

# 柑仔店的創新與創意：「鄰里記憶體」的跨域設計

## “Convenience”Stores with a twist: Bringing innovation and creativity to the traditional convenience store.

作者一 傅米琦 樹德科技大學藝術管理與藝術經紀系學生

作者二 黃靜惠 樹德科技大學藝術管理與藝術經紀系助理教授

### 中文摘要

六 0 年代的臺灣，柑仔店在鄰里間扮演著相當重要的角色，為甚麼現今卻逐漸沒落？柑仔店對六 0 年代的社會有甚麼貢獻？如果柑仔店要繼續經營，那麼它應該如何創新與創意？本研究結果將柑仔店與社會企業的理论結合，是否能創造更多價值？而本研究所闡述的「鄰里記憶體」的空間，將以「藝術介入空間」為概念打造，是否能像柑仔店一樣成為鄰里之間交流的場域？

2016 年筆者參與由樹德科技大學設計學院主辦的「跨文化創新與國際接軌」計畫，赴英國倫敦藝術大學發表作品：新「柑仔店」：鄰里記憶體；在回國後屢次思索著如何將這項概念付諸實現；筆者親身經歷自家柑仔店的興衰過程(見圖 1)，多年之後，再以學生觀點進行解讀，並且深入研究與探討，認為柑仔店要生存就必須與時俱進，並且需要更多的創新與創意。

「鄰里記憶體」的名詞釋義係出自樹德科技大學設計學院盧圓華院長；2016 年暑假第一次與盧院長進行田野調查，首次定義「鄰里記憶體」係運用社區鄰里間高齡及年長者的集體記憶，結合藝術介入空間的方式建構為社區互通有無、資訊交換的集居地；這概念與筆者所要表達之柑仔店的創新與創意十分接近。

**關鍵詞：**鄰里記憶體、跨域設計、藝術介入空間、社會企業

### Abstract

In the 60's Taiwan, the citrus shops play a very important role in the neighborhood. Why are they gradually declining nowadays? What does the citrus store contribute to the society in 1960s? If the citrus shop is to continue to operate, then how should it innovate and has creativity? The results of this study will combine the theory of the citrus shops with the social enterprises to explore whether we can create more value? And the space of "neighborhood Memory" elaborated by the present paper will be built by the concept of "art intervention space". Whether it can be as the communicating field between neighborhoods just as the citrus shops?

In 2016, the author participated in the "cross-cultural innovation and International Convergence" program sponsored by the University of Science and Technology Design Institute, and published works at the University of London art: The new "Citrus shop": neighborhood memory; After returning home, the author repeatedly pondered how to put the concept into implementation; The author personally experienced the ups and downs of their own citrus shop (see Figure 1). After many years, the author interpreted it in student's

viewpoint, and conducted in-depth study and discussion. The author thinks that if the citrus shop wants to survive, it must keep up with Times and need more innovation and creativity.

The definition of "neighbourhood memory" comes from the Lu Yuanhua Dean of the Design Institute of the University of Science and Technology. In 2016 summer holidays, the author first conducted the field investigation with Lu Dean. They first defined that "neighbourhood memory" is the collective memory of the elderly and elders of the community neighborhood, combining with the way of art intervening space to construct the settlements for the community exchange of complementarities and information; This concept and the author's innovation and creativity is very close to the citrus store.

**Keywords:** neighborhood memory, cross-domain design, art intervention space, social enterprises

## 一、導論

2016年筆者參與由樹德科技大學設計學院主辦的「跨文化創新與國際接軌」計畫，赴英國倫敦藝術大學發表作品：新「柑仔店」：鄰里記憶體；在回國後屢次思索著如何將這項概念付諸實現；筆者親身經歷自家柑仔店的興衰過程(見圖 1)，多年之後，再以學生觀點進行解讀，並且深入研究與探討，認為柑仔店要生存就必須與時俱進，並且需要更多的創新與創意。

