

## 浪漫與偏見：漫談對法國人的刻板印象

講者：班明法 摘記：蔡靜樺

台師大法語教學中心一直致力於推廣法國文化，時常舉辦精采講座，其面向涵蓋美食、美酒、藝術人文、留學、旅遊、節慶、音樂、相關新書分享會等，主題豐富多元，以期讓更多人能在生活中自然體驗到法國文化的魅力，提升學習法文的熱忱與興趣。

日前，該中心法籍教師班明法老師(M. Benjamin VIALETES)更是現身說法，舉辦了一場名為《浪漫與偏見：漫談對法國人的刻板印象》的講座，從歷史淵源考證和客觀數據分析，輔以幽默影片及廣告，探討關於法國的諸多刻板印象究竟從何而來，並以法國人的角度，帶大家抽絲剝繭，看見屏除刻板印象後的——真正的法國人。

### 法國人，跟你以為的不一樣

法國人真的浪漫嗎？法國是被賦予最多刻板印象的國家之一，您對法國人的既定印象是什麼呢？是否符合法國人對自己的看法呢？

甫一開場，班明法老師便請在場聽眾於一分鐘內列舉關於法國人的刻板印象，如：「一直噴香水、行政效率不彰、相當有自我意識與

想法、愛吃起司、愛抽菸、不愛洗澡、喜愛打扮、喜愛美食、重視休假、吃飯時間很長、不愛說英文、常常罷工、嗜飲葡萄酒、很愛辯論、女生都很瘦、喜歡抱怨、瘋足球……」等洋洋灑灑，現場羅列了近卅項。

關於法國人的刻板印象族繁不及備載，班明法老師也補充了大家一時未能提及的刻板印象：「法國人都吃長棍麵包、可頌跟鵝肝醬？戴領巾、貝雷帽、穿條紋衫？嗜吃馬肉、青蛙、蝸牛嗎？……」並從中選擇了幾項最常見的刻板印象，娓娓細說。

### 刻板印象從何而來？

從訪談影片中可見，日本人對法國人的刻板印象多半較為正面，如優雅、時尚、藝術、美食等；英美人士則截然不同，認為法國人都會吃青蛙、洋蔥、懶散、為了掩飾體味而噴香水，美國更是對法國擁有最多刻板印象的國家之一，美國人甚至認為法國文化精巧細緻到太過繁複。這是為何？以凡爾賽宮為例，在十七世紀太陽王路易十四的擴建之下，極其華麗壯觀，成為巴洛克風格的代表性建築。巴洛克風格的原文「Baroque」一字，源自西班

牙語與葡萄牙語的「奇形怪狀之物」或「形狀不規則的珍珠」，後來指稱十七世紀主流的藝術風格。

當時正值路易十四極力擴張領土，向外邦人展示國力的時期，是故凡爾賽宮也刻意修建得極為繁複華麗，班明法老師幽默表示，置身其中會感到頭暈，實屬人之常情，這也正是路易十四當年想讓外邦人感到目眩神迷的效果，是歷史因素使然。

### 法國人都不愛或不太會說英語？

據 2012 年的統計，以歐洲語言共同參考架構(CECRL)的語言程度為例，法國人第一外語達到 B2 程度的比例約為 13~14%，僅高於英國，但仍遠低於波蘭的外語比例 23%，確實是全歐洲第二低；反之，瑞典約有 80% 的國民達標，比例最高。但以英語 A2 程度為例，則有約 78% 的法國人達標。也就是說，如果用英語問路的話，其實大部分的法國人都是有能力回答的，不回答可能不是不會，而是不想講或不敢講，這也許與英法百年戰爭等難解的歷史情結，多少有所關連。

在法國選修第一、第二外語，不一定會以英語為優先，有許多人選修西班牙語或德語等歐語。對法國人而言，英語並非絕對必要，非學好不可的語言。由於法國教育制度完善，本身就有相當優秀又歷史悠久的一流學校，是故，遠赴英美等英語系國家留學的需求不

高。考試時的英語成績，也沒有像在台灣佔這麼高的比重，因此，法國人較沒有需要努力學英語，講得很流利的心態或壓力。

此外，在其他歐洲國家或臺灣，英美影集或電影多為英語原音播出，但在法國則不然，所有外語片都會改用法語重新配音播出，環境使然，法國人的生活中也較多機會聽到英語或練習口說，這也可能是他們英語沒其他歐洲國家流利的原因之一。

### 法國人很常說「Oh là là!」嗎？

其實美國人比較常說，只是是用他們自己的方式詮釋使用，並且改成「Ooohlala!」，成了看到很棒的東西時的驚呼讚嘆語。

法國人反而是碰到比較難過或遇到慘事時才會說「Oh là là!」，並會搭配一手扶額低頭的姿勢，因此法國人講「Oh là là!」的頻率，並沒有我們以為的那麼頻繁。

