手……奇怪吗？“人”这个最简单的字，本来就象万花筒那样五光十色，神秘莫测。

记得七年前，我们即将离开校门的时候，我们的确欢笑了。在密云水库的大坝上，我们为四年的友谊干杯，为老师们的辛劳干杯，也为我们自己的成绩干杯——我们曾经是先进班集体，曾经连续夺得校运动会的冠军，我们的文章曾发表在杂志上，我们的照片曾经出现在“全国影展”上，我们的影片也曾在电视中播出……。

今天，我们分散到了全国各地，成了电视行业一股不可轻视的力量。在我们当中，有16人成为电视台内一个部的领导者。几乎每个人都有获过奖的作品。在我们当中，有的人统帅过采访组去报道汉城奥运会，有的人与日本人合作拍

过大黄河……当然，也有一位，只有在劳改所的档案里才能找到他的确切地址。奇怪吗？“生活”这个最普通的用语，本来就象“万花筒”那样五光十色、神秘莫测。

同样是一个偶然的机会，使我们拿起笔来作这次精神的聚会。一九八八年九月的一天，几位同学在北京相遇。席间谈到毕业后几年各自的经历，谈起当记者的甘苦和电视工作的是与非，不免有些忘乎所以。有人提议，我们是否能够组织全班的每个同学来一次“笔会”，一则，给三十年校庆留一点纪念，再则，也算是大家分别七年后的一次团聚。于是，这样一本没有明确主题，没有统一内容，没有高深理论的小书诞生了。但是，有一点却是不可缺少的，那就是——我们的性格与心声。

在这些文章中，我们又看到了七年前我们每一个人的影子：老成持重的还是那么老成持重，锋芒毕露的还是那么锋芒毕露，故作深沉的还是那么故作深沉，诙谐俏皮的还是那么诙谐俏皮。只不过多了几分老练，多了几分清醒与冷峻。

在这些文章中，我们又看到了七年前七七摄影班的影子：朴素而不贫乏，强壮而不粗鲁，有情趣而不炫耀才华，敢直言而不忘乎所以。

当然，我们并不想仅仅表现自己，还想让更多的人了解我们这一行。电视，对今天的人们说来已不是一个新鲜的玩意儿了，但是，这个看起来简简单单的方匣子却也是一个五光十色，神秘莫测的世界。当人们被一场精彩的体育转播所吸引时，大概不知道这中间有一个多么复杂的过程；当人们为记者扛着摄像机大出风头而感到羡慕时，大概也不知道为了一个节目，记者遇到了多少困难和艰辛；人们大概不知道，节

目的背后还有更多的戏外“戏”，大概也不知道，电视台原来是一个大千世界中的“小千世界”……这本书，或许能让人们更多地了解到这些。

了解电视不容易，参与电视工作更不容易，那么，能够在电视工作中自尊自重、有所作为就越发的不容易了。值得庆幸的是，七年多时间，使我们的确加入到“越发不容易”的行列中，尽管我们看上去还是那么单纯、普通，甚至“浅陋”。

我们把这本书取名为《电视万花筒》，是想让人们从这些普普通通的人写的普普通通的文字中，发现一种奇特的效应——一些普普通通的物质，被放到一个特定的环境中，它向人们展示的已不再是物质本身，而是一个复杂而含蓄的世界。

目 录

电视·轮廓光

马国力	体育·电视·报道权·····	(1)
余义宁	为了使世界变得更“小”些·····	(15)
温化平	令人羡慕的职业·····	(23)
岑传理	体育比赛的全方位报道·····	(29)
程鹤麟	黑色的诱惑·····	(45)
胡立德	电视立体报道的特性·····	(54)
韩国强	关于改进电视新闻的几点思考·····	(61)
田 广	电子录像与民族学·····	(66)

