

第 10 章 印象派之旅：法國文藝觀光與管理

劉以德 老師

印象派 (Impressionisme) 一詞起源於 1874 年，當時相機、照相術的發明對繪畫帶來了思維上的挑戰，藝術家們極力思考創新風格。其中，對繪畫中光源的思考乃是藝術史上的一大躍進。從以往的室內光走向戶外的自然光，創作的題材也更貼近自然風光、庶民生活的描繪。法國，尤其是南法的普羅旺斯、蔚藍海岸和巴黎近郊，由於清澈明亮的光線和恬靜的鄉間景色，從 19 世紀末起就吸引了許多藝術家前來尋求創作的題材和靈感。

知名的印象派畫家莫內 (Claude Monet) 曾定居於諾曼第之小鎮吉維尼 (Giverny)，並於此創作了睡蓮、盧昂大教堂等代表畫作。有著傳奇生平的後印象派畫家梵谷 (Vincent Willem van Gogh) 曾先後在普羅旺斯的亞爾勒 (Arles)、聖雷米 (Saint-Rémy-de-Provence) 和巴黎北郊的奧維 (Auvers-sur-Oise) 駐足，並留下了驚人的創作和離奇的故事。此外，高更 (Paul Gauguin) 曾於布列塔尼的小鎮阿凡橋 (Pont-Aven) 短暫停留，以當地之風土民情為靈感，並奠定了所謂的「阿凡橋畫派」之基礎。雷諾瓦 (Pierre-Auguste Renoir) 晚年則是在蔚藍海岸的卡納-須-梅 (Cagnes-sur-Mer) 定居、療養，於此創作不輟直至過世。艾克斯 (Aix-en-Provence) 是塞尚 (Paul Cézanne) 的出生地，這個位於普羅旺斯的城鎮不僅啟發塞尚的藝術天份，更是他最終的避風港。

畫家的駐足、畫作中景點的再現，能讓原本平凡無奇的城鎮蛻變成獨特的觀光景點。假使奧維這個小鎮未曾有梵谷的足跡，奧維教堂、麥田群鴨等曠世名畫，今日應該不可能成為巴黎近郊的知名景點，每年吸引數以萬計的遊客慕梵谷之名而來。同樣地，亞爾勒，一個擁有大量羅馬遺址而列名為聯合國世界文化遺產的南法小鎮，由於梵谷的駐足，讓它能與同為羅馬古城的鄰近城市尼姆 (Nîmes) 區隔。藉由羅馬古蹟之旅和追尋梵谷之旅的搭配規劃，得以讓亞爾勒在眾多的普羅旺斯名城中脫穎而出，成為一級的旅遊觀光景點。

文化觀光為一種觀光的形式，可解釋為基於對文化之強烈興趣而造訪某地的一種特殊興趣觀光。依照世界觀光組織 (WTO) 所下的定義，文化觀光包含歷史與建築遺產；城市與鄉村景色；音樂、繪畫、雕塑、文學等藝術；運動；烹飪與美食；休閒活動；語言；當地的風俗習慣；制度等。歐洲觀光與休閒教育學會 (ATLAS) 則將個人遠離居住

的地方前往特定觀光景點如博物館、遺產地、藝術表演及節慶活動定義為文化觀光 (Richards, 2001)。我們可將文化觀光資源區分為有形文化資產和無形文化資產。前著包含城堡、教堂、博物館等有形資產，就後者而言，某一目的地的文化吸引力乃由特定的人 (如：畫家、作家)、事 (如：節慶、戰役)、物 (如：葡萄酒、美食) 等無形文化資產所賦予或強化。本文所探討的「文藝觀光」乃文化觀光的一種類型，一種由無形文化所形塑出的觀光吸引力。

那麼，吉維尼、奧維、艾克斯這些文藝觀光景點到底具有何種魅力能吸引絡繹不絕的遊客呢？遊客又是基於何種動機而造訪這些景點、他們又尋求何種體驗？此外，目的地管理單位，例如當地觀光局，又是如何運用藝術元素來提升自身的吸引力、如何規劃與開發具獨特性之文藝觀光產品呢？本文的焦點將放在莫內、梵谷、高更、塞尚和雷諾瓦等五位知名印象派畫家，曾駐足的七個法國城鎮，亦即吉維尼、亞爾勒、聖雷米、奧維、阿凡橋、艾克斯、卡納-須-梅等，從文化觀光管理之角度來探討上述議題。

