

目次

羅瓦歷史

- | | | |
|--------------------------|-----|----|
| 飄渺於煙波之上的愛恨情仇 / 女人香閨—雪儂梭堡 | 陳信愷 | 01 |
| 美女與野獸的唯美邂逅—香波堡 | 陳渝涵 | 07 |
| 法蘭西王國的鑰匙—文化之都昂傑 | 鍾宛彤 | 12 |
| 穿越法國的時空旅行—狂人國主題公園 | 吳立婷 | 17 |

創新南特

- | | | |
|--------------------------|-----|----|
| 以藝術的力量翻轉城市意象—南特河灣雙年展 | 王思晴 | 23 |
| 文化策略之餘都市再生的定位—以南特之旅節慶為例 | 李致穎 | 27 |
| 文創新思維—南特機械島與 LU 文創園區 | 蔣雅竹 | 32 |
| 承載著一個城市的歷史記憶—南特市布列塔尼公爵城堡 | 張啟傳 | 36 |

飲食文化

- | | | |
|-----------------------|-----|----|
| 食不厭精—法國飲食文化與實習見聞 | 林桑柔 | 40 |
| 地景與人文的薈萃：羅亞河的葡萄酒與飲食文化 | 盧中彥 | 44 |
| 遷思回慮忖君度：一杯酒道盡陳年的風華 | 黃子庭 | 48 |

《巴黎視野》徵稿啟事

52

主編的話

歐洲文化與觀光實習為國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所(以下簡稱本所)必修課程，為了培養所上學生兼備理論與實務之能力，並拓展國際觀、形塑多元文化視野，今年特選定法國昂傑大學觀光學院為實習課程之合作夥伴，提供學生機會前往法國當地接受文化薰陶，深入學習法國結合文化與觀光之理論與實務經驗。此外，這也是本所第四次與昂傑大學合作，舉辦此海外實習課程。此次實習課程的主題「歐情文藝、凝視羅瓦」，體現了本所以文化為體、觀光為用之核心宗旨。

在為期兩週的課程中，講師們講述了法國羅瓦河流域之文化精髓，帶領學生實地探索世界遺產和城市建築，了解其觀光資源規劃與管理。並藉由參訪當地酒莊、實習餐廳實務操作，領略法國悠久飲食文化傳統與經營模式。法文「pour tout de suite & pour longtemps」意指「剎那」和「永恆」。此次實習課程可說是一種從永恆到剎那的過程，亦即在短短兩週的課程裡，同學們領略了法國千年的歷史和文化。此行也可說是種從剎那到永恆的學習，期盼將此剎那中之所見所學，昇華成同學們對於歐洲文化的終身興趣與學習；另一方面也能習取歐洲國家的成功經驗，貢獻於我國文化觀光之永續發展。

此次實習課程分為室內課以及實地參訪。第一週的主題為「羅瓦河流域之文化、遺產與觀光」，室內課主要以法國現代建築及都市利用特色建築再生以及城堡建築的演進，實際參訪則包括昂傑市與南特市歷史遺產；Chambord、Chenonceau、Villandry 等知名城堡；以及 Puy du Fou 歷史主題樂園。第二週的主題為「羅瓦河流域之美食與葡萄酒」，實習地點主要為當地之工商協會。舉例而言，曾在法國米其林三星餐廳擔任主廚的 Mathias 老師，在三天的課程裡教導同學們當地食材於料理上的運用，過程中，學生們學習到了實用的備餐和烹飪技巧與餐桌禮儀。另外，同學們也在品酒課中學習到視覺、嗅覺跟味覺所扮演的角色，同時透過參訪不同酒莊和酒窖，領悟葡萄酒和利口酒產業的經營和管理之道。

本人謹代表本所全體師生感謝法國昂傑大學觀光學院、本校國際事務處、本校英語系校友梁偉勝先生等單位與個人對於此次實習的補助和支持。其次，也需要感謝財團法人中法文化教育基金會陳執行長學毅和巴黎視野編輯委員們的大力支持，同意以特刊型式刊載此次歐洲實習成果發表論文集。當然還需要感謝參與此行的十一位同學，沒有你們的投入和付出，便無法完成此研究成果集！

劉以德教授，2018 年 10 月 30 日

巴黎視野 Pariscope 第四十五期

發行人

吳正己

主編

陳學毅

編輯委員

林棋凡

梁孫傑

執行編輯

鄭光伶

發行單位

中法文化教育基金會

國立臺灣師範大學

歐洲文化與觀光研究所

董事

梁蓉 陳淑華 陳學毅 游光昭

楊淑娟 廖新田 劉以德 劉惠芝

劉增泉 賴守正

監事

李念祖 梁孫傑 張瓊惠

地址

台北市和平東路一段 129 號

電話

+886 2 3393-1153

網址

<http://fondation.ehosting.com.tw>

電子信箱

fondation@mail.ehosting.com.tw

封面題字

朱振南

封面/封底設計

陳渝涵

飄渺於煙波之上的愛恨情仇 / 女人香閨—雪儂梭堡

陳信懷

《Son calmen'ariend'ennuyeux et samélancolien'a pas d'amertume.》

—Gustave Flaubert

「他的冷靜並不乏味，他的憂鬱沒有苦澀。」

—法國小說家古斯塔夫·福樓拜

前言

雪儂梭堡(Château de Chenonceaux，圖一)位於風光明媚、山川秀麗的羅亞爾河谷地，從中古世紀開始就是皇室與貴族的居住休閒打獵的處所，因此促成了沿岸有超過百座的城堡！

在這數百座的城堡之中，有兩座特別具有象徵意義，第一座就是香波堡(Château de Chambord)，它象徵帝王無上的權勢，被法國人譽為「法國古堡的國王」；另一座就是羅亞爾河谷地最具女性氣息、最浪漫撫媚的雪儂梭堡，她是國王女人的香閨，被法國人則譽為「法國古堡的王后」，也是在法國除了凡爾賽宮(Château de Versailles)外，最多人次照訪的城堡。

雪儂梭堡混合著歌德式建築與早期文藝復興建築的風格，在其身後更有長達 60 公尺的兩層樓廊道橫跨在河之上，所以它不只是

一座城堡，也是一座橋梁，更有「水上城堡」一說。另外，雪儂梭堡所橫跨的河流是羅瓦河的支流謝爾河(Le Cher)，清澈的河水從城堡下的橋洞中穿過，可以倒映出城堡那舉世無雙的美貌。

Le Cher 在法語裡有「親愛的」及「昂貴的」意思，所以這座城堡一直以來也都被當作禮物來送給美人們，只為得她們那傾城的一笑。因此，雪儂梭堡也被稱之為女人的城堡「Château des Dames」，先後經歷了六個女主人，而每位城堡女主人們在每一處都用自己



圖一：雪儂梭堡。

的智慧、品味、經歷影響著城堡的一切，並留給後人如此精緻秀麗的傑作，也成就了她們的人生傳奇。

六位女主人的城堡

故事開始於城堡大門邊的馬可斯塔(Marquies Tower)，1430 年代馬可斯家族是城堡的第一個堡主，當時城堡並未興建，只有右手邊尚未完成的塔樓，而馬可斯家族為了在城堡中蓋一個水力磨粉機，留下了十分龐大的債務。因此，1512 年馬可斯家族把城堡賣給了法王查理八世(Charles VIII)的稅務大臣托馬斯•波耶(Thomas Bohier)作為防禦使用。當時法國正直的安定昌盛時期，但托馬斯忙於奔波各國購置宮中軍備，無暇顧及城堡的改建，所以就將城堡改建重大的工程交由妻子凱薩琳•波耶(Katherine Bohier)，她是城堡第一位

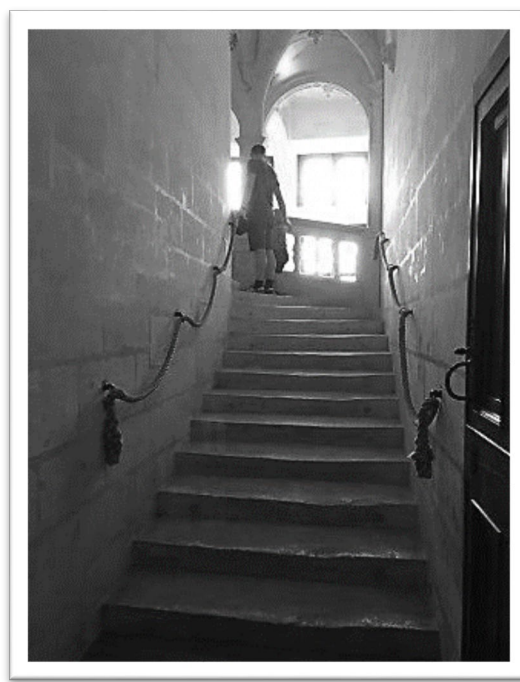
女主人，負責設計並監督修建了城堡，所以城堡的所有設計和裝潢都是根據女性的審美來完成的。而凱薩琳出身十分良好，擁有高尚的品味，並將文藝復興早期和晚期的哥德式建築完美呈現於雪儂梭堡上，讓城堡有著如此令人難以抗拒的魅力。

除此之外，凱薩琳也很樂於款待法國的貴族，其中也包括在兩次宴會中宴請的法國國王弗朗索瓦一世(François I，圖二)，使雪儂梭堡被國王稱讚它為「謝爾河上最美麗的風景」，並且偶爾會來小住。在凱薩琳的影響下，城堡被首次列入國家資助管理，表示國家十分欣賞凱薩琳對於城堡的設計，想見這座城堡將來會非常之美，並給予一些支援希望能順利完成這座城堡。

而凱薩琳(Katherine Bohier)在建造城堡時，曾說要優先考量婦女享有的隱密與尊重，



圖二：法王弗朗索瓦一世。



圖三：直式樓梯。

將防禦城堡變身為柔性而美麗的居住環境，並將過去用以禦敵的螺旋梯改為直式樓梯(圖三)，以方便身著長裙的婦女活動；再將昔日為了安全而採互通式的廊道，改成共用廊道進出的獨立臥房。現在城堡牆上留下凱薩琳當時豪語：「如果我順利蓋完這座城堡，後人就會記住我！」(原牆上刻的是<S'il vient à point, me souviendra>，根據官方說法可譯為是<Si je parviens à construire Chenonceau, on se souviendra de moi>)

在凱薩琳夫婦去世後，因為其子無力負擔城堡之改建而欠國王不少的債務，故不得不將雪儂梭堡拱手讓給法王弗朗索瓦一世，從此雪儂梭堡正式劃為王室的財產。而現在城堡內的壁爐上還看得到弗朗索瓦一世的徽章「蜥蜴」(Salamander，圖四)。關於蜥蜴有許多的說法，它在希臘神話裡代表的是不會被火所吞噬的動物，象徵著從火焰中重生，生生不息的生命力，可以想見弗朗索瓦一世想成為一位賢君的理想。

而後，弗朗索瓦一世將雪儂梭堡送給他的兒子亨利二世(Henri II)。另在 1547 年弗朗索瓦一世去世後，亨利二世就將雪儂梭堡送給深受其寵愛的情婦黛安娜·德·波迪耶(Diane de Poitiers)，也就是城堡的第二位女主人，也讓背後複雜的三角關係越演越烈。

黛安娜原是法國宮廷主管大臣路易·德·波迪耶(Louis de Poitiers)的妻子，還是王后的女官，在丈夫過世後留在楓丹白露宮成為宮

裡著名的美人，而後變成亨利二世的家教老師。1533 年僅 14 歲的亨利二世因政治婚姻，迎娶了義大利望族梅第奇家族的凱薩琳·德·美第奇(Catherine de Medici)，但由於新娘對法國宮廷的繁文縟節不甚熟悉，因此由年長二十歲的黛安娜協助指導，黛安娜可說是凱薩琳在宮廷的私人指導。

聽說亨利二世及凱薩琳婚許後都一直無子嗣，是經由黛安娜出策才令這對夫婦接連生下十個子女，可是在他們結婚兩年過後，黛安娜成為亨利王子的情婦，凱薩琳自覺受到背叛，對黛安娜產生一種亦敵亦友的複雜情感。在 1547 年亨利二世登基為王，黛安娜成為宮廷實質的皇后，也將負責掌管城堡的一切。

據說黛安娜喜歡大清早在城堡的謝爾河中游泳，並在城堡後方的森林裡騎馬，皮膚白裡透紅、體態保養得宜，年過三十歲依然美艷，加上豐富的人文素養，是文藝復興時期法國理想女性典範，曾被譽為歐洲第一美女。即使比亨利二世年長二十歲，亨利二世卻對她寵愛不減。

黛安娜不僅是國王的紅粉知己，更是得力的管家及國務大臣。維持一座城堡的開銷非常驚人，黛安娜將城堡周遭土地開墾利用種植農作物，一方面供應城堡糧食，一方面還可以賣錢，廚房有可以相通的入口，讓河上的船隻能夠載卸貨物，除了在家庭上，亨利二世在國事上也十分倚重她，由於黛安娜對政治有

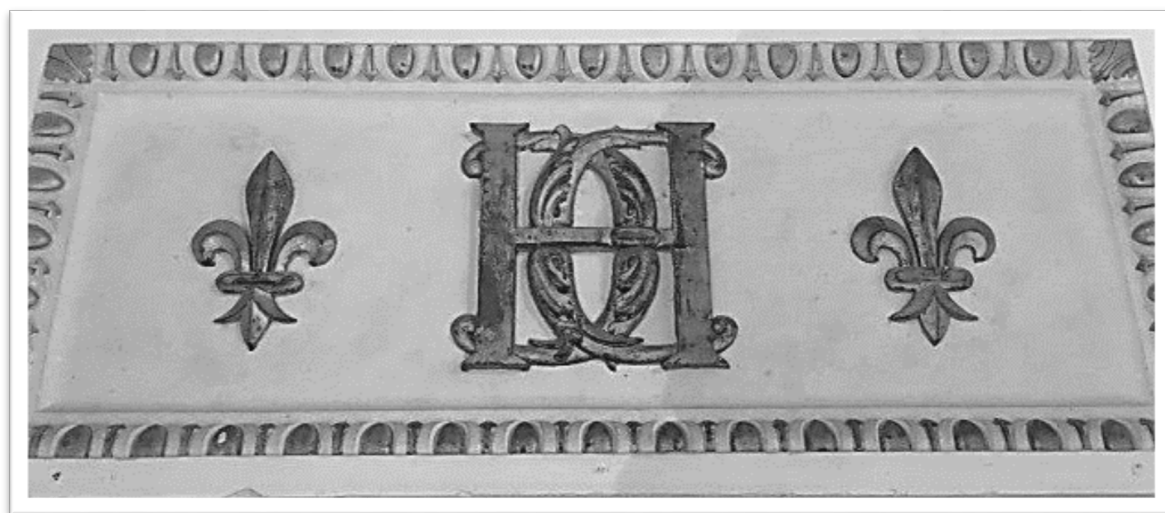
非常精明的判斷力，亨利甚至讓她親自書寫官方文件，並且將兩人的名字結合起來成為「亨利黛安娜」作為正式簽名。事實上可以說黛安娜是「皇冠後真正的智囊」，史料記載連當時教皇保羅三世贈送給新皇后凱薩琳特別的宗教禮物「黃金玫瑰」時，都沒有忘記要順便送這位法國「正式情婦」一條珍珠項鍊致意，從這可以得知她在當時法國的地位是如許的尊貴！

而黛安娜非常喜愛雪儂梭城堡，並於1556年在城堡後方興建一座仿效文藝復興時期佛羅倫斯60公尺長，橫跨雪河的露天五孔橋，連結城堡與對岸，通往城堡後方廣大的森林狩獵區，讓亨利二世來時可以去城堡後方的森林打獵，也供自己清晨可以騎馬。而她也建造一座幾何圖形的法式花園——「黛安娜花園」(Le Jardin de Diane)，監督蔬菜園與果園的開闢工作，因為城堡位於河堤邊，所以為了保護園圃不受河水氾濫的侵襲，設計了石

質的平台，也把精緻的花園分割成四個三角形。

黛安娜有個小巧思，是在城堡裡四處安上，代表亨利二世的「H」(Henri)及凱薩琳的正反雙「C」(Catherine)的標示，乍看之下好像是在巴結皇后，而仔細一看，反寫的「C」看起來其實是「D」(Diane)，她使計巧妙地把自已鑲嵌在國王和王后之間。而這H.C.D.(圖四)，像是象徵著他們三人的情愛與命運糾葛。

而黛安娜的房間，目前壁爐上掛的凱薩琳晚年時期的畫像，是16世紀有人換上去的，而H和正反C標誌也鑲嵌在壁爐上。1559年亨利二世因比武決鬥意外喪生，失寵多年的王后凱薩琳隨即展開大老婆的反擊，對黛安娜展開報復，將她驅逐到雪儂梭堡北邊20公里的修蒙堡(Château Clos Chaumont)，不許黛安娜參加亨利二世的葬禮。七年後，曾經集三千寵愛於一身的黛安娜，回到自己的家鄉諾曼地抑鬱而終。



圖四：H(Henri).D(Diana).C(Cathrine)三人愛情與命運糾葛的圖示。

凱薩琳接手雪儂梭堡後，她在原本黛安娜通到後面森林的橋樑上，再加蓋了上兩層挑高的用餐間，在橋的兩邊各修飾九扇典雅大長窗，讓室外的陽光永遠離不開長廊，長廊地板則鋪有黑白相間的瓷磚，成為宮廷宴會的交際場所，在城堡大宴賓客籠絡人心，以確立兒子查理九世(Charles IX)的權威，後來凱薩琳的子女都娶嫁搬出去，只剩亨利三世(Henri III)陪她在旁。

如果黛安娜有座花園，那凱薩琳用怎麼能不和情婦比武呢？所以凱薩琳在城堡西側建造另一座法式的「凱薩琳花園」(Le Jardin de Catherine de Médici)，與「黛安娜花園」競艷。

