

12

高科技V.S.味噌湯

高科技V.S.味噌湯



流行是一種教人又愛又恨的東西。愛的是，搭著流行便車所得到的那種自以為領先別人的快感；恨的是，好不容易才剛搭上了一班流行便車，還沒坐定，新的另一班流行快車又來了，於是連忙準備跳車。如此來來回回跳了半天的車，到底自己的目的地在哪裡？很多人根本搞不清楚，只能像個泡沫，隨著波浪起伏。

很多人一大早起床眼睛一張開，就忙著在報章雜誌、電視中、網路上四處尋找「流行」的蹤跡，深怕落伍跟不上時代。從早期的小市民排隊買蛋塔、養電子雞、養水母、搶購凱蒂貓，以及權貴階級所風行的紅酒、魚翅宴、三頭鮑、酒鬼酒、五糧液等；尤其從凱蒂貓（Hello Kitty）和最近加入「WTO」前，全臺颯起的瘋狂搶購「紅標米酒」的旋風，在在呈現了一種「盲目追隨」以及「怕吃虧」、「怕落伍」和「缺乏自信」的現象。

漢武帝時就有一因「跟不上流行」而一輩子不得志的例子：

「漢武帝嘗至郎署，見一老者，髮鬚皓白，衣履敝舊，伏案辦公，武帝問：『公何時為郎，何其老也！』老者對曰：『臣姓顏名駟，江都人，以文帝時為郎。』武帝問：『何其老而不遇也！』駟曰：『文帝好文，而臣好武；景帝好老，而臣尚少；陛下好少，而臣已老；是以三世不遇，故老於郎署。』武帝嗟嘆良久，擢拜顏駟為會稽都尉。」（漢班固《漢武故事》）這位顏駟老兄，因為生不逢時，結果成了跟不上流行的受害者。還好晚年走了一點老運，碰上漢武帝關愛的眼神，否則還真是埋沒一輩子。

Hello Kitty 和電子雞

目前的臺灣是一個很流行「追求流行」，缺乏「個人自主」的社會。前兩年一隻來自日本，年屆三十幾歲還沒長嘴巴的凱蒂老貓 (Hello Kitty)，在臺灣發揮了其「徐娘半老」的魅力，所向披靡，從小小孩到青年學生、辦公室的女職員等都在瘋狂搶購，凡有麥當勞開店之處就可見到蔓延長達數里的排隊人群，還時聞有插隊、搶位、打架的情形發生。我曾數度行車路過長龍附近，發現行列中還不乏一些阿公阿媽級的白髮老人家，甚至於大雨滂沱之際還撐傘苦苦排隊等候，真是「孝心可嘉」。

我的鄰居，住八樓的老孟在市政府清潔隊上班，負責垃圾回收的工作，他大概是那一陣子全臺灣少數最清醒的人之一；他冷眼看大家的瘋狀，就不屑的說：「等著瞧罷，不要一個月，我送凱蒂貓給你們，要多少就有多少！」果然不出其所料，不出三個禮拜，他撿了幾乎一「拖拉庫」被棄養的凱蒂貓回來，免費送給鄰居小孩們。問題是，流行已過，小朋友們已經覺得不稀奇，興趣缺缺。

好笑的是，這些流行居然會有一些專家在附和煽火，譬如流行紅酒時，就把紅酒吹捧得像王母娘娘的瓊漿玉液一般，只是流行一過，昔日的美酒，如今可是「苦酒」滿杯，留著經銷商自己小酌解悶了。「電子雞」當紅的時候，某些專家就說養「電子雞」可以讓小孩子們學到照顧小動物的「愛心」，體會為人父母者照顧小孩的辛苦，我覺得真是狗屁不通之論。事實上我所見到的大多是：小孩最後個個學到的是「薄倖無情」和「喜新厭舊」以及如何找藉口把他的寵物「始亂終棄」一番。現在外頭流浪狗和遊民有越來越多的趨勢，大概就是這些專家們所謂「愛心學習」的成果發表。

「追隨」與「自信」

書法學習也有跟隨流行和缺乏自信的問題。

當過書法評審的人都知道，目前臺灣書法參賽作品風格正呈現一種「狹隘化」和「通俗化」的現象。雖然面對成百上千的作品，但是如果依照作品的「面貌」來分類，大概不會比環保局的「垃圾分類」的種類多多少，還可以「堆」論計，每堆代表一位紅牌的書法名師。每個名師大約也代表著臺灣目前若干的流行書體，這些流行的書體或許得獎容易，但以年年雷同，不求長進的居多，又豈能真正代表博大精深的中國書法？很多參賽者其實也是屬於「搭流行便車，卻搞不清楚目的地在哪兒？」的一群。只要評審有心，要改善這種「流行」和「通俗化」的現象並不難，譬如在比賽中，如果發現有一百件「風格相同」的作品，或者有同「工廠」出品的以「堆」計的作品時，就應限制獎額的給予，頂多取其中一至二件作品代表足矣，寧可把獎額留給其他不同書風的作品，如此一來，保證馬上能遏止這種一窩蜂的跟隨流行現象；參賽者也不用老是在那裡和評審玩「揣摩上意」、「追逐明牌」的遊戲。舉個實例來說，某次比賽，有個學生家長質疑書法評審的結果，她說：「我兒子幾乎每次參加比賽都可以得獎，這次爲什麼會落選？」言下之意，似乎評審們沒有眼光。我先問清楚她兒子寫的是唐朝某書法大家的書體，然後回答說：「這次比賽中跟你兒子寫相同書體者共有一百二十多人，經過評審的共識，同書體頂多只能錄取三人，你認爲你兒子的作品是第幾名？」家長無言以對。

