

# 中高齡者學習上網之教材研究--以部落格為例

陳高生

私立嶺東科技大學流行設計研究所助理教授

李相穎

私立嶺東科技大學流行設計研究所碩士研究生

**muse.lee58@yahoo.com.tw**

## 摘要

台灣高齡化的步調速度極快，加上人口呈現負成長的影響，產業經濟結構、社會福利制度等機制，也面臨調整與轉化，高齡化社會的研究議題，亦漸漸被重視。本研究之初期研究，以訪談長青學苑（樂齡大學）電腦課講師之意見調查，從長青學苑電腦課講師的教材製作角度，作為部落格建置修改依據，以符合中高齡者初學上網之需求；

此部落格教材內容，係針對與中高齡者相關之生活資訊，如衣食住行育樂等，加以統合整理歸建於部落格中，同時藉雅虎部落格的「分享」功能，讓參與學習電腦課程之中高齡者，於學習上網中，從而也能建立屬於自己的社交網絡；除了提升生活品質之外，同時滿足同群組的依附歸屬感，與增加社會參與力，讓中高齡者在心理需求層面之社交需求得以滿足；而此也是馬斯洛需求層次理論之社交需求的要義。

本研究之接續計畫，針對中高齡學員個別訪談，分為兩個研究階段：（一）訪談對電腦學習課程有興趣之中高齡者，對此部落格教材的需求性與對電腦課程之期待性；（二）調查以此部落格為教材之電腦上網課程結束後，對學習前後之生活質感差異評比，以及對未來生活之期望，填寫問卷，集結加以評估與討論。期以後續之研究結果，能提供產官學往後發展樂齡產業與振興銀髮經濟之參考。

關鍵字：樂齡族、部落格、社會參與力、社交需求、樂齡產業、銀髮經濟

## 一．前言

台灣人口高齡化，加上少子化的影響，加速了人口負成長的衝擊。預防醫學雜誌 2008 年的研究指出，

參與社會活動，並常保學習與愉快心境的銀髮長者，健康時間相對長，醫療照顧使用，也相對少。而德國北萊茵-西伐利亞邦 (North Rhine-Westfalia, NRW 政府)於 2000 年一項研究計畫發現，加強銀髮族的「社會參與力」，能有效的延長老人健康壽命及加強其經濟力，對於社會經濟效益而言，更有實質效果。

本研究就台灣社會中高齡人口中，有社會參與力及學習意願高的群族，年齡層在 55 歲到 75 歲之中高齡者，作為研究對象，初期並以長青學苑電腦課之講師問卷調查表所呈現的建議，作為前期研究計畫，統整多元的網路生活資訊，連結修改部落格，作為長青學苑（樂齡大學）電腦課程教材之用；同時並參酌有學習電腦課程興趣之中高齡者之需求與期待性，期能帶給銀髮族更有系統、更有趣的網際網路學習，以滿足中高齡者的生活需求，此功能如同是在僅有「報紙」提供新聞來源的時代，幫中高齡者提供「讀報」一般的友善關懷功能。目前本研究所建置之「LOHAS 樂齡族部落格」，依據前期問卷之調查建議修改逐次逐步修改之後，經網路網友點閱之每週統計結果，「累計人數」每週均有 700~900 人次的穩定成長，截至 2012 年 5 月 31 日為止累計至 39,100 人次以上，據此亦可評估此部落格受穩定網際網路族群的網友肯定；此外此部落格，並以著力「銀色經濟」的目標之一環，讓中高齡者，得以透過學習網際網路，能更健全生活與社交型態，並在馬斯洛需求層次理論中之社交需求層面，在同群族依附歸屬社交需求得到滿足，讓樂齡休閒生涯能更樂得其所。

## 二．研究動機與研究目的

### （一）研究動機

依經建會最新的人口推估，台灣在 2017 年將成為高齡社會，2025 年進入超高齡社會；顯示出，台灣從高齡化社會進入高齡社會只用了 25 年的時間，再過 8 年就又進階到超高齡社會，與日本相當，但比歐洲低生育率國家如德國、法國、英國都短，顯示台灣老化程度之快速。在現有大型經濟體中，老化程度最高的是日本，2005 年時進入超高齡社會，2010 年老年人口比率已達 23%，其次是德國的 20%，全球最大經濟體的美國亦有 13%；亞洲四小龍中，香港老人比率最高，為 13%，新加坡最年輕，只有 9%，南韓則為 11%，略高於台灣的 10.74%。

根據鄰國日本在 2006 年貿易振興會(JETRO)提出「日本首波二次大戰嬰兒潮退休之利益」(Capitalizing on Retirement of Japan's First Baby-Boomers)報告，分析戰後嬰兒潮出生的日本人自 2007 年起陸續退休，係指

1947 至 1949 年出生之第 1 世代嬰兒潮日本人，將於 2007 年起陸續達到 60 歲的強制退休年齡，引爆大量人員同時退休問題。

依中華民國內政部人口統計，至 2007 年 3 月台灣 55 至 59 歲人口 125 萬餘人，50 至 54 歲人口 165 萬餘人，未來 10 年約有 290 萬人將達勞基法法定(或強制)退休年齡。高齡人口對於居家安全舒適、醫療照護、旅遊等需求增加(經建會綜計處.2007.6.8)。