此外，凱薩琳經常舉辦盛大宴會，到訪賓客除了能品嚐餐點外，也能欣賞到刺繡精美的桌布、別緻的瓷器餐具與威尼斯產的玻璃器皿。他們也見識到「叉子」的使用方式，在當時法國人吃飯幾乎都是肉類，一整隻豬拿去烤，吃的時候用手撥直接往嘴裡送，當時法國並沒有用器具進食的慣習，但凱薩琳就把義大利人吃肉用叉子、喝湯用匙子的一套禮儀帶進法國。

這場義法聯姻，無人察覺凱薩琳的一生對烹飪發展以及對法國後代的深遠影響。直到她過世多年，歷史學家在回顧她動盪的生平時，確立了她在法國飲食及甜點等烹飪領域的地位。正如同 20 世紀作家尚·歐立厄(Jean Orieux)所言：「一切都是這位佛羅倫斯人的功勞：是她改革了中世紀的古老烹飪傳統，使這

個傳統重生為現代的法國烹飪技術。」

凱薩琳於 1589 年臨終前將自己苦心經營的雪儂梭堡移交給兒子亨利三世的老婆—癡情皇后露易絲·德·洛林(Louise de Lorraine)，也就是城堡第四任女主人。但不幸的是，掌管城堡幾個月後的 8 月 1 日，亨利三世在巴黎被舊教修士首領吉斯公爵刺殺身亡。悲傷萬分的露易絲從此深入簡出，按王室禮節穿著白色衣裙，終日和修女們在黯黑的房間裡靜修、讀經及從事慈善工作，服喪守寡了 11 年。而露易絲在雪儂梭堡歲月中，也未曾留下任何整修與增建的痕跡。城堡而後沉寂了許久，在 1733 年大地主 Claude Dauphine 將雪儂梭堡買下送給他的文藝夫人—杜邦夫人(Louise Dupin)。十分喜愛文學藝術的她經常舉辦藝文盛會，當時的孟德斯鳩、伏爾泰、盧梭常是雪儂梭堡的座上賓，甚至盧梭還當過杜班夫人的秘書。

由於杜班夫人也跟前一位女主人一樣敦厚濟貧並且待人親切、深獲人民愛戴，也進而促使在法國大革命期間平民崛起時，讓城堡免於被暴民破壞。1799 年過世後，便安葬於雪儂梭堡莊園內，享年 93 歲。雖然杜邦夫人對雪儂梭堡並無重大建設，但卻因她的經營而讓雪儂梭堡增添了文藝氣息。

而 1864 年，在巴黎因架設煤氣燈致富的蘇格蘭人丹尼爾·威爾森(Daniel Wilson)買下城堡送給女兒貝露絲(Madame Marguerite Pelouze-Wilson)，她是藝文界的貴婦人，貝露絲

重金禮聘專家重建整頓古堡，致力回復黛安娜與凱薩琳時期的風貌，如今我們所見的 16 世紀建築與庭園，正是於此一時期完成的。

而後的 1913 年城堡由法國知名巧克力商摩尼耶(Menier)家族取得產權直到今日。

城堡裡的小驚喜

雪儂梭堡中，有一家橘園餐廳(L'Orangerie)，法國對於熱帶水果視為得來不易十分珍貴，所以取名為「橘園」餐廳應是希望和雪儂梭堡一樣的珍貴。千萬不要被其外觀所蒙眼，它的內部裝潢典雅，餐盤上也印有 HCD 的樣式，主要供應許多羅瓦河流域專屬的酒及 AOC 的乳酪，像是 Sainte-Maure-de-Touraine 於羅瓦河產區的乳酪，其中間穿過一

個麥梗，外觀被黴菌所包圍。在城堡內綠意盎然素雅的餐廳，品嚐一頓精緻的法國美食，留下了美麗的註腳。

另外，會讓全部人驚喜瘋狂的，莫過於每年夏天雪儂梭堡都會舉辦一場星空夜品的活動(圖十四)，從晚上九點半開始，賓客能在夜晚的雪儂梭堡品飲 Tourain-Chenonceau 的葡萄酒，而且只需 6 歐入場費以及可退還的 2 歐租杯費。

持著酒杯，在法式花園中散步，一邊品嚐葡萄酒的美味，一邊欣賞雪儂梭堡之美，我實在想不到比這個還要更法式、更羅瓦河的活動了。希望暑假親自參訪雪儂梭堡同時，能帶著這些故事，陪伴我一起去品味這浪漫撫媚的女人城堡。

註釋：

1. 香波堡(Château de Chambord)是羅瓦河流域城堡群中最大的城堡，耗費數百年的光陰才完成。1519 年，由瓦盧瓦王朝的弗朗索瓦一世(François I)始建，他在 1547 年去世時也才完成主塔以及一座側翼。接下來的亨利二世(Henri II)雖有繼續興建，卻也在不久之後就荒廢了。最後，是由波旁王朝(Maison de Bourbon)的路易十四(Louis XIV)於 1684 年完成。城堡中，最為有名的設計即是它的雙螺旋梯(the double spiral staircase)。雙螺旋梯是由達文西(Leonardo da Vinci)設計，位於城堡的主塔中央，兩座不同入口的螺旋式階梯環繞同一空心石柱，交錯盤結貫穿城堡的三層樓。
2. 蠑螈(Salamander)是法國弗朗索瓦一世的個人徽章，他的拉丁格言是 Nutrisco et extinguo(我滋養[善]並熄滅[惡])。
3. 凱薩琳·德·美第奇(Catherine de Medici)出生於義大利佛羅倫斯著名的美第奇家族。凱薩琳無意中為時尚帶來了廣泛影響。16 世紀 50 年代，她推行在宮廷活動中排斥粗腰。此後的 350 年，婦女的主要方法是束腹，它由花邊和鯨鬚或金屬骨架構成。另外許多時候，凱薩琳把政治手腕看作高明的政治才能、說謊、暗殺都被她認為是極好的方式，因此有「血腥皇后」的稱號。
4. 杜邦夫人(Louise Marie Madeleine Fontaine)是一位具有魅力的女性，以其美麗而聞名，於 1733 年至 1782 年間，她在巴黎舉辦了一個著名的文學沙龍，擁有雪儂梭堡時，該城堡被稱為法國最著名的啟蒙時代哲學家的中心。
5. 摩尼耶家族(Menier)是在巴黎大型巧克力公司起家的顯赫家族。之後擴展到倫敦和紐約。今天，它是由雀巢公司所有。

美女與野獸的唯美邂逅—香波堡

陳渝涵

《Il y a deux choses dans un monument historique : son usage et sa beauté. Son usage appartient au propriétaire, sa beauté à tout le monde.》
—Victor Hugo

「一棟建築物有兩項特點，建築的使用性及建築之美，它的使用性屬於其所有者，而它的美麗就在這裡屬於所有人。」
—維克多·雨果

歷史

穿過羅亞河畔茂密的森林，一座美麗的宮殿從索洛涅沼澤地建起，彷彿進入了美女與野獸的拍攝場景，他就是擁有城堡之王美名譽的香波堡(Le château de Chambord，圖一)。一位野心勃勃的年輕國王法蘭西斯一世，一聲令下便開始了這座城堡的建造。香波堡並非為皇室的永久居住地，國王法蘭西斯一世實際上也只待過幾個星期。香波堡保留了十二至十四世紀軍事城堡的特色，在建築的中央有四個角落，分別設置塔樓加上城牆環繞城堡的四周，但實際上城堡並沒有軍事功能。從十五至十六世紀，法國的城堡因皇室需要，改成以居住為目的來建造。對國王法蘭西斯一世來說，它不僅僅是皇室的狩獵行宮，也是展現王權並作為展示給外賓、大使的一種權力象徵。城堡除了廣大的格局及華美的紋飾外，城堡內最著名的為達文西所設計的雙

螺旋階梯(L'escalier à doubles révolutions，圖二)。

實際上，香波堡之所以受義大利文藝復興風格影響，與長達六十五年的義大利戰爭密不可分。在漫長的戰爭中，貴族、商人、軍人等往返於法國與義大利兩國之間，當時在義大利蔚為風行的文藝復興風格傳入法國，在法國宮廷及貴族間造成一股風潮。而當時的法王法蘭西斯一世從小受母親耳濡目染，藝術薰陶深厚，除了大量搜集藝術收藏品外，更特別鍾愛意大利文藝復興風格。

法蘭西斯一世特別請來藝術大師達文西來法國安享晚年，並為香波堡做設計，然而香波堡在達文西過世後四個月才開始動工，法蘭西斯一世為了貫徹達文西的構想，請來義大利建築師特別設計，堡址卻遲遲沒有決定。一天，法蘭西斯一世來到皇家狩獵的香波森林，看到森林深處有一座小城堡，於是當下就決定要將城堡設在此處。他說：「把它全部

拆掉，這裡森林遼闊、河水清澈、天空蔚藍正符合夢幻城堡的特質，我要讓他驚豔全歐洲。」

但是光是拆除舊城堡的過程和整治沼澤區就十分費時，香波堡動用了一千多名的工匠但主塔還是竣工二十幾年才啟用。在主塔啟用後的第一件事，就是邀請神聖羅馬帝國的皇帝查理五世來城堡參觀。法蘭西斯為了炫耀國力的強大，遠從巴黎運來的掛毯、壁畫、傢俱以及鮮花將城堡佈置的美輪美奐，當查理五世一進入城堡時便稱讚：「這真是人類能力所能創造的最佳奇蹟了！」在法蘭西斯一世死後，香波堡也在 1548 年中斷停工，一直到西元 1685 年香波堡才終於完工，共耗時一百六十多年，於 1840 年，香波堡被列入法

國歷史古蹟名錄上，自 1981 年開始，被列入聯合國教科文組織世界遺產名錄。

建築特色

雨果曾說：「親愛的保羅，你能想像嗎？從我看到香波堡以來，我一直在問每個人和任何一個人：你看過香波堡嗎？」(Imagine-toi, mon cher Paul, que depuis que j'ai vu Chambord, je vais demandant à chacun: avez-vous vu Chambord?)

從這句話可看出，連法國文豪雨果都不禁為香波堡的美所驚艷。香波堡為第一個展現義大利影響的法國建築之一，總長 156 米、高 56 米、擁有 426 間寢室、77 座階梯、282 座煙囪和面積 13,000 英畝的林園。

隨著英法百年戰爭結束，義大利的文藝復興運動傳入法國，因此在香波堡的建造中，香



圖一：香波堡外觀。

波堡完美融合了法國哥德式及義大利的文藝復興風格。源自於義大利文藝復興的影響，並結合法國當地工匠的工法，城堡所呈現的夢幻風格令人歎為觀止。

雙螺旋階梯：城堡最著名也最有趣的部分為雙螺旋階梯，同時上下樓梯的人，可以看見對方，卻不會碰面。雖然建造者的身份仍有爭議，但大多數的學者認為，此階梯為達文西所設計。

香波堡的雙螺旋階梯，是法國當時最長也最精緻的階梯。階梯的法式風格大於義式風格。直到十七世紀時，當時的義大利建築師認為，建築裡的階梯應該要躲在視線之外，然而法國建築師，在中世紀末期認為階梯是主要的建築特色，以展示及工匠和建築師的掌握度及技巧。在當時，皇室的兒童把爬階梯視為一種遊戲，他們享受階梯特殊設計所帶來的樂趣，就如同現在的觀光客一般。

關於階梯的設計，還有另一個有趣的故事，據說這是當年國王為了避免王后和他的情婦碰面引起爭執，因此請達文西特別設計。

在城堡的裝飾方面，最常見到的是拱頂上一隻頭戴王冠的蠐螬及結繩的標誌。據說蠐螬(Les salamandres，圖三)是一種能在火中生存的神話生物，能消滅邪惡的力量。法蘭西斯一世以蠐螬作為自己的象徵，並說「Nutrisco et extinguo.」意即「我將滋養正義之火，撲滅邪惡之火。」而字母 F 是法蘭西斯一世名字的開頭，以彰顯法蘭西斯一世的王權。

外觀的設計：香波堡的建材採用羅瓦爾河當地的凝灰石，為石灰岩的一種，石頭質地輕且容易雕刻，因此在羅瓦爾河區大部分城堡如雪儂梭堡、香波堡外觀都呈現白色及粉色。往城堡的上方看，屋頂斜度極大，是為了適應當地多雨的氣候，而數根煙囪聳立著綴上華麗的裝飾，是除了雙螺旋階梯外，進入香波堡必看的景點之一。

現今的觀光規劃

從遺產開發點上，香波堡除了講述故事、使資產生動化、使體驗具有可參與性、對觀光客具有相關性，還有突出城堡的品質及真實性。

參觀香波堡有許多方式可以選擇，遊客可以使用 Histopad 進行有趣的歷史導覽，Histopad 除了可以重現當時不同寢室的原貌及擺設之外，在電子產品充斥生活的時代，結合遊戲，就如 Pokémon Go 一般，讓遊客能夠在不同的場景發現寶物。這不僅讓資產生動化、也



圖二：香波堡雙螺旋階梯。

讓體驗具有參與性，遊客與體驗也產生了相關性，遊覽遺產不再是無聊的走馬看花，遊客也成為城堡歷史的一部分。

城堡針對成人及兒童也有不同的貼心設計，成人可以參加導遊導覽之旅，了解建築形式，而兒童方面是結合寓教於樂的方式，兒童會拿到一本城堡的謎語手冊，只要解開跟城堡或是城堡周遭環境的謎題，便能去城堡的禮品店領獎品。另外，古代人物也會穿越到現代向遊客說明當時的城堡情況，進行豐富的歷史導覽。由此可見，導覽未必是無趣的跟著導覽手冊走，導覽者穿著當時的服飾介紹城堡的環境及當時的情況，使遊客身歷其境，體驗另一種真實性，導覽更成為具參與性的趣味活動。

在認識城堡的過程中，徒步遊覽只是一種方式，遊客可以選擇租借遊艇、自行車或電動車遊覽。在腳踏車遊覽城堡周遭時，可以親近野生動物還能同時享受法式林園的景緻，若想更親近森林，可以選擇在吉普車上隨著森林導覽員，在全歐洲最大的封閉式自然保護區，欣賞各種美麗植株、近距離觀看林園中最著名的野豬及鹿群，這不僅適合家庭旅遊，也能提高遊客對城堡的興趣。

馬術表演：

從 7 月 4 日至 8 月 28 日每天開放，遊客可以重回當時法國宮廷的氛圍。表演請來知

名演員為演出配音，表演進行時還能看到老鷹在空中盤旋，加上精采的決鬥橋段，就像冰與火之歌的場景，引人入勝。

藝文演出：

自法蘭西斯一世時期，香波堡就不斷有戲劇及音樂的演出，赫爾曼·莫里斯將軍就曾在主塔的二樓建造劇院娛樂國王。自 2010 年開始，法國香波堡國家資產局延續當時的藝術傳統，舉辦各式音樂會及展覽，例如 7 月 1 日至 15 日的香波堡節慶(Le Festival de Chambord)、管弦樂演奏、現代音樂、鋼琴演奏等，購買任一場表演的遊客憑著票根即可免費參觀香波堡，香波堡不僅提供視覺的饗宴，遊客也能像當時的貴族般享受聽覺饗宴，藉由藝文表演凸顯了城堡的品質與歷史價值。

評論：

在 TripAdvisor 的遊客評論中，正面評價多於負面評價，有許多遊客提到城堡的外觀比內部更讓令人震懾，是羅瓦爾河建築群中必看的景點之一。城堡在不同的月份會提供



圖三：香波堡牆面之火蟒蜥設計。(圖片出處：香波堡官方網站 <https://www.chambord.org/fr/>)。

各式活動，適合親子或學生、居民等不同身份的旅客一起參與。至於交通方面，旺季的公車班次多，淡季較少班車。若需要開車，停車費用較高需要六歐元。

冬天氣候太寒冷較不適合入內參觀，只有二樓提供一座暖爐，只能供少數人取暖，不足以驅逐寒風。即使城堡內部較為寒冷，城堡外也有提供其他戶外活動如乘坐馬車等活動，提供深城堡入探索四周的機會。另外城堡周圍也有許多美味的餐廳以及咖啡廳，讓遊客除了城堡外，累了也能悠閒的享受在香波堡的時刻。

總結

我認為香波堡觀光的成功之處在於，他使香波堡的歷史真實化並生動化，會讓人想一再拜訪。每次參訪都能以不同的方式遊覽城堡及城堡外圍的環境，可說是內外都兼顧了。在教育性方面，他並不是單純提供導覽手冊，而是將虛擬科技結合知識，讓遊客體驗當時的環境，並透過遊戲闖關，增加探索城堡歷史的趣味性，遺產的歷史不是死板板的而是活生生呈現在遊客眼前，達到寓教於樂之效果。

此外遊客與家人在探索城堡的過程中，與城堡和導覽員間的互動，無形之間產生了情感上的連結。正因為城堡與遊客有了互動及連結，遊客對遺產的記憶才會深刻，一項收

藏品不再是一個冷冰冰的收藏品，而是一個特殊的回憶。

在展覽方面，香波堡和其他美術館、藝術中心都有長期的合作，像是與龐畢度中心共同策劃的展覽，讓遊客每次來都能獲取多樣化的藝術薰陶。城堡既能提供傳統之美也能與現代藝術做結合。

然而遺產結合科技帶動觀光，也可能扭曲歷史、妥協遺產價值、遊客的感知需求大於對收藏品的興趣或為了增加城堡的可看性而淡化歷史多樣性，這是我們需要去思考的。

香波堡在文化遺產的詮釋上，並非只服務觀光客，它還必須服務各種不同需求的大眾。香波堡雖然提供多達十二國語言的導覽，但深度導覽及探索之旅還是以法文為主，這不僅能讓當地民眾更認識自己的文化，也能對遺產的維護、保存產生認同感。在香波堡的體驗帶給多數遊客的是愉悅的，不論前往城堡外的法式林園或是城堡內部，都環繞著城堡的歷史及其藝術價值。整體而言，排除淡季公車較少，交通較為不便外，香波堡確實成功的吸引大量遊客前來一探這座城堡的神秘面紗。

