國立政治大學傳播學院碩士在職專班

碩士學位論文

退休族如何使用社群媒體維持人際關係

How Retirees Use Social Media to Maintain Social Relations

國立政治大學
National Chengchi University

指導教授「劉慧雯 博士

研究生：江忠一 撰

中華民國一〇八年一月

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

摘要

隨著科技日新月異的進步，除了人口與產業結構快速變化外，人與人之間的溝通的距離是越來越近，高齡退休的人口卻急遽攀升，資訊科技的影響亦是日趨普及。而社會結構的改變使得人口老化的問題日益嚴重，如何應用社群媒體拓展退休族的人際關係，而政府對於退休族相關生理需求及心理需求與長照配套政策現況分析。

對於退休族處於社會中現況的挑戰與因應，而退休族在虛擬與實體中的人際互動所遇上的挑戰與問題，社群媒體所帶的影響與改變。分析退休族對於親人與朋友間的社會網絡展現與輪廓、新舊朋友在網路社群媒體中互動的需求與限制，作為本研究所要探討分析的主要方向。

本研究透過兩個階段執行研究，第一階段針對退休族初步篩選的問卷調查顯示，確實有使用的社群媒體為臉書（Facebook）與 Line，分析退休族在使用社群媒體的狀況；第二階段針對篩選出的退休族受訪者做深度訪談，試圖從訪談中了解退休族群在使用社群媒體上真正的目的與體現，另也試圖從退休族使用社群媒體獲得相關資訊、使用、獲取信任、防止詐騙、照護協助的現況分析與建議並優化訊息及使用方式，最後進而從問卷及深入訪談資料中分析退休族在線上與線下拓展人際關係的實際需求、期待與限制，並將本研究相關資料整理歸納與分析。

最後以本研究結論與實際需求含義做結合，並說明本研究的研究限制與後續研究提出相關建議。

【關鍵字】退休族、社群媒體、需求與滿足、人際互動、虛擬角色、網路信任

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

Abstract

With the rapid advancement of science and technology, in addition to the rapid changes in population and industrial structure, the distance between people is getting closer and closer, and the population of old retirement is rushing to rise, and the influence of information technology is becoming more and more popular. The change of social structure has made the problem of population aging more and more serious. How to use social media to expand the interpersonal relationship of the retired people, and the government analyzes the current physiological needs and psychological needs of the retired people and the supporting policies of the long-term support.

The challenges and problems faced by the retired people in the society, and the challenges and problems encountered by the retired people in the interaction between the virtual and the entities, the influence and change brought by the social media. This paper analyzes the needs and limitations of the retirement community's social network display and contours between relatives and friends, and the interaction between old and new friends in the online social media, as the main direction of this research.

This study conducts research through two phases. The first phase of the preliminary screening survey of the retired people shows that the social media used is Facebook and Line, which analyzes the status of the use of social media by the retired people. In the second stage, in-depth interviews were conducted with selected retired respondents, trying to understand the real purpose and embodiment of the retired community in the use of social media, and also trying to use the social media to obtain relevant information, use, and Get the analysis and recommendations of the status of trust, fraud prevention, care assistance, and optimize the message and usage. Finally, analyze the actual needs, expectations and limitations of the retirement and online expansion of interpersonal relationships from the questionnaire and in-depth interview data. The relevant data of this study were summarized and analyzed.

Finally, the conclusions of this study are combined with the actual needs, and the research limitations of this study and the follow-up research are proposed.

Keywords：Retirees, social media, needs and satisfaction, interpersonal interaction, virtual roles, online trust

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

謝辭

首先誠摯的感謝國立政治大學傳播學院劉慧雯教授傾力的指導，以及銘傳大學新聞系賴玉釵教授、國立政治大學傳播學院林怡潔教授二位老師細心的建議與指導，在受到三位老師不斷的悉心指導下，使我得能在此一論文內容能夠更擁有更加豐富的面向去觀察與探索，期間獲益良多。老師對於學術核心意義的要求與秋之的態度中獲得最佳學習典範。另感謝學期中所有教授過我的老師，傳院院長蘇蘅教授、執行長江靜之教授、關尚仁教授、黃新生教授、陳儒修教授、陳百齡教授、鄭自隆教授 、孫秀蕙教授、王亞維助理教授等，謝謝您們的指導，讓我對於傳播學術上有更深的領悟與學習的方向。