對政府經濟而言，投注在銀髮族的經費，往往不是回收投資報酬率的最佳選擇，但作為銀髮族未來新生活模式與銀髮資源的利用，導向趨為更積極與正向，則確有其價值性及必要性。高齡化議題的因應策略，除了傳統的鼓勵消費之外，在於以創新的服務方式、減少政府與社會的財政負擔、提升銀髮族生活品質等方式，更待結合「銀髮族的社會參與」和「具生產力的老化」新思維；但如何針對銀髮資源利用，能有更積極的作為與方式，也就是台灣未來面對高齡化社會的重要課題。

根據老年社會學的研究顯示：

1、無論族群、階級、性別關係或生理、心理、社會的特質，老人的個別異質性將逐漸明顯，因此無法將所有 65 歲以上的人，視為一個同質性的群體。

2、未來因經濟、文化和社會資本累積結果之差異，將使老人，更有能力照顧自己。

3、當代公民權的主張與運用，改變了現代國家福利的理論基礎，在老人年金與社會保險政策上，更強調個人責任和民間機構的服務周全性。

4、科學與科技的進步，特別在生物醫學和資訊科技的發展，將對生命的「自然界限」或「預設極限」造成新的挑戰。（<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1005040105859>）

因此，未來中高齡者的生活將愈來愈豐富、多樣、歧異和複雜。根據人口統計學推估，2050 年全球 65 至 84 歲人口將由現在的 4 億增加到 13 億，85 歲以上人口從 2,600 萬增至 17,500 萬，100 歲以上人口從 13,500 增至 220 萬人。高齡者並非「殘餘類屬」群族，從前以疾病、失能、照顧、死亡為參照點，所建構的老人

世界，將被「高齡（樂齡）文化」或「新生活風格」所取代。換言之，健康壽命的延長，所帶來的應是開創另一種生涯規劃的可能性，而非社會問題；並且經過人口統計學的推估，中高齡者所佔總人口數的日益提升，所面臨與待解決的問題，不僅攸關人口品質、工作經驗傳承與國家競爭力的意涵，政府相關單位，必須及早嚴正因應以對。

基於以上原由，在發達的網際網路無國界世代的現今，引發本研究，針對學習電腦課程有興趣的中高齡者，建置更方便、生動、豐富而有系統的學習教材的動機，以提供中高齡者學習電腦課時之使用介面，同時能提升中高齡者的學習興趣及社交群組建立。

## （二） 研究目的

台灣的社會與經濟結構，與日本有相當的相似程度；因應這波龐大的退休潮襲擊，美國、日本、歐洲等國家已經從「延後法定退休年齡」「縮減退休給付」「開發銀髮族勞動人口」著手，延緩退休潮對政府財政負擔、經濟發展的衝擊。(郭建良,2008)

在人口統計上，65 歲以上者一直被列為不事生產、被扶養的依賴人口，有關機構似也不斷提醒，老年人口增多將是社會未來沉重負擔，也因此高齡族群往往被視為社會與經濟問題之一。然而，就本研究前文所述，唯有逐步改善總體勞動市場的實質效率，以及增進資本市場的有效運作，並透過多樣化的學習，以求增加人們一生貢獻邊際價值的發揮，才能符合並活化現代實際經濟體的運作情形。

有鑑於此，本研究的目的，針對戰後嬰兒潮世代，作為研究與設計的服務對象，也就是對有較佳的社交動力、樂意關心他人、參與社會活動以及樂於學習成長的中高齡者，建構一個可以互動、提供食衣住行育樂等新訊息，以及政府各級單位等的入口網站之超連結的網路平台介面教材（部落格），以簡潔、便利、易操作的點選方式，即可進入所欲檢索的網頁與網站，此功能就如同在只有報紙提供新聞的時代，代為幫中高齡者「讀報」一般的友善功能，以減低中高齡者對初學上網的陌生感與提升學習之趣味性。而根據工研院在 2011 年針對兩岸 2400 位 50 歲以上的年齡層，進行「消費行為調查」後發現，兩岸的銀髮族越來越「科技化」，都酷愛使用手機和電腦。其中大陸老人使用手機時間多，而台灣則比較喜歡上網。其中，台灣銀髮族每天都要花 1.2 個小時使用電腦上網；中國大陸的長者則每天要花 1.3 個小時講電話，是台灣的兩

倍。(http://tw.news.yahoo.com/中廣新聞網,2011)

(http://www.itri.org.tw/chi/news/detail.asp?RootNodeId=060&NodeId=061&NewsID=544,工業技術研究院,新聞資料庫,2011)

據此，亦加強本研究目的之貢獻性，也就是本研究所統整的網路資訊，以更有系統、條理、趣味等，建置修改的部落格教材，提供給所謂戰後嬰兒潮世代之中高齡者使用，以提供中高齡者，沒有界線的網路學習與社交分享活動，藉此，除了提升中高齡者生活品質，更進一步結合中高齡的「社會參與」和「具生產力的老化」新思維，針對銀髮資源利用，創造更積極的作為與方式，盡一份心力；如此，才能讓中高齡者，透過多樣化的學習，在講求實質效益的資本市場，有能力參與有效運作，有機會延後或延長退休年齡的可能性；因此，增加中高齡者一生貢獻邊際價值的再發揮與再提昇，也才得以符合具備參與現代實際經濟體的運作能力(郭建良,2008)。因此建構「銀髮經濟」，活化銀髮資源，「學習」是相當備受重視的一環，這也是本研究所一再極力講求的研究目的之所在。