參考資料

香波堡官方網站。檢自 <https://www.chambord.org/fr/>

法蘭西王國的鑰匙—文化之都昂傑

鍾宛彤

前言

有人說，如果把城市比做男人，巴黎是耀眼奪目的型男，那昂傑就是有內涵的知性暖男。這座古城位於法國西北部曼恩河畔，是羅瓦河地區大區曼恩—羅瓦省的省會城市，在歷史上具重要戰略地理位置，氣候宜人。

古羅馬統治時期稱作尤利奧瑪古斯(Juliomagus)，九世紀由耶路撒冷王富爾克伍世(Fulk I of Anjou)占領成為安茹王朝(House of Anjou)首府，十二世紀由英王亨利二世(Henry II)統治成為金雀花王朝(House of Plantagenet)領地。十三世紀卡佩王朝腓力二世·奧古斯都(Philip II)收復合併至法蘭西王國，與仍獨立的布列塔尼遙遙相望，成為法蘭西

國王前進布列塔尼的據點，被法王稱為法蘭西王國的鑰匙(key to the kingdom)。而後經歷黑死病以及百年戰爭，古城遭受蹂躪，殘破不堪。

十五世紀成為那布勒斯王安茹公爵(René of Anjou)的領地，所幸安茹公爵勵精圖治，古城再度繁榮。而後昂傑由公爵姪子法國瓦盧瓦王朝路易十一世(Louis XI of France)收復，重新回歸法國。昂傑亦是法國波旁王朝的發源地之一，是波旁王朝歷代王侯的封地，至今仍到處可見波旁王朝的古風遺留。

昂傑具有悠久法國歷史與濃郁文化內涵，不乏被聯合國教科文組織列為世界文化遺產之重要歷史古蹟，在昂傑的探索中自然也少不了對其文化的探索。



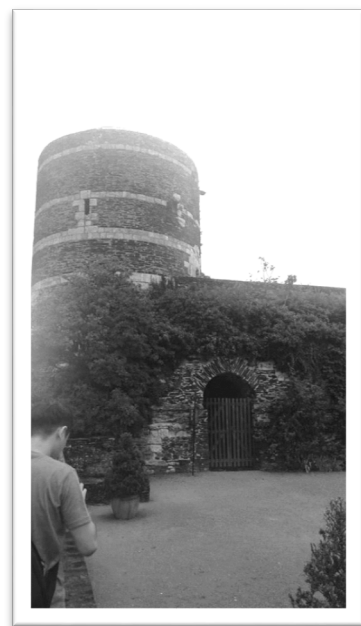
圖一：昂傑城堡。

見證歷史的昂傑古城堡

昂傑城堡聳立在曼恩河畔的岩石上，最早是羅馬人居住的防禦城堡(圖一)。九世紀成為安茹王朝防禦維京人的要塞。十三世紀時，年輕的法王路易九世(Saint-Louis)在他的王國邊界上將城堡擴建至今日的規模。昂熱城堡周長 600 米，占地 25,000 平方米，在這座巨大的中世紀防禦工事的側翼，周圍共有 17 個的塔樓，每一個塔曾經有 40 米高，但後來為使用大炮而降低了高度。只有磨坊塔保留了原來的高度。十四世紀時，約翰二世將這座城堡給了他的兒子那不勒斯的路易一世。路易娶了富有的布列塔尼公爵夏爾·德·布盧瓦的女兒，改建城堡，並請布魯日畫家 Hennequin 和巴黎的掛毯織工尼古拉巴塔耶 Nicolas Bataille 完成的長 100 公尺的「啟示錄掛毯」(Tenture de l'Apocalypse)，是世界上最大最古老的巨型掛毯，收藏於城堡內。那不勒斯的路易二世(路易一世的兒子)和阿拉貢的約朗德¹增建了聖吉納維夫小教堂(1405 年至 1412 年)和皇家公寓。小教堂供奉的是聖王路易收購的真十字架碎片²。1562 年，法國皇太后凱薩琳·德·美第奇將城堡恢復為強大的堡壘，但她的兒子亨利三世降低了塔的高度，用城堡的石頭興建街道和村莊。然而面對來自新教徒胡格諾派的威脅，國王還是在城堡的陽台上安裝了火炮，維持城堡的防禦能力。在十八世紀末，它厚實的牆壁承受了法國大革命期間保

王黨多次叛亂的大規模炮轟，顯示作為一個軍事堡壘無堅不摧的防禦力。後來，城堡內成立軍事學院以訓練年輕的軍官。在滑鐵盧戰役中擊敗拿破侖一世的第一代威靈頓公爵阿瑟·韋爾斯利便是受訓於昂傑軍事學院。在第二次世界大戰期間，納粹德國在此駐軍，其在城堡內的彈藥儲存庫爆炸，使城堡嚴重受損。戰後對城堡進行了持續的修復。如今城堡由昂傑市擁有，改為博物館。

固若金湯的昂傑城堡外觀雄偉嚴峻、樸實無華。堡壘城牆整齊劃一，外牆厚達 3 米，長約 660 米，十七座深色片巖或淺色石灰岩質地的防衛高塔櫛比鱗次，面對曼恩河構成了一道天然的屏障。每座塔樓周邊直徑 18 米，高度約為 30 米，在三、四個不同高度的地方開有箭眼³，部份箭眼在十六世紀末期擴大開口，用於發射火炮。城堡大門還以雙重狼牙閘門作為防護，並且其高處設有投擲口，用於向



圖二：磨坊塔。

低處投擲重物，抵禦入侵。巡視迴廊(Le chemin de ronde)位於城牆頂部，修繕於十六世紀末。當時，塔城比城牆高出有十多米，在頂部建有板岩砌成的錐形哨亭，後來這一批尖頂被推平，城堡主人在城牆內修整鋪設了巡視迴廊，必要時還能在上面建設火炮。城牆邊緣的磨坊塔(La tour du moulin)(圖二)是以頂部曾有風車驅動的磨坊而得名，這座塔是城堡內唯一一座保留原始高度(約 40 米)的塔，如今風車磨坊已不存在，成為遊人登高遠眺的必經之處，能將古城、古堡和塔西緊鄰的曼恩河美景盡收眼底。

經過吊橋，穿過城堡入口(La porte de la Ville)巨大的城牆，就能進入堡壘內部參觀。首先可以看到的是十四至十五世紀間城堡主人、歷代安茹公爵修建的居住區和行政區，這組建築站據堡壘的西北方位，圍繞領主內院佇立著，與要塞的軍事區相隔離，在當時既是公爵的寢宮又是行政中心。再往裡面走可以參觀城堡內部其他建築，包括王室寓所、禮拜堂、領主內院、城堡花園、總督府邸以及伯爵

宮。城堡內收藏的《啟示錄》壁毯(圖三)長約 100 米，寬達 4.5 米，觀眾無不為其規模所震驚，壁毯剛完成的時候更令人為之驚艷，其由 6 組長掛毯組成，每組包含一幅大型人物畫面和兩排各 7 幅不同場景的畫面，耗時七年製作，是歐洲有史以來最大的織掛，也是現存長度超過百米的掛毯裝飾中歷史最悠久的作品。這 6 組掛毯每組都由白色格框所限定。依照從左到右、從上而下的次序，描繪了《啟示錄》中的異象。啟示錄出自聖經書卷，記載了上帝向他的門徒約翰顯示世界末日的景況：世界崩壞毀滅，四處皆是恐怖的天災與瘟疫，更有魔鬼撒旦出現欺騙脅迫誘惑人類，聖徒為守護正義，付上生命代價與魔鬼交戰，最終徹底戰勝邪惡。書中也記載了末日大審判，上帝將對所有人進行善惡判定，那些跟隨邪惡的人將永遠打入地獄，善良、信仰並忠實於神的人將升入神創造的永恆天堂。壁毯的創作也反映了當時英法兩國百年戰爭如火如荼的社會現實：刀光血影，劫掠橫行，餓殍遍野，生靈塗炭。作者將英軍描繪成魔鬼陣營，現實



圖三：啟示錄掛毯。

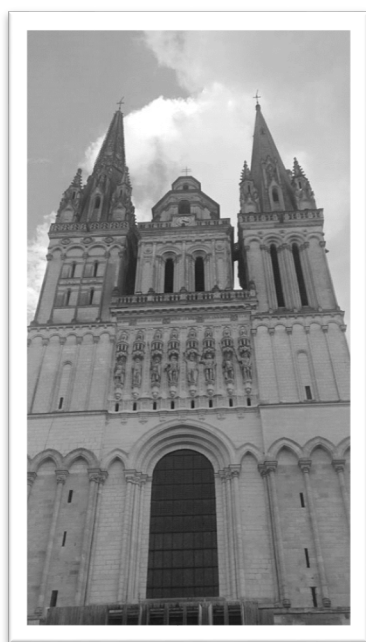
的戰場躍然於掛毯中的正邪之戰，怵目驚心，栩栩如生。

古羅馬與文藝復興的交織

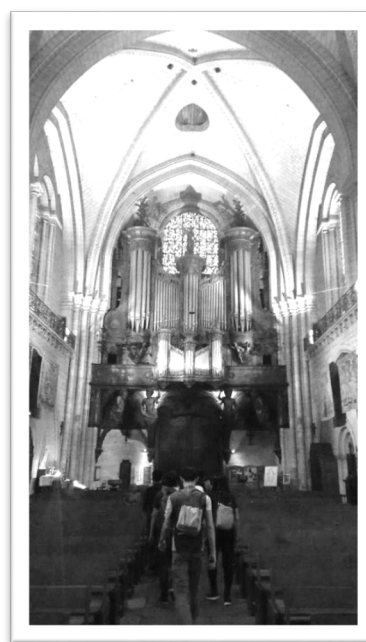
昂傑歷史悠久，保留了從古羅馬一直到文藝復興時期不同形式的建築古蹟，呈現跨時代建築風格的轉變。聖馬丁教務會教堂(Collégiale Saint-Martin)：法國保護最好的加洛林王朝遺跡，是為典型羅馬式建築，以結實的質量、厚重的牆體、半圓形的拱券、堅固的墩柱、拱形的穹頂為其特色。昂傑主教區教堂：聖莫里斯大教堂(Cathédrale Saint-Maurice d'Angers)(圖四)則是揉合羅曼式和哥德式風格建築傑作(圖五)，於十一世紀落成。高聳入雲的歌德尖塔和厚實圓拱門同時並存，天花板的方形凸出肋狀拱頂是典型的安茹哥德式風格(Angevin Gothic)⁴，羅紋拱頂在每個交叉點以雕刻點綴。教堂格局承襲傳統羅馬式十字平面，

教堂內著名的彩繪玻璃窗描繪聖母瑪利亞及教堂守護聖者聖莫里斯(St. Maurice)的事蹟，被譽為十三世紀最傑出的彩繪玻璃藝術。勵精圖治的安茹公爵那不勒斯國王 René of Anjou 下葬於此。同樣的安茹式歌德拱頂在昂傑十二世紀建成聖若望醫院，以及十三世紀建成的諸聖瞻禮節(Toussaint)修道院附屬教堂中也可以看的到，前者現今改建為讓·呂爾薩掛毯博物館(musée Jean-Lurçat et de la Tapisserie Contemporaine)，後者經過修繕後成為用以陳列昂傑雕刻家大衛(David d'Angers)刻模的展示中心。

昂傑市立美術館(Musée des beaux-arts d'Angers)由 Logis barrault(巴勞爾特豪宅)改建，其為十五世紀由昂傑市長 Olivier Barraut 建成，呈現文藝復興時期的建築風格⁶，以對稱均衡的圓形、方形為元素，淺褐色外牆襯托深邃的藍色屋磚，排列整齊的方窗白樺典



圖四：聖莫里斯大教堂外觀。



圖五：聖莫里斯大教堂的安茹式歌德風格拱門。

雅素淨。豪宅原作為招待貴客的正式會館，在法國歷史上具重要性的南特詔書(Edict of Nantes)⁵正是在此起草。美術館內收藏昂傑市相關歷史文物以及藝術品，藏品跨及各個年代之藝術風格，展覽俱豐富性和多樣性。2010年，該美術館被列為法國西部最佳博物館和法國第四博物館(巴黎以外)。

另外一間位於市中心的美術館：Musée Pincé 同樣為私人豪宅改建(原為 Logis Pincé)，於十六世紀落成，當時原為文藝復興時期建築，於十九世紀經建築師以新歌德式風格改建為美術館，微聳的尖塔和不對稱的外牆以排列整齊的方窗點綴，頗具特色。美術館內展示法國畫家 Lancelot-Théodore Turpin de Crissé 之畫作，以及來自中東、亞洲之古董收藏。昂傑古城正如藏物豐富的美術館，歷經數世紀的文化蘊育，悠然呈現豐富人文薈萃，每一個驀然回首的角落都令人驚艷不已。

參考資料

- 劉必權 (民 86)。《世界列國誌·法國》。台北，川流出版社。
- WIKIPEDIA, *Angers*, Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Angers>
- 法國旅遊發展署。檢自 <http://cn.france.fr/zh-hant/discover/32522>
- 鑫慧迪教育。《法蘭西皇室的鑰匙—昂熱 Angers》。檢自 <https://read01.com/zh-tw/26LeMQ.html#.WuFqDy5uaUm> (April, 9, 2017)
- Les musées d'Angers, *Musée Pincé*, Retrieved from <http://musees.angers.fr/langues-etranangeres/english/musee-pince/index.html>
- 李琳(2016)。《法國昂熱城堡(上)》。檢自 <http://www.epochtimes.com/b5/16/7/28/n8146583.htm>
- Dennis Aubrey, *The Angevin Gothic Cathédrale Saint-Maurice d'Angers*, Retrieved from <https://vialucispress.wordpress.com/2015/04/08/the-angevin-gothic-cathedrale-saint-maurice-dangers-dennis-aubrey/>
- Véronique, *Understanding the world of cathedrals: the Gothic Angevin or Plantagenet architecture*, Retrieved from <http://vivamost.com/all-in-the-name-of-god-understanding-the-world-of-cathedrals-the-gothic-angein-plantagenet-architecture-2/>

註釋：

1. 阿拉貢是位於現今西班牙西北部的王國，約朗德為阿拉貢女王，在法國與英國的百年戰爭中扮演著重要的角色。1429年，在她的影響下，聖女貞德的軍隊得到了支持和資助，使得法國在與英國的戰爭中扭轉了局勢。
2. 傳說中耶穌用刑的十字架之碎片。
3. 城牆上為射箭所開的較小的垂直開口。
4. 羅馬式建築逐漸轉變為哥德式建築的一種過渡風格，在安茹區域流行，建築特色為牆面厚實不開窗，天花板之肋狀拱頂為方狀，相較正統哥德式建築天花板平坦寬厚。
5. 為波旁王朝國王亨利四世擬定之詔書，這條敕令承認了法國國內新教胡格諾教徒的信仰自由，並令其在法律上享有平等公民權，為世界近代史上第一份有關宗教寬容的敕令。南特詔書平息自宗教改革以來法國內新舊教戰爭不斷的局面，為法國未來富強定下重要基礎。

穿越法國的時空旅行—狂人國主題公園

吳立婷

「不管你來自哪裡你是誰，不管你要逃到哪一個歷史時期，今天要讓你忘記你是 21 世紀的人。」
—狂人國

是什麼樣奇特的主題樂園，撇開偏僻不說，沒有任何遊樂設施、只有表演和城堡遺跡為基底，且該城堡無任何王宮貴族光環加持、亦非重大歷史地，卻得獎連連，被譽為法國最佳主題公園，除了 2012 年被美國 Thea Classic Award 選為全球最佳主題公園、2013 年由義大利 Parksmania Awards 冠上最佳歐洲主題公園之頭銜、2014 年獲得 Tripadvisor 評選為傑出景點，同年更從全世界七百座主題公園中脫穎而出獲得由美國「國際娛樂公園與景點組織」(International Association of Amusement Parks and Attractions)頒發掌聲獎，後來更登錄「國際娛樂公園與景點組織」名人堂，其官方部落格更自豪表示，狂人國光是最近五年內就拿了五座獎，到底它的魅力在哪？

城堡遺跡：穿越時空的起點

狂人國主題公園地處法國旺岱省(Vendée)，位於羅瓦河下游流域。1977 年 Philippe de Villiers 和 Jean Saint Bris 在萊瑟佩瑟市鎮(Les Epesses village)發現一處城堡的遺

跡，該城堡於 12 世紀就被蓋來作為村莊的要塞，中間經過百年戰爭的摧殘之後遭人遺忘，後來至 15 世紀由當地領主 François II du Puy du Fou 重新翻修，然而法國大革命的時候再度被燒毀，輾轉直到 1977 年由當時年僅 27 歲的 Philippe de Villiers 和 Jean Saint Bris 在萊瑟佩瑟市鎮(Les Epesses village)發現這個文藝復興風格城堡的遺跡。

出於對家鄉旺岱省的喜愛和尊敬，他們思考的是如何妥善利用有限的可得資源進行詮釋讓城堡獲得注意，Philippe de Villiers 和 Jean Saint Bris 兩人決定以城堡為背景，譜寫一齣名為 Cinéscénie 的夜間表演，內容圍繞旺岱地區 Maupillier 家族的故事，橫跨中世紀時期至第二次世界大戰，更提及法國大革命時期，身為旺岱地區保皇黨的 Maupillier 家族與法國共和黨之間的戰爭；Cinéscénie 從 1978 年首次開演就極受歡迎，儘管當時狂人國協會(Puyfolais)僅 600 多位表演者，仍在第一年表演就吸引八萬名觀眾。隨著 Cinéscénie 演出規模擴大，為了承載更多的觀光客，讓他們在白