本論文的完成需誠摯感謝眾多受訪長輩們的協助，因為有你們的鼓勵及協助，使得本論文能夠順利產出，同時也能讓我能真正的體會成為退休族後應該如何面真正的切身議題，由於各位無私的付出，能讓晚輩在一定的時程中完成觀察及訪談並順利將論文完成。

在政大傳播學院碩班求學的日子裏，與同班同學、學長姊、學弟妹們，在學術上的討論及閒暇之餘中相互打氣及共同砥礪的革命情感點滴，是我這生美好的經歷與回憶。更要感謝劉麗芳助教及辦公室的學妹，讓在學的期間的行政程序與求學的步驟中都能井井有條放心求學，再次感謝。特別感謝政大傳播學院研究所 EMA 104 全體同學同學的相互加油下，讓我這幾年的學生生活更加燦爛及更多的動力，一切盡在不言中。

此篇論文來源鑑於父母年邁，正是此一主題起心動念，希望能協助到父母的退休生活，也為自己即將面對打算。謝謝父母親、妻子、女兒、兒子不斷鼓勵與支持，是我不斷在學習的路途中前進的動力，我終於做到了。

最後，謹以此文獻給我摯愛的父親與母親，希望您們身體永遠健康，全家都能開心、平安的度過在一起的每一天。

僅誌於

國立政治大學　傳播學院碩士在職專班

中華民國一零八年一月

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

目　次

摘要 II

Abstract III

謝誌 IV

目次 V

表目次 VII

圖目次 VIII

第壹章 緒論 1

第一節 研究背景與動機 4

第二節 退休族的人際需求 5

第三節 社群媒體中的人際關係 10

第四節 研究架構 14

第貳章 文獻探討 15

第一節 退休族社會現況的挑戰與因應 15

第二節 退休族使用社群媒體的現狀與探討 19

第三節 網路科技對虛擬人際關係與影響 25

第參章 研究方法 29

第一節 研究場域 29

第二節 資料蒐集方式 36

第三節 研究流程 38

第肆章 資料分析 39

第一節 問卷調查整理分析 39

第二節 深度訪談分析 52

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第五章 研究結論 76

第一節 研究發現與結論 76

第二節 研究限制與未來建議 79

參考文獻 82

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

表目次

表 3-1　訪談人員資料表.....35
表 3-2　訪談問題集大綱.....36
表 4-1　問卷調查統計表.....39
表 4-2　退休族使用社群媒體狀況問卷調查統計表.....41
表 4-3　退休族使用社群媒體互動狀況問卷調查統計表.....43
表 4-4　退休族社群媒體各項功能狀況問卷調查統計表.....44
表 4-5　退休族生活的實際狀況問卷調查統計表.....47
表 4-6　退休族個人人格特質問卷調查統計表.....49
表 4-7　退休族使用 Facebook 各項功能狀況問卷調查統計表 50
表 4-8　深度訪談受訪者統計表.....52

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

圖目次

圖 1-1　調節關係圖（Regulation of relationships）……7
圖 1-2　中年人和老年人的五種關係類型中感知到情感與關懷的程度……8
圖 2-1　社交網站的虛擬社群發展模式 ……28
圖 3-1　研究流程圖 ……38
圖 4-1　中介者對退休族使用社群媒體的影響 ……54
圖 4-2　退休族求助對象循環圖 ……55

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第壹章　緒論

隨著科技日新月異的進步，除了人口與產業結構快速變化外，人與人之間的溝通的距離是越來越近，但隨著經濟日趨緊縮，介於高齡退休的人口也急遽攀升，資訊科技的影響亦是日趨普及。而社會結構的改變使得人口老化的問題日益嚴重，政府的相關長照配套政策都多數只針對生理需求，心理需求較少在政策中提出。

根據內政部 2017 年公布臺灣最新人口統計數據，我國 65 歲以上退休老人人口數已達到 313 萬 9 千人，而 14 歲以下幼年人口卻只有 313 萬 4 千人，2017 年起退休老人人口已經正式開始超越幼年人口，老化指數因此首度破百（老年人口數除以幼年人口數）已達到 100.18。聯合國世界衛生組織公佈何謂高齡化社會三個階段的定義，國家總人口年齡在 65 歲以上人口數占總人口比例達到 7%，稱為「高齡化社會」；達到 14.29%是「高齡社會」，20%則稱為「超高齡社會」。

