

社區推廣

「Oh Old! 柑 na 店」像是一家店

盧紀邦¹、鄭宇晴²、林奕仁³

緣起一、在都市裡的長輩，白天都在做什麼？

社區據點、樂齡課程、長青學苑等多元的高齡課程及活動，再加上各種公私立單位的志工服務機會，現代的退休生活似乎較過往有更多的選擇性。然而，相較於這些「被提供」的活動形式，長輩們真實的日常生活樣態似乎更是多樣的，例如筆者曾經聽台南中西區的某位社區阿嬤說過，她每週週末會從住家搭公車去安平去跟一群老人一起唱卡拉 OK；另一位阿嬤則會搭一個半小時、轉 2 次公車到永康中華路兵仔市場買菜，阿嬤說，因為老人時間多、那邊菜便宜，等轉車時又有麵包店可以試吃，一下子半天就過了。除了這樣的日常生活，社會上也有其他單位發想與提供許多有趣、多元的項目，為豐富高齡生活樣貌而努力著，例如：弘道基金會推廣的不老夢想、高年級實習生，以及全台有不少單位經營的各類型照顧咖啡館...等。然而，若要連結長輩們最日常的、最生活的內心需求，我們還可以做些什麼呢？

緣起二、在地老化，當社區老人遇上年輕店家？！

曾幾何時，旅客們來臺南遊玩不再只是逛逛孔廟、赤崁樓等古蹟，而是在大街小巷裡穿梭著、尋覓老街、老房子、老店、文創....等等。當大家進入社區巷弄旅遊探索、吃喝消費時，不曉得是否曾經瞥眼見過老屋新建的一家店面所在周遭的「老人」？如果有，你是否曾經注意他們在做什麼？他們的環境、活動.....？

¹ 成功大學人文社會科學中心博士後研究員、Oh Old! 創辦人

² 成功大學職能治療系學生、Oh Old!柑 Na 店的青年 Maker

³ Oh Old! 創辦人

近年來臺南市政府歷史街區振興政策的推動，公部門經費挹注進行街廓內歷史性巷道的環境改善，促成老屋整建與文創產業進駐經營。老舊建築再利用成為新店家，街廓內原本是社區居民熟悉的生活環境，卻因外來的年輕店家進入此商業區的街廓內部，同時帶進了外來的消費者、觀光客，致使社區生活環境發生社會性與空間性的改變。這些利用老舊建築而進入社區的年輕店家們，與社區既有居民的接觸機會相對增大，再加上社會高齡化，位於社區中的年輕店家們就容易遇到不同世代的社區長輩。年輕店家來到街巷裡、運用老房子創業，雖使老街區有了新的生氣，但也連帶衝擊了社區小巷弄的交通安全、噪音、衛生等問題。「我們也是社區的居民！」—這是當里長跟年輕店家反映長輩們的抱怨時，店家給里長的回應。的確，社區裡的「原住民」—老人都已經在這裡根深蒂固數十載，而「新住民」年輕店家常常被認為是破壞原來平衡的外來者，然而，兩世代之間的衝突，不只是一分為二的誰對誰錯。筆者跟社區長輩聊天時，長輩也反映說：「我覺得有年輕人來這裡開店很好啊，有人來來去去的，比較熱鬧、也比較安全」。雖然「新住民」造成一些困擾，但有些長輩也不諱言的表示他們也很喜歡有年輕人來，因為年輕人的進駐為街區注入活力。



圖 1 社區長輩的生活一景

「Oh Old! 柑 na 店」像是一家店

白天，社區裡大多是老人，不一定是真獨居，其中也有些是「偽獨居¹」，他們在其間買菜、參加活動、串門子等等，但在同樣的社區，兩個世代有著不同生活樣態的平行時空。筆者在 2014~2019 年間擔任成功大學人社中心研究團隊一員，長期在社區中進行觀察與社會實踐行動，於是不禁有個發想：「既然兩世代的接觸與影響是無可避免，那麼兩個世代可否成為彼此未來生活的一部分呢？」我們想像，白天，長輩的家人都外出，剛好此時在社區裡創業的年輕店家也來到巷弄裡準備營業，這些店家可否成為長輩日常生活的去處，就像是鄉下雜貨店前的騎樓下，隨時都有一群鄰居、長輩兜在一起閒話家常？！

