

巴黎影視觀光二部曲

許敦翔

前言

影視觀光 (film and televisual tourism) 一詞，是將電影或電視中的拍片場景、劇情連結、當地文化等因素，作為旅遊目的地之觀光型態。觀光客得以在參訪過程中，滿足自身對於該影視作品的想像，現場感受虛構角色的生活，使旅遊體驗更豐富，亦可能透過理解場景的真實情況，來打破媒體塑造一個地區的文化迷思，或剪輯手法的奧妙之處。

近幾年隨串流平台的流行，影視觀光逐漸成為一股趨勢，以該市場設計旅遊產品的單位也愈來愈多，並依照不同性質的體驗吸引觀光客，如影視場景（自然地景、人文建築）、徒步導覽、電影片廠、節慶活動、主題展覽等



圖一：街頭上的詹姆斯柯麥隆特展海報。

等。筆者在巴黎旅遊六天的時間，安排了兩個關於影視觀光的行程，一是導演詹姆斯柯麥隆 (James Cameron) 的期間特展，綜合介紹他的知名電影作品；二是 Netflix 影集《艾蜜莉在巴黎》(Emily in Paris) 的徒步導覽，近兩個小時遊覽各個重要場景。

詹姆斯柯麥隆特展

世界知名導演兼製片人詹姆斯柯麥隆，從小熱愛繪畫，很早就展示出過人的天賦及豐厚的想像力，他在電影工業中的成就不勝枚舉，有許多具重大影響力的作品，例如《魔鬼終結者》(The Terminator)、《異形》(Aliens)、《無底洞》(The Abyss)、《鐵達尼號》(Titanic)、《阿凡達》(Avatar) 等等。筆者其實不算詹姆斯柯麥隆的死忠粉絲，會得知這個展覽資訊純粹是偶然，在前一次造訪巴黎時，碰巧看到街道上的廣告看板 (圖一)，且是因為納美人 (Na'vi) 的藍色皮膚而注意到，當下就決定下次到巴黎要特別安排參觀該展覽，畢竟是個期間限定的特展，錯過就不知道下次是何時。

展覽位置在法國電影資料館 (Cinémathèque française) (圖二)，位於巴黎



左起圖二：法國電影資料館；圖三、圖四：柯麥隆的早期的創作。

的第12區，成立於1936年，是一所非營利的電影組織，其目的在於保存各類型的老舊電影，並開放給大眾觀賞，在電影文化的發展上有不少貢獻。該組織亦搜集電影歷史相關的物品和文件，如劇本、海報、照片、檔案、設備、服裝或圖畫，因此，舉辦特展成為推廣電影文化的方式之一。筆者本次參觀的展覽全名為《詹姆斯柯麥隆的藝術》（L'Art de James Cameron），顧名思義就是以藝術的視角，來剖析導演各個電影作品中的呈現。

展覽陳設以線性來呈現，先是描述柯麥隆的出身及教育背景，包含他早期的創作（圖三、圖四），再按照各個作品上映的年代順序，提供詳細的創作理念，並展示相關手稿和電影角色模型等等。若先暫且撇除那些曠世巨作由何而來，筆者特別喜歡導演曾說過的一段話（圖五），以下是展覽中的法文段落，和筆者自行翻譯的內容：

Beaucoup de personnes talentueuses n'ont pas pu accomplir leurs rêves parce qu'elles y ont trop réfléchi, qu'elles se sont montrées trop timides et réticentes à faire un saut vers l'inconnu.