根據信評機構穆迪調查（Moody's, 2014），2020 年全球會有 13 個國家正式邁入超高齡社會的行列，按照這速度持續延續到 2030 年，達到超高齡社會國家會增加至 34 國。臺灣預計在 2050 年在 65 歲以上人的口數占總人口數的比例將會超過 14%，換句話說，屆時臺灣將正式入列「人口老化」，並從「高齡社會」走向「超高齡社會」的行列。因此，「超高齡社會」的老化人口數增加，勢必會衍生社會諸多關於生活品質與個人尊嚴維護的相關議題。臺灣如何面對「超高齡社會」的來臨，以及如何對應健全的健康福利政策，正是臺灣政府即將面對的嚴峻挑戰。

當前政府面對即將到來的超高齡社會所衍生出的相關議題，退休族的人際關係就是其中之一。衛福部護理及健康照護司副司長蔡閶閶與商研院商業發展與政策研究所所長黃兆仁在 2017 年《台灣銀髮族暨健康照護產業高峰會》中指出：

「我國具備完善的 ICT 與醫療等利基產業，有利健康照護產業

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

發展，加上業界與政府攜手，發展社區照護體系，研發科技輔具，相信能解決日益嚴重的高齡化問題與需求。」（蔡閤閤、黃兆仁，2017）

衛福部（衛福，2016）表示，自 2008 年衛福部推動 10 年長照計劃實施至今，包括居家護理、居家及社區復健、喘息服務、照顧服務（居家服務、日間照顧及家庭托顧）、輔具購買、租借及居家無障礙環境改善、老人營養餐飲服務、交通接送等，實施以來因為預算、照顧服務人力、管專員人數及社區式、居家式服務方案及宣傳不足，以及機構照顧品質差異極大、行政繁瑣造成意願不高等因素，僅有近四成需求者會主動使用政府所提供的相關服務，顯示服務對象無法有效廣泛的普及與落實。根據本研究實際詢問退休族及相關資料觀察，1.0 版本實施至今，本意針對在地老化區域，增加建構居家服務及社區服務據點與資源，提供多元化照顧選擇，減少人力與經濟負擔並善用社會資源等項目作為基礎無法普及與落實，而在計畫體系中家庭照顧者缺乏品質專業度，無法有效廣泛應用及落實發現的原因如下：（1）無法有效運用相關計畫費用；（2）服務申請資格、項目與服務的時間僵化缺乏彈性化，造成老人在時間及行動上不方便不易執行；（3）在計畫體系及家庭照護者缺乏提升服務品質及專業度，讓全日照顧的喘息服務無法滿足被照顧者的需求等，造成社會資源無法有效整合，且無法有效全面照護高齡族群。2016 年在新政府上任後，開始針對前一版本缺失進行提升，繼續推動長照 2.0 改善計畫，不過在初期政策項目中，多較針對老人生理照護需求較多，對於心理需求項目較為缺乏。

針對相關計畫費用、服務申請不易、提升服務品質及專業度等缺失項目。世界衛生組織（WTO, 1946）針對人們的健康標準指出：人們在生活、個體與群體之間的思想與社會交際三方面，必須保持健康良好狀態，才是 100%健康的人。但隨著年紀及大環境急速的變化，健康三要素的變化程度也會失衡。個體與群體心理為健康的軸心架構，生理隨著心理三要素的變化，制約一個人的健康程度。對於心理層面的照護，若是整體考量完備與完善，是可提前預防生

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

理的照護壓力。例如離開職場後退休族如何走入人群等因應相關措施，這些因素都可能是台灣正進入超高齡社會所必須面對不可避免的挑戰。

然而，照護心理的項目，單靠政府政策是不夠的。至今科技的進步為人們帶來爆炸性迅速的訊息來源與方便性，除了五花八門的各種資訊內容能夠滿足各種不同的使用者外，人與人之間的社交方式也有重大的轉變，人際關係也出現了各種不同屬性的群組類別。例如，人們依照興趣相投的黏著度而產生不同的群體，比方喜歡戲劇類、運動類、藝術類、文學類林林總總，都會有許多追隨者，久而久之一傳十、十傳百的不斷擴散凝聚，一對一的散佈變成一對多散佈。社群媒體的特徵在於不受空間限制，提供類似真實的即時互動情境。虛擬近距離的感覺確實令人著迷，不只限於年輕人，高齡者使用社群媒體的黏著度，有著無窮的爆發力，甚至追過年輕人的使用率，由於社福團體、銀髮族照顧與社會連結是社工關切主題，本研究強調的是親人在使用社群媒體之間的影響。