有些缺乏自信的書道同好常在問類似這樣的問題：「書法一定要變嗎？書法不變是不是會跟不上時代？」言下似乎有些惶惶然。

有些「善變」的書者，動輒以「書法再不求新求變就會餓死，沒得混了。」來「嚇唬」一些比較老實型的書者。也有一些「處變不驚」型的書家，誓死擁護傳統，對「求新求變」者，除了將其貼上「搞怪、作秀」的標籤外，一概以「妖孽」視之，甚至開罵曰：「某某某連『筆為何物』都不知道，妄談創作！」而我聽過新舊兩派最激烈的形容詞是：搞現代藝術者批評傳統基本教義派者為「義和團」，而傳統基本教義派者也不甘示弱回敬玩現代藝術者為「洋奴」。

面對這些刀來槍往的高論，書法學習者常常被搞得眼花撩亂，無所適從，不知道該往哪一邊靠攏才好，這就是一般學習書法者因缺乏自信而產生的最大困惑。

味噌湯V.S.高科技

最近讀到統一食品的大老闆高清愿先生的《咖啡時間》一書(圖一)。談到他自認為發展高科技非其本業所長，因此就專心發展他的食品王國，果然打出一片傳統食品王牌江山。他把「味噌湯和高科技」做了一個很好的比喻，我覺得正好可以作為書法上所謂「傳統與創作」或「新與舊」等這類爭論的借鏡。就個別商品而言，味噌湯根本就不能與高科技產品相提並論，但是在日本，味噌湯這項產業每年所創造的利潤，卻超過高科技產業的營業額。味噌湯是家家戶戶所必備，需求量大，只要產品做得好，口味道地，不怕銷不出去，更無所謂求新求變的問題；高科技雖然利潤高，但必須像流行般不斷的求新求變，否則很容易被淘汰。



圖一 高清愿先生的《咖啡時間》一書，把「味噌湯和高科技」做了一個很好的比喻。

傳統書法因此也可以比喻作「味噌湯」或者是「蚵仔麵線」，書法創作則類似「流行」或「高科技」(圖二、三)。追求「流行」或「高科技」者，表面或許較風光，但有不斷求新求變的壓力，否則隨時有被淘汰的可能，傳統的「味噌湯」、「蚵仔麵線」也許不太耀眼，但只要保持傳統道地絕佳風味，永遠不怕沒有主顧上門，在臺灣賣「味噌湯」、「蚵仔麵線」而致富的例子比比皆是。因此若你問我：『高科技』好呢？還是『味噌湯』好？』這問題就像是你在問我：「台積電的董事長張忠謀好呢？還是統一企業的龍頭高鴻愿好？」我的答案當然是：「兩人都很好！」沒什麼好比，套句選舉語言就是：「兄弟登山，各自努力。」學書法的人就應該像高先生一樣，先了解自己的性向長處所在，然後全力以赴，毋須去跟人家追求流行，只要有自信。

書法功力不足或非本業專長者，更忌盲目追隨模仿，除了失去自我之外，小心還會變成「東施」；「西施病心而顰其里。其里之醜人見之而美之，歸亦捧心而顰其里。其里之富人見之，堅閉門不出；貧人見之，挈妻子而去走。彼之顰美，而不知顰之所以美。」(莊子·天運)

我簡單的翻譯一下：「西施小姐因心痛，在路上捧著心蹙著眉。同里中的一個醜婦，看見了覺得很美，回去後，也在里中捧心蹙眉模仿一番，結果嚇得同里的有錢人，緊閉家門不敢外出；窮人家看見了醜婦，因無地可躲，乾脆就帶著妻子「落跑」。醜婦只知道捧心蹙眉的樣子很美，而不知道捧心蹙眉為什麼很美。」這就是僅知模仿而無自知之明的例子。



圖二 傳統書法像味噌湯。在臺灣靠販售歐陽詢〈九成宮〉碑帖、教授〈九成宮〉書法以及靠〈九成宮〉屢得人獎者大有人在，還一度造成書法比賽歐字的熱潮，甚至左右許多獎賽名次。



圖三 現代書藝像高科技，求新求變是共生存動力。但如何與日本書藝與抽象藝術區別，是它的難題之一（美國克萊恩的抽象藝術作品）。

醜絕對不是罪過，誠實面對反而可能變成個人特色和魅力，我在鼓勵學生寫書法的時候也常說：「你的字的確很醜，可是天下獨一無二。」就是強調個人特色，獨特至少比模仿強。有一位其貌不揚的女同學在自我介紹時說：「對不起，我長得很抱歉！我的朋友告訴我說，長得這個樣子固然不是你的錯，但常跑出來嚇人就是你的不對了！」贏得滿堂采，笑倒了不少人。還有一位外型姿色平庸的女孩也很可愛，她大力的自我解嘲的說：「我雖然長得不怎麼樣，甚至有點醜，但我設備齊全，各就各位。」也令大家莞爾，鼓掌歡迎。除了頗有自知之明外，還能幽默以對，此二女可愛有餘，何醜之有？在我眼裡，比一般美女還要更美！