首先，遊客基於何種動機而造訪文藝觀光景點？Herbert (1996a, 1996b, 2001) 認為文藝觀光景點的吸引力和遊客造訪的動機可大致分為兩類：

第一，基於對畫家的生平或畫作的興趣。例如亞爾勒、聖雷米、奧維對於多數遊客的吸引力主要是因為梵谷戲劇化的一生。在這些地方，梵谷的生命皆發生劇烈改變。梵谷於 1888 年離開了巴黎來到亞爾勒，這片陽光普照之地激發了梵谷渴望創作的意念。他租下了一間公寓，並邀請好友高更前來共同創作。但因梵谷的耳疾所導致的幻聽、精神錯亂和情緒失控。梵谷與高更發生激烈衝突，並將自己的耳朵割下，畫了一幅耳朵綁著繃帶的自畫像。接著，梵谷住進了聖雷米的療養院，這裡獨特的生活體驗讓他在短期內創造了 150 多幅畫作。1890 年，病情加重的梵谷來到巴黎北邊的奧維治病，最後也於此地舉槍自盡。在奧維的兩個月是梵谷生命的最後高潮，以平均每天一幅的驚人速度完成了 80 餘幅作品。圖 10.1 為一群荷蘭觀光客仔細聆聽導遊解說梵谷在聖雷米創作的心路歷程。其次，除了對於畫家生平感興趣之外，畫作中的景色亦可能是景點吸引力的來源。例如，吉維尼的莫內花園。



圖 10.1

第二，有些文藝觀光景點，即便沒有畫家的駐足或畫作中景點的再現，本身仍具有高度吸引力。誠如上述，當初這些知名畫家會刻意選擇駐足於普羅旺斯、蔚藍海岸等城鎮，即是因為這些城鎮有著獨特、誘人的景色。事實上，並非所有文藝觀光景點的遊客都是抱著「朝聖」的心態而來的，旅遊動機大致上可區分為「逃離、放鬆」和「學習、尋求」兩類，許多遊客對於知名的畫家可能只有粗淺的認識，或尋求的僅是玩樂、休閒。畫家或畫作的知名度僅是為景點的吸引力做了強而有力的背書而已。Herbert (1996a, 1999b) 針對法國文藝觀光景點的調查即顯示，超過六成造訪此等景點之遊客主要是基於放鬆、休閒，其次才是尋求知識。圖 12.2 是高更曾駐足的小鎮阿凡橋，高更或其畫作在遊客造訪動機的比例不及其他像是泛舟、遊船等休閒活動。



圖 10.2

另一方面，就旅遊體驗而言，文化觀光學者 McKercher (2002) 主張，即使基於高度的文化動機而旅行，也不一定所有人皆會尋求深刻的文化觀光體驗。換句話說，可能有些遊客慕高更或其畫風之名而造訪阿凡橋，但最後對於高更的生平、作品或印象派畫風僅獲得了膚淺的體驗與了解。社會學者 Urry (1990) 曾提出「浪漫凝視」(romantic gaze) 的概念，亦即遊客基於特定學習性之目的而造訪文化觀光景點。但藝術作品之鑑賞需要一定程度的文化資本，換句話說，浪漫凝視需要一定程度的教育背景、文化素養，許多遊客可能被畫家的知名度吸引而來，但卻因為欠缺文化資本，最後並未能獲得深刻的文化觀光體驗。

遊客為何造訪文藝觀光景點？尋求的又是何種體驗？這些議題與文化資產「真實性」(authenticity) 的概念密切相關。與城堡、教堂等有形文化資產不同，多半文藝觀光景點並未收藏或展示名畫的真跡，故此等景點所能提供和遊客所能尋求的體驗乃是一種無形的氛圍，一種「社會建構」或「存在主義」的真實性 (Wang, 1999)。

社會建構真實性之論點強調，真實性是一種社會結構，是由個人本身的知識及其參考框架所決定的 (McKercher & du Cros, 2002)。許多遊客都對印象派畫風感興趣，但其中大多數人對於它只有鮮少的了解。因此，文藝觀光景點的規劃者不應僅只是承襲畫家或畫作所賦予的特殊性，更需要活化暨有的藝術資產。在文藝觀光最常見的莫過於設計線狀路線與設立立牌介紹與畫作相對應的景物，和說明真跡目前展示的地點。舉例而言，聖雷米的旅遊服務中心提供了梵谷之旅，由專家導覽走訪梵谷作畫的地點。沿途有 20 餘個畫作立牌，橄欖園、柏樹等梵谷畫作中出現的景色皆可在總長 1.5 公里的徒步之旅中一覽無遺 (如圖 10.3)。



圖 10.3

存在主義真實性論點則強調，虛構世界所帶來的意義與情感可能更為真實。文藝觀光景點和展示畫作真跡博物館間最大的差別，在於前者所提供的是一種氛圍。對於多數遊客而言，文藝觀光景點的主要魅力在於提供遊客們感受畫家創作靈感之泉源。舉例而言，阿凡橋的旅遊服務中心規畫了一條追尋高更之路。遊客們可以沿著小河散步，最後來到所謂的愛情森林，在那裡高更與另一名畫家塞魯西葉（Sérusier）相遇，教導了他色彩選擇的概念。

圖 10.4 即為寧靜樸實的愛情森林步道，在那裏遊客們得以憑自己的想像，感受這所謂的「愛情森林課程」。換句話說，存在主義真實性不在意現實與虛構世界的界線，關心的是什麼能喚醒遊客的想像力、提高他們的興趣。