很多有才華的人未能實現夢想，因為他們考慮太多，受制於自己的膽怯，而無法勇敢踏上未知的旅程。

人因夢想而偉大，但有多少人能真正無所畏懼地向夢想邁進，腳踏實地完成每個階段的任務，最終讓「夢想」變為「現實」，而不僅僅停留在「想」的階段？坦白說，筆者在參展之



圖五：柯麥隆特展一隅。



圖六：《阿凡達》展區。

前，並未預料到會有這樣的反思機會。原來在影視觀光的體驗過程中，除了表面上的視覺享受，還能觸及內心深處，引發不同層次的共鳴，讓參訪者獲得超越預期的感受與啟發。

阿凡達狂粉

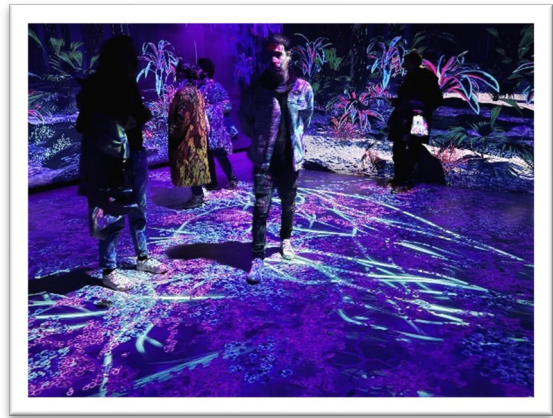
回到展覽本身，最主要引發筆者興趣的就是電影《阿凡達》，第一集在 2009 年上映時筆者才高二，留下非常深刻的印象，和不同的朋友進電影院看了三次，後續在家看 DVD 也不下十次，甚至透過網路訂購一些原文書和周

邊商品，目的就是想掀開潘朵拉星球的神秘面紗。2017 年臺灣曾出現阿凡達：探索潘朵拉世界特展，以及太陽馬戲團（Cirque du Soleil）主演的《阿凡達前傳》（TORUK-THE FIRST FLIGHT），筆者也都到場支持，希望透過不同形式的活動，將電影塑造的世界刻畫在日常生活中。

該特展因而成為筆者造訪巴黎的主因之一，在僅有一層樓的展區中，《阿凡達》陳列於展覽的最後一個區塊，比重相當平均，與其他電影差不多，同樣包含導演的初稿、繪圖理念、電影角色模型（圖六）等等。舉例來說，對於女主角奈蒂莉的外型刻畫，導演賦予她兼具性感和令人陌生的肢體，目的是為了抓住觀眾的目光，並與男主角傑克形成佳偶的形象，同時附上不同版的手稿（圖七、圖八）。另一方面，潘朵拉星球上的動植物（圖九），部分靈感來自於導演年輕時的夢境，且最早可追溯至 19 歲，事隔多年後，再經由現代科技詮釋出記憶中的夢境畫面，實在令人感到不可思議。



左起圖七、圖八：《阿凡達》男女主角的不同版手稿；圖九：潘朵拉星球上的動植物。



左起圖十、圖十一：潘朵拉星球的光影藝術場景。

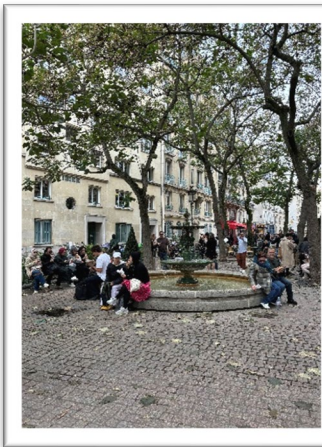
離開整個展覽前的最後一個體驗，是光影藝術打造的微型潘朵拉星球，彷彿電影場景真實呈現在眼前。在無人經過時，潘朵拉星球的植物僅發散著微弱且昏暗的光芒（圖十），而當有人踩踏或觸摸這些植物時，它們便會閃爍出繽紛的色彩，甚至發出聲響作為回應（圖十一）。即便這樣沉浸式的體驗已不算特別新奇，現今各種藝術場館皆有機會見到，但身為《阿凡達》的忠實粉絲，筆者仍對這樣的安排感到滿意，為展覽劃下美麗的句點，同時也希望未來有專門的阿凡達系列電影特展，以滿足筆者對影視觀光的渴望。

艾蜜莉在巴黎

於 2020 年首播的 Netflix 愛情喜劇《艾蜜莉在巴黎》，近年來有相當高的網路聲量，不過本文並不是要深入分析影集劇情、角色性格，或討探作品的整體呈現方式，而是綜合自己的觀影心得，並簡易分享實際走訪徒步導覽之所見。在筆者真正開始觀看影集之前，曾