### 1-1 研究目的

本研究主要在創新與創意的發展架構上，有以下幾個目的：

- (1)可以提供公部門制定相關政策，諸如：長照計畫以促進年長者完善的關懷與照顧。
- (2)透過藝術介入空間，可以打造鄰里間的共享空間，以符合文化創意產業政策。
- (3)可以提供地方政府運用在地化特色與文化產業資源的結合，以促進鄉鎮觀光。
- (4)可以與民間企業組織合作，以社會企業模式經營，增進青年就業機會。

### 1-2 研究目標

本計畫在執行上將藝術介入空間，放入鄰里記憶體欲營造之在地化特色共享空間，在未來的施行計畫上，有以下幾個目標：

- (1)結合文化創意產業之元素，順應政府政策的推動及資源的運用。
- (2)使高齡及年長者返回單純的年代，創造鄰里間集體記憶的空間。
- (3)有效地落實回饋社會，透過社會企業，提升青年返鄉就業率。

## 二、文獻回顧

### 2-1 鄰里記憶體

當要深入討論「鄰里記憶體」時必須先了解它的定義；首先，社會企業對於它會有相當大的效益，為何有此一說？社會企業是以追求社會經濟為目標的民間組織，他們通常從事社會服務的提供、為弱勢群體與城鄉社區提供整合性的社會服務，包括教育、文化與環境議題。基此，社會企業為了滿足社會公益（common good）的民間組織，其存在目的是多元的，包括解決社會問題、保護生態環境、照顧弱勢群體、實踐社會公義等社會目標（丘昌泰，2015）。

「鄰里」此詞彙在古代就出現並沿用至今，隨著城市的現代化，越來越多的居民住進了高樓，鄰里間鮮少交往和互動，甚至和住隔壁、對門的人家，沒有任何交集，也是非常普遍的，

居住模式的改變，使社會中緊密的鄰里關係，正逐漸消失。

如果說「街」一般是指一種物質性的空間，那麼「鄰」和「社」雖也具空間之含義，然則更多地表現的是一種社會關係，「鄰」的通常定義是「居住在附近的人家」，並發展有「鄰里」和「鄰居」等詞彙。「社」有兩個基本含義：在古代，社是祭祀土地(神)的地方；在今天，社是組織化的結構。前者的含義發展成為「社會」和「社區」。(騰訊大家王笛，2016)更準確的說，鄰里就是一群相同性質、相同背景的公民居住在同一個地域，而此地域被稱為社區，在這些條件環環相扣之下，絕對無法缺少的是「情感交流」、「資訊互通有無」，若透過時間的滋養、人際的交流，社區將會產生公共活動的聚集地。

以本研究為例，鄰里記憶體就是希望由基礎的鄰與里設置點、進而擴大至社區的線，最後若能連結擴大成一個社會的面，則為本研究設計最大的目標。

## 2-2 社會企業

社會企業在公共領域引發廣泛討論，其運作方式模糊非營利部門與營利部門之間的界線，從原本的社會使命為目標轉變為社會與經濟的雙重目標、從傳統非營利服務轉變為運用商業技術，以及從高度依賴政府補助與捐款轉變為賺取所得並回饋投資。

至於臺灣社會企業發展情況，社會企業重心弱勢就業，非營利組與庇護工廠為當前社會企業發展為主軸，但近年來合作社與一般企業也逐漸收到重視，且領域擴及至文化藝術類，顯見社會企業朝向多元發展(劉宜君，2015)。

在本研究進行對專家學者的訪談時，針對鄰里記憶體的營運模式，最多的建議就是採社會企業模式進行，一則是與非營利組織的差別，二則是可以鼓勵年輕人投入鄰里間的服務，並同時進行創業，而這樣的概念與社會企業最為接近。