### 三．文獻探討

#### (一) 老年化人口的定義

1. 根據聯合國的定義，65 歲以上為老年人口，該人口占總人口比率超過 7%時，進入高齡化社會；超過 14%時，即為高齡社會；再上升到 20%時，則為超高齡社會。
2. 在人口統計學上，人生分為三個時期，15 歲以下與 65 歲以上，被列為不事生產之經濟依賴人口，16 歲以上到 64 歲以下為經濟勞動人口，因此 65 歲以上被定義為被扶養的老年人口。
3. 以台灣現行法令的定義，公務人員退休以 65 歲為基準，老年人福利法中，定義 65 歲以上為老年人。

#### (二) 中高齡者之定義

依聯合國的定義，45~65 歲之人口，稱為中老年人；依中華民國就業服務法第二條第一項第四款規定：「中高齡者是指年滿 45 歲至 65 歲之國民」。根據內政部「戶口普查統計分類」，以 45~55 歲為中年，55~65 為高年，65 歲以上為老年。(李良哲,1997)(林文鴻,1989)

#### (三) 部落格定義

1. 部落格最初的名稱是 Weblog，由 web 和 log 兩個單字合成，按字面意思就是網路日記，後來喜歡新名詞的人就把發音故意改了一下，讀成 we blog，因此，blog 這個詞被創造出來。中文意思即網誌或網路日誌

在台灣，則音譯成「部落格」或「網誌」，書寫者為「部落客」，Blog 本身有社群群組的意含在內，藉由 Blog 可以將網路上網友集結成一個大部落，成為另一個具有影響力的自由媒體。(羅中岳,2007)

許多「部落客」評論特定的議題或新聞，其他也有作為個人日記。典型的部落格則結合了文字、影像、或與其他部落格及網站、與主題相關的媒體的超連結。能夠讓網站上的網友以互動的方式留下意見，是部落格的存在重要要素。但大部分的部落格內容以文字為主，其他也有以藝術、攝影、影像、音樂等各種主題。

#### 1. 來源

在網誌流行前網路虛擬社群透過許多方式，包括 Usenet 及線上商業服務，例如 GEnie、BiX、早期的 CompuServe、郵件列表、BBS 和聊天室。以及 90 年代的網路論壇軟體，例如 WebEx 等來交流訊息。

現代部落格是線上日記演化而成的，在線上日記中可記錄個人的生活和圖片。1994 年，當 Justin Hall 還在斯沃斯摩爾學院 (Swarthmore College) 就讀的時候，就開始編寫個人博客。目前普遍上認為他是最早的部落格作者之一(Harmanci,Reyhan, 2005)。早期的部落格只是通過手動更新的一般性日誌，經過介面的改進，沒有專門技術的人，也可以編寫部落格，用以製作和張貼的文章，時至今日各階層的人都可以編寫自己的部落格。(維基百科, <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%8D%9A%E5%AE%A2>)

據此，本研究藉由雅虎部落格的便利性、格式化之網誌型態，針對中高齡者相關之生活資訊，以日誌敘事、連結網頁、引用與轉載方式，分門別類載文於部落格裡，涵蓋有食衣住行育樂等方面的網路資訊，俱有如幫中高齡者「讀報功能」，除了減少初學者對網路資訊的陌生感與方便中高齡者學習上網檢索資料，另外一方面也藉雅虎部落格之「資訊分享功能」，學習如何將喜愛的資料，分享到 Face Book(臉書)、Plurk(噗浪網)和即時通等，學習如何建立分享社交網絡之功能，讓中高齡者在同群族社交活動中，藉由學習中建立的互信，所發展出來的互相的交流與互動中，建立共同之話題；並藉以組成同質性與相近年齡層之社交群族，更加鞏固社交需求面的互相依存關聯網。

#### (四) 銀髮經濟 (銀色經濟)

德國北萊茵-西伐利亞 (North Rhine-Westfalia, NRW) 政府，在 2000 年率先提出「銀髮經濟」或稱為

「銀色經濟 (Silver Economy)」的概念；其中，銀髮經濟係指，將銀髮族生活需求、財富、技能與健康，與社會做最佳連結，並透過打造高齡健全生活環境，讓高齡者樂得其所，藉此可減少政府高齡化社會福利總支出，並啟動經濟成長的新動力 (郭建良，2008)。

德國 NRW 結合學術研究機構建立推動辦公室，統整相關資源，在聚焦多元主軸下，進行嘗試與發展，主要案例包括：

- 1、結合歐洲十多個地方政府，共組 SEN@ER 聯盟，進行新知共享、模式交流，並擴大研發成果的影響力。
- 2、配合 NRW 各城市特性與城市再造需求，透過產學合作與補助等方式，針對住屋、文化教育、社會參與、醫療照護等議題進行最佳實務的專案發展與評選。
- 3、由研究機構 (如 Institut Arbeit und Technik) 聚焦醫療創新模式與解決方案的整體輸出，並在亞洲有初步成果。
- 4、配合世界衛生組織 (WHO) 的高齡友善城市 (Age Friendly Cities) 的示範性專案補助，改善魯爾區 (Rhur) 的基礎建設之人因友善通用性設計。