面對科技的普及應用，讓不同年齡層的人際關係模式有了全新的改變。例如傳送「長輩圖」、問候語「早安」等現象顯示，老年人開始對於科技的使用有了另一種應用在人際互動上的方式之一。

觀察身邊長輩對於使用社群媒體的頻率有偏高的趨勢。舉例來說，對於研究者的父母而言，只要一有空閒，就會使用手機並開啟社群媒體瀏覽閱讀朋友的訊息，並回覆觀後感想進行文字上的互動。因此，本文發現討論高齡照顧必須注重社群媒體的使用狀況。

本研究試圖瞭解退休族的日常生活與人際關係如何藉由社群媒體維持及發展，以便瞭解社群媒體對退休族日常生活與人際交往的作用。退休族在使用社群媒體對其生活有何影響？退休族在使用社群媒體心理的關聯性為何？透過回答這些問題，更可對即行政策提出建言。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第一節　研究背景與動機

中華經濟研究院長吳中書（工商時報，2017）自從中研院經濟所退休後，即轉任中信金控首席經濟學家，並接任中華經濟研究院長一職為國繼續貢獻。然而在忙碌生活之餘，他的內心其實是羨慕退休生活的；他認為退休是一件好事，能有新的生活開始。吳中書（2017）與他的團隊在調研中發現，現今台灣的退休族必須面臨三大現況：一、雖然台灣相較是友善的高齡化環境，然而退休者離開職場後自我的時間增加，因頓時失去固定收入，雖然有老人年金的支撐，相較退休前的薪資減少，心理會產生財務上的憂慮。二、退休後的理財規劃。三、退休後心理及人際關係的不安全感。根據以上的發現，退休族必須在面對外在財務支配上的不安全感性，另一項就是群內人際關係的急劇變化，對於這二項內外在的影響，使得退休族對於退休後的徬徨無助，進而影響自己的生活及健康，對於退休族的人際關懷與支持的議題就更加需要加以重視（工商時報，2017）。再加上子女成家搬離父母外宿，親人多數不在周遭，交流對象頓時變少，情緒內心上難免感到失落及孤單的影響。

遠傳電信（2017）近期針對退休族家庭空巢現象進行的調查發現，有 60% 以上的退休族父母並未和子女同住在一個空間中，這也凸顯臺灣國人空巢家庭的普遍性。調查中也顯示，有近 80% 的空巢父母還是希望孩子能居住附近或是住在一起，並能經常看得到子女，但實際孩子返家頻率和父母期待差距近 50%。

前述報告強調，空巢現象已悄悄蔓延在現今的社會氛圍中，對年輕人來說，他們不清楚長輩真實的生活狀況，認為父母們都很堅強，或者選擇性的忽略，只告訴自己其實不用太過掛心，經常因為忙碌而疏於與父母親人聯繫。退休族在工作職場奉獻歲月並貢獻人生最精華的人生階段，讓自己面對每天都充滿了目標及挑戰，當這一切即將完全放下退出時，眼前一切的生活模式都會有所改變。因為退休族面對空巢期與子女相聚的時間減少，自己的空閒時間相對變多時，選擇走出戶外接觸人群，志工活動是現在退休族選擇打發時間的項目之一。學者黃富順（2004）指出，許多的高齡者均加入志工的行列，發揮他們

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

的餘熱，來展現社會的光明面，這就是進步社會的象徵，也是高齡社會的特徵之一。謝明儒（2014）發現「老年個人」憂鬱、自殺意念之差異性，無非關乎是經濟上的問題、自覺帶給他人負擔的「受挫歸屬感」等影響，對於伴侶歿後的生活自我消沉意識的情況更是明顯。換言之，能否有伴侶或朋友的陪伴與否是主要的原因之一。退休族現在過去的人際氛圍突然有了改變，「如何支配時間」有別於之前的固定生活模式，當工作上被取代，被工作圈上的工作夥伴歡送離去，面臨退休這嶄新的人生階段，確實是一個新生活的開始。而退休的前後生活也會隨著外在的環境所受到一定程度的影響，退休後因為工作結束並多出空閒的時間，此時生活中的人際關係特別顯得重要。人的社會適應性，是通過互動而形成的。人際互動的適應性主要表現在三個方面，即人際間溝通的能力、狀況與模式有關。其中人際溝通能力與人際關係互動狀況是個體適應性的兩大重要指標。人類希望與親人、朋友、伴侶等互動，人與人之間各種聯繫方式，現代社會發展的科技，可以協助人與人的互動更加順暢，讓退休族生活更加愉快。