聽過身旁許多友人的回饋，評價算是很兩極，有一派說法是：「巴黎街景太美了，好想去！而且看完之後真想學法文！」另一派則認為：「我連第一季都看不完，那些刻板印象好離譜，而且女主角實在是很瞎！」可能因為有好有壞，類似的評論並沒有太影響筆者看影集的期待，某方面來說也認同他們的論點。

簡明扼要描述故事主軸，艾蜜莉是一位被公司派遣到巴黎駐點的美國人，負責公關公司的網路行銷，但一句法文都不會的她，在生活和職場上都面臨很大的文化衝擊，人際關係上也充滿起伏，前後和三個男人有感情的糾葛，其中一位甚至是好朋友的伴侶，因此不少人稱艾蜜莉為綠茶婊。然而，透過螢幕看到艾蜜莉所經歷的法國文化，實際上有很多部分都為了戲劇效果而誇大，舉例來說，艾蜜莉在劇中的服裝總是相當鮮豔（圖十二），搭配高跟鞋徒步於巴黎市區，且從未搭過地鐵，這在現實生活中可是非常罕見的，由於美國和法國對於穿搭的品味有所差異，加上在巴黎



左起圖十二：《艾蜜莉在巴黎》劇集主角，圖片來源：<https://reurl.cc/8662q4>；圖十三、圖十四：劇中主角的住所。

穿得太高調很可能會被偷被搶，況且巴黎市區的道路顛簸又佈滿鵝卵石，真的很難完全只靠走路上下班，晚上還去那麼多不同景點跑趴。

如同前述，網路上有許多文章質疑艾蜜莉的生活方式，認為這部影集加深了觀眾對法國，特別是巴黎的刻板印象，對巴黎人而言更是荒謬至極，甚至引發部分人抵制觀看的風氣。不過筆者認為，換個角度來看，艾蜜莉的角色設定與人際互動方式，其實也反映出濃厚的美國文化刻板印象，至於是好是壞，則見仁見智。但不可否認的是，這部影集之所以能引起高度關注，主要歸功於它巧妙運用巴黎的城市地景，結合當地的人文特色，這對於吸引影視觀光客而言，就已經成功了一大半。因此，也出現了「艾蜜莉效應」(The "Emily in Paris" Effect) 一詞，指的是影集成功帶動全球粉絲前

左起圖十五：《艾蜜莉在巴黎》劇中男主角工作的餐廳；圖十六：女主角買麵包的店。

往巴黎，掀起了一股旅遊熱潮，無形中成為巴黎極佳的城市行銷範例，讓這座城市以不同的面貌走進世界的目光。

拍攝取景路線

筆者參加的徒步導覽是由 Experience First 旅遊網所規劃，在將近兩個小時的導覽當中，導遊帶我們走了約莫十個取景點，集合地點在艾蜜莉住處前的小型廣場 (Place de l'Estrapade) (圖十三)，顧名思義過去為吊刑用的廣場，而現在則能看見許多觀光客慕名而來。這個小廣場除了是主角們辦戶外晚餐





左起圖十七：《艾蜜莉在巴黎》劇中女主角與好友閒聊的咖啡店；圖十八：女主角於劇中的辦公室建築；圖十九：女主角常與同事聚餐的瓦盧瓦餐館。

派對的點，也是幾個取景的中心位置，舉凡主角們的住所（圖十四）、加百列的餐廳（圖十五）、艾蜜莉買麵包的店（圖十六）、和敏迪閒聊的咖啡店（圖十七）、初次遇到卡蜜兒的花店，全部都集中在這一帶。

最受歡迎的是前三者，大部分觀光客都會在這排隊拍照，筆者在導覽開始前，去麵包店買了一個火腿三明治，和咖啡閃電泡芙當午餐。不確定是自己太餓，或影視觀光過程的心理作用，還是店家賣的東西真的很好吃，筆者當下非常滿意，覺得是近期在法國排名前三的三明治跟甜點。單純坐在廣場的長椅上慢慢享用，想像自己是劇中角色，和他們過著相似的生活，試著沉浸於影視作品打造的巴黎，扭轉過去旅遊時的負面經驗，隨著艾蜜莉的腳步，享受片刻的陳腔濫調（cliché）。