進一步深入研究中發現，德國 NRW 發展銀髮經濟的作法，有幾項至為有效之特性：

- 1、NRW 從改善高齡 (或整體) 生活品質與促進經濟發展做為立足點，而非採取傳統上社會福利思維與銀髮消費分立的作法，也就是有效的發揮「具生產力之老化」。
- 2、NRW 更積極的連結社會福利、產業高齡人力加以應用，與地方基礎建設，建立對經濟與社會兼具正面成長影響的模式與作法，以實際落實活化「高齡人力」，徹底改觀高齡僅僅是倚賴及無生產力之人口。
- 3、NRW 在中央法規有力之法源支援下，由各地建立自我的作法或專案，而非採用多數國家從下而上、從點與面的模式進行試行和發展，「因地制宜」、「因勢利導」，由各地區自行發展最有利、最有效之施行辦法。
- 4、在銀髮產業發展上，NRW 積極納入系統化的服務與產品輸出概念，包括系統化建立常態性管道與平台做服務輸出 (郭建良.2008)。簡言之，也就是作「KNOW HOW」的成功服務模式輸出。

從德國 NRW，整合資源改善銀髮友善城區 (魯爾區)，讓外資能看到商機，提高投資意願，發揮最實質的經濟效應，此成功的城市再造，將銀髮族生活需求、財富、技能與健康，與社會做最佳連結，並透過打造高齡健全生活環境，讓高齡者生活安適之實例探討，足以作為台灣高齡化社會的借鏡，不僅能減緩競爭弱化的衝擊，並得以提昇「銀髮經濟」的效益，作一參考典範。足見「銀色經濟」並非口號，或僅是流於理想化的紙上學術研究，而是經過縝密試驗後，證實可針對解決社會經濟方案之可行新模式。

尤其在改造友善高齡城市中著手，對銀髮族的生活、財富、技能、健康、休閒等各層面的心理需求因素，與社會經濟做最有效的連結，讓中高齡者有更健全的生活環境與舒適感提昇，由此便能有效減緩社會與醫療負擔，並衍生出更有價值的經濟效益與經驗技能的傳承，光就這個層面所創造的經濟價值，實難以帳面數字加以估計衡量。

本研究設計之部落格教材，以著力「銀色經濟」為目標之一環，讓中高齡者，得以透過學習網際網路，能更健全生活與社交型態，並在馬斯洛需求心理層面的同群族依附歸屬需求得到滿足，讓中高齡休閒生涯能更樂得其所。除此之外，促進中高齡者的社會參與力與活化中高齡資源的再提昇與再利用，對社會經濟與醫療設備的負擔減輕，都有實質而長遠的強化利益。

#### **(五) 馬斯洛需求層次理論之社交需求**

由美國猶太裔人本主義心理學家亞伯拉罕·馬斯洛 (Abraham Maslow) 提出，是研究組織激勵 (motivation) 時應用最廣泛的理論。需求層次理論是解釋人格及動機的重要理論。其提出個體成長的內在動力是動機，是由多種不同層次與性質的需求所組成的，而各種需求間有高低層次與順序之分，每個層次的需求與滿足的程度，將決定個體的人格發展境界。需求層次理論將人的需求劃分為六個層次，分別為生理需求 (身體基本需求)、安全需求、社交需求 (依附歸屬需求、社會關係需求)、尊重需求 (社會認同需求)、自我實現需求、超自我實現需求，由低到高，並分別提出激勵措施 (Denhardt, Robert B)。人類的需要是以層次的形式出現的，由低階的需要開始，逐級向上發展到高階層次的需要。當一組需要得到滿足時，這組需要就不再成為激勵因素了 (宋學軍, 2006)。

而中高齡者，對社交需求 (社會關係、依附歸屬需求) 階段以上的需要，有依附歸屬心理需求之必要因素，歸屬感存在於具有互動相處模式之環境，而且能夠自由表達個人意見，或是接受他人善意的回應 (Deci & Ryan, 2000, 江瑞菁, 2011 譯)，這也就是中高齡者社會參與力的動能，並得以證實自我存在價值之所在。(江政益, 2010)

本研究建置修改之部落格教材，除了趣味化、簡易化中高齡者學習上網、檢索資料、上傳資料之外，「分享」是最直接的社交型態模式，既可建立與他人的互動相處，並從表達個人意見與他人的回應當中，建立交流式的互動，且在以強調學習為過程的互動中，自然而然建立「可互信」的社交網絡，有互為依存

的歸屬感，讓中高齡者在社交需求方面得到滿足與被需求之存在感。在整個學習過程中，逐步的提升與豐富個人的知識、常識之多樣化，更能對社會參與與社會關懷，乃至到個人的身心狀況注意力移轉，有實質的改善，就如預防醫學雜誌 2008 年的研究指出，經長多參與社會活動，並常保學習與愉快心境的銀髮長者，健康時間相對長，醫療照顧使用，也相對少；這也是心理影響生理，生理促進心理，很好的應證。

#### 四·研究對象

高齡族並非「殘餘類屬」族群，以前疾病、失能、照顧、死亡為參照點所建構的老人世界，將被「銀髮文化」或「銀髮生活新風格」所取代。平均健康壽命的延長，所帶來的是開創另一種生涯規劃的可能性，而非社會問題。在生活品質、醫療水準提升下，即使從職場退休，其實還很健康，疾病、失能並不一定會隨著年齡的增加而立即呈現，拜現代先進之醫學所賜，即有可能是壓縮在生命的最後階段。依據世界衛生組織(WHO)2004 年推估，長期照顧的潛在需求約 7 年到 9 年之久；以台灣國民為例，一生中平均需要 7.3 年的長期照顧，在台灣老年人需要醫療照顧的年齡平均約在 70 歲左右，但醫學的進步讓疾病轉型成為慢性病，使平均壽命延長，然而若能進一步讓老年人醫療照顧的年齡，往後遞延，讓長期醫療照顧的時間從 7.3 年縮短為 5 年，則醫療費用將降低 3 成，不僅財務負擔獲得有效控制，社會與經濟價值亦更相形提昇(李世昌,2007)。