## 2-3 柑仔店與記憶體

記憶是認同形成的一個核心要素，而我們的認同又是主要的一部分，又往往來自社會互動中他人加諸的人群分類，以及我們自己主觀上的集體身分(社群)的歸屬。因此當我們談到一群人的集體記憶時，涉及的是和這群人的集體認同有關的過去，以及這樣的過去和這個集體認同的相互關係；集體記憶概念所蘊含對集體認同的特殊情懷，卻未必是刻板印象等概念具有的。(蕭阿勤，1999)

基此，本研究認為，公共的聚集地需要一個空間，而此空間呼籲了「柑仔店」的精神象徵「聚集」、「交流」，但是因為柑仔店逐漸在社會中削弱的情況，我們無法再重溫昔日場景，所以把柑仔店的精神運用至此，一個社區的發展，重點在於社區居民的參與意識(陳衍宏、曾冠球，2015)；在社區中，並不是每個人都將公共空間視為生活日常會運用的地方，進而成為閒置與無人問津的公共空間，若是提供資源整合、藝術介入空間，將生活美學提升至現代化柑仔店精神成為情感交流的空間，人們將產生緊密的連結性與高度的資訊交流機會。

而為甚麼會有「記憶體」的概念是基於，臺灣進入了高齡化社會的緣故，不管是法律抑或者是文化政策上，皆能見著長照計畫對於臺灣有極大的重要性，若是能在每個社區皆注入長照計畫的文化政策將會使政府減輕許多負擔，並提供年長者在生活上的照護。

## 2-4 藝術介入空間

藝術介入空間計畫是文建會(現今文化部)在推動臺灣的生活美學運動<sup>1</sup>計劃中的一項內容，主要補助民間團體辦理，提供自主、自發投入美學改造的機會為主，藉由藝術駐鄉行動、與社

<sup>1</sup> 文化部 <http://www.moc.gov.tw/>(瀏覽日期：2017年4月1日)

區做深度交流，讓藝術家藉由民眾參與及社區討論等手段，運用當地的素材與居民一起討論生活環境的美化，讓民眾就其轄內需改造之美學空間、場域提案，以促進民眾對環境美學的重視及期待；因此，本研究個案在設計鄰里記憶體時，就希望能夠注入美學的概念，若能由鄰里的居民一同進行，或是由社區的居民一同進行，那麼將可設計出具獨特性、屬於在地美感的記憶體空間。

### 三、研究方法

本研究屬於質性研究，其方法係透過三個部分：

#### 3-1 資料蒐集

運用國家圖書館博碩士論文系統，以及樹德科技大學電子資源整合查詢系統其中的華藝線上圖書館，以及HyRead台灣全文資料庫，大量搜尋關鍵字：「柑仔店」、「社會企業」、「藝術介入空間」相關之期刊論文與研討會論文為理論基礎。

#### 3-2 田野調查

訪談柑仔店與便利超商相關的業者為主，並且深度訪談對於六0年代柑仔店有深厚記憶的人士，其中包含擁有專業知識的學者，如樹德科技大學設計學院院長，並製成訪談對象表如下表1。

#### 3-3 親身經驗與參與觀察

其步驟為鄰里記憶體的發想，結合創新與創意的討論，最後再與文獻資料的研究內容做為分析，進而歸納出更進一步的結果與討論。

表 1：訪談對象表

類別	受訪者身分	受訪時間	受訪地點	備註
親友	父親	2016.11.24	自家	面訪
親友	母親	2016.11.25	自家	面訪
學者	樹德科技大學設計學院院長	2016.11.16	樹德科大設計學院院長辦公室	面訪錄音
服務業	嘉義市某門市 7-Eleven 店員	2016.12.23	嘉義市 7-Eleven 門市	面訪
服務業	嘉義縣水上鄉雜貨店業者	2017.02.03	業者雜貨店	面訪
生產者	嘉義縣水上鄉農民	2017.01.26	農民住家	面訪