创作·深焦距

钟大年	让“人”成为主角·····	(75)
程鹤麟	我和《新闻半小时》·····	(92)
乔保平	举办《社会之窗》专栏有感·····	(100)
王桂华	屏幕外的话·····	(106)
刘新荣	电视新闻杂谈·····	(122)
鲁 伟	批评报道和由此而想到的新闻改革·····	(129)
段晓明	谈谈旅游片的摄制·····	(137)
温化平	情况与问题·····	(141)

往事·摇镜头

柳春江	驻站记者的甜酸苦辣……………	(148)
张旭奎	“卡利波索号”上的二十天……………	(158)
高燕文	兴隆一月……………	(170)

海外·广角镜

刘惠东	致学友的一封信……………	(192)
钟大年	ARD新闻中心的一天……………	(194)
马国力	“德国老乡”……………	(202)
任金州	美国电视圈内的所见所闻所想……………	(211)
	最后的话……………	(230)

马国力，男，1953年出生。入学前曾参军5年，从事航空摄影工作，毕业后分在中央电视台体育部，现任体育部副主任，

他制作的1986年《新春体育晚会》使普通人第一次在中国屏幕上成了体育明星一样的明星。《北京体育风情画》、《云南体育风情画》别出心裁地让观众看到了自己身边的生活。他还作为报道组负责人之一，出色地完成了汉城奥运会的报道任务。尽管现在已是体育部副主任，但他仍挂心于他所开创的《体育新闻》节目。

随着年龄的增长，原来老于事故的他，却变得越来越热爱生活了。用他自己的话说，“摄像机把我导向真正的人生。”

体育·电视·报导权

马国力

自打电视问世，这个方方正正的“魔匣子”着实毁了不少人，以致海内外许多文人学者、贵族名流在沙龙里以“我从不看那玩艺儿”而标榜清高。不过通过这大大小小的荧光

屏、却也造就了更多的风流人物。演员、歌星皆可放入“凡人”之列，但连那道貌岸然的政治家、商人、善慈家也都要靠电视来抬高身价，因为“不看电视者”虽然高雅脱俗，但却少数，而大多数人都只属于“芸芸众生”这个圈子，还愿意生活在这个“俗世界”里。他们要通过电视去看别人怎样表现，也想通过电视来表现他们自己。

人们大概还记得88年美国大选，和往年一样，又是一场电视大演出。现任总统布什差一点败在了民主党候选人杜卡基斯手下，但在投票前的两个月内，突然变劣势为优势，最后入主白宫。其中重要的原因就是 he 改变了自己 在 电视 中的形象。在一些国家中，常常有些人被莫名其妙地推成国家首脑，而在美国，则是电视向公众推销总统。冷眼看去，那个民族的确有些幼稚，凭着个人的风度和机敏就能拉到选票。但仔细想来，能看看听听，却也总比看不到听不到就画圈要好那么一点。

这多年来，哪些人通过电视获取了最大利益呢？广告商要名列首位。在我国的电视中刚刚开始出现广告时，“日立宝宝”就爬上了荧幕，从此，日本电器像钱塘江大潮，冲开了刚刚打开一条小缝的中国市场大门，甚至抹掉了人们“八年抗战”的痛苦记忆。“日立牌是Hitach”连三岁的娃娃都会唱。在这场洪水中，谁统计过日本的大亨、小亨从中国捞走了多少条大鱼、小鱼和虾米？

在电视创造的“暴发户”行列里，排在第二位的大概要数运动员，当然得是名运动员。一个国家的部长、总理在观众脑子中留下的印象绝对没有体育明星来得深。前两年风传有人鼓动球王贝去竞选巴西总统，假如他真的干了，从他的

