

在“死亡咖啡馆”，当你用一个故事换一杯咖啡：

与众人谈论死亡 为生命摆渡希望

生存和死亡是人类自我认识的开始。自人类文化生成以来，死亡概念的形成与确立就是一道无法逾越的迷思。近日一家叫“摆渡人”的殡葬服务公司，因“死亡咖啡馆”这一话题冲上了热搜。与之伴随的是死亡相关的讨论，有的人认为它提供了一个平台，让人们可以公开探讨这一人类必须面对的终极问题；有的人则认为“哗众取宠”，甚至有些“晦气”。为了深入了解这一现象，记者走进了这家“死亡咖啡馆”，亲身经历了一次与陌生人一起谈论死亡的过程。

青年报首席记者 范彦萍 实习生 张彤彤

开口谈“禁忌”

门店的外观不甚引人注目，甚至很容易就会在匆忙的脚步中将其错过。记者初次踏入，店内的灯光柔和，现代的装修风格，正厅内三个人正围坐着，木质桌上还摆放着茶杯与饼干，仿佛几个朋友在闲话家常。

“死亡咖啡馆”这个概念早在2004年就由瑞士社会学家和人类学家伯纳德·克瑞塔兹提出，克瑞塔兹认为“死亡咖啡馆”就是来建立一个让“个人”在安全和宜人的环境中公开讨论死亡和临终的“空间”。2014年，上海发起了国内第一场死亡咖啡馆活动，提供一个无压力、非评判性的环境，让参与者能够分享自己关于“死亡”的感受、恐惧、经历、看法。2024年，第一家实体“摆渡人”在上海开门。

与以往意义上的“死亡咖啡馆”有所不同的是，“摆渡人”是由原本从事殡葬服务业的公司来创办的，创新地将殡葬服务与咖啡结合。主持过929场追悼会的孙馆长，三年前就萌生了“希望有一个地方能让人在阳光下谈论死亡”的想法。今年，他所在的殡葬服务公司“摆渡人”在洛川东路开设了这家店铺。

不同于一些当下出现的“死亡咖啡馆”活动——大家会围绕一个主题来谈论。在这里就显得随性很多，丧亲者能够倾诉他们对生死的感悟，普通人也可以在喝咖啡时与陌生人“随意”谈论死亡这个常常被视为忌讳的话题。

尽管是一家非公益性质的殡葬服务公司所开设的，但在这里，顾客不是消费者，“我觉得是访客或者朋友”，孙馆长告诉记者。在这里，流动的不是金钱，而是故事——客人通过分享自己的经历来换取一杯咖啡。

围坐聊生死

在一个春日的下午，想想(化名)走进了咖啡馆，与记者一同参加讨论会分享了她的故事，“在我外婆去世的时候，我不知道自己该干什么，包括最初要怎么样穿衣等问题，所有的一切我都是被推着在走。”因为父母不愿意和她谈论死亡，使得其在面对外婆的离世时感到十分无奈和无助，“我们在大多数情况下其实很避讳谈死亡，但我们需要来谈论”。

死亡这一深刻隽永的过程涵盖了逝者与生者这两大主体。缺乏对死亡话题的开放讨论，使得许多人在面对生命的终结时准备不足，充斥着困惑和无力。想想的观点是：基于情感的牵挂、对永

恒陪伴的向往，使得我们无法对死亡释怀，“死去的人在死亡里腐烂，活着的人在生活里腐烂”。我产生了一种心流。”夏女士在参加完摆渡人的活动后感叹道。在这场“摆渡人”组织的讨论会上，有与夏女士同龄的中年人，有六七十岁的父母一辈，还有年轻的90后。“虽然我们都在探讨死亡相关的话题，但其实并不是聊死亡本身，而是聊我们该如何看待我们的有生之年，如何让我们的生命活得更有意义。死亡是一个不分年龄段的话题。在参加活动的时候，我突然忘了我们之间是不同

年龄段的人。”夏女士说。

“接受死亡是每个人这一生都必做的课题，我们讨论死亡其实并不是意味着就做了准备，就会远离悲痛。其实不是的，我们谈论死亡，是为了当它出现的时候不至于手足无措，而是能够坦然地、更有勇气地去面对。”这场活动也让夏女士意识到，这个日常生活中避而不谈的问题其实需要被正视与讨论。

而在这里，也不仅仅可以谈



“谈论死亡，并不是一件令人恐惧的事情，反而是一种探索生命意义的方式，它让我们讨论如何才能更好地活在当下。



从严格意义上讲，“摆渡人”并不能算是一家咖啡馆。



本版摄影 青年报记者 范彦萍

死亡。抱着“人生除死以外无大事”的心境，王女士走进了“摆渡人”，分享了自己近期的焦虑。在她看来，“谈论死亡，并不是一件令人恐惧的事情，反而是一种探索生命意义的方式，它让我们讨论如何才能更好地活在当下”。

行业之一隅

“我们未曾预料到会有这么多人前来参与。”孙馆长表示，原本预计的营业时间只准备接待7-8位客人，但常常有众多临时顾客拥入，他总是欢迎他们加入，这让原本紧凑的小店显得更加拥挤。“可能正是因为我们都是在一线工作，每天都亲身感知着死亡的一群人，所以很多人都愿意和我们来聊他们的故事，也会觉得我们是可以理解他们的。”孙馆长说。

在摆渡人的店内，除了专业的咖啡师，还特别配备了“话聊师”，他们都是在殡葬行业具有丰富经验的从业者，包括生命策划师、生命礼仪师和生命白事管家等。“他们的故事更接地气，他们不仅提供了现实需要的关于身后事处理的具体流程和知识，还在分享过程中涉及了许多家庭在处理亲人后事时可能遇到的社会问题。这与我们平时更多讨论的哲学或情感类话题有所不同。”曾多次参与关于死亡话题讨论的夏女士告诉记者。

“其实严格来说，我们并不算是一家咖啡馆，咖啡只是我们探讨死亡和生命教育的一个媒介。”孙馆长坦言，店铺的意外受欢迎也让他们更深刻地感受到，社会对于开诚布公地谈论“死亡”这一话题有着迫切的需求，也推动着公司对后续的发展做出进一步的规划，“这就像一片土壤，我们无法预测会生长出何种枝桠，我们感觉自己被这种需求推动着前进。”

生与死作为生命的两极，一直是困扰人类的问题；生者与死者作为迥然相异的两个世界里的存在，似乎可以遥相呼应，却又咫尺天涯。生与死是人类生命中的两个最大的谜，似乎无人能解开。

“每个人的生命体验都不一样，它的厚度密度都不一样。哪怕很年轻的人，也可能经历过我们不曾经历的痛苦往事。”在咖啡馆内的一名员工看来，咖啡只是让陌生人接触殡葬这一行业的介质，他们更多地将咖啡馆看作一家“生命体验店”，“通过探讨生命与死亡，对人生有更多尊重，对死亡多一分释然。同时，对平时甚少接触的殡葬行业多一些了解，在与生命告别时，给予更多的体面”。