天也能盡情遊樂與學習，狂人國主題公園於 1989 年開幕。由於其城堡雖沒直接發生重大歷史事件，卻也間接經歷過法國各階段的重要歷史，樂園便以城堡遺跡為主題公園的背景，透過表演呈現各種法國樣貌。此外，2011 年狂人國主題公園團隊也取得城堡所有權，進行修繕及改建後於 2014 年正式向大眾開放，成為狂人國主題公園展示的一部分。

城堡遺跡：穿越時空的起點

此主題公園由包含 3650 名志工的狂人國協會(Puyfolais)和一間大約擁有 2000 名員工的有限股份公司(SAS)所組成，前者負責表演，後者管理主題公園。這個主題公園特別的是，其沒有任何遊樂設施，卻用表演和建築打造氛圍帶你穿越，給遊客空間曲解的感受。內容包羅萬象，從古到今，除了史詩級的羅馬競技場鬥獸、北海小英雄維京人、聖女貞德，直

到逼真的二戰壕溝戰，讓你身歷其境，比走進好萊塢電影拍片現場還激動；筆者以下以歷史順序介紹幾個其著名、震撼又有趣的表演。

(一)勝利的印記

狂人國公園致力於求新求變，每年都會推出新表演，而勝利的印記(Le Signe du Triomphe)(圖一)正是 2011 年搬出的新作品；其演繹的是羅馬帝國侵占高盧，並奴役高盧人修建羅馬建築，然而羅馬教廷中的一位軍官愛上了美麗的高盧女孩，因而為愛情而戰成為競技場中的角鬥士，最後戰勝羅馬教廷的殘酷統治並解放被奴役的高盧人民的愛情故事，更在表演中還加入珍奇猛獸，呈現場面浩大、磅礴的氣勢，讓全場觀眾都化身為古羅馬人統治下的高盧人民。

(二)維京海盜

時光穿梭至八、九世紀，羅馬帝國衰落，高盧人最大的威脅換成了來自於北歐的維京



圖一：勝利的印記重現羅馬競技的熱血激昂。

海盜。1997 年推出的維京海盜(Les Vikings)，演繹了一個歡樂的高盧村莊，在進行幸福婚禮之時遭維京海盜侵襲，最後在神的旨意下雙方和解的故事；其中火燒海盜船的橋段之震撼，甚至在別場地看其他表演的遊客以為火災了！

(三)La Cinéscénie

如之前所提及，僅在每年 6 月至 9 月的周末晚間演出的 La Cinéscénie，為狂人國主題公園最具盛名的重頭戲，內容圍繞旺岱地區 Maupillier 家族的故事，橫跨中世紀時期至第二次世界大戰，更涵蓋法國大革命時期，身為旺岱地區保皇黨的 Maupillier 家族與法國共和黨之間的戰爭；此大型表演持續 1 小時 40 分鐘，自 1978 年首演至今不斷更新創意、設備與規模，直至今日的表演，一場共有 2,400 名演員、換 28,000 套戲服，舞台佔地 23 公頃，更加入 3D 投影與多種聲光特效、特技、

馬術、水舞與每場約 400 枚煙火等元素，將旺岱地區當地史實、文化特色精彩地融入表演之中；另外，其獨特之處在於演出者大部分是身為當地居民的志工，不僅增強地方居民的認同與自豪，其精彩與創意更讓遊客遠道而來；而平日為讓遊客能久留於園區內，亦在 2009 年推出夜間水舞聲光秀 Les Orgue de Feu，提供無法配合周末時間或無法取得 La Cinéscénie 門票的遊客另一種選擇。

除了上述不可錯過的表演，更考慮到遊客的體驗的舒適度，安排 Mousquetaire de Richelieu 融合大仲馬《三劍客》與佛朗明哥舞故事的室內表演，讓日正當中時遊客能夠避暑；另有 Les Bal des Oiseaux Fantômes(圖二)讓遊客欣賞老鷹、貓頭鷹、禿鷹等大型鳥類在空中翱翔，給人平日生活裡難以得到的體驗，滿足視覺與心理的享受。

另外，其體驗時空更跨足第二次世界大



圖二：Les Bal des Oiseaux Fantômes 表演各種大型鳥類在空中翱翔，氣勢磅礴滿足身心靈。

戰，在〈Les Amoureux de Verdun〉裡就像真的進入戰爭現場，除了凝視、觀看、想像那些士兵躲在壕溝或防空洞內的生活，更設計大炮飛來引起地板劇烈搖晃的情境，營造戰爭令人驚慌恐懼的氛圍；狂人國主題公園更每年推出新表演，促使遊客回流，使其每次都能有不同於上次的全新體驗。

成為古代居民：漫步村落與古城鎮

人國公園佔地 300 多公頃，覆蓋了 15 個大村落，高度還原不同時期的歷史風格建築，並設有許多特色店鋪；遊客可走進維京海盜的世界，探索一座座由茅草屋組成的神奇小村，欣賞鐵匠製造鐵器，亦可漫步在中世紀樣貌的花園與村落(圖三)，看身著古裝的店員販賣如皮革製品、毛皮製品或是手工編織藝品等充滿中世紀風格的商品，或是嘖嘖稱奇鐵匠、雕刻家、麵包師傅現場製作產品的手藝，園區內亦規畫傳統農舍區，並豢養家禽如雞鴨等等，讓遊客得以一窺旺岱地區從前的鄉村樣貌。

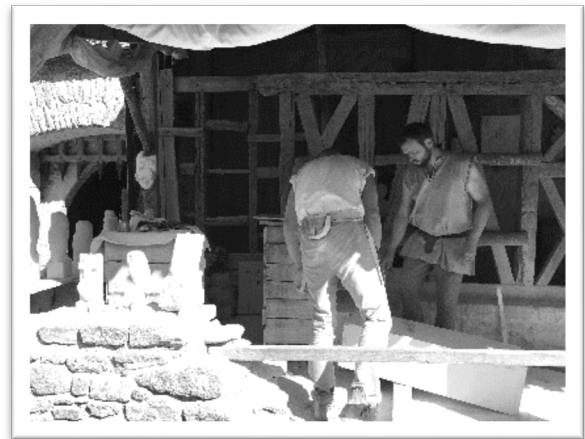
時光穿梭至 18 世紀，那裏的村落區(Le Village XVIIIème)從菜園到馬廄再到洗衣房都充滿當地的風土民情，而 1900 年代的市鎮區(Le Bourg 1900)，除了美好時代風格的特色店鋪像是玩具商、糖果商等，更有美麗的廣場及櫥窗讓遊客沈浸其中，透過重現特定歷史時期人們生活樣貌的方式進行法國歷史的詮釋。

睡在古時候：狂人國飯店

另外，狂人國更發展過夜經濟，興建創意飯店，讓訪客不只是觀看，還可親身體驗。旗下的主題飯店風格多元，從其興建的第一家飯店，古羅馬式建築的 La Villa Gallo-Romaine，到莫洛溫王朝時期的水上茅屋 Les Iles de Clovis，抑或是 2017 年甫開幕的中世紀城堡 La Citadelle，讓人彷彿在騎士的保護下進入夢鄉；遊客也可跟隨弗朗索瓦一世和英王亨利八世的足跡入住 Le Camp du Drap d'Or，感受文藝復興時期的皇室風範，或者 18 世紀風格的舒適寓所 Le Logis de Lescure 也好。同時，有些住宿還有入住加主題公園表演門票的優惠，顯示其致力觀光行銷的心思。

狂人國的體驗形塑

Pine & Gillmore(1999)曾提出體驗領域模型，分出四 E 領域，包括：娛樂(Entertainment)、教育(Educational)、逃離現實(Escapist)和審美(Esthetic)，綜合以上要素互相結合達到「甜蜜



圖三：中世紀村落著古裝的店員正製作切割雕刻品。

點」。筆者以下依據這四E說明狂人國如何形塑其美好的體驗觀光。

(一)娛樂：最普遍且最易於親近的體驗，透過有趣且令人欣賞帶給人愉悅的感受。

狂人國在 Tripadvisor 上定位為娛樂/主題性公園，可知其重視的並非遺跡詮釋與再造，而是利用遺跡的存在做為後續創造大型表演與主題公園的基礎與特色，亦即其所強調的並非建築體上的客觀主義真實性，而是地方歷史記憶的延續、地方居民參與和節慶氣氛等無形遺產的呈現以展現地方特色(陳品元，2015)，例如旺岱地區歷史與文化：狩獵活動盛行、訓練猛禽協助打獵，透過這些表演、氣氛的營造達到娛樂遊客的目的。

(二)教育：有趣的活動讓客體有參與性而樂於學習、吸收到知識。

除了以大家耳熟能詳的歷史故事「降低陌生度」，狂人國用寓教於樂的方式引領遊客追溯法國歷史，使遊客知道自己從哪裡來，才能知道該往哪裡去，以至於我們不會漂浮，並促進在地身份認同；此外，其更在城堡尚未開放前也以「未開放遊客參觀」作為詮釋的一環，提升大眾對保護歷史建築的重視：「雖然你沒辦法進去，但你仍能看到城堡的外觀，理解城堡的不同面向...會讓你想要保護你獨有的歷史和建築」(陳品元，2015)。

(三)逃離現實：其所要求的環境通常是主題公園、虛擬實境或帶有科幻、冒險的氛圍等等，參與者藉由體驗暫時拋開單調、忙碌的生活。

從官網上提供的狂人國宗旨為：不管你來自哪裡你是誰，不管你要逃到哪一個歷史時期，我今天要讓你忘記你是 21 世紀的人。可知其目的為提供參與者逃避現實的環境與體驗，使其忘卻現實生活中的煩惱與乏味。對於遊客們來說在主觀感知上認為真實，即便觀光客知道身處的環境是被「創造」出來的、仿舊的複製品，但仍將之與快樂、美好的回憶連結(陳品元，2015)，擁有與親友間的人際真實，因此可知狂人國盡力營造的乃為受個人主觀感知、情感影響較深之存在主義真實性，其不只利用主題公園區的表演與仿造村落，更興建創意飯店，讓訪客不只是觀看，也可以親身體驗，沈浸其中，並透過這樣的主觀真實達到逃避現實的體驗。

(四)審美：參與者通常會沉浸、欣賞周遭自然或是人工營造的環境，亦強調無形氛圍的重要性。

狂人國於 1998 年成立青年學院(L'Académie Junior)，包括 29 個專業，例如表演藝術與技術以訓練培養未來的藝術家、表演者和技術人員，更確保狂人國主題公園表演的專業度及精彩度，使遊客都能沈浸在其中，擁有美好的審美體驗。

此外，其涵蓋的 15 個大村落，高度還原不同時期的歷史風格建築，並設有許多特色店鋪，工作人員更穿上古代服裝展演當時商店街、小販製作商品的模樣，成功形塑審美體驗所需的無形氛圍。

其他體驗成功因素

(一)官方網站/非官方論壇：尚未去到現場就有美好的虛擬體驗。

筆者為充分了解狂人國主題公園，先從其官方網站下手，經過一番探索後，深深覺得其官方網站非常完善，它深知現代「圖像化、影像化」的時代來臨，除了首頁的影像介紹，各個表演節目、特色村莊、主題飯店皆具影片及簡單扼要的文字敘述介紹，另外更有官方部落格，不時更新狂人國的最新節目與各種消息；而非官方論壇 Puyfolonaute，讓會員能自由討論各種議題，甚至包含在狂人國主題公園內的工作機會等等，積極使用網路資源讓想先行了解的遊客於線上就能有美好的虛擬體驗。

(二)深入教育：

經過 40 年來狂人國的成功與 1998 年來青年學院培養未來藝術家、表演者的興旺，狂人國更於 2015 年 9 月 1 日開幕狂人國學院 (Puy du Fou Académie)，分為 8 個班級、15 個年級，讓最小從 8 歲開始就可以接觸到藝術、文學、音樂、法國文明等培養學生自我探索學習的能力，這個舉動使狂人國不只是個寓教於樂的主題公園，而把觸角正式延伸到教育，更加促進當地文化的傳承與身份認同。

結語

法國文化理論家羅蘭·巴特 (Roland Barthes) 曾說：「一個脫衣舞孃最性感的時刻，便是他在脫光的表演過程。」筆者不是男生或不對和我一樣身為女性的身體感到相同的興趣，最重要的是我沒看過、缺乏「體驗」而無法心領神會，這說明體驗最核心的價值；「體驗就是體驗，無法被概念取代」，透過體驗開拓身體心靈、感受力，豐富生命經驗，從中讓自身帶來改變、建構自我；而創意根源於文化，從中創造區隔性、差異性以形塑當地獨一無二的體驗，筆者認為這就是體驗觀光為何盛行與狂人國成功最核心的原因。

參考資料

- 陳品元(2015)。文化遺產吸引力建構：以法國羅瓦河流域布洛瓦城堡和狂人國為例。國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所碩士論文
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

以藝術的力量翻轉城市意象—南特河口雙年展

王思晴

前言

「城市」是人們的記憶和過去的儲藏室，也是文化傳統和價值的儲藏處(Walter Benjamin, 1986)。因此，「城市意象」意即城市靈魂的象徵，是城市本身的獨特形象及深層內涵的體現。

自古以來，南特的城市意象就與其地處羅瓦河口的地理空間密不可分。十八世紀以降，由於發達的三角貿易而坐擁「西方威尼斯」的美稱；而在工業化時代的浪朝之下，南特也由於蓬勃的造船業而在歷史脈絡中保有重要地位。直至 1970 年代，工業化城市的衰退期來臨，南特的輝煌色彩逐漸褪去，其後更隨著造船廠的關閉，就此被外界視為一座「沈睡的城市」。然而二十世紀末的南特已然從沈睡中甦醒，透過「藝術」的介入與創意元素的結合而重獲新生，如今搖身一變成為「奇異的城市」(La Ville Bizarre)。

南特的「藝現」生機—城市再生三部曲

自 1989 年起，南特市長 Jean-Marc Ayrault 與白晝之夜的策展人 Jean Blaise 聯手為南特的城市意象帶來了轉變的契機。

在城市規劃與執行方面，Ayrault 市長致力於回饋城市的重要歷史與人文景點及經常被遺忘的地標，遺產、現代主義和城市升級透過系統化的方式組合。對當時的歐洲而言，這種企圖以「藝術」帶動城市再生，進而扭轉城市意象的想法是大膽而前衛的，在計劃之初，來自在地社群的質疑聲浪鋪天蓋地的襲來，然而富有遠見的 Ayrault 市長選擇與 Jean Blaise 並肩合作，並堅持此計畫的兩大原則：首先，文化供給必須具備免費性質；此外，文化活動發生的場域必須為戶外的公共空間。從這一個時期起，文化與設計將成為南特的重要城市政策與關鍵發展動能(Coëffe, Morice, 2013)。筆者將依照目標層面的不同，將此後一系列的城市再生計畫劃分為三個階段。

第一階段主要著眼於提升在地社群的文化資本。於 1990 年到 1995 年間，Jean Blaise 透過舉辦免費的露天展演活動—Les Allumées 劇場節與其他大型城市進行文化的交流，這些來自各地的表演者，以音樂會、劇場等不同形式，散落在各個城市角落演出，點亮了無數個南特的夜晚，也為南特帶來了振奮人心的新氣象。而隨後的古典音樂節 La Folle

Journée 同樣以此概念進行，以首屈一指的演奏為主體，吸引了為數眾多的觀眾慕名造訪。

另一方面，活化工業遺產閒置空間也是此一階段的重點所在。除了前述之展演活動，主要都在工業活動所遺留下來的棄置空間進行之外，餅乾大廠 LU 的舊址被改建成文創園區，為藝術展演提供舞台；而過去風光一時的造船廠，結合當代科技與造型藝術的創意，則化身為一座大型的夢工廠—機械島，不但是當地居民的休憩場所，如今也成為引動南特觀光的重要指標。諸如此類的街頭展演活動與空間再造，目的皆是使不同年齡層的在地居民對文化參與產生興趣，進而提升當地居民的「文化資本」，作為後續計畫的暖身開場。

緊接著第二階段以翻轉對內及對外的城市意象為軸，Jean Blaise 決定借重公共藝術的力量作為媒介，自 2007 年起為期三屆的河口雙年展即是此階段的重頭戲：以散佈在羅亞爾河(Loire)河畔的公共藝術品足跡，創造南特

市與聖澤納爾間二十幾個城鎮的社群連結，進而重塑城市意象，吸引國際目光。

近年來，此系列計畫側重於發展「藝術」引動的文化觀光活動，觀光與文化之間的緊密聯結被視為一個重要的轉捩點。2012 年起，南特之旅(Le Voyage à Nantes)取代河口雙年展，成為更具務實精神的當代藝術節慶，於每年夏天的 7 月至 9 月，當代裝置藝術貫穿整座城市，透過特殊路線的規劃，將博物館、歌劇院、畫廊、特色商店、藝術裝置串連，使街頭巷尾瀰漫設計與藝術的氣息。此一藝術節慶舉辦的宗旨是將藝術普及於大眾，進而成為引動觀光的能量，使藝術的介入成功賦予城市非同尋常的空間價值。

以公共藝術重塑城市意象—南特河口雙年展

公共藝術不再只是為了提升藝術的欣賞而已，而是要能夠真正影響社群/社區內外人們的生命。(Mary Jane Jacob, 1995)。由於第一



(左起)圖一、二、三：2007 年、2009 年及 2012 年河口雙年展海報。

階段的計劃累積了城市文化資本的底蘊，南特河口雙年展(Estuaire Nantes)便應運而生。自 2000 年起，源自於 Jean Blaise 排序集合的想法，欲使當代藝術收藏品沿著羅瓦爾河口分散展示的空間概念，為此後為期三年的河口雙年展拉開序幕。值得注意的是，分別在 2007 年(圖一)、2009 年(圖二)、2012 年(圖三)舉辦的三屆雙年展同樣具備著兩大精髓。