名气来讲，谁也不可小嘘。幸亏他没干，虽然地球已经在他的脚下了，但用踢球的技术来治理国家，恐怕脚下的这块土地非得塌下去不可。

88年初，我和体育评论员宋世雄一道去云南边境采访，那里的一位宾馆经理对老宋说了一句：“宋老师，您在这里可比小平同志还著名呢！”吓得老宋连连摆手：“可不能这么说！可不能这么说！”这位经理当然有点讨好之嫌，但却也说明了运动员在观众中的地位，爱屋及乌，连解说员也都捎上了。这些名气从何而来的呢？电视。

有名就有利，这一点在商品社会中尤为突出，网球巨星伦德尔身上的广告论公分卖，两平方厘米的位置要上百万美元！他真的值那么多？其实是电视帮了他，广告商看上的不是他身上的那块位置，而是屏幕上的他。按全世界有五亿电视机计算，伦德尔身上的两平方厘米加起来就是十万平方米，差不多一座中央电视台。当然不能这么计算，但这么算是不是可以加深一下人们的印象呢？

说到这里，我们言归正传。第一段叫做：

体育电视化

在我国体育界、新闻界由于汉城奥运会的失意而把“振兴中华”的口号转为“体育就是体育”的时候，国际体育界却正在失去它的纯洁。体育固然是体育，但它又从来不仅仅是体育。电视出现之后，它的旁属效应就更被突出了。它既是高尚的政治，又是肮脏的金钱；既代表着国家的利益，又标志着个人的等级。

对于大多数我国国民来说，“带色儿”的画面是在80年代才被认识的。而第一次通过卫星来转播体育比赛只是10年

前的事情。在这10年里，电视是我国发展速度最快的一项事业。

1980年，华国锋和里根一起抵制了莫斯科奥运会，我国零的突破被推迟了4年。没有体育代表团，没有电视采访团，对于中国观众来说，第22届奥运会似乎并不曾存在。

1984，洛杉矶给中国观众的感觉可就不一样了，他们看到了挂在中国运动员脖子上的金牌，同时也看到了另外一片世界。

好莱坞的导演是世界之最，这一点在洛杉矶奥运会的开幕式上表现得淋漓尽致。人们还记得那几百架钢琴奏出的欢乐颂，还记得由几千人表演的移民历史，还记得那个只用一个火箭就从天而降的奇人。这一切，仅仅是为了坐在防弹包厢中的里根，为了手拿各国国旗的几万名观众？导演最后对画面负责，洛杉矶的演出也正是为那些观看画面的人们。

1988年，人类体育史在汉城这个颇有争议的地方写下了光辉的一页。尽管有着政治上的隔阂，但任们一个角落的观众都不得不承认，这确是一次成功的大团聚。有人说：第24届奥运会的主题歌“手拉手”成为了88年世界第一流行歌曲。这种说法可能会遭到不少唱片商的非议，但就听到它的人数而论，的确是创造了第一。中央电视台在89年一月份还把他做为奥运回顾节目的首席而大加宣扬。国际通讯卫星把开幕式的画面送到了几十亿观众的眼前，“手拉手”的旋律的确像作者希望的那样超越了政治、人种、阶级和国家的障碍。

在大型国际赛场上，人们可以看到一个有趣的现象：主席台两侧的最好位置上摆放着一排排监视器和话筒，这里是电

视评论员的天下。没有一个主办者为失去这些位置的票房收入而后悔，因为他们知道，坐在那里的“电视人”将给他们带来巨大的经济收入和不可计数的社会影响。

电视是一种大众转播的媒介，一种被动的载体。但由于它负载的质与量的影响，成为了一种主动干涉力量。它可以默默无声地把真实的生活传送给观众，而生活中总有那么一些感人至深的场面。看过汉城奥运会田径转播的人，大概不会忘记男子马拉松冠军到达终点时跪下来亲吻大地的镜头。电视可以使人们感受到运动员的喜悦和悲哀，此时此刻，它用不着说话。然而它也大喊大叫地推销着某种东西，“强暴”地引导着人们的欣赏习惯和喜好目标。在十五、六年前，欧洲人视美国橄榄球队员为太空来客，但由于后来每一周一至两次的电视节目，现在欧洲的孩子也以穿这种“太空服”为时髦了。排球在我国不是什么稀罕运动，但随着81年中央电视台对女排夺取世界冠军的大量、集中的报道，在全国范围内掀起了一阵“排球热”。有趣的是，现在男排，女排都有点不景气，中央电视台由于经费所限，只能把外汇投放到热点项目上。于是排球转播少了，打排球的人数也马上减了下去。