年輕店家，社區裡的新鄰居

「到隔壁店家閒話家常！」說起來是一個很簡單的發想，但行動過程卻困難重重。有些店家跟筆者反應這些想法跟生意無關；有些店家說無法想像；也有長輩說沒有興趣……。經過無數次的溝通、行動方案的嘗試，逐漸一步步地，讓年輕店家與鄰居長輩入坑。從認識、互動，到彼此相互學習，成為真正的「鄰居」，甚至可以合作（請參考本論壇第 38 期之「熟齡吧檯手」一文），願意嘗試的長輩，平日生活裡也因而多了一個新的去處。曾經有一位記者給筆者一個很令人感動的回饋，他說有一次打電話聯繫店家時，接電話的竟是一位長輩，當時他以為自己打錯電話了，但長輩跟他回覆說店長出去接小孩下課，所以長輩在幫忙顧店。

店家與店家之間的社會網絡，讓上述這樣一個初衷與效應開始擴展。店家間彼此「逗相報」，讓社區內外的年輕店家開始想來做這樣的代間體驗。不同專長的年輕店家陸續報名：香氛、木作、乾燥花、音樂、甜點、茶道、羊毛氈……等，跟前期我們一家一家拜訪說明的長期醞釀方式相較，年輕店家之間的互動關係所造成的影響力，很快的打開了各種文創產業跟老人接觸的想像。相對地，社區長輩們也發現跟年輕店家互動是一件有趣的事情。也有長輩會主動提出想要跟某些年輕店家互動，到他的店裡學習與幫忙。甚至，我們也嘗試過讓年輕店家與有輕微失智的長輩合作，後來雖因長輩失智症變嚴重而較少到店家去，不過，年輕店家開店時仍會順道經過長輩家，看看長輩在不在、邀請長輩到店裡坐坐、聊聊天。

¹ 因為白天年輕人需要外出工作、就學，所以就剩長輩留在家裡。甚至有些長輩雖然與子女同住，但子女下班回家就晚了，假日也累了，也不見得有多少時間可以與長輩聊天互動。



圖 2 熟齡吧檯手-長輩協助進社區創業開店的年輕店長，正努力學習怎麼沖泡咖啡



圖 3 社區年輕店家「好花」與長輩的互動---年輕店家談乾燥花時，長輩會談起自己種花種草的興趣與記憶，從對話中兩世代分享著彼此的世界

「Oh Old! 柑 na 店」像是一家店

柑 na 店，柑 na 有可能

跟著年輕店家一起做些有趣的事，做著...聊著...，也讓長輩 murmur 說著年輕時候曾經有著什麼樣的夢想...。我們聽著長輩談著，就想著是否能有什麼機會來促進進入社區創業的年輕店家跟社區長輩間的連結。一開始，是擔任熟齡吧檯手的玉理阿嬤說她很喜歡鉤針，出嫁前就已經有了創業的想法，只是在婚嫁後就將夢想跟著鉤好的桌巾一起收藏在餅乾鐵盒裡。於是，我們跟年輕店家商量，借用店家的營業時間與空間，讓長輩有微型創業的嘗試機會。也開始跟阿嬤討論怎麼開課、怎麼行銷、收費，玉理阿嬤在旁邊一直很不好意思地說「*這個沒有人要學啦...我不會教啦...*」。就在這樣推推拉拉的過程中，我們開始了每週一次的巧心鉤針課。

長輩創業「柑 na 有可能」?! 我們發現，玉理阿嬤在平日沒有課程時候，都會很用功地看著她的小電視（平板電腦），學習一些鉤針的花樣。她說，以前每天晚上就是看電視，現在是電視開著，但會一直在找小電視裡的教學。有一次，玉理阿嬤拉著我們的夥伴說：「*我們要一直做下去，我媽媽、我阿媽都活過一百歲，我現在才 80 多歲，還有 20 年的時間，要為自己的未來努力*」。在社區中，因著想要彼此認識、一起互動的年輕店家與長輩逐漸多了起來，再加上玉理阿嬤的這一番話，我跟幾位夥伴決定創業，開創一家店，一邊拉著其他年輕店家、一邊可以幫助長輩實現夢想的店。看起來像是為了幫長輩圓夢，其實，也是為我們自己圓一個創業的夢想。



圖 4 「巧心鉤針」玉理阿嬤相隔 60 年的夢想，左右分別為 1951 年及 2019 年的她

柑 na 店，賣什麼？

我們創業後開的店取名叫做「Oh Old! 柑 na 店」，台語的意思是「像是一家店」，我們希望它不只是一家店，更像是個一起生活的地方。有了前期的經驗，我們希望這家店可以讓年輕人影響年輕人、老人影響老人，可以讓兩個世代相互陪伴、支持。我們的營業模式是一種陪伴的概念。以玉理阿嬤的鉤針課程為例，你可以選擇一樣你喜歡的產品，跟阿嬤一起討論怎麼設計，然後，跟著阿嬤一起做中學。如果，你跟阿嬤聊得開心，阿嬤一整天都不覺得累，那一整天下來只是一次課程的費用。你一次學會，就是一次課程費用，下次來，就下次另再付費。