後續的導覽路途中，我們經過幾個劇情中次要的點，例如先賢祠（Panthéon）、盧森堡公園（Jardin du Luxembourg）、奧德翁劇院（Odéon Théâtre de l'Europe）、聖安德烈商街

（Cour du Commerce-Saint-André）、巴黎錢幣博物館（Monnaie de Paris）、藝術橋（Pont des Arts）。這個路線是簡易快速認識巴黎的方式之一，相當適合第一次到巴黎，且是影集粉絲的遊客，不過各景點出現在影集中的哪些故事線，筆者就不在此討論，留一些樂趣給讀者自行於影集或旅遊時探索對照。

另外吸引筆者的是導覽接近尾聲的部分，包含艾蜜莉工作的地點、常去的餐廳、與敏迪相識的公園。艾蜜莉上班的公司（Savoir / Agence Gateau）位於瓦盧瓦廣場（Place de Valois）（圖十八），實際上距離其住處步行大約 40 分鐘，所以穿高跟鞋上下班的確不太可行。不過經常出現在影集上的餐廳，真實營業於該廣場，名叫瓦盧瓦餐館（Bistrot Valois）（圖十九），艾蜜莉和同事們經常在此用餐，距離最近因此相當合理。再來是皇宮花園（Jardin du Palais Royal）（圖二十），即位於轉角處步行約三鐘的距離，是艾蜜莉初來乍到巴黎，因不適應職場人際關係，選擇中午時間

出來散心的地點，也因而結識敏迪這位摯友。這些緊扣的環節，反映出部分劇情的設計還是有在合理範圍，並非全然捏造串連而成。

結語

回顧本文兩部分的影視觀光，筆者獲得兩種迥然不同的體驗，詹姆斯柯麥隆特展遊走在虛幻與現實間，搭配激勵人心的字句，層層刺激參觀者的想像力。多虧日新月異的科技，這位導演才能締造出一部部膾炙人口的作品，不僅持續推動電影世界的進步，更在觀眾心中留下深刻的感動。另一方面，《艾蜜莉在巴黎》這部影集雖然引發一些爭議，卻成功吸引大眾對巴黎和法國文化的關注，為巴黎的文化創意注入了更多可能性。同樣地，這部作品也在虛構與真實間相互交錯，成為影視觀光客眼裡，最令人期待的旅遊環節。這些經驗都很難能可貴，因為我們或多或少都能從電影或電視作品中，學習到一些新知或概念，甚至影響我們的人生觀，如果這些無形的力量，能透過另一種形式出現在我們眼前，那豈不是一件極具意義的事嗎？

參考資料與外部連結文章

羅翊寧（2016）。福爾摩斯影視觀光：文化創意展演與旅遊實踐分析。國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所，臺北市。



圖二十：劇中場景—皇宮花園一隅。

法國電影資料館官方網站 (<https://www.cine-mattheque.fr/>)

幾乎每個巴黎人都在嘲笑 Netflix 影集《艾蜜莉在巴黎》！10 大最瞎劇情：「法國女人抽菸就飽了」 (<https://www.cosmopolitan.com/tw/entertainment/movies/g34281871/the-french-reaction-to-emily-in-paris/>)

關於《艾蜜莉在巴黎》，有些話我們不吐不快 (<https://www.heavenraven.com/2020/10/11/emily-in-paris-truth-series-netflix/>)

「艾蜜莉」效應吸引觀光客 巴黎人嘆現實落差 (<https://www.cna.com.tw/news/aopl/202301220100.aspx>)

The Impact of “Emily in Paris” and “Tulsa King” on Tourism. The Fordham Ram (2024/10/30)

Emily in Paris Filming Locations you have to see (<https://limitless-secrets.com/emily-in-paris-filming-locations/>)

（本文作者為國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所碩士生）