首先，藝術家為河口雙年展創作的公共藝術作品皆須仰賴於南特的在地意象，或是與歷史脈絡作結合。例如借重「維納斯的誕生」(圖四)寓意的裝置藝術，是藝術家為曾在美好年代(La Belle Epoque)聲名大噪的釀造廠 La Cigale 創作的作品，透過公共藝術，南特將釀造出獨一無二的城市意象。另一方面，獲邀參展的藝術家都在國際上具有相當的知名度，起初，此一作法再次引來許多批評，然而 Jean Blaise 之所以捨棄在地的藝術家，是希望能夠借重這些知名藝術家的名聲，吸引國際的關

注與報導，從而對外建構起藝術與城市意象的連結。例如造船廠停業後，城市在某種程度上成為了一艘擱淺待修的船(圖五)，彷彿剛剛經歷劫難，不知所措，而此一藝術作品即象徵著南特的歷劫重生。與此同時，許多慕「藝術」之名來的文化觀光客，為城市創造出前所有的體驗，而藝術之於觀光的潛力也可說是由此彰顯。

如學者 Phillips(1995)所言，公共藝術的職責並不是在眾所公認的地點上，置放永垂不朽的物件，而是協助建立公眾—透過行動、想法、介入，鼓勵看似不存在的觀眾進來參與。這些沿著羅瓦爾河的雕塑及其他藝術作品於展期過後被保留在原地，使得整個藝術里程碑和許多被忽略的遺產因重新討論藝術本身而被發現，不但形成了永久的當代藝術旅遊路線，也成功串連起聖那澤爾與南特之間如居民、企業家、藝術家、漁民、環保組織等不同的在地社群聚落，提升地方認同感，這些藝



圖四：釀酒廠 La Cigale—藝術將為南特釀造出屬於維納斯的「美」味。

術作品給予南特的煥然一新的面貌，除了承載過去的歷史，同時也為城市帶來新的意涵，對於翻轉城市的意象做出很大程度的貢獻。

結語

公共藝術被期待在視覺上與經驗上，皆為提升人們的生活品質做出貢獻 (Shin Dongshuk, 1999)，隨著城市藝術氛圍的建立，觀光活動的增加為居民帶來的經濟效益也扭轉了民眾起先對於公共藝術的印象，彼時最大的反對聲浪來源：當地商家，在體會到商店融入藝術元素所帶來的注意力後，也不再認為所謂的公共藝術是仕紳限定的文化產品，而開始相信其作為翻轉城市意象所能貢獻的力量。

由前述可見，河口雙年展不論在文化發展、社會發展與經濟發展層面皆為南特做出了相當程度的貢獻。隨著公共藝術的力量為南特帶來城市意象流變，藝術不再被視為劃地自足的單獨類別，而是悄然充斥在生活中各個領域的一種氛圍。(Steinman, 1995)。然而一座城市發展的建立仰賴著長期文化政策目標的堅持，以及各利害關係人的支持，南特作為第一座以藝術的力量翻轉城市意象的城市，也證明了文化的普及，其實就意味著研究如何讓藝術與文化走出高牆大院，深入到廣大羣眾當中，有別於城市先發展觀光才考慮文化藝術的可能性，南特以藝術的元素帶動整座城市的發展，在文化與觀光間取得平衡，即是南特的精神所在。



圖五：南特一艘歷劫重生、準備啟航的帆船。。

文化策略之於都市再生的定位—以南特之旅節慶為例

李致穎

南特轉型導向及契機

距今三十年前，僅存於法國羅瓦省南特市裡的最後一座造船廠，Dubigeon 造船廠宣布倒閉，象徵這座海港都市幾世紀以來重工業時代的結束。當時因應全球化經濟型態的轉型，以產出為主的傳統工業漸漸沒落，許多工廠因而倒閉，而早期藉由這些工業繁榮的城市突然形同廢墟，被迫面臨這種「去工業化」(deindustrialization)的難題。南特市就如同這些後工業都市，在世紀末的幾十年間，迫切尋求翻轉城市意象，經濟轉型的方法。而同時期有著相同困境的海港城市—西班牙畢爾包，在1997年藉由引進古根漢博物館，短短三年內就創造可觀的觀光收益，進而帶動其他產業的復甦及轉型，搖身一變成為集文化、藝術、經濟於一身的觀光重鎮。這種運用興建地標或是旗艦級的建築物來吸引外資的方法，常被都市策劃關係人用來當作改善城市舊形象，將城市打造成一個新「品牌」的策略。但建造這類吸睛的地標物還需藉助知名的建築師的名聲和能力，也往往意味著著龐大的財政支出，對於企圖轉型的城市無疑是孤注一擲的做法(Richards & Wilson, 2004)。

利用支出大量經費興建地標來吸引投資的策略，無疑是快速地翻轉舊都市形象的方法之一。但對於南特而言，它捨棄這樣速效、片面的方式，而是以循序漸進、全面性的策略來進行都市的「再生」計畫：第一階段先重新實施都市裡基礎設施的改建，以及公共空間的收復、第二階段藉由負責整體都市企劃的相關團體，讓他們去改造收復後城市空間的用途、第三階段再利用策略，讓城市建立品牌。在這些策略之中，不乏有運用文化、藝術、當地歷史的力量於都市規劃之中的方法，以這些文化的多面向做為品牌，進而將都市打造成不同類型的文化之都。如此全面性的都市規劃不但能規避龐大的支出，也能一步一步地評估每個階段規劃的成效，進而讓城市慢慢地改善形象，進而成為品牌化城市(Nicolas, 2014)。而南特是基於第一階段計畫所帶來的社會、經濟上的穩定、第二階段空間再利用所創造出的觀光景點，來進行第三階段品牌化—藉由舉辦大量節慶，將城市中許多景點、設施、空間串連起來，來活絡南特市裡各個網絡的緊密性，企圖成為以節慶為品牌的創意之都。這樣以節慶為城市的品牌早已在其他歐洲城市出現，例如愛丁堡藝術節

(Edinburgh Festival)、坎城影展(Cannes Film Festival)、諾丁丘嘉年華會(Notting Hill Carnival)等(Richard & Wilson)。

然而，即使是以舉辦節慶作為品牌建立的策略，同樣也跟興建旗艦級場館的策略，面臨「系列複製」的難題：當城市之間只是單純複製、借用特定的節慶內容，而失去城市本身的獨特性和原創性時，城市的品牌就很難做出差異性。而南特則用雙管齊下的方式，將南特過去的遺產和居民的歷史記憶，融合當代的藝術作品和創意階級，推出一系列只屬於南特的獨特節慶，而南特之旅(Le Voyage à Nantes)就是其中之一。這個每年7月初舉辦、為期近一個月的文化節慶組成要素包括：提供展演的空間及場所、邀請國內外創意人才聚集交流、融合城市歷史的藝術作品和觀光景點的產出、當地社群與觀光、文化機構之間的配合與應對、以及觀光客和當地居民的參與。但何謂「文化節慶」？何謂創意階級？為何節慶之於都市再生企劃中的定位越來越重要？對於策略機構，以節慶作為品牌化城市的具體考量是什麼？節慶本身如何避免每年都重複的內容？南特之旅對於南特的地方形塑造成什麼樣的影響？本篇文章企圖針對以上議題，首先闡述節慶的本質以及城市為何需要節慶，再來南特市再生的都市政策以及策略機構的宗旨，最後說明南特之旅對於南特的地方型塑造成什麼影響，以及它身為南特獨有節慶未來將面臨的挑戰。

南特的轉型及節慶策略的產生

南特的許多文化節慶的產生，例如聖納澤爾河岸雙年展(Estuaire)和南特之旅(Le Voyage à Nantes)，是在1990年後南特市的「機械島」都市計畫才開始進行。這項都市再生企劃是根據三大原則為出發點所構想：(1)文化和創意產業，創立南特市創意特區；(2)永續性，提倡綠色住房及綠色交通；(3)社會多元性。提供工作機會、推廣教育、社福住宅(Billaud, n.d.)。

「機械島」都市計畫分成兩大階段。第一階段(2000-10年)旨在調整南特市為未來都市。除了修整道路、橋、路線等基礎設施，最重要的目的是將四面環河的廢棄機械島地區，重新與市中心做連結。第二階段(2010-30)的目標則是永續性發展，藉由規劃創意園區、綠色區域為南特市增加更永續、緊密的行動網絡。而南特之旅與其他節慶就是在這個脈絡下誕生。

而發想南特之旅的策略組織也叫做南特之旅(Le Voyage à Nantes)，以下簡稱LVAN。LVAN屬於私人企業贊助的半公部門，是由南特城市共同體(Nantes Metropole)和南特市中心(the Ville de Nantes)所合作組成。根據LVAN的兩大準則：(1)利用圖像分析法的方式(iconography)讓當地居民產生共感和認同。而在城市內放置藝術品，則能有效地強化地方意象和都市發展。(2)藉由吸引國內外的居民

或觀光客，以達成動員為當地機構的假設。居民或觀光客參與企業所舉辦的活動、企業則把收益拿去投資文化機關、邀請國內外藝術家來此交流策展，而這樣的目的就是藉由合併城市內各種元素像是布列塔尼公爵城堡或是機械島本島，來創造「任何人都適合的目的地」。

藉著南特之旅塑造「創意南特」品牌

隨著符號經濟的發展(symbolic economy)，運用文化、藝術、娛樂將整座城市轉化成消費空間，已經是所有國家的再生計畫之中最顯著的手法之一(Evans, 2003)。照此脈絡來看，文化是需要被轉化成可以被「體驗」的產品，尤其是當作振興城市經濟的手法之一。而南特現今還處於第二階段的計畫中，將自己定位成「創意」、「永續」的都市。但如何測試創意程度則需要特定標準來評估，筆者引述都市規畫學者 Richard Florida，闡述創意對於城市的重要性：「為瞭解創意經濟對於空間、位置、城市等地理因素所造成的影響，提出三個概念：科技運用(technology)、創意人才

(talent)、社會包容(tolerance)來評估一個地區的經濟發展。擁有此三項決定性因素的地區將會吸引更多創意階級來此聚集。對於一個城市需要達到吸引創意人才、刺激經濟的效果，此三項因素缺一不可。」換言之，評估一個城市的「創意」程度，必須要探討創新科技在城市的運用和密度、持續培養年輕人才與吸引人才的能力、以及城市包容各種不同背景和需求的人的程度，此三項指標將創造出一個永續的循環。而筆者將以此檢驗南特之旅所涵蓋的景點來評估南特市的創意程度。

簡言之，南特之旅是環繞市中心，規劃出一條長達 12 公里，連結城市裡所有著名景點的綠色步道(圖一)。首先，機械島的再造是南特科技運用的最佳例子：將科技、創意、南特歷史融合並具體展現出來，像是機械大象(the Great Elephant)或是海洋世界旋轉木馬(the Carrousel des Mondes Marin)。負責建造這些設施的機構 La Machines，融合了現代科技和南特作家 Jules Verne 蒸氣龐克(steampunk)的元素來塑造獨特的觀光體驗，讓觀光客如同置身 Verne 筆下的未來世界。其他還包括機械島



圖一：穿梭南特市各景點的綠色步道。



圖二：Les Anneaux 的圓圈設計象徵黑奴的腳鐐。

河畔旁的公共藝術作品 Les Anneaux，和追悼南特過去曾運販黑奴的紀念館 Mémorial de l'abolition de l'esclavage，都是藉由創新的建築科技融合南特歷史的最佳例子。

創意人才方面則呼應上述提到南特再生的宗旨：社會多元。南特原本的再生計畫就旨在創造更多工作機會、推廣教育培養年輕人才和當地藝術家。而其他像是每年會邀請國外藝術家來此交流的展覽推廣中心 HAB Galerie、或是曾經風光一時的餅乾工廠，而現在轉換成藝術和娛樂結合的多功能展場 LU，都是能讓當地人才有一個平台來向國內外知名的文化機構展現他們的能力，爭取被看到的機會。

最後社會包容的部分，可以評估南特再生計畫旨在打造一個適合「所有人的目的地」的效果。南特之旅的定位是讓觀光客和當地居民都成為這個節慶的目標客群，在開發觀光景點、創造觀光收益之餘，也同時確保當地居民的生活品質，不受觀光客到來而造成巨變。換言之，南特之旅的景點同時是觀光景點，也是當地社群記憶中的地點，端看不同的客群所用的不同角度審視。例如倒射在運河表面的藝術作品 Nymphéa，是藉由光影技術將一名法國名媛 Laetitia Casta 的臉投射在運河上。對於當地人來說，這樣的藝術作品是連結他們對於當地名媛的了解程度，並讓當地社群擁有引起討論、聚集討論的空間。而根據 Nymphéa 的創作者，Nymphéa 是致敬印象派

畫家莫內的作品，所以對於非當地的觀光客來說，即使他們不了解作品中當地名媛的故事，藝術品本身、莫內、印象派會成為吸引他們前來的重要因素。而 Nymphéa 只是南特之旅眾多藝術作品的其中一個例子，其他作品都有相同能吸引兩種目標客群的重要特徵。最後，在這樣的充滿活力的文化氛圍下，南特藉由每年都引進或讓當地藝術家創作此類的公共藝術，讓每年的南特之旅都能以不同面向以及新的注目焦點來吸引出訪觀光客以及回流觀光客，創造社會包容以及經濟收益的永續性。

未來所面臨的難題？

儘管南特之旅對於南特的觀光管理和文化管理層面有很大的助益，加上是在成功的都市再生脈絡下所產生的節慶，南特之旅對於「創意的」、「包容的」南特市的品牌未來可能會遇到的問題。

第一個潛在問題是節慶的差異性和獨特性。儘管南特市擁有許多文化、藝術節慶，但筆者以研究過程以及實際參訪南特市的經驗，筆者發現這些一年四季都在舉辦的節慶之間很難找到不同的賣點，甚至是參訪南特之旅時，其實不知道已經置身在一個節慶當中，因為即使是不同節慶，內容其實不外乎那些市中心的著名景點。簡言之，南特舉辦太多性質相同、內容相似、時段重疊的節慶。即使南特的節慶之於國外的節慶能做出南特獨有

差異性，但南特市對於本身所舉辦的各種相似節慶，差異性就必須更分明，否則可能會造成「創意之都」品牌的負面影響。

第二個挑戰是資訊的稀釋。藉著研究此題目的經驗，筆者發現南特之旅官方網站上的資訊，可能會因為語言版本的不同，或是相較其他非官方網站的敘述，內容被過濾。像是官網上對於 Les Anneaux 的敘述只有提到創作者利用「視覺輔助效果」、「增加作品與城市地景的融入」(圖二)，這類只談到作品本身的敘述，而沒有提到作品與過去販賣奴隸的歷史有何關聯，避開的這段有傷形象的「黑歷史」。另外，英文版官網上並沒有完全移植法文版官網上的所有資訊，甚至已經很久沒有更新內容，只是大概的基本介紹而已。如此一來無法讓非法語人士參與到最新、官方的節慶資訊。而當地的實體觀光手冊、宣傳，不同語言版本也存在著資訊差異。根據學者 Licia Cagliioni(2011)所提到南特之旅，甚至是法國整體節慶所面臨的語言問題：在法國只有些特定的城市才會提供不同語言版本的觀光資訊，而法國城市總體也不太「熱衷」使用英文，許多網站資訊有更新的必要。這對於一些使用英文的國際觀光客很有可能是一項難題。

但總體而言，對南特以外的城市來說，南特之旅成功的打造南特成為「創意」、「文化」的都市品牌，並利用文化來平衡觀光和當地社群的和諧。從 LVAN 的策略來看，都市計畫的第一階段讓南特轉型成體驗經濟的基礎

和空間，第二階段再利用節慶連結各個景點，創造一個科技、創意、包容於一身的永續性都市。而現在所面臨的差異性不大、語言及資訊過濾等問題，是南特以後成為真正國際、包容城市前所需解決的。

參考資料

- Billaud, J. (n.d.). From a wasteland to a triple-helix creative cluster at the heart of Nantes. Retrieved June 24, 2018.
- Cagliioni, L. (2011). *Creative cities and city branding: Nantes, a case study*(Unpublished doctoral dissertation). Aalborg University. Retrieved June 24, 2018.
- Evans, G. (2003). Hard-branding the cultural city - from Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), 417-440.
- Evènements, expositions, visites à Nantes | Nantes Tourisme. (n.d.). Retrieved from <https://www.levoyageanantes.fr/>
- Florida, R. (2003). Cities and the Creative Class. *City and Community*, 2(1), 3-19.
- Liu, Y. (2016). Cultural Event and Urban Regeneration: Lessons from Liverpool as the 2008 European Capital of Culture. *European Review*, 24(01), 159-176.
- Nicolas, A. (2014, November 13). Nantes' urban project: Putting the Bilbao model to the test. Retrieved June 24, 2018.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.