預防醫學雜誌 2008 年的一項研究指出，社交能力愈好的老年人，身心機能均比同年齡的人來得健康，能關心他人、參與社會或是學習成長的老年人，致病、致殘疾病產生的時間也較其他人來得慢；這證實了，經常外出參與社會活動、關懷他人，並且常保學習與愉快的心境的中高齡者，活得健康的時間較長，醫療與照顧的使用也相對少。

德國 NRW 於 2000 年開始的「銀髮經濟」研究計畫也發現，加強銀髮族的「社會參與力」，能夠有效的延長老人健康壽命，而且「社會參與力」愈強的銀髮族，經濟力也愈強，相對於經濟的效益比政府投入大筆資金發展「銀髮產業」或是「促進消費」「促進經濟發展」還要來得更有實質效益。

(<http://blog.yam.com/carefamily87/article/20079633>,林金立,2009)

綜合以上的分析與成功實例的借鏡，得知中高齡者的身心靈照護與關懷，能進一步與現代網際網路的學習及接軌，有其與時代進步與生理、心理層面，密切而不可分的關係(邱永標,2010)(蔡琰、臧國仁,2008)(林恆毅、葉坤成,2004)。

有鑑於此，本研究計畫之對象：

- 1· 針對樂於學習電腦上網課程之延長教育中心的中高齡學員。(如長青學苑、樂齡大學等)
- 2· 電腦課程中，以部落格為教材為學習項目之一的中高齡學員。
- 3· 年齡設定範圍在 55~75 歲之間的中高齡者。

## 五· 部落格教材建置重點

本研究以統合並系統化網路資訊，彙整連結到可方便互動的部落格，以下為以銀髮族通用便利性為考量的修改建置要點：

- (一) 以擴大中高齡者的生活活動範圍為出發，網際網路的無遠弗屆，可以有效的擴大銀髮族的活動領域，對身心都有不同層次的提升與成長，也是另一種方式的「大範圍生活區域」。
- (二) 中高齡者與一般年齡的民眾一樣，對資訊的需求，也講究知識性、豐富性、多元性、趣味性、實用性、時尚感等標準；因此，部落格佈建內容，就更要有相當程度的篩選。
- (三) 考慮中高齡者之體力和眼力各方面，可能會有某些程度的退化；因此，版面設計、版面排列、字型放大、背景與字體顏色融合性，甚至字體與背景顏色的對比反差效果，都要盡量避免造成視力疲勞，兼俱友善、人性化、通用化、便利化的頁面設計考量。
- (四) 中高齡者對太時新、太前衛、太衝突性的資訊，接受程度可能會比較排斥，但對於品牌忠誠度相對高，對懷舊的人、事、物較有感情；因此，各種領域的資訊完備性，包括連影音檔的選擇，也都要有友善中高齡者之設計的隱涵考量。

本部落格教材修改建置，分門別類的大主題方向為食、衣、住、行、育、樂、知識性和社交性以及美學等資訊，做歸類建置，且部份網頁、網站、資訊等，為了避免侵權等顧慮，則以「超連結」方式呈現，以下針對建置細節與各分類，作一詳盡解說：

- (一) 針對與中高齡者相關議題的資訊，加以統整，依不同屬性歸納分類建置在部落格的「分類文章」、「自訂欄位」中。
- (二) 部落格中「文章分類」中分屬食、衣、住、行、育、樂，分別以「橘色善念」「聰明美食」、「安居」「大腳行旅」、「學學而」、「優音樂人」、「衣Q、美學」、「保養健身」、「大方貽笑」、「唱歌學英文」、「Hold 得住你」、「聽見布袋戲」、「Fun 輕鬆」、「閑情迷山水」、「心寧琉璃」、「新鮮時事」等較為有趣味性，且貼近辭意的用語，加以代替。

(三) 以 HTML 語法與超連結等方式，將更多元而豐富的影音網頁、網站，連結到本部落格，以求豐富部落格的內涵，讓中高齡者學員點選觀看時，增加趣味，也更提升學習意願及點閱學習率，如此，才不失部落格的建置價值性。

(四) 在「自訂欄位」中的「社會福利」，將全台灣從中央到各級地方政府的社會局（處），屬於中高齡者的各項社福措施、優惠措施、各項敬老補助等，以及內政部與各級地方政府的「社會關懷」，「社會福利」以及老人之家等安置單位所在，逐一逐筆的連結到部落格中，以方便其檢索、查詢。

(五) 部落格教材中，另還建置有「醫療保健」、「優音樂揚」、「投資理財」、「終身學習」、等欄位，力求版面能更明確、更多樣化，以滿足中高齡者的搜尋需求。「醫療保健」是有關醫療常識方面的常識；「優音樂揚」連結音樂、電台等；「投資理財」連結了鉅亨網、奇摩股市、來勝理財網等，能更方便連結財經資訊等之網頁欄位；「終身學習」則連結了分屬台北、台中、高雄各地之長青學苑、社區大學及國立空中大學等延長學習推廣中心。