### 法國飲食迷思大哉問：法國人真的吃蝸牛或青蛙腿嗎？

其實法國菜種類豐富，有馬賽魚湯等多元料理，即便有蝸牛、青蛙腿等相關料理食譜，法國人享用的比例卻沒有高到足以成為代表性法式菜餚。且數據顯示，法國進口青蛙的數據(10,453)，也遠低於美國(43,137)、比利時(24,696)。若依人口比例來看，吃最多的反而是比利時，一千人中即有一人一年會食用

2140 公克，荷蘭為 400 公克，法國則為 150 公克，並非全歐洲最多。

吃蝸牛的飲食風俗源自於羅馬人，對當時的羅馬人而言，蝸牛就像甜點，養殖時會給蝸牛餵食蜂蜜，因此食用蝸牛時會品嚐到特殊的甜味，屬於富人的菜餚。曾經成為羅馬帝國版圖的歐洲國家，也都延續了繼續吃蝸牛的习惯，但食用比例最高的並不是法國人，法國人一人一年僅食用 82 公克的蝸牛，反之，西班牙人每人每年的食用量則高達 358 公克，位居歐洲之冠。

由於勃根地蝸牛產量已逐漸不及食用量，現在觀光客到法國吃蝸牛大餐，多半會吃到印尼或臺灣出口的蝸牛。吃得最多的也不是法國人，而是到法國旅行的觀光客。班明法老師個人認為青蛙腿有點像台北華西街的蛇湯，臺灣還是有人食用，但普遍不多；蝸牛則像臺灣過年食用烏魚子般，在法國多於聖誕節等節慶時食用。

### 法國人都嗜飲葡萄酒嗎？

法國的葡萄酒產量僅次於葡萄牙，名列世界第二大生產國，而依人口飲酒比例來看，最會喝紅酒的國家其實是梵蒂岡，經推測可能是宗教習俗做禮拜所需用量較多。現今法國人喝紅酒的比例也逐年下降，在年輕族群的消費習慣中尤為明顯，選擇烈酒與啤酒的比例提高，幾乎有將與葡萄酒比例相等的趨勢。

### 法國人都吃長棍麵包、可頌、馬卡龍嗎？

法國人一天會吃約半條的長棍麵包(約 156 公克)，相當於台灣人一餐一碗白飯(130 公克)。依數據統計，法國人一年約食用 57 公斤的長棍麵包，與德國、俄羅斯、比利時、義大利大致相同，土耳其一年則高達 104 公斤，反而是全歐洲比例最高的國家。十九世紀時長棍麵包是主食，會搭配一點點配菜，近年來法國人食用比例逐年下降，通常食用量不多，但會搭配較多元豐富的配菜。

而法國人走在街頭，都手持一袋長棍麵包的刻板印象，又是怎麼來的呢？這是巴西足球員在法國協助拍攝 Toyota 汽車廣告所致。

因近年來奶油價格偏高，吃可頌的人也因此變少。法國傳統甜點相當多樣，其實不只有馬卡龍是最具代表性的法式甜點。馬卡龍一開始是由「Ladurée」這家店專賣，多為配茶的甜點，但未成風尚。是因 Pierre Hermé 以珠寶小巧精緻、昂貴、包裝精美的概念行銷、販售，才帶動了馬卡龍的風潮，風行全球。

### 法國人都不愛洗澡？

法國曾屬羅馬帝國領土，該時期建設許多公共浴場，故延續了羅馬人愛洗澡的習性，所以，法國人也算是最早開始洗澡的民族之一。

只是到了中世紀黑死病等傳染病肆虐，人們開始對浴場等人口密集區心懷恐懼，誤以為水是傳染源，開始改用泥土洗澡，浴場才逐

漸沒落。直到 19 世紀，醫生發現黑死病其實是由細菌所引起的傳染病，但可用水清潔去除，法國人才重新恢復洗澡的習慣。

以十九世紀畫家竇加(Edgar Degas)所畫的《Femme dans son bain》及《Le tub》為例，可見當時富裕階層都用澡盆，而窮苦人家則用寬淺圓盆，使用較少水源，輔以小毛巾及天然海綿洗澡。法國人其實幾乎天天洗澡，只是比較少使用肥皂，而一週洗最多次的則是巴西、哥倫比亞、澳洲等偏熱帶國家，英國人洗澡的次數，其實比法國人還少。美國南北戰爭時也發現，只要好好洗澡就能提升存活機率，因此變成很愛洗澡的國家。

而巴黎因路窄人多，較少人開汽車或騎機車，多會搭乘公共交通工具。因法國的大眾交通工具沒有冷氣，人多悶熱就容易流汗、產生異味，摩肩擦踵之下，外國人也容易產生法國人不洗澡的印象。但是法國的觀光客也很多，有時流比較多汗的也不見得都是法國人，也有可能是外國觀光客，只是身處法國，刻板印象也就因此成形。