### 四、結論與建議

#### 4-1 臺灣邁入高齡化社會，「鄰里記憶體」之跨域設計，預期成為未來鄰里間生活模式之一。

本研究係以臺灣未來長照計畫結合藝術介入空間為概念發想，結合社會企業的力量提供資源整合，雖然在當今社會中並無此項計畫問世，但是卻有各領域的資源能夠將此長照計畫付諸實現，「柑仔店」的精神係指臺灣高齡化的老年人口；「鄰里記憶體」則蘊含著兩種意義，其一是打造鄰里間友善的公共藝術空間，其二是傳承文化集體記憶之社會意涵。

但是，需要改變社會集體意識的傳統框架，臺灣社會企業的精神必須像歐美及韓國這些國家效仿，本文研究認為有三大首要要件為首當其衝，第一步必須整合志願者與受薪員工，共同推動社會目標，但為節省成本，必須要雇用最少的受薪員工(丘昌泰, 2015)，第二步社區建設必須符合居民生活需求，發展項目必須兼具公益性與長照性，從事社區服務性質工作時，要考慮整體營造，將高齡化人口的重要性設想進去，以達到社區自治目的；第三步將藝術介入空間目的為生活美學之提升。近年來，營造業在建設的過程中，皆會將藝術與大自然透過巧妙的結合融為一體，我們從社區公共綠化藝術的微型效益延伸至市容美化，進而達到永續發展之目的。

#### 4-2 「鄰里記憶體」是以跨域設計之理念，其跨域設計的模式應為：柑仔店 x 藝術

## 介入空間 x 社會企業三大元素所打造的共享空間。

綜合以上論述，本文最後認為「鄰里記憶體」應該是早期柑仔店的實體，並加以陳設以藝術為主要設計的空間概念，而在營運模式上社會企業經營的跨域設計。

本研究屬於階段性研究，筆者嘗試以柑仔店的特色，企圖尋找回臺灣過去六〇年代之記憶，以藝術介入空間，創造出關懷高齡及年長者生活的友善空間；因應社會企業的理论與實踐，落實鄰里間能情感交流、資訊互通有無之平台，在臺灣這個充滿人情味的國家，在社會進步的同時，也能保有一顆初衷的心，也是一種能讓人緬懷過去、嶄新未來的方式，初步繪製鄰里記憶體的空間模擬圖如下<sup>2</sup>(圖 2)。



圖 1：六〇年代的柑仔店。資料來源：本文研究者提供。

---

<sup>2</sup> 圖 2 中，將現代的空間融入藝術的元素，在陳設上也保存有懷舊的記憶，使高齡的年長者，在交流的時候，也能夠把屬於長者的記憶置入。





圖 2：鄰里記憶體的跨域設計模擬圖。資料來源：本文研究者提供。

### 參考文獻

- 王大立、王雅芳(2004)。地方文化與集體記憶之探討---以犁頭店「麻芋文化」為例。頁 9-54。
- 丘昌泰(2015)。社會企業概念的再澄清：歐洲與美國的觀點。頁 3-14。
- 李世彰、謝宏昌 (2002)。連鎖便利商店與都市住宅社區居民日常生活關係之研究：以台南市東明里為例。頁 2-13—4-7。
- 林明哲、曾梓峰(2008)。探討民眾參與行為在城鄉風貌發展過程中的主要影響因素。頁 7-40。
- 陳衍宏、曾冠球(2015)。從社區力與社會企業點評述更生安置處所的組織發展。頁 89-100。
- 黃光男、高淑玲 (2011)。文化空間、集體記憶與地方感形塑過程研究--以北投七虎新村為例。頁 90-96。
- 劉宜君(2015)。大數據與社會企業：社會企業網站之非結構資料初探研究。頁 103-117。
- 蕭阿勤(1999)。民族主義與台灣一九七〇年代的「鄉土文學」：一個文化(集體)記憶變遷的探討。台灣史研究第 6 卷第 2 期。頁 77-138。
- 屏東市中央市場藝術介入空間行動計畫—五校創意實作。2016。
- 王笛(2016)。老成都的邻里关  
網址：<http://dajia.qq.com/original/category/wd20161005.html>(瀏覽日期：2016/11/16)