圖 10.4

上述對於旅遊動機、體驗和真實性的討論，對於文藝觀光景點的規劃和管理深具意涵。針對文化觀光景點的規劃，McKercher 和 du Cros（2002）曾提出以一下幾點關鍵要素，筆者將以此架構來分析這幾個法國文藝觀光景點的管理作為。

一、解說：就文藝觀光景點而言，解說畫家的生平或畫作，將有助於強化畫家或畫作與地方和遊客之連結。圖 10.5 為奧維旅遊中心所規劃的梵谷生平解說長廊，以雙語解說了梵谷於不同時期的畫風、代表作與人生的轉折，讓遊客得憑弔他一生的起起伏伏。解說亦可針對畫作本身。舉例而言，圖 10.6 為亞爾勒的特林克特爾橋，當年梵谷作畫的場景已不復存，但藉由提供梵谷信中對於該場景的描述，給了遊客自我想像的空間。立牌下方寫著：「特林克特爾橋和橋前的階梯是在一個陰灰的早晨畫的，石塊、瀝青、圓

石子，一切都是灰的，天空是淡藍色，人物倒是有很多顏色...」。



圖 10.5



圖 10.6

二、敘述故事：對那些對當地歷史和文化瞭解極少的遊客而言，多數的文化資產並沒有太大的意義，除非它們的背景，或說它們的故事能被傳達出來。旅遊書中常見之畫家們的故事包含了：當莫內決定定居於吉維尼時與當地居民，因田間作畫和擴建蓮花池等所產生的摩擦衝突；梵谷與高更在亞爾勒的衝突、住進聖雷米的療養院，以及最後在奧維舉槍自盡；以及雷諾瓦晚年在卡納-須-梅定居後，雖身受風濕之苦，卻仍在妻子和愛子陪伴下努力作畫的感人故事等。

三、使資產生動化及具有可及性：解釋資產是重要的，但使資產的資訊富有創意和

激發力也同樣重要，例如多媒體的展演。在聖雷米的梵谷藝術中心、奧維的哈霧旅店（Auberge Ravoux），皆利用多媒體短片介紹梵谷當時創作的心路歷程。位於艾克斯郊區的塞尚工作室，同樣有一間撥放塞尚生平和作品的影視間。此外，當年梵谷下榻的哈霧旅店一樓餐廳，現在仍販賣著梵谷最愛享用的餐點，讓遊客可對於梵谷當時的日常生活有更深刻的體驗（如圖 10.7）。



圖 10.7

四、突出品質和真實性：在遊客尋求文藝觀光景點所提供的氛圍之同時，客體的真實性依然重要，例如畫家的畫室、起居室、畫具等。舉例而言，在吉維尼的莫內花園，莫內臥室裡的家具至今依然保持完整，而莫內和塞尚等印象派畫家皆曾投住的布迪旅店（Hôtel Baudy）內亦保留了古老畫室，隨興擺設了畫版和畫筆，讓遊客彷彿回到過去。在聖雷米的聖保羅療養院再現了梵谷當年的療養院室內舊觀，牆上簡單地介紹當年精神病患的治療療程和醫生對梵谷病情的了解，讓遊客更能體會梵谷當時身心所受的煎熬，以及畫風的轉變（如圖 10.8）。同樣地，在卡納-須-梅的雷諾瓦博物館保留了他生前的故居，在屋內可以看到畫作、大衣、柺杖和他於行動不便時作畫用的木製輪椅。然而，並非所有的景點皆能真實地被保存下來，最明顯的例子便是梵谷「夜間咖啡館」的畫作實景。雖然咖啡館仍依照著梵谷的畫保留下來，但遊客難以再體驗往日寧靜的夜色，取而代之的是慕名而來的遊客和商業化的情景（如圖 10.9）。



圖 10.8



圖 10.9

本文簡短地介紹了法國文藝觀光景點和訪客之特性，以及觀光管理單位的相關規畫和措施。希望能讓讀者從文化觀光研究的角度，更深入了解造訪文藝觀光景點時所見一景一物背後的理論和意涵。亦希望能提供台灣規劃文藝觀光景點時參考之依據。

參考資料

Herbert, D. T. (1996a) . Artistic and literary places in France as tourist attractions. *Tourism*

- Management*, 17 (2) , 77-85.
- Herbert, D. T. (1996b) . The promotion and consumption of artistic places in France. *Journal of Economic and Social Geography*, 87 (5) , 431-441.
- Herbert, D. T.(2001) . Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28, 312-333.
- McKercher, B. (2002) . Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29-38.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002) . *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. NY: Haworth Hospitality Press.
- Richards, G. (2001) . *The Development of Cultural Tourism in Europe*. New York : CABI.
- Urry, J. (1990) , *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Wang, N.(1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2) , 349-370.
- 何宛芳、曾秀玲、陳慧如 (2007) 。法國。台北市：墨刻。
- 謝明蓉、周仲芳 (1999) 。普羅旺斯。台北市：墨刻。
- 墨刻編輯部 (2009) 。南法：普羅旺斯、蔚藍海岸。台北市：墨刻。
- 墨刻編輯部 (2010) 。法國。台北市：墨刻。