(六) 部落格教材的「版面設定」，務求格式平衡，版面的顏色配置、圖案務求柔和，背景顏色要看起來舒服、協調、無壓迫感，字體顏色務求清晰且突出，版面首頁之資料字體，全文複製到 WORD 放大、加粗體之後，再複製貼回部落格首頁。此外，代用詞盡量趣味易懂，在可以設想的範圍，根據長青大學(樂齡大學與各學習中心)教導講師與中高齡受訪者之建議，盡量講求讓中高齡學員檢索便利與需求性為原則。

LOHAS 樂齡族部落格網址：<http://tw.myblog.yahoo.com/lohas999/>

## 六·研究方法

本研究部落格建置的主旨，是在於建構中高齡者學習上網的教材介面，因此在設計建置修改產出方面，研究計畫分為初期、中期、後期，詳述如列：

(一) 初期：

1· 為求廣泛採納多方意見，擴大訪談對象，包括樂齡大學、長青學苑、社區大學、國立空中大學等推廣延長教育之講師，就「樂齡族 LOHAS 部落格」之建議作建構之要項，以訪談調查問卷表作為修正以及補強之依據，期能在建置產出的初期，從以上從事中高齡者教育者的立場，以及針對中高齡者之學習製作教材的角度，作為建置修改部落格教材之依據，以期能更貼近中高齡者之需求與期待。

以下就回收之十份調查問卷，綜合意見如下：表 1.樂齡大學等講師對部落格之建置意見表

部落格頁面字體與底頁顏色，看起來柔和協調嗎？	九成以上肯定
部落格頁面的格式配置、空間及欄位，平衡合宜嗎？	九成以上肯定
最喜歡哪一個「欄位」(各主要分類欄位)？	優音樂人 大腳行旅 保養健身 文章分類
喜歡部落格裡挑選的音樂嗎？請問是哪一類型？	優音樂人 心寧琉璃 唱歌學英文
喜歡部落格裡「分類文章」欄篩選過的新聞分類「新鮮時事」嗎？	八成以上肯定
覺得部落格裡，「文章分類」歸納的類別名稱容易懂嗎？	八成以上肯定
其他建議	字體放大（佔最多建議事項）
請問點閱各欄位看文章，操作起來容易嗎？	七成以上肯定
請問部落格裡，有需要增加哪一類型的文章或連結嗎？	法律 終身學習
請問您知道，奇摩的部落格，有一項功能就是，可以分享到別的網站嗎？	受訪者全數知道
請問是否願意，在教導樂齡族上網時，以這個部落格，作為上課的範本教材？	九成五以上願意（除了電腦設備未完成）

製作者為本文研究生

針對「中高齡者生活與社交型態訪談－針對部落格教材建置建議初問卷」，對象之中高齡者，做需求建議訪談，作出之表 2 如下：

受訪年齡	介於 55~75 歲之間
學習網際網路幾年	有初學者，亦有 2~3 年以上者
未學習前之休閒生活與社交型態	聊天、看電視、但社交範圍較受限制
學習上網之動機與對生活之影響	可以和遠方之親友互動、結交新朋友、學新知
對部落格之認知與建置需求項目建議	所知有限，很想學但沒信心自行建置、資料字體請放大，看起來方便，各類網路新聞都有興趣
其他	對行動暫時不便之銀髮族，可否提供到宅教學？

製作者為本文研究生

根據回收的問卷調查，逐步將部落格中之各類資料，做補強與修改，並在貼文時特意放大字體並加粗體之後，再複製貼回部落格頁面，體恤中高齡者有視力退化之虞，以符合友善中高齡者之閱讀便利。

(二) 中期：

將部落格落實作為樂齡大學、長青學苑等推廣延長教育之電腦課程教材之一，或是在宅自學者之簡易教材；讓中高齡學員，以邊學邊實地操作建置部落格，逐次逐步的在學習之中，漸漸建立社交網絡，及豐富生活之多采多樣化。

(三) 後期：

於電腦課程結束後，請參與以「LOHAS 樂齡族部落格」為學習教材之中高齡學員，配合深度訪談調查，藉以評估「學習後之心得調查」，評估諸如：操作難易程度、部落格分類理解程度、版面排列、字體大小等評量，並藉以評估修改及補強項目，以及後續之習慣點閱問題（點閱本部落格之習慣養成）。換言之，評估本研究建置修改後之部落格有多大之存續問題，及中高齡者學習意願與學員本身對建置部落格之能力評估，並加以評估學習前後，對社交與生活型態之落差評比等等；也就是以部落格學習成效，藉以評估學習上網前後，對社交需求滿足成效與同族群互動溝通有否改善，以及學習上網之後，對未來生涯規劃，是否有相較於以往（未學習前）之差異性，以及對未來幸福生活，有感程度之展望與期待，也就是在網路世界的無界線與未來之潛在期待性，對中高齡學習者會發揮多大的預期心理？！這些都是非常具價值的研究議題。以下為學習後之中高齡者，就其學習過程中與學習結束後之初步心得，作出表 3 條列之：