台球也是如此，87、88两年，中央电视台转播了两次世界台球精英赛。我们并没有推广台球的意思，因为实际上中国社会还不太适宜摆放台球桌。我们的目的是给电视台赚上一票，转上几场，中央电视台可以从英美烟草公司那里得到几万美元制作费。88年夏天，北京掀起了一阵台球热，好象一夜之间街头就出现了几百张球台。就象许多西方来的东西都变了味一样，本该着夜礼服的绅士变成了穿裤衩的小伙儿，

还捎带着赌博、骂人和打架。公安局的一位同志说了一句：

“一方面是我们取缔街头台球，另一方面电视台里又播着台球节目。”就和前几年有人把青少年犯罪拉到《加里森敢死队》一起一样。当个“电视人”也真不容易。

然而还得干，尤其是体育节目，总得播点儿观众没看过的。人们学得也快，播了横穿美国的自行车赛，就有人骑着自行车周游全球；播了巴黎——达喀尔汽车拉力赛，就有了香港——北京，丝绸之路，乃至巴黎——北京的竞赛路段，而且有的单位已经着手准备一号方程式汽车场地赛了；不知道是不是也有人受到阿拉斯加狗拉雪橇比赛的启发，而准备在东北也开辟一条线路？

如果说在开始的时候电视还只是转播着比赛的信息，那么现在它已经在干予着比赛本身了。1985年美国的英比尔石油公司开始举办世界田径大奖赛，每年只进行十个项目，这样做的目的就是为了电视转播。比赛可以在3小时之内结束，这是各国电视台可以接受的直播长度。这种干予在汉城奥运会上更为突出，美国NBC广播公司出资3亿美元购买了报道权，但条件是要改变一些比赛的时间，以适应美国观众的收看习惯。拳击、田径等项目的运动员要早早爬起来决赛，这在过去是没有先例的。尽管这个要求得到了各方面的抗议，国际田径联合会甚至声言抵制，但是最终的胜利者却仍然是电视。为了美国，为了电视，运动员们只好委曲一点儿了。

人总是这样，当他没有某物的时候，还可以忍受，但当他失去已经拥有的东西时，则会感到巨大的痛苦。人们有过10多届没有电视转播的奥运会，但现在假如没有了电视，全世界的球迷会有什么感受，主办者会是多么艰难，运动员又会

是多么寂寞。社会发展到了今天，可以说，没有电视就再不会有奥林匹克。

电视已经把全世界缩小到了一块屏幕上，全球的歌星们已经通过电视在各自的家门口进行了环球演出，以后也会出现这样的情况：各国的体育明星们在各自的场地上进行全球抗争，电视是他们之间的桥梁。

电视把体育推向了空前的繁荣，而电视最终又受到了体育的惩罚，这就是第二段的题目：

电视金钱化

凡被惩罚的人总是有他自身的过失。电视把体育活动变得越来越重要，但它这样做的目的也并不纯洁。商品社会发展到今日，世界上大概找不出几家电视台，转播体育比赛是纯而又纯地为了体育事业，为了观众爱好，它总要得到一些东西，非名即利。在美国，奥运会期间的广告每30秒钟价值10万、20万以致30万美元。这是可以理解的，电视的生存需要大量的金钱。然而同样可以理解的是，体育比赛的主办部门也要分一杯羹。于是在这十几年间，电视台一次次自愿地和被迫地吞咽下自己酿造的苦酒。