文創新思維—南特機械島與 LU 文創園區

蔣雅竹

前言

南特市(Nantes)為坐落於法國西北部的城市，其身處羅瓦河(La Loire)下游北岸，自古代以來便是重要的國際貿易據點。從十六世紀到十八世紀，南特市在歐洲、非洲與美洲的黑奴三角貿易中扮演重要角色，這不僅使南特市成為法國數一數二的港口，更為其帶來龐大的財富。但隨著十八世紀廢除奴隸交易後，南特市開始發展工業，甚至成為法國重要的經濟中心之一，然而傳統工業卻在 1970 年代逐漸沒落。在二十世紀末，市政府決定開始大刀闊斧改造經歷數度大起大落的經濟變化的南特市，保留過去的工業歷史並結合現代的創意園區，打造出機械島(Les Machines de l'île)與 LU 文創園區(Le Lieu Unique)，不僅可以達

到吸引外地遊客的效果，它們更成為居民遊憩休閒的場所。

機械島

機械島位於南特島(île de Nantes)的北岸，它被羅瓦河的兩條河流分支所包圍，而現在所見的南特島是在十九至二十世紀時，合併多個小島而成的。以前南特島上是造船廠的園區，優秀的地理位置也使它發展成為繁榮的港口。但是在 1970 到 1980 年代，這個傳統工業逐漸式微，南特市甚至被稱為「睡眠」的城市。不過，在南特市長 Jean-Marc Ayrault 上任之後，市政府委託 SAMOA(Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique)這個公司來執行城市更新計畫(Urban Renewal Project)，在南特島上融合原本的工業傳統，進行現代化的都市更新。機械島正是這個更新計畫中的其中一環，這個結合主題樂園與文創園區的休閒空間是由 La Machine 公司裡面的兩位設計師 François Delarozière 跟 Pierre Orefice 所打造的。值得一提的是，La Machine 公司不僅只有在南特市有作品，它們在其他地方也有做類似的都市更新計畫，結合傳統工業跟大型裝置藝術，藉此帶動當地



圖一：機械大象。

觀光產業。像是在碩一時在劉以德老師歐洲文化政策專題的課堂上提到的歐洲文化之都利物浦的大蜘蛛也是 La Machine 公司的作品。

兩位設計師 François 跟 Pierre 的靈感是來自於達文西跟朱爾·凡爾納(Jules Verne)書中的幻想世界。Jules 出生於南特，他是現代科幻小說重要的始祖，而他同時也被譽為「科幻小說之父」。他的作品是蒸氣龐克(steampunk)這個科幻小說類別的代表。所謂的蒸氣龐克便是將工業時代的科技誇張化，創造出一個依賴機械裝置的世界。蒸氣龐克的代表作品有 Jules 寫的《環遊世界八十天》、《海底兩萬哩》，還有比較近代的《霍爾的移動城堡》。兩位設計師採用書中許多奇幻的機械裝置，將 Jules 腦海中的天馬行空幻化為實體，在機械島上打造出多個大型機械設施。

機械島上目前分為三個部分，一個是最著名的機械大象(Le Grand Éléphant)，還有海洋世界的旋轉木馬(Le Carrousel des Mondes Marins)以及機械展示館(La Galerie des Machines)。

機械大象(圖一)大約是四層樓高，身體上面可以乘坐五十個人，遊客可以經由大象身體裡面的樓梯，自由選擇在不同的陽台觀看園區風景。大象會繞著造船廠的舊址行走大約半小時，除了享受居高臨下的感覺外，遊客也可以選擇與之互動，體驗仿真的機械大象時不時對著遊客噴水，是個適合闔家同樂的設施。設計師之一的 François 表示，海底旋轉木馬的靈感源自於南特港口悠久的歷史，因

此他想要設計一個跟海洋有關的機械。這個旋轉木馬總共有三層樓高，裡面不是一般傳統認知的旋轉木馬，而是由一些海底生物所組成的大型機器，唯妙唯肖地模仿海底世界，從最下層依序是海底、海的深處以及海平面。因此每一層都有在著不同海洋生物的機械，像是海的深處就有燈籠魚造型的機械，而最上層有貝殼和船的造型的設施。另外，在園區的另一處的機械展示館中，工作人員會跟遊客講述並示範不同機械的製作過程還有歷史。館內也有一些像是巨大蜘蛛、螞蟻或是鳥類這些機械設施可以供民眾體驗，達到寓教於樂的目的。

除了大象跟旋轉木馬之外，目前還有一個正在進行中的計畫—蒼鷺之樹(L'Arbre aux Hérons)，預計 2022 年會完工，它將成為一大型的空中花園，龐大的樹幹可供遊客行走，樹上屆時也將有兩隻身體上有著多個飛行器的蒼鷺，使乘坐的人體驗飛行的感覺並可俯看美麗的南特市景。今年 2018 年去實地參訪時，館方在機械展示館旁設立蒼鷺之樹的部分的



圖二：小型的蒼鷺之樹。

模型(圖二)，將藍圖化為實物，讓民眾搶先一睹最新設施的風采。

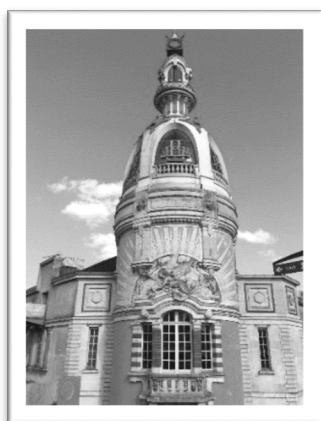
LU 文創園區

LU 餅乾工廠(LU Biscuit Factory)最早是在 1846 年，由 Jean-Romain Lefèvre 跟他的太太兼合夥人 Pauline-Isabelle Utile 一起建立，品牌名字 LU 就是取自他們的姓的第一個字母，L 跟 U 合在一起。爾後他們的兒子 Louis Lefèvre Utile 接手經營，在他的管理之下，LU 從一間小店面逐漸進步到有了自己的工廠，便可以開始大量生產 LU 品牌的熱門商品 petit-beurre。

這個方形的奶油餅乾是 Louis 去英國遊玩的時候看到當地的餅乾所得到的靈感，進而研發出來，成為在當時南特港口繁榮時期很受船夫及水手歡迎的點心。餅乾上面的 Nantes 南特的字樣是代表它的起源地，因為下述種種事件的發生，現在 LU 品牌旗下的產品其實已經不在南特生產了。在接班人 Louis 的認真經營下，工廠規模越來越大，也朝向企業化經

營模式，添購了許多現代化的機器設備，一天可以生產三噸的餅乾。然而很不幸的到了 1970 年代的時候，餅乾工廠面臨倒閉危機，因為那時候全球經濟危機，工業相關的產業逐漸衰退，不論是餅乾工廠或是造船廠紛紛拉上鐵門，使南特市陷入危機。但值得慶幸的是，1989 年上任的南特市長 Jean-Marc Ayrault 開始進行城市轉型的工作，文化跟創意成為南特市重要的轉型關鍵。在 1995 年的時候南特市政府買下僅存的塔樓(圖三)跟空的餅乾廠房，對這工業遺址進行改造，變成了我們現在看到的文創園區，至於 LU 這個品牌現在則被其他公司併購。在經過改造之後的 LU 文創園區(Le Lieu Unique)，一樣保留原本兩位餅乾工廠創始人的姓氏(L 跟 U 的字母縮寫)，改名叫做 Le Lieu Unique，意思是獨特的地方。

南特市能有今日的文化與創意產業的成果，除了市長 Jean-Marc Ayrault 和市政府的支持，Jean Blaise 也是不可不提的重要功臣。他是 CRDC (le Centre de recherche pour le développement culturel)文化發展研究中心的總



圖三：LU 塔樓外觀，保留餅乾工廠的歷史。



圖四：文創園區內部的書店販售展示當地藝術家作品。

監，他與市長密切合作，首先先在南特市舉辦 Les Allumées 節慶，之後他向市長提出一個計畫，也就是在南特市建立一個藝文中心，讓民眾可以在裡面享受各種藝術相關的活動，這就是此文創園區的由來。

在經過 Jean Blaise 跟他的團隊整修改造之後，結合 CRDC 主導的 Fin de siècle (End of century) 節慶活動，將當地居民眾重要的收藏放在 Grenier du siècle (The Store of the century) 這個巨大牆面中，LU 文創園區在二十一世紀的第一天，2000 年 1 月 1 號正式開幕。這個文創園區²是一個複合式的藝文場所，在這個原本是工廠的建築物中，有酒吧、餐廳、書店，最特別的是，書店(圖四)販售的不是一般書局看得到的圖書，而是當地藝術家自己獨立出版的刊物，在地下一樓甚至還設有土耳其浴供民眾使用。這裡除了會定期舉辦各式藝術表演像是戲劇、舞蹈表演，舉辦展覽跟節慶還有藝術相關的研討會等等，也開放藝術家進駐，打造一個多元的藝術空間。

結語

南特市藉由文化跟創意來發展都市更新，企圖從傳統工業轉型，帶給曾經繁榮之後沒落的海港城市一個全新風貌。筆者認為 LU 文創園區更接近一般認知中的文創空間，企圖在商業化與文化藝術中取得平衡；機械島則是顛覆傳統，打造出帶著主題樂園概念的創

意園區。機械島是被創造出來的文創園區，而 LU 則是工廠轉型的文創園區，雖然兩者出現及改造的過程不盡相同，但是他們的共同點便是皆保留工業時代的歷史本質，運用過去的元素，再加上現代的創意產業概念，進化成一嶄新面貌。

這兩個創意園區皆考量了遺產的未來性，它們建立的目標對象主要是對內大於對外，認真考量當地居民、社區的需求，再結合對外的觀光發展策略，以發揮一加一大於二的效果。雖然對外發展所帶來的預期經濟效益不容忽視，但是更重要的是對當地社群的連結，園區除了保留歷史意義之外，也可以提供居民就業機會，打造出適合外地遊客及當地人的創意休閒空間。

從這兩個園區中，筆者發現創意觀光最重要的就是互動，觀光客在文創園區內可以跟藝術家、當地居民互動，而在機械島遊客則可以體驗機械的互動裝置，這些互動會使觀光客覺得更貼近他們去的國家的文化，帶給他們一個更真實的感受。

參考資料

- SAMOA 官方網站。檢自 <http://www.iledenantes.com/en/>
機械島官方網站。檢自 <https://www.lesmachines-nantes.fr/>
LU 文創園區官方網站。檢自 <http://www.lielieuunique.com/>
Smith, M. K. (2015). Issues in cultural tourism studies. Routledge.

承載著一個城市的歷史記憶—南特市布列塔尼公爵城堡

張啟傳

前言

南特市(Nantes)位處於羅瓦河(La Loire)下游，距離大西洋出海口約五十公里，是法國第六大的城市¹，也是第三大的工業城市。其中布列塔尼公爵城堡(Château des Ducs de Bretagne，圖一)位於南特市中心，城堡於十三世紀開始建造，至十五世紀布列塔尼公國(Duché de Bretagne)公爵—法蘭索瓦二世²(François II)將城堡建造為軍事堡壘和公爵住處的兩種用途，接任的安妮女公爵³(Anne de Bretagne)持續擴建，現今城堡的外型多為這兩任統治下的結果。1532 年後法國接管布列塔尼公國，此後城堡成為法國國王在布列塔尼地區的住所。

城堡於 1862 年被政府列為歷史古蹟(Monument historique)之一，中央政府於 1915 年將城堡販賣給南特市政府。1990 年代始，地方政府開始著手整修重建城堡，經過近二十多年的工程後，布列塔尼公爵城堡終於在 2007 年 2 月開放給大眾參觀。如今城堡為羅亞爾河城堡・王之河谷協會⁴(Châteaux de la Loire, Vallée des Rois)之一，更成為城市向外行銷推廣的重要觀光景點之一；此外，南特市

更活用原有遺產空間，將南特歷史博物館(Musée d'histoire de Nantes)設置於城堡當中，保存並再利用遺產，結合博物館功能。本文旨在探討布列塔尼公爵城堡為地方歷史遺產，如何與當地歷史連結，遺產如何詮釋歷史，並檢視其觀光效益。

歷史的連結與呈現

南特城市曾為布列塔尼公國的首府，而歷史上布列塔尼公國的自主權，一直是歐洲列強所關注的重點，尤其於法蘭索瓦二世和安妮女公爵統治期間。此外，南特市位於陸地與海洋的交界地帶，有著地理位置上的優勢，讓它成為重要的貿易樞紐城市。以下分別以這兩個面向，探析布列塔尼公爵城堡如何連結並詮釋城市歷史。



圖一：布列塔尼公爵城堡。

布列塔尼歷史與傳奇女公爵—安妮

法蘭索瓦二世於 1488 年逝世之後，由於小女兒 Isabeau de Bretagne 也於幼年時過世，便由唯一的子嗣安妮於十二歲時繼任為統治布列塔尼地區的女公爵；如此一來，安妮的婚姻對象也將決定布列塔尼公國的未來，成為影響歐洲的關鍵。首先於 1490 年，安妮透過代辦婚姻，也就是指雙方或其中一方並無親自出席的婚禮，跟哈布斯堡家族的馬克西米利安一世(Maximilian I)結婚，並因此獲得了「羅馬人民的王后」(Reine des Romains)頭銜。

這樁婚事驚動了法蘭西王國⁵(Royaume de France)，首先發難的是法蘭西的安妮(Anne de France)，她派兵攻打布列塔尼，安妮便於 1491 年嫁給了查理八世(Charles VIII)，這讓安妮又獲得了「法蘭西王后」(Reine de France)的頭銜。由於布列塔尼公國統治權的關係，這段婚姻非常不美滿，年僅十四多歲的安妮，頻繁地懷孕並多次流產，小孩也全部夭折死亡。最後於 1498 年，查理八世撞到門楣逝世。



圖二：安妮女公爵的父母安葬於南特主教座堂。

由於安妮和查理八世沒有任何存活的子嗣，因此布列塔尼公國又再度有機會脫離法蘭西王國的統治，因此安妮的婚姻便繼續成為各國勢力爭逐的焦點，這個時候的安妮僅僅二十一歲。

為了避免統治權落入它國，查理八世的堂哥路易十二(Louis XII)便解除了自己的婚姻，強娶寡嫂安妮，以確保法蘭西王國能永遠保有布列塔尼公國。在這段婚姻中，安妮共懷孕九次，其中五次流產、兩個兒子是死胎，只有兩個女兒存活，最後因為頻繁的生產和流產極大地損害健康，在 1514 年，36 歲時逝世。

在這段歷史中，安妮為了布列塔尼公國的獨立，犧牲並奉獻生命給這個地區，今日布列塔尼公爵城堡，便不斷將安妮女公爵的形象與城堡做連結，城堡內部的城市歷史博物館中，更用心地製作出介紹影片，以詳細的動畫方式，呈現安妮女公爵的一生。此外，官方上設置以安妮為主題的介紹與導覽，並以城堡為出發點，連線於城市中與安妮相關各地點。像是南特主教座堂(Cathédrale Saint-Pierre-et-Saint-Paul de Nantes)就是其中一個相關景點，安妮女公爵的父母便安葬在教堂之中(圖二)，成為了解南特歷史必到的地點之一。

另於 2002 年，藝術家 Jean Fréour 製作出安妮女公爵的雕像，位置就設置在布列塔尼公爵城堡入口處，並讓雕像面對城，意義上好似安妮依然心繫於南特，直至今日持續看顧這座城市。於南特市觀光局宣傳影片中，裝扮

為安妮女公爵的演員，與南特城市新舊歷史交會，讓安妮「存活」於現代，體驗城堡與博物館。

海港城市與黑暗歷史

南特城市為未出海口的港口城市，由於位在羅亞爾河旁，確保其早期發展。位於陸地與海洋的交界處，南特於中世紀就被認為，一個面臨大西洋與西班牙、葡萄牙、荷蘭的重要貿易樞紐，並依賴著其他區域的產品，如魚、酒和鹽，緩慢地成為所謂海上貿易強權。

十八世紀初，海上三角貿易(le commerce triangulaire)的活絡與繁榮，以歐洲、美洲和非洲三點成形的路線，南特市便從中獲得了龐大的利潤，因此帶動了都市的發展。藉著如此的基礎，為因應對外貿易，港口建設漸趨完善，帶動商業發展，南特市成為工業化城市。博物館中建造出依賴出海貿易的船隻模型，介紹自身城市重要發展歷史(圖三)；此外，也設計出過去城市貿易時期的平面立體圖，重建歷史原貌。



圖三：博物館中展示南特市在港口貿易時期的歷史原貌。

如此經濟富裕的基礎，卻也是建立在一個黑暗面上，由於三角貿易的緣故，南特成為法國第一個奴隸港口，黑奴販賣及奴隸的建立，造就幾世紀以來對人性尊嚴及種族可怕的迫害。博物館中，將此歷史事件重新還原，詳細地釐清，並面對接受如此的歷史，進一步教育城市居民及遊客。另外值得一提的是，南特市中有一個地點更致力於探究此段歷史，那便是奴隸制度廢除紀念館⁶(Mémorial de l'Abolition de l'Esclavage)，這裡巧妙地運用了河岸旁的地下空間，營造出如同身處在船中陰暗及潮濕的氛圍，除了有基本歷史介紹之外(圖四)，更緬懷人類歷史中爭取自由權力的奮鬥，將其理念及願景放遠全世界。

總結

布列塔尼公爵城堡中的南特歷史博物館，設置了七大主題的展覽⁷：

(1)城堡、南特與布列塔尼，從過去直至十七世紀的歷史(Le château, Nantes et la Bretagne jusqu'au 17e siècle)



圖四：利用地下空間規劃有關奴隸制度詳細史料的展示。

(2)南特市，河流與海洋的兒子(Nantes, fille du fleuve et de l'océan)

(3)十八世紀的貿易與黑金(Le négoce et l'or noir au 18e siècle)

(4)南特市與革命(Nantes en Révolution)

(5)工業與殖民港口(Un port colonial et industriel)(1815-1914)

(6)戰爭期(En guerres - 1914-1918 / 1939-1945)

(7)大西洋首都的今日與未來(Une métropole atlantique, aujourd'hui et demain)

博物館致力於將展覽連結至城市各重大歷史分期，將安妮女公爵、港口貿易、奴隸販賣、工業化發展等，在現代重新詮釋。從布列塔尼公國歷史中，選取安妮女公爵，與南特市有高度連結的人物；再度喚起過去港口貿易發達的光榮；將黑奴貿易的黑暗歷史融入為城市歷史的一部分，正視其錯誤並宣揚終結任何形式的奴隸制度；沈思城市自身工業化的興起與沒落，試圖以各項策略再起都市光輝，與法國城市中的地位。