考量到長輩的體力與壓力負擔，柑 na 店的營運構想是：星期三到星期六，每天由不同的長輩擔任店長，因此，可能每天的產品與體驗服務也不同。於是乎，我們開始招募「Oh Old! Maker」- 想要圓夢的長輩以及想要跟長輩一起合作的年輕學生。一開始招募時，因著之前的經驗，我們預想想要圓夢的人可能比較少，所以，我們也招募想要陪伴的人。我們以為，來徵選「長輩 maker」可能就是以參與活動居多；而來徵選「學生 maker」可能較多會想要嘗試創業。但結果竟完全相反---來報名的 6 位長輩中有 5 位是要圓夢，只有 1 位以為是要開課程，他想要教課；而來報名的 10 多位學生大多是想要體驗跟長輩互動，想要創業的只有 2 位。這樣的組合，也很有趣。我們發現：長輩的圓夢過程需要陪伴與支持，長輩同儕之間的陪伴是一種情感上的支持，而年輕人的陪伴與支持，除了讓長輩覺得有成就感、自我價值，也讓長輩發現自己是能跟得上這個社會的腳步的。

在柑 na 店的每一位長輩都有個有趣的圓夢過程。以星期四陶笛樂團的林老師為例。林老師退休之前是一位管樂老師，退休後因仍然喜歡音樂而開始參加一些音樂歌唱班。老師說：隨著年紀增長，發現自己的嗓音逐漸在退化，所以開始想要以樂器來取代，但又不能拿著薩克斯風到處跑，於是開始產生對於陶笛的興趣。退休後接觸陶笛大約三年多的時間，整理了 600 多首歌的陶笛簡譜，他想著「獨樂樂不如眾樂樂」，所以報名來參加長輩 maker。我們問林老師怎麼知道我們的消息，林老師說他的女兒跟媳婦不約而同地把我們在招募 maker 的訊息 line 給他，他也好奇，於是就鼓起勇氣跟我們聯絡了。我們為老師招募了長輩與年輕人一起籌組青銀共創樂團，其實，樂團長輩多是老師找來的朋友、國中小同學，而年輕人則是從學生 maker 招募而來。在與老師溝通的過程中，我們也發現兩代之間有許多不同之處，例如團員的招募，老師覺得不要限制人數，越多人越好；

「Oh Old! 柑 na 店」像是一家店

我們卻覺得應要招到真的有興趣的人，不是來上課消磨時間而已。為了圓夢，我們開始幫老師找演出的機會，老師卻開始緊張，覺得大家程度還不夠.....，又因為有長輩學員，所以團練時間都是在下午，有團員因為是上班時間而需要在團練與上班之間協調，所以團練很難全員到齊.....，又因為團員包括長輩與年輕人，所以常常有能力上的差異.....。將近兩年來的默契，陸陸續續地也有許多場次的團演，最近也談到要到神農街駐點演出，也有其他樂團來找他們合奏。「我覺得，人生的最後這一段，能夠這樣，我已經滿足了，覺得夠了.....」有一次林老師在電話中這樣跟我說。



圖 5 林老師報名徵選 Oh Old!長輩 maker 時的陶笛示範

每週五營業的食宴室現在的主廚是一位從餐廳外場退休的蘇媽媽。她並不是廚師，只是在餐廳工作時，多少接觸到廚房、跟廚師熟識，因而對烹飪很有興趣。一開始原本食宴室的長輩 maker 是一位從高雄陪朋友來參加徵選的阿姨，無心插柳成了我們的長輩 maker。記得當時阿姨跟我們說：他每次從台南回高雄的火車上，就已經在想下週來台南要準備什麼樣的料理、什麼樣的食材，一整個禮拜都在想這些事，期待著要來台南跟我們分享他的新菜色。後來因為需要照顧孫女