<b>受訪者年齡</b>	介於 55~75 歲之間
<b>有習慣點閱部落格教材看資料嗎？ 最喜歡哪一類新聞或資料？</b>	在上課之後，漸漸會知道如何點進部落格看新聞和資料。對「保養健身」、「聰明美食」、「優音樂人」佔被歡迎的前三名
<b>藉由部落格中資料或新聞之「分享」，對社交關係的發展有助益嗎？</b>	會，跟同學、親朋好友的話題變多，也跟最新的話題新聞，比較能掌握。
<b>透過此次學習上網之課程之後，有信心自行建置個人部落格嗎？或以後更熟捻之後呢？</b>	會試試看，但還是沒信心，希望在下次課程中，能有機會進一步學習自己建置
<b>每天上網時數？對哪類新聞較感興趣？</b>	平均 2~3 個鐘頭，比較喜歡健康與旅遊相關的
<b>學會上網之後，對生活休閒與未來之規劃展望</b>	希望可以盡快學得更熟一點，可以跟遠方的親友上網聊天、視訊都好，也可以學到更多常識、知識，或許可以有再造職涯第二春的可能性

製作者為本文研究生

## 七· 結論與未來研究建議

根據工研院服務科技中心對台灣地區銀髮族所做的需求調查顯示，銀髮族的三大需求分別是：銀髮關護、休閒娛樂、銀髮尊嚴，

([http://tw.myblog.yahoo.com/jw!SGWhiWOYFQPwB6\\_QunQxdyn8/article?mid=6001,2007](http://tw.myblog.yahoo.com/jw!SGWhiWOYFQPwB6_QunQxdyn8/article?mid=6001,2007),創市際市場研究)；

「體現銀髮生活舒適未來性」，就顯得刻不容緩：本研究設計，主旨就是在提供改善豐富生活型態的建構成因之一。還有，要跳脫傳統認為高齡者都需要照顧的思維，從生命中「健康」到需要「被照顧」的過程來思考，建立「中高齡長者自己決定想過的生活」之中，透過「學習」將是非常重要的一環，無論是生活新形態或者進入高齡生活之社交需求，在本研究前文皆已引用諸多理論依據、文獻探討闡述之，台灣高齡化的步調速度極快，加上人口即將呈現負成長的影響，產業經濟結構、社會福利制度等機制，也將面臨調整與轉化，高齡化社會的研究議題，亦漸漸被重視。「銀髮經濟」的實施，更有德國 NRW 的成功典範可供借鏡，本研究教材建置之首要目的，即是在以提高中高齡者之學習意願與便捷性之通用設計（部落格教材）為主，重心著力在改善社會與經濟衝擊，讓「學習」的實效性，藉現代科技之網際網路，讓中高齡生活型態與社交之依附歸屬需求，跟上時代潮流作緊密結合。

在參閱同質性之研究論文，如下：

(一) 羅中岳,以社交生活型態為基礎之中高齡者部落格介面設計研究,2007。

研究設計以獨立特定設計部落格介面，作為固定高齡對象之實驗研究，立意與實驗性質，均具參考價值，唯最大缺失，是無法流通於網際網路，社交範圍相對受限頗大。

(二) e 化社交網路平台對機構銀髮族之影響,江政益,2010。

以近期非常受歡迎之社群網站 Facebook，為研究重點，對機構銀髮族之社交依附動機與沉浸經驗，多有著墨，並使用憂鬱與寂寞量表，來衡量使用 e 化網路社交平台，對特定機構住民之銀髮族帶來之影響。然研究亦偏重對銀髮長者與某特定對象社交需求的著墨。

以上兩篇著作，有非常之多的學術參考價值，但針對研究過程中，經統合彙整之通用性介面，若能同時在生活型態的提升以及社交需求的滿足兼而並之，且若能善用網際網路之無界限，藉學習之互信功能，將社交網路更為擴大，則將更為完備。

以下為本研究提出雅虎部落格兼俱之優點與特點：

(一) 無需下載繁複或特殊軟體。

- (二) 截至目前為止，雅虎部落格無須付費。
- (三) 容量無受限。
- (四) 不受時間、場地限制，只要可以上網，並且有上網的工具，如筆電、手機、平板電腦、桌上點腦等，均可以點閱進入瀏覽。
- (五) 部落格可以兼具閱讀、分享、撰文、欣賞影音、圖檔等功能，在同群族社交中，更有分享話題。
- (六) 部落格有儲存有用資料、時事等之極為有利之功能，一經儲存，借用網站的儲存空間，沒有爆檔之虞。
- (七) 藉由網際網路之無遠弗屆，得以擴大中高齡者之大生活圈訴求。

但部落格亦有難以克服即有待加強之處：

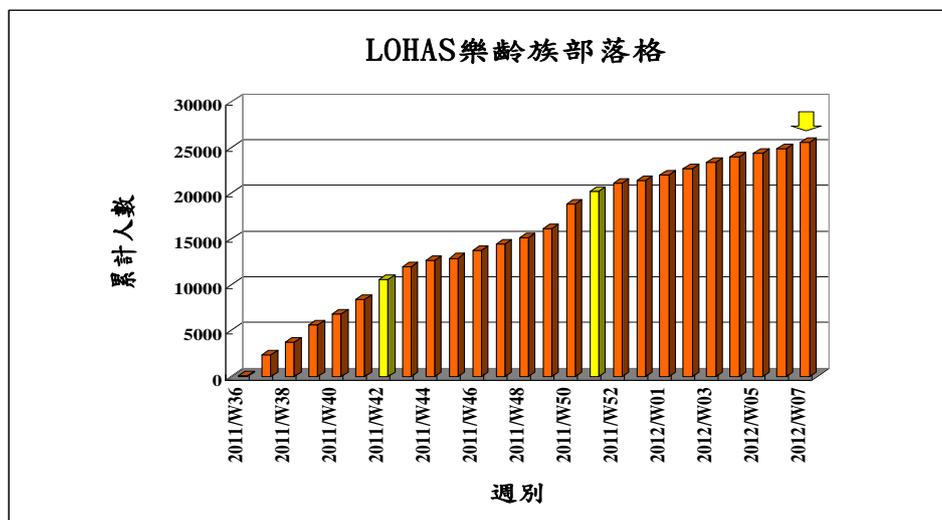
- (一) 各「自訂欄位」內之字體太小，顏色不夠凸顯，增加中高齡者閱讀困難。

(貼文必須自行將原文複製到 word 之後，將字型放大再複製轉貼回部落格首頁中)