此外，於遺產景點與博物館的文化觀光對象中，遊客回饋為相當正向，讓造訪時間延長至預期之外，歸功於內部完善的規劃，使用了多媒體、動畫的展示方式(圖五)，以及多國語言的語音導覽，以增加不同語系遊客的造訪，此外也設計出供幼齡孩童的遊戲手冊，以面對家庭組成的遊客。由於博物館中展出，與當地歷史有著高度的連結，達成對當地居民的教育目的，更與城市連結。

布列塔尼公爵城堡與南特歷史博物館的結合，活用歷史遺產的空間，整合了維護資源，兩者相輔相成，布列塔尼公爵城堡為歷史遺產的詮釋與活化中，相當成功的個案，真正地承載著一個城市的歷史。



圖五：歐文所學生參訪城堡時，利用其影音裝置。

註釋：

1. 前五大城市排名如下：巴黎(Paris)、馬賽(Marseille)、里昂(Lyon)、土魯斯(Toulouse)、尼斯(Nice)。
2. 法蘭索瓦二世(François II)在位期間為 1458 年至 1488 年，共 31 年。
3. 安妮女公爵(Anne de Bretagne)在位期間為 1488 年至 1514 年，共 26 年。
4. 中文名為筆者自行翻譯。協會於 2008 年創立，目的為連結羅亞爾河流域上五十多座城堡。原文：L'association « Châteaux de la Loire, Vallée des Rois » a été créée en 2008 afin de regrouper dans un premier temps 50 monuments le long du fleuve Royal de la Loire...
5. 歷史分期上為法國在中世紀(Moyen Âge)與近世(l'Époque moderne)時為法蘭西王國。
6. 中文名為筆者自行翻譯。
7. 中文名為筆者自行翻譯。

食不厭精——法國飲食文化與實習見聞

林桑柔

「如何製作法式吐司？切法式長條麵包，放在乾淨的烤架上烘烤非常厚的麵包，再將它們浸泡在紅葡萄酒、薩克葡萄酒、或任何酒當中，搭配上糖和柳橙汁食用。」 —《奧妙的烹飪藝術》(1660)

「法式」在烹飪美食的簡稱是「在所有早餐中佐以葡萄酒」。有此錦囊妙計，你將很快掌握法式烹飪的訣竅。 —《餐桌上的中世紀冷笑話》(2016)¹

上面兩段文字取自耶魯大學歷史博士伊麗莎白·阿奇柏德(Elizabeth P. Archibald)的《餐桌上的中世紀冷笑話》，可以看到早期的法式吐司製作過程與我們現在所看到的大不相同，另外也可以窺見葡萄酒在當時料理中的普遍運用。阿奇柏德對於《奧妙的烹飪藝術》的幽默回應令人會心一笑，把以複雜和精緻聞名的法式料理簡化成「在所有早餐中佐以葡萄酒」，便能輕鬆完成。

一提到法國料理，你會想到什麼呢？是燈光美、氣氛佳的米其林餐廳，或是電影《料理鼠王》中勤奮的小老鼠 Rémy，為了成為傑出

大廚在巴黎闖蕩的故事？人類生活脫離不了食衣住行，其中飲食更是至關重要。法式飲食把這種日常活動提升到更高的層次，從菜單設計、桌面擺飾、用餐順序，以及餐後甜點和酒品的搭配等等，都鉅細靡遺的完整規劃，一頓正統法餐吃下來，沒有個三五小時可能無法結束。

今年暑假歐文所來到法國的昂傑(Angers)，昂傑在法國的西北方，緊鄰曼恩河畔(Maines)。曼恩河是羅瓦河的支流，其所隸屬的羅瓦河流域(Vallée de la Loire)幅員廣闊，流經的區域適合葡萄種植，由於地理特徵與天候狀況不同，讓各區生產出風味迥異的葡萄酒。昂傑位在安茹和索米爾(Anjou et Saumur)區，由於產區正好介於兩種土壤的交界地，安茹(Anjou)以黑色片岩(Schiste)為主，而索米爾(Saumur)則是白色石灰岩(Tuffeau)，因此區域的土壤組成複雜，故可釀造的酒類也相當多元，諸如乾白酒、甜白酒、氣泡酒、紅酒及粉紅酒等。在實習期間，我們課程重點之



圖一：在專業的品酒教室中觀察片岩(左一)和石灰岩(右一)。

一，便是在此學習葡萄酒的知識以及法國的飲食文化(圖一)。後面的篇幅將介紹法國飲食文化的重要國際性地位、昂傑在地甜點以及法國料理的實習見聞。

法國飲食文化

法國人對於料理的重視舉世皆知，2010年11月聯合國教科文組織(UNESCO)將「法國盛餐」(Le repas gastronomique des Français)列入「非物質性文化遺產」名單當中，根據《食藝》一書的定義，法國盛餐「可簡述為法國人對飲食講究(而非特定菜餚)之社會習俗。當法國人適逢人生重要時刻，如誕辰、婚禮、慶功、歡聚時，往往於自家或餐廳以『盛餐』慶祝。對於法國人來說，這種對飲食的注重是一般大眾熟悉且代代傳承的價值觀，也具有創新應變特性，同時也是族群認同，外國人看待法國人的重要象徵。」並且是「該組織第一次將飲食文化納入文化遺產名單之中，認可飲食足以代表法國文化，並彰顯其於世界文化發展中的重要地位。」

聯合國教科文組織將「法國盛餐」歸納出以下五個要素：

1. The careful selection of dishes from a constantly growing repertoire of recipes
2. The purchase of good, preferably local products whose flavours go well together
3. The pairing of food with wine
4. The setting of a beautiful table

5. Specific actions during consumption, such as smelling and tasting items at the table

飲食不僅僅在於溫飽，法國盛餐還要注意到菜餚間的精心選擇、是否購買到當地新鮮的食材使其能夠交互融合、酒餚的搭配、餐桌佈置以及在進食中一些特有的動作，像是在餐桌前面聞和品嚐食物品項。另外法國盛餐還有其社會性功能，能夠讓親人和朋友更加凝聚再一起。

安茹白乳酪蛋糕

實習的第二天，一早起床便跳上昂傑市美麗的路面電車，在綠油油的軌道中緩緩行駛到昂傑農業高等學院(École Supérieure d'agricultures d'Angers)。老師 Philippe 帶我們到更衣室換上像是巫師袍般的紅色大衣，戴上塑膠頭套和腳套，消毒完手部後便領著眾人到潔淨異常的料理桌面。

老師先在白板上寫下安茹白乳酪蛋糕(Crêmet d'Anjou)的歷史演變(圖二)，它是一道安茹的傳統家庭糕點，製作流程比起其他法



圖二：Philippe 老師解釋安茹白乳酪蛋糕。

式甜點容易，不需要烘烤。但對於沒有在料理的人來說，已經讓大家忙得頭昏眼花，過程中要準確拿捏食材的重量外，還需集中專注力，一不小心可能就會把奶油打過頭。過程中有一個小插曲，當我們做到某個段落時，老師請我們試吃加了香草和 18 公克糖的奶油，問我們是否夠甜。當我們回答不太甜時，老師非常驚訝，說 18 公克的糖對法國女人來說已經夠甜了，因為他們非常在意自己的身材。

三個多小時不間斷地製作，學習到不少料理技巧，像是如何切開新鮮的香草取出芬芳的種子，還有用紗布把甜點包覆住避免甜點溢出(圖三)。這堂課讓我深刻體認到任何料理的完成，都是體力、耐力和智力的重重考驗。在課程結束前，老師把甜點送進冷藏室，說明要放置一天後才能讓香草發揮出更好的香氣，隔天下午品嚐時，在冰涼的安茹白乳酪蛋糕上淋草莓果醬，配上當地產出的白酒別有風味。

CCI 實習



圖三：被紗布包覆的甜點。

在為期兩個禮拜的實習期間，到昂傑工商協會(CCI de Maine et Loire)上課四次(圖四)。主廚 Mathias 和 Brice 老師，帶領大家從在地市場(Marché La Fayette)採購當季食材，到實際走入專業的廚房，由下而上一步步認識法國料理。老師表示，當地當季的食材就是最好的選擇：“You just have to pick what’s available in the garden.” 像是冬天主要選擇根莖類的作物(Root vegetables)，夏天則選擇水果類的蔬果(Fruit vegetables)。

每次的料理流程都相當繁瑣，需要預先準備食材外，還有把食材妥當的處理，才能著手進行烹飪，因此廚房的分工非常重要。料理台的職務配置(La Brigade de Cuisine)概念起源於一位十九世紀的法國廚師 Georges Auguste Escoffier，而 brigade 有軍旅的概念，法式廚房餐廳階級制度嚴謹，如同軍隊一般必須有條不紊嚴格執行。由於我們沒有要經營餐廳，所以人員配置上自然不同，但是細部的分工處理，兩位老師還是分配的井井有條(圖五)，並耐心示範蔬果的切法、如何在煎雞肉時可



圖四：在昂傑工商協會的 Restaurant d'Application 學習烹飪。

以讓鍋內出現火焰、和醬料的調製。每道菜完成後，老師會壓低身體，仔細觀察擺盤是否美觀一致。

在 CCI 最後一天上課時，我們為自己做一道「法國盛餐」，包含了當季新鮮螃蟹製作的前菜(appetizer)、多種肉品拼製而成的主餐(main course)，和檸檬草莓塔(dessert)，另外搭配上產區的葡萄酒(桌上預先放好酒單)。在台灣幾乎沒有機會親自做法式料理，而且更無如此閒暇的心態，可以跟身旁的老師和同學分享「誰知盤中飧，粒粒皆辛苦」的勞動心情，以及品嚐美食後一起感動的喜悅。帶隊的以德老師在我們用餐完畢後，希望大家逐一向 CCI 的老師表達感謝的心情，以及表達自己印象最深的地方，其中有不少同學提到，早上看到 Mathias 老師用刀子處理螃蟹時，刀尖直接刺向心臟讓它 heart attack 的震撼畫面。

結語

這一趟法國昂傑實習之旅，見識到法國廚師極致的職人精神，和對於料理追求完美的信仰。在共同品嚐美食的同時，也在增進彼此的交流，用食物開啟話題，讓社會聯繫更加凝聚。托爾金曾說：「這世界如果有更多的人熱



圖五：進行午餐前菜的擺盤。

愛美食與詩歌勝過愛黃金，這世界會是一個更美好的地方。」²

參考資料

UNESCO Intangible cultural heritage, Gastronomic meal of the French, Retrieved from <https://ich.unesco.org/en/RL/gastronomic-meal-of-the-french-0437?RL=00437>

Label: Repas gastronomique des Français, Retrieved from <https://salon-concoursmangerbien.com/2016/03/12/label-repas-gastronomique-des-français/>

Brigade de cuisine, Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Brigade_de_cuisine

蔡倩玟(2015)。食藝-法國飲食文化的風貌與流變。新北市：衛城

註釋：

1. “French Toasts. Cut French Bread, and toast it in pretty thick toasts on a clean gridiron, and serve them steeped in claret, sack, or any wine, with sugar and juyce of orange.” Robert May. The Accomplisht Cook, 1660.
2. “If more of us valued food and cheer and song above hoarded gold, it would be a merrier world.”— J.R.R. Tolkien

地景與人文的薈萃：羅亞河的葡萄酒與飲食文化

盧中彥

前言

飲與食一直是人類文明的縮影，根據其相異的地理環境與人文風情，衍生出獨特的飲食習慣，也因為如此飲食文化早已相繼被納入人文與科學間的領域裏進行討論並產生了一門新的學問——美食學(Gastronomy)。美食學以人文底蘊去探究其烹飪的技術與食物本身所乘載的社會意涵，同時也透過科學去剖析遠古至今先人的智慧，現今則被許多國家作為一種國族意識的傳播媒介，在世界的舞台上展露出其令人驚豔的一面。

法國於 2008 年 2 月 23 日向聯合國教科文組織申請提名將法國盛餐納入世界非物質文化遺產，並在 2010 年開始正式受到保護。這種非物質文化性(Intangibility)所代表的文化精神與意識形態如今被許多國家作為行銷觀光的主要策略，而宛如藝術品般的法國料理自然不會缺席，米其林指南(Michelin Guide)更是行家尋找美食時的指標，然而法國境內的美食豐富且多元，複雜的程度難以想像，本次的報告將聚焦在羅瓦河流域，在 Val de Loire 這個官方的觀光網站裡，我們可以看出官方試圖以三種途徑來規劃行程：1.羅瓦河城堡(Loire Valley Châteaux)、2.騎腳踏車遊羅

瓦河(La Loire à Vélo)、3.羅瓦河流域產區葡萄酒(Wines of the Loire Valley)。羅瓦河作為全法國第三大的法定產區，葡萄酒自然而然成為觀光的賣點之一，本文將以葡萄酒作為切入點，帶各位一起漫遊這片廣袤豐饒的土地。

Terroir—人文與地景交織的美食助手

我想最能夠體現飲食文化的單詞莫過於 Terroir，人類為了因應身處的環境所演化出的烹飪方式，正是文明在試圖克服自然環境中不穩定因素的智慧，即使因為人類過去從游牧式的生活移居進入定居的農耕社會，所以多數的遠古文明皆起源於河流旁，但其區域的自然氣候如溫度、日照、濕度、地形，都可能影響食物烹飪的策略與食材本身的面貌。

而近代微生物科學的革新，更進一步發現微生物在不同的時空環境之下，也會因地制宜地演化出適應當地氣候的物種，此時我們就不難了解，為什麼「發酵」在人類的飲食文明上扮演著迥異並多元並立的重要角色，「在各地乳酪發展出獨特風味的歷史長河中，這些微生物所扮演的角色比起本身的名字還重要」(Ken Albala, 2006)，這一段引用於知名的美食學研究者 Ken Albala 的文字再度讓我們覺察到發酵對於人類的重要性。

Terroir 一詞源於法國，而其精神更可以透過舊世界葡萄酒的歷史來檢視，最早的葡萄酒歷史可以回溯到西元前 7000 年左右的兩河流域地區，爾後也在羅馬帝國擴大版圖的同時被帶進地中海區域，並開始在歐洲大陸發展，在這樣大範圍底下種植與釀製的結果，人們很早就發現地理可能會產生釀酒技術與風味上的變化，也因為如此這片大陸我們稱之為葡萄酒的舊世界，他們也以其數千年的歷史為傲。為了保存其風土所帶來的特殊風味與精神，舊世界釀酒的法規相當嚴謹，從葡萄採收的數量到種植的方式甚至釀造的技術都有其區域性的限制，這也是後來官方介入制定法定產區制度(AOC、DOCG...)的原因。

如果我們要定義 **Terroir**，可能會因應觀點或領域的不同有著數百種相異的結果，但如果我們反過來用自然本身去定義 **Terroir**，我們就可以發現定義 **Terroir** 是一個極為困難的假設，因為 **Terroir** 僅是一個集合的單位，自然環境中的變因都是一種永遠不變的變異，在自然動力法的觀點之下，連日月星辰都有可能影響釀製酒的品質與風味。所以 **Terroir** 近期則是逐漸被納入人類學的領域裏，開始研究人們是如何創造出區域性的 **Terroir**，許多人類學家認為收編在意識形態底下的 **Terroir** 可能與背後的集體文化認同或社會脈絡有關，比如說勃根地(Bourgogne)或波爾多(Bordeaux)這種知名的世界級產區，是如何持續性地透過其傳統的地域價值，創造經典的

意象與其他產區抗衡。或者在全球化的版圖下，**Terroir** 被複製的可能性，會不會影響到原本法國行銷葡萄酒的策略呢？

羅瓦河流域

羅瓦河以其悠久的歷史為傲，堪稱是「法國的花園」或「法文的搖籃」，不但有超過 300 個城堡座落在此區，昂傑(Angers)的純正口音更是台灣外交人員訓練法文時的基地。相對於勃根地或波爾多這樣的經典產區，羅瓦河(Loire)產區的葡萄酒定位與策略是完全不同的，身為法國第三大的葡萄酒產區(圖一)，羅瓦河的葡萄酒過去大多數以內銷為主，但由於該區近期不斷地發展觀光以及升級其葡萄酒產業，許多產區的紅酒也逐漸開始在世界的舞台上展露頭角。

羅瓦河是法國境內最長的河流，全長約 1000 公里，河水除了帶來穩定的水量之外，



圖一：搖曳在羅亞河畔的新鮮葡萄。

更是調節微型氣候的幫浦，而沿著河岸旁多元的地理條件更賦予了釀酒的多元性，無論是干型的葡萄酒或氣泡酒都可以在此區找到。而羅瓦河也以它獨特的葡萄品種為傲——白梢楠(Chenin Blanc)，在羅瓦河以外的產區如果使用這種葡萄釀酒，都會酒標上註明才會販售，由此更顯示了它的重要性。接下來，我將簡短地介紹這兩個有名的產區，分別是 Quart de chaume 以及 Saint Nicolas de Bourgueil 這兩個產區。

Quart de Chaume

羅瓦河流域每年生產的白酒佔其總產量的一半以上，Quart de Chaume 這個產區是其中少數的頂級特級園(Grand cru)之一，Cru 在法文的代表著最精華的那一滴，而所謂的 Grand cru 是指比 AOC(AOP)還要更精華的頂級特級產區，整個產區的種植面積僅 45 公頃，年產量平均為 1700 瓶，因為產量稀少且品質極高，在 2013 年份所生產的酒款，一瓶均價為台幣 7408 元。而此產區所在的區域更是羅瓦河流域的前安茹區，其蘊藏著雋永的歷史。安茹區現今被劃分在曼恩—羅瓦省之下，在 1790 法國大革命以前為獨立的一個省分。這個區域在凱爾特人時期名為 Andecavi，接著在高盧戰爭(Gallic War)後羅馬帝國定居此地建立一座名為 Juliomagus 的城市，直到法蘭克王國於 471 年佔領後才改名為 Anger 也就是現在的首府。同時也因為使用白梢楠為釀