根据国际奥委会前任主席基拉宁的回忆，在60年代以前，国际奥委会是一个资金很拮据的组织，当选为委员的人都有一个不成文的前提，即可以自付旅费。而88年在汉城时，国际奥委会的官员们可说是今非昔比了。这里很大一部分功劳是出自电视。

1960年，第17届奥运会在意大利罗马举行，美国的哥伦比亚广播公司购卖了报道权，出资55万美元。它算是最幸运的，它的两大对手ABC和NBC在以后连想也没敢想过只出

这么一点点钱。

1972年，慕尼黑奥运会、美国ABC公司花费750万美元；

1976年，蒙特利尔奥运会的北美报道权以2500万美元成交；

1980年，虽然中美等国抵制，但与莫斯科奥运会组委会早已签约的美国NBC广播公司照样不是掏了8700万美元；

到了1984年，奥运会移到了美国。同胞之间没有丝毫照顾，反之“宰”得更狠。ABC公司以两亿两千五百万美元的价格和龙伯罗斯成交。从60年到84年，24个春秋，电视报道权涨了四百多倍。

对于电视台来讲，奥运会的主办者是越来越“黑”了。在88年汉城奥运会的报道权谈判时，南朝鲜方面提出的第一个数额是七亿美元！真可谓漫天要价。经过反复的谈判，最后NBC公司同意付出三亿美元。在这张协议书里还有两个条件，一个是美方的，既要改变一些项目的比赛时间，否则价格减少一亿美元；另外一个为汉城的，如果NBC的广告收入超过四亿美元，超出的部分要和汉城组委会分成。

人们可能会注意到：谈起奥运会报道权，焦点总集中在两个方面——奥运会组委会和美国的一家公司，NBC、ABC或是CBS。虽然在每次奥运会上总会看到百十个电视组织，但和美国佬相比，这些其它电视台所出的费用就是微不足道的了。在汉城，日本是报道权的第二大买主，不过出了5200万美元；而整个欧洲广播联盟，几十个电视台总共才用了2800万美元，谈起来有点不公平，因为欧洲的产值、人口、电视机数量都远远超过美国，这原因何在呢？

美国的各个电视台都是私人所有，而不像欧洲、日本的大型电视台那样，或是国有，（国家拨款），或是社会所有（收取收看费）。它的资金来源是广告收入，而广告收入则取决于收视率，提高收视率是美国电视制作人员的第一标准。而在体育节目中，奥运会的电视转播无疑是最有利可图的，可以通过把广告插播在最精彩比赛的前后，以利高额收费。即使在这次转播中入不敷出，但随之而来的知名度的提高也可以使本台的收视率上升一点，哪怕是百分之一，在美国，一个百分点代表着几千万美元。

另外美国是一个完全的商品经济社会，商品经济的第一大特点是自由竞争。公司、企业可以互相兼并，但有一个限度——不能垄断价格。假如三家公司联合购买奥运会报道权，当然可以压低价格，但这却违反反托拉斯法。而且，在这些从小就受到自由竞争意识教育的“山姆大叔”眼里，这样的联合是不可想像的，NBC、ABC和CBS三大公司之间唯有竞争。局外人看准了这个空子，心里暗暗使劲：“不宰你美国佬还宰谁！”

虽然美国的自由竞争受到人们的尊重，但各国的电视组织却也深受其害。水涨船高，美国报道的底数越来越大，其它电视台的绝对数虽少，但相对值却也在翻番。我国中央电视台在84年花10万美元购买了洛杉矶奥运会的报道权，在88年则付出了26万美元。为92年巴塞罗那大概要花上40来万。这对于一年外汇预算不过几十万美元的中央电视台来说，无疑是一个沉重的负担。

不仅仅是价格，美国公司的竞争做法也引出不少麻烦。早在1986年，香港无线电视台和亚洲广播联盟一起联合购买