而只好割捨，蘇媽媽就剛好在這個時間出現了。蘇媽媽其實是一位我們很早在社區工作就認識的長輩，但因為生病，有一陣子沒有碰面。一個夜裡，我們幾位夥伴在店裡面討論事情，見到一個瘦弱的身影走過騎樓.....，我們聊著，這好像是.....，但又覺得應該沒有眼前這麼孱弱.....；後來一次社區活動再碰到，我們就邀請蘇媽媽來店裡坐坐，跟店裡的長輩一起聊天，也可以看看我們在做什麼。幾次之後，蘇媽媽說她有興趣，並表示等她身體好些可以來試做看看。就這樣，蘇媽媽成了我們的當家主廚。

柑 na 店是老人與年輕人相互學習、一起生活的概念店，在食宴室裡，本來是開放給年輕學生跟著長輩一起做提供給客人的餐點，在體驗過程中進而能相互認識、了解。後來有幾位學生因為覺得有趣而繼續留了下來，成為一起合作的學生 maker。我們食宴室的第一助手宇晴就說：「在這樣的廚房交流中，我不光是學到了備料撇步、烹飪技巧、台語詞彙，同時也跟長輩們一起嘗試參與不同的活動主題，看見對方不一樣的一面.....。烹飪有時就是一刻不得遲，調味料與器皿要隨叫隨到，時而雞同鴨講難免導致氣氛有些緊張，但摩擦過後的感情不是磨耗殆盡，就是更加穩固。」其實，食材與味道需要調和，長輩 maker 與學生 maker 的互動也是一場煎煮炒炸的場面。過程中難免彼此會相互生氣或碎嘴，不過冷靜個幾分鐘，依舊是相互陪伴下去，有什麼新鮮事都會急著找對方分享。

隨著長輩與長輩、學生與學生、年輕店家與年輕店家彼此之間的相互影響，柑 na 店的產品與體驗服務也多樣起來。不過，只要不影響當時營業項目的「長輩店長」（柑 na 店內的每一個項目都由一位長輩擔綱「店長」），店裡的長輩們幾乎是有時間就會來店裡坐坐，久了，也會擔任起小助手，協助長輩店長。珠貴阿姨就是這樣的角色，她有很多興趣，但如果問阿姨有沒有什麼夢想，她總說「也沒有呀」，不過，往往見她在店裡穿梭，一下子協助鉤針課的玉理阿嬤、一下子協助裁縫的石老師、一下子又跟著特別來教長輩做餅乾的青年 maker 一起學餅乾、一下子又在廚房裡忙進忙出。有時，當店裡有低氣壓時，阿姨就是那溫暖的陽光，讓大家又熱絡了起來。阿姨說，她的夢想就是我們大家能一起繼續經營下來，讓他們有地方可以去。



圖 6 食宴室裡的長輩 maker 跟學生 maker，一起開發每月新菜色

「Oh Old! 柑 na 店」，不只是一家店，更像是一個家！

成人發展理論認為：隨著年齡增長的，不只是退化，還有成長、轉化、重組等發展可能。年長者的「生產動機」(generativity motives)：傾向關愛別人、照顧與慈愛社會與年輕族群，重視達成目標的過程與合作。有較高社會促進 (prosocial motive) 的社會動機。柑 na 店以「同儕效應」來推動長輩與青年的參與，提出高齡 maker 與青年 maker 的招募行動，提供給有夢想、想要實踐的長輩與青年一個實現創業夢想的平台，在意的不是營收，更重要的是有一群一起創業的跨齡夥伴。隨著各式各樣高齡 maker 的參與，我們發現長輩之間也會相互影響、相互協助、相互支持。另一方面，在《個人主義與集體主義》一書中提及：相對於高齡者，年輕人具有較高的流動智力，反之，高齡者的結晶智力高；因此，兩者若能互助合作，將有助於「高合作動機」的團體工作、有益於維護和諧的集體主義文化 (collectivism)。Oh Old! 團隊仍持續招募長輩 maker 與青年 maker，目前有 5 位創業長輩、6 位創業青年，還有 4 家合作的年輕店家。青年

maker 是這群長輩的主要支持者，與長輩共同研發、創作，以及支援宣傳行銷等功能。青年在學習體驗的同時，也在同理長輩的想法與期待，協助長輩繼續從既有生活經驗與知識能力中發展，促成彼此的合作與共創，也給予長輩自我成就感，繼續支持長輩實現心中夢想。同時，長輩也陪伴著青年 maker 的創業過程，無論是學生、或是年輕店家，在互動過程中，長輩 maker 就像自己家裡的長輩，關心青年的生活與生意，而青年 maker 也受到長輩的鼓勵與支持，勇敢而堅持地走著自己的路！



圖 7 「Oh Old! 柑 na 店」，就像是一間店、更像是一個家！