酒葡萄，酒款更是體現了羅亞河產區獨特的風味。羅瓦河的白酒以花果香為其特徵，而 Quart de Chaume 則是擁有著濃厚的蜂蜜及奶油的風味，隨著陳年(Aging)之後則會慢慢發展出堅果的香氣。

Saint Nicolas de Bourgueil

而羅瓦河同時也產製優質的紅酒，Saint Nicolas de Bourgueil 就是其中之一的著名產區。它位於土爾(Tours)的西部，總栽種面積為 800 公頃並主要以紅酒為主，粉紅酒只佔種產量的 2%，釀酒的葡萄因法規限制以 Cabernet Franc 為主，並允許摻入 10% 的 Cabernet Sauvignon 進行混釀。此區在過去從羅馬時期就有種植葡萄的紀錄，並在中古時期大量地受到布列塔尼人所喜愛。其酒款以特殊的覆盆莓香氣與類似鉛筆屑的木質調為辨識特點。在飲食的搭配上則以當地的手工起司最為適合，因為被當地的 Terroir 所孕育的牛隻與羊群，他們的乳汁帶有特殊的風味以及獨特的菌種，而此產區的酒體屬於中等偏厚重並蘊含



圖二：以當地特有的山羊起司與時令蔬菜所製作的焗烤香菇。

著濃郁的果香，所以搭配「羊」這樣相較味道強烈的肉種與起司特別適合(圖二)，同時更可以透過葡萄酒本身重新詮釋起司中無花果的香味。

人文與地景的薈萃

最後我想以南特這座靠近海港的城市作為一個結尾，南特是早期三角貿易的重要運輸據點之一，法國在過去作為一個殖民母國，大約有 40 萬名黑奴從非洲大陸被送往南特作為商品貿易的交換，而在航海貿易剛開始的年代裡，糖是相對難以取得的物資，所以甜點的發展通常也伴隨著跨洋貿易而興起。這也就是為什麼南特在 1998 年設立解放黑奴紀念館的同時，座落在旁的 LU 餅乾工廠似乎早已另外一種觀點在述說著過去的歷史，如今這兩個特點都成為了南特行銷觀光的主要策略。

羅瓦流域也以它過去的歷史遺跡作為背景，並在其中尋找新的元素，來延續整個觀光的脈絡與吸引力。而羅瓦河的線性地形，除了賦予飲食文化上的多元外，也提供了單車旅行一個優良的先天環境，我想在這樣複合式的交疊底下，飲食與文化未來勢必依然是此區發展觀光的特點之一，同時透過南特這座

城市，我們更可以看到飲食與歷史的結合。而目前也有相當多的新興酒廠在這裡蓄勢待發，相對於傳統的經典產區，羅瓦河如同文明的發源地一樣，不斷地提供人們新的發展空間，同時我也期許它未來能更耀眼地站在世界的舞臺上。

參考資料

- 王秉慧(譯)(民 101)。《發酵聖經：奶、蛋、肉、魚、飲料》(初版)(原作者：山鐸·卡茲)。臺北市：大家出版。(原著出版年：2012)
- 游卉庭(譯)(民 103)。《餐桌上的語言學家：從菜單看全球飲食文化史》(初版)(原作者：Dan Jurafsky)。臺北市：麥田出版。(原著出版年：2012)
- 陳柏瑤(譯)(民 105)。《酒杯裡的世界史》(初版)(原作者：宮崎正勝)。臺北市：遠足出版。(原著出版年：2007)
- 王琪，林裕森，溫唯恩，劉永智(譯)(民 104)。《世界葡萄酒地圖》(第七版)(原作者：Hugh Johnson, Jancis Robinson)。臺北市：遠足出版。(原著出版年：2007)
- 蔡倩玟(2015)。《食藝—法國飲食文化的風貌與流變》。新北市：衛城

遷思回慮忖君度：一杯酒道盡陳年的風華

黃子庭

前言

君度(Cointreau)為法國昂傑當地的家族企業品牌，君度酒獨特的香氣及口感，使其成為各大酒吧調酒師愛用的基底酒之一，時至今日，以其為基底的調酒就有四百多種，風靡酒品市場的程度可見一斑。以下將會以其歷史脈絡、個人參訪經驗、品牌意象以及體驗型文化觀光再做說明。

君度家族歷史脈絡

1849 年，Adolphe Cointreau——一位糕點師父一和他的哥哥 Edouard-Jean 在法國的昂傑蓋了一座蒸餾酒廠，製做以當地水果為主要原料的酒品。而 Edouard-Jean 的兒子 Edouard Cointreau 接管了父親遺留下的蒸餾廠，為了發展擴大家族蒸餾酒廠的規模及促進商機，他遊歷歐洲各地，觀察當時社會大眾的飲食習慣及其喜好，發現柳橙是廣受大家喜愛的口味，所以他回到家鄉後潛心研製，經過多方嘗試，研發出完美比例由苦橙皮和甜橙皮結合的烈酒汁液。爾後，為了凸顯這汁液的透明純淨是有別於市面上其他的烈酒，因此它決定使用造型簡單但卻是精心設計過的四方、

橙色的透明瓶身來盛裝它，再歷經多次精心改造，便成了我們所認識的 Cointreau 酒瓶身的經典造型(圖一)。經過幾年的品牌經營後，君度酒聲名大噪，許多酒商爭相模仿，市面上出現了许多仿冒品，因此在 1885 年 Edouard Cointreau 將自家產品註冊商標，並發出聲明強調 Cointreau 酒琥珀色方形罐的獨特性，也自此時開始，民眾只要看到這琥珀色方形玻璃罐，便能馬上聯想到這發展了百年的瓊釀。

然而，創立一個獨一無二的利口酒品牌對野心勃勃的 Edouard Cointreau 來說似乎還不夠，他希望能有一個更鮮活的形象再次把君度酒介紹至世界各地，他以著名的意大利海報設計藝術家 Nicolas Tamagno 創作的默劇丑角 Pierrot 作為 Cointreau 酒的商標代言人，這樣有趣滑稽的小丑形象深得民眾的喜



圖一：1960 年代的君度酒瓶。

愛，也因 Pierrot 長達超過半世紀的代言，潛移默化地將這品牌深植在人們心中，Pierrot 也為君度酒拍了首支商業廣告。1999 年，為了慶祝 Cointreau 酒成立 150 週年，君度家族在昂傑酒廠旁成立了博物館，整棟建築都和產品相同色調，以橘色調為主，將這屹立了百年的品牌植下另一座里程碑。(此酒廠以及博物館也是這次實習的重點行程之一)

君度酒廠參訪經驗

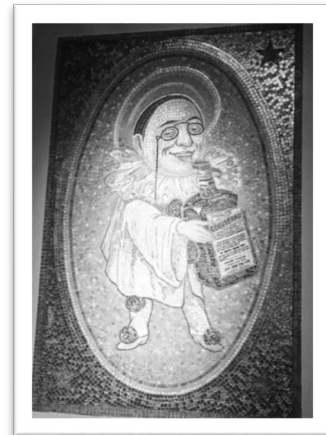
在 2018 年 7 月 9 日當天要前往君度酒廠之前，內心雀躍不已，不僅僅是因為在實習課前做了充足的資料閱讀，也因為在一次劉以德教授的課堂中嘗試了君度酒，便對這獨特香氣及口感的烈酒深深著迷。當我和同學們浩浩蕩蕩地搭車抵達君度酒廠門口時，看著正門旁大大的 Cointreau 招牌，字體的顏色為經典色系—橘色，兩旁的牆也塗上了暖色調的橙橘。一走進大門，左邊是君度酒的禮品店，一瓶瓶君度酒瓶展列在櫥櫃上，就像在欣賞一幅安迪沃霍爾(Andy Warhol)的普普藝術

(pop art)，從「綠色的可口可樂瓶子」搖身一變，成了「橙色的君度酒瓶罐」！(圖二)大門的右手邊是一間調酒室，裡面擺設簡單卻充滿現代感。解說員領著我們穿越一座庭院，映入眼簾的是充滿設計感的圓弧橙色牆面以及小門，小門旁的木板上亦是以明亮的橘紅字寫著 Cointreau 的招牌字樣，在在都明示暗示著這醞釀了一個半世紀的釀酒企業至今依舊鮮豔。

大廳的正前方，掛的是以橙橘採收為主題的馬克磚拼貼畫以及品牌形象代言人—默劇丑角 Pierrot(圖三)，右手邊則擺設了兩大桶，各為乾燥甜橙皮和苦橙皮，而這兩種橙皮就是君度酒的精華所在，解說員請我們圍繞著這兩大桶橙皮，請每個人拿起各一片橙皮起來試聞，並讓我們撥碎再試聞一次，橙皮的香氣在撥碎之後更加的清明爽朗(圖四)，在附近的牆上寫著 Edouard Cointreau 曾經說的話：「我一直熱切地在尋找君度酒的精髓，我想要這晶瑩無瑕、透明無色的汁液和精心提製的味道做結合，而這個味道便是由苦橙皮和



圖二：Cointreau 禮品店。



圖三：Pierrot 的馬克磚拼貼畫。

甜橙皮調和而成。」(“J’ai recherché passionnément cette liqueur dont j’ai voulu qu’elle ait la pureté du cristal et une grande subtilité de gout, grace à l’harmonie parfaite d’esprit d’écorces d’oranges spices et amères.”)

穿越大廳後便是製作君度酒的蒸餾酒工廠，房間裡陳列了一桶桶古銅色的蒸餾桶，歲月在銅皮上刻下了痕跡，也紀錄了它流傳百年不衰的價值。在身邊環繞著濃濃的橙皮香氣的清爽氛圍下，解說員一一向我們解說每個大型機械的作用(圖五)，並說明其繁複的製作流程。

君度酒製作過程是由高濃度純酒精與由印度的苦橙皮和西班牙以及北非的甜橙皮一起蒸餾、提煉而成濃度 85 度的烈酒，爾後，酒精濃度會藉由添加純水降低，再將混合過的酒液放置在離心機內，使其去除較重的分子雜質，這樣的做法可以做出較精煉的酒精，最後再加純糖及純水，使其酒精濃度降至百分之四十，這由苦橙皮與甜橙皮調製出的甜酒便完美生成。

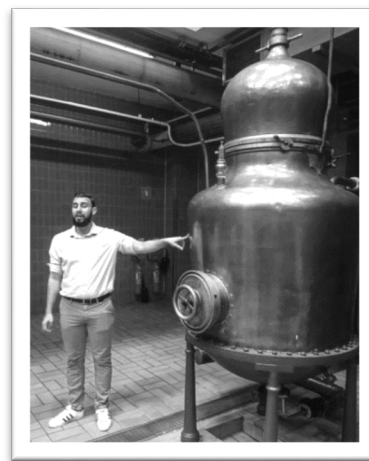


圖四：苦橙皮、甜橙皮。

行程最後是最令人期待的品酒課程，我們到了大門右手邊的品酒室，簡單卻不失高雅的裝飾，透露出一股歐洲風格的尊絕不凡。一整個下午的時間，調酒師用一杯杯以君度為基底的調酒展現出各種絕妙風味，我也才知道為何古人會有「造飲輒盡，其在必醉」的衝動和期望能暢飲甘露的瘋狂，我無法熟知每杯調製的繁雜步驟，幸運的是，透過味蕾，我能清楚記下那時映在舌尖上的簡單幸福。

君度酒品牌行銷手法

從品牌形象代言人—默劇丑角 Pierrot，我們可以了解到藉由不斷創新的新穎創意行銷方式，以及與藝術、文化、娛樂、時尚結合，來加深鮮明的品牌印象，讓 Edouard Cointreau 成功的將它廣受時尚設計圈、娛樂圈、文化藝術圈、美食圈等專業人士的喜愛和推崇，並成為國外的潮流時尚酒吧，或爵士俱樂部裡酒客們最常點用和推崇的酒類，就商業經營的角度來看，君度酒的確是相當有創意行銷概念的品牌。



圖五：領隊人員正解說機械的作用。

另外，值得一提的是，除了用可愛的默劇丑角 **Pierrot** 來代言，君度酒另外以「巴黎女人」(**La Parisienne, La Muse Cointreau**)作為酒的精神化身，他以巴黎女人的意象來比喻君度酒的形象，這是一種誘人且令人意亂情迷的精神象徵，他描繪這種女人的人生就像萬花筒一樣多采多姿，苦悶的生活不曾消磨過她的優雅，並不斷地在她生命中創造出不同的驚喜，他相信真正的優雅是隨時隨地都能做自己，創造出自己的生活規則和方式，是擁有自由精神象徵的純粹巴黎女性。

Edouard Cointreau 在十九世紀這個以男人為主的社會，這樣描繪一個女性是很特別的，因為在我的印象裡「酒」的形象大都是比較男性化，例如海尼根啤酒這款十分國際化、商業化的酒品為例，它時常以男性作為廣告的主角，決大部分的酒類廣告也是推銷主打男性意象，由此可見，酒的形象會被商業性的廣告塑造。雖然酒在藝術裡，酒時常被賦予女神繆思的形象，隱喻酒能給予無限地創造力，以苦艾酒為例，許多藝術家，如梵谷創作時常喝苦艾酒，目的是為了激發創作靈感，苦艾酒也時常被拿來當藝術畫中的母題，但「獨立自主自由的女性」形象作為行銷手法，以當時的歷史背景，女性主義的思想也還不像現在這麼普及，是十分饒富興味的。這樣的行銷手法，讓知道這樣品牌形象的人認為自己喝了

這款酒後，也能過著相同優雅且精彩的生活，而男性在品嚐君度酒時，似乎也象徵著對這樣一位高雅女性的追求，對這樣一位風姿綽約的女性，若不透過層層反覆的回想，怎能料到她內心最深處的思慮？這也是我在知道君度酒的「巴黎女人」意象後所呈現出的一句話：遷思回慮忖君度。

從君度酒廠看體驗型文化觀光

體驗型文化觀光的基本定義是，透過文化的體驗，觀光客除了獲得娛樂(例如：在君度酒廠品酒，買紀念品)之外還能得到教育(例如：君度酒是如何被製作及其歷史)、了解目的地社會、了解它在地方所代表的意義、它與當地社會的聯繫(例如：君度酒起初所使用的水果皆使用昂傑 **Anger** 當地所產)，從這次的君度酒廠的參訪，讓我更深入了解到體驗型文化觀光，就如學者 **Laliberté** 所說「現今的遊客想要學習，發現和經歷獨特的體驗。他們尋求互動的事物。他們渴望了解其他人如何生活、深入幕後並且拜訪遊客平常難以接觸的地方。從微小的細節到全面的概念，任何事物都可以觸發體驗。」

我們以文字去探索一個地點，引發的是視神經衝動，但若親身去經歷，觸動的卻會是你的靈魂。

《巴黎視野》徵稿啟事

中法文化教育基金會會刊《巴黎視野》(以下簡稱本刊)刊登有關歐洲各國之教育、文化、藝術、政經、觀光、社會現況等主題之研究、社論、報告、札記等文章。本刊目前為每季出刊乙次，詳細出刊日依每期狀況略有調整。

一、來稿格式

來稿須符合本刊撰稿格式，如下：

語言：以中文為限，法文投稿者需附上中文翻譯。

字數：約 3000~6000 字。

附圖：稿件內之圖片請再另存檔案與稿件一併傳送，以確保印刷品質，並請留意圖片版權是否無疑慮。

作者簡介：文末請附上作者簡介，如「本文作者為○○大學○○系教授」或「本文作者畢業於○○學校○○科系，現任職於○○」等。

二、審稿規則

本刊所有來稿於刊載前一律須通過編輯委員審核，審核標準為稿件性質是否符合本刊定位、稿件撰寫之格式是否符合本刊要求，經編輯委員會決審通過後刊載之。

三、著作財產權及其他同意事項

1.投稿者(含所有列名作者)投稿一經本刊同意刊載後，該作者即同意授權由本刊進行紙本印製、數位化等作業，並公開稿件於本刊網站，透過網際網路等公開傳輸方式，提供使用者檢索、瀏覽、下載、傳輸、列印。但投稿者(含所有列名作者)得經本刊同意後，將所投稿件納入本人自行出版品。

2.投稿者(含所有列名作者)應保證所投稿件為作者本人原始著作，且未於研討會發表、他處出版或即將出版而保有稿件之完整著作財產權，若稿件曾在其他刊物及研討會、演講場合、學校報告等發表者，應事先告知本刊。

3.投稿者(含所有列名作者)應保證所投之稿件內確無剽竊、捏造數據、對數據做選擇性報導、摻雜他人數據，或使用不可信資料等違反學術著作倫理之情形。

4.所投稿文章若涉及智慧財產權部份(如：圖片、長篇引文或翻譯文字，請先取得原作者或出版者之書面同意。

四、投稿方式

來稿請透過電子郵件傳送，郵件內文請書明作者真實姓名、電子信箱、聯絡電話、地址，並將稿件之 word 檔以附加檔案方式傳送至本刊電子信箱：fondation@mail.ehosting.com.tw。

五、稿酬

本刊不以營利為目的，每期發行紙本 200 份與電子報方式贈閱國內外相關人士、國內圖書館、政府機關、大學院校相關系所參考，讀者群廣泛，每篇稿件備薄酬 1000 元，於出版後隨同會刊紙本寄送稿費憑證，請作者簽名後回擲(共同作者請推派一人代表簽領)，本刊將於收到稿費憑證後盡快以匯款方式寄出稿費。