- (二) 版型、版面設定，過於制式化，選項不夠。
- (三) 雅虎網站限定且封鎖某些圖檔、影音檔，增加上傳資料之困難度。

當然，以上幾項缺點，若鑽研特殊 HTML 語法，應可克服，但對不是電腦專業人員或資訊相關科技專才者，恐難以順利引用轉載文章，更遑論艱深之特殊語法或付費下載之軟體；單就目前針對雅虎部落格之簡易性與通用性，中高齡者若經過電腦課程學習之後，逐步漸次由淺入深進階建置，對中高齡者會是一項很實用之網路日誌，本研究建置修改之部落格，由 2011/08~2012/5，經過不斷的測試、修改、蒐集分類資料，彙整週統計圖如下：

附圖一 部落格週統計圖



截至 2012/5/31 為止，累計人數已達 39,100 人次點閱，平均每週有 700~900 人次成長，整理發表文章 1,678 篇，據此，可預期評估此部落格受穩定族群的網友肯定（本身是中高齡者或關心中高齡長者之網友）；此外讓中高齡者，藉本部落格教材的「讀報」友善功能，得以較容易的透過學習網際網路，更健全生活與社交型態，並在馬斯洛需求層次理論中之社交需求，當中心理層面之同群族依附歸屬需求得到滿足，並能讓中高齡者休閒生活能更樂得其所，有機會讓中高齡者藉網際網路的介面得以延伸，使自己的職涯經驗有傳承的機會，將使中高齡者的存在價值有更高的發揮功能，不僅是近期政府推動「有生產力的老化」的精隨所在，這也是本研究設計所著重的研究重心與研究目的所在。

唯未盡之處，所在多有，希望以此部落格教材研究建置為拋磚引玉，持續對中高齡者之友善關懷與研究，在本研究每個階段之產出成果，及後期計畫之學習成果評估調查表(生活與社交型態之落差評比訪談)及研究成果評估報告，期望能給以後專業網頁設計師或對產官學發展樂齡產業有實質貢獻，是本研究對中高齡者最衷心的友善關懷與期許。

## 參考文獻

### 中文：

- 宋學軍(2006), 一次讀完 28 本管理學經典。台北：海鷗。
- 江瑞菁(2011),自我決定數位學習環境的環境要素之初探,*人文暨社會科學期刊*,7,2,67~75.
- 郭建良(2008),*趨勢與新知 Smile Newsletter*,打造促進銀色生產力奇蹟政策的可行性研究計畫,經濟部技術處分項未出版報告,22,9.
- 李良哲(1997),國內中年人關心的生活課題之探討研究,*教育與心理研究*,20,142~143.
- 林文鴻(1989),如何運用中、老年人的人力,*管理科學論述*,14.
- 羅中岳(2007),以社交生活型態為基礎之中高齡者部落格介面設計研究,大同大學工業設計研究所碩士論文,未出版,台北市。
- 江政益(2010),e 化社交網路平台對機構銀髮族之影響,國立中正大學醫療資訊管理研究所碩士論文,未出版,嘉義縣。
- 經建會綜計處,2007.2.8 新聞稿。
- 李世昌(2007),銀髮族參與運動志工服務意願之研究以 ING 台北國際馬拉松為例,*運動休閒管理學報*,4,2,69.
- 邱勇標(2010),數位遊戲對台灣新銀髮族世代的休閒娛樂之研究,國立台北教育大學數位科技設計所碩士論文,未出版,台北。
- 蔡琰、臧國仁(2008),熟年世代網際網路之使用與老人自我形象與社會角色建構,*新聞學研究期刊*,97,1~43.
- 林恆毅、葉坤成(2004),MSN 的介面互動探討-以銀髮族群為例,*工業設計* 111,32,2,172~181.

英文：

Harmanci, Reyhan. (2005)Time to get a life — pioneer blogger Justin Hall bows out at 31. *San Francisco Chronicle*.

Deci. E. L., & Ryan. R. M. The 'What' and 'Why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4),227~268.

網路資訊:

維基百科, <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%8D%9A%E5%AE%A2>.

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1005040105859>.

<http://tw.news.yahoo.com/中廣新聞網.2011>.

<http://www.itri.org.tw/chi/news/detail.asp?RootNodeId=060&NodeId=061&NewsID=544>,工業技術研究院,新聞資料庫,2011.

<http://blog.yam.com/carefamily87/article/20079633>,林金立,2009.

[http://tw.myblog.yahoo.com/jw!SGWhiWOYFQPwB6\\_QunQxdyn8/article?mid=6001.2007](http://tw.myblog.yahoo.com/jw!SGWhiWOYFQPwB6_QunQxdyn8/article?mid=6001.2007),創市際市場研究.

Denhardt, Robert B.. Managing human behavior in Public and Non-profit organizations. *California, U.S.A: SAGE Publications, Inc*: 148-149.