

天長地久

情話愈來愈有實質內容了。

在資訊不發達，物質又很匱乏的三、四十年前，浪漫小說和情書大全教我們用「海枯石爛，地老天荒」來描述不變不滅的愛情。聽到這種雖不實際卻浪漫得可以的臺詞時，情侶們心中有無限的甜蜜，模模糊糊地感受到那分朦朧的永恆，也在嚴格的層層禮教管束中透過這種誇大的言詞建構出只屬於兩人的有情天地。

現在，誰還相信這種明知不可能的承諾呢？

可是，憧憬還是得有的，特別是對那些適婚年齡的女性來說。於是，我們有了「天長地久」，但是一點也不朦朧了。

首先，這個字勾連的是手錶廣告中的深情男女（一九九三年周潤發所拍的一個手錶廣告，以「天長地久」為標題）。明知現實中不太可能有此情感，於是故事得用電影的方式放在五十年前的昏黃歲月中訴說，歷史時空的差距其實正凸顯了天長地久在現代只有手錶能勉強承諾。

若是你堅持天長地久在現代也必然可能，那麼你一定會想起林子祥和葉倩文在媒體中欲言又止地

營造的才子佳人故事。一九九三年演唱會上兩人互看的眼神在臺下千百對情侶自我期許的祝福中幻化成滿場的「你選擇了我，我選擇了你。」把KTV的曖昧大聲地唱滿體育場（當時則盛傳二人的曖昧婚外情）。

當然，你要是真的不信有此堅情，還是可以由這四個字出發，來追尋短暫交會時的歡樂：「何必天長地久，只要曾經擁有」在小木屋賓館壁上的木框內訴說著一夜凋零的木槿式奔放。

正是，愈是不可能天長地久，就有愈來愈多的商品和消費活動來填滿天長地久的巨大虛幻。