### 法國人是不是常常罷工，不愛工作？

法國人不是不愛工作，而是法律有保障勞工合法罷工的權益，像在德國罷工就是非法的，只有工會與資方協商時才可申請罷工。

雖然法國在歐洲國家中罷工的頻率較高，甚至有專門的罷工網站，宣布哪裡正在罷工、即將罷工、可能會有罷工等訊息，可以分區

域、時段、交通方式查詢。臺灣人可能不覺得法國罷工的次數有逐年減少，但據統計，法國罷工的頻率確實已有逐年下降。

法國的確是最會放假的國家，一年法定假約有 35 天，其次是北歐、德國，其實全歐洲的天數相差不大，法國只是多了幾天，但臺灣、亞洲跟美國的假與之相比，確實少很多。1976 年法國首創勞工能擁有休假權益，是因法國右派跟左派相爭，很注重勞工各方面的權益。2002 年法國立法讓國人一週只需工作 35 小時，當時左派和右派協商了很久，才確定立法。並非因為法國人不愛工作，而是當時的失業率太高，於是政黨開始思考，如何讓一樣的工作量，攤分給更多人負責，增加工作機會，解決社會問題，而這種方式也確實有所助益，並提升了法國人的生活品質。

### 法國人很浪漫嗎？

除了電影中愛情故事所形成的刻板印象以外，歷史上，在中古世紀的禮儀，法國軍人也須禮遇並保護女性，加上十七世紀，法國上流社會女性開始教育男性如何善待他們，因此形成法國男性會幫忙或禮遇女性的浪漫概念，是因歷史文化之故。然而，第二次世界大戰後，女性主義者興起，尤以出版《第二性》的西蒙·波娃為代表，則認為這是男女不平等的現象之一，如果女性需要特別被禮遇，是否也代表了女性是第二性的弱者？因此這種法式禮儀近年便逐漸式微。

而歷史上，為了愛情，路易十五的妻子蓋了愛之殿堂(Temple de l'amour)，最後一任情婦甚至請畫家 Jean-Honoré Fragonard 為其留下畫作《Le Verrou》做為見證，所以愛情也逐漸成為藝術界重要的主題之一，如羅丹的《吻》(Le Baiser)。

另一常見的是法國街頭擁吻的代表性明信片。大家都以為可能是偷拍的街頭剪影，自然流露。其實不然，這是美國雜誌為了想擁有充滿法國浪漫情懷的代表性照片，而聘請演員走在法國街頭，不斷重覆走位、挑選各種角度拍攝所得，因銷量甚佳，也出了明信片販售，形成了法國人很浪漫的刻板印象。

## 結語

關於法國人的刻板印象，以禮貌為例，班明法老師個人認為，禮貌是一種主觀的認定與概念，比如我們在一個國家做出某種舉動，在某些國家的習俗或觀念上會認為並不禮貌，但同樣的行為在另一個國家卻並非如此。美國旅客跟法國人溝通，也比較容易因文化差異而產生誤會，以商店購物對話為例，法國傳統的禮儀，你來我往的對話就比美國人多，不僅互相問好、確認金額、找零都需要對話，還要記得說請或謝謝、不客氣、祝對方有個美好的一天再道別。

與其說法國人不禮貌，不如說法國人對外國人比較沒有足夠的耐心，去理解、寬容對方

因不瞭解法國文化習俗而犯的錯誤或失禮之舉。認為法國人很冷漠，也有可能是外國人先做出了法國人認為不禮貌的舉動，法國人才冷漠以對，比方在教堂裡穿著暴露，法國人會認為這是不尊重其宗教信仰的行徑，或者明明是外國人卻穿得像刻板印象的法國人，頭戴貝雷帽、拿菸，法國人會感覺是在嘲諷他們，而不見得會理解這是外國旅客對法國感到欣賞或認同的一種方式。

細究種種刻板印象的起源，其實除了廣告特別選用部分法國元素誇大渲染之外，多半與第一次或第二次世界大戰美軍來到法國，因彼此的文化差異而有了先入為主的刻板印象，或戰後法國人到英、美兜售洋蔥、出書等行銷手法有關，後來廣告或電影也偏愛消費法國的刻板印象元素，因此以偏概全，有些甚至根深柢固到，我們不一定會發現這是刻板印象。

在班明法老師的旁徵博引之下，關於刻板印象的種種迷思，您是否都一一破除，更瞭解真正的法國人了呢？由於本場講座迴響十分熱烈，預計 2018 下半年將再加開一場，如果還想瞭解更多，也歡迎密切鎖定師大法語教學中心的官網或粉絲頁，敬請期待！

(本文講者為台師大法語中心教師、摘記者為台師大法語中心秘書)