第二節　退休族的人際需求

由上述內容得知，退休族對於身邊的人際關係會願意投入較多的心力來維持互動。這點也可以從周遭的長輩觀察到，隨著年齡的增長，人們更在意人際互動的品質，且會更主動維繫身邊的親情或友誼。

然而，人際互動是一個相當複雜的關係，關係的本質無外乎是親戚或朋友、有血緣或無血緣關係、親近感、與互助互惠的程度，這些因素都會間接或直接的影響一個人對特定關係的投入程度。若退休族願意投入在維繫人際關係，那麼使用傳播媒體是否會改變以往模式的改變嗎？德國的研究團隊（Lang, Wagner, Wrzus, & Neyer（2013）對針不同的年紀族群投入研究，探討個人在不同家庭生活環境中，不同的年齡如何維持人際關之間的差異。這個研究共選擇了 322 名中年期（37 歲）與 326 名老年人（73 歲），分別來自原生家庭父母、非原生家庭父母及老朋友等三種不同的生活環境，分別測試評估：

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

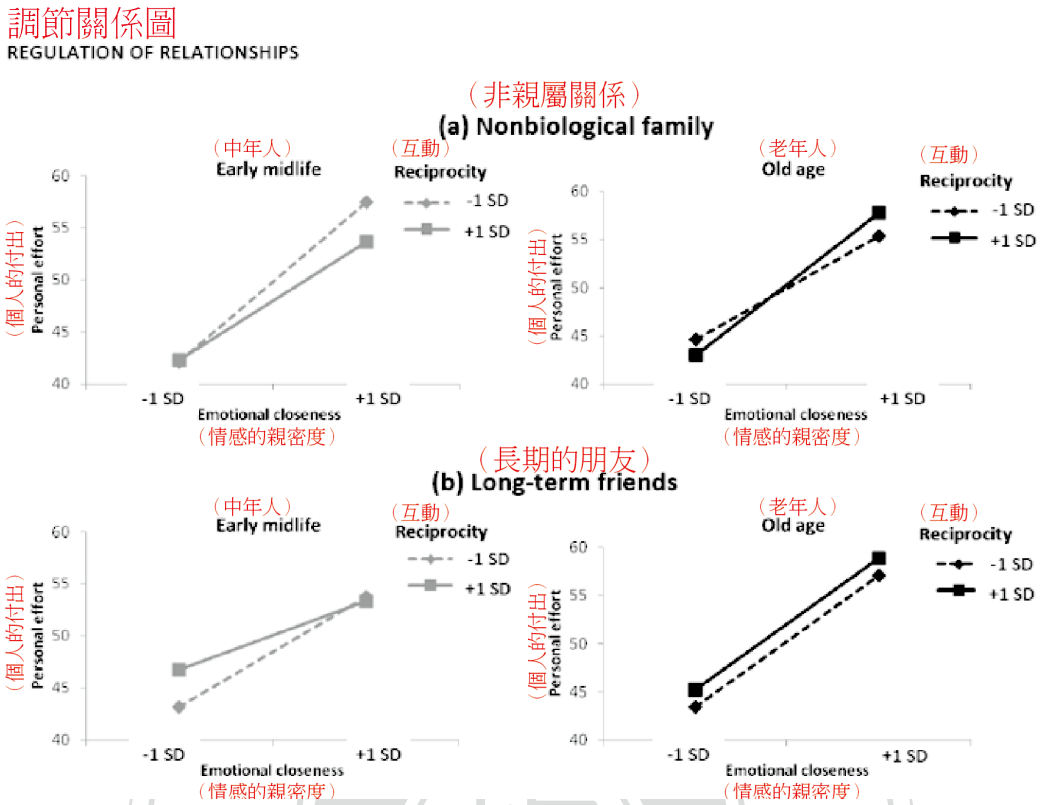
一、以自我為中心的社交網絡。二、個人的付出與親密關係之間的差異。三、感知衝突。四、個人特徵等四種面向的問卷。結果發現較年長者對所有對自身有關係的對象投入度與付出都比中年時期高出許多，且是否有血緣關係會影響投入的意願程度，血緣越近投入付出的程度越高。換句話說，即使付出與收穫不對等，只要能讓自己感覺到親近、情緒有所交流的親友，還是會讓退休族願意主動維繫人與人之間的關係，而且長者會比中年人更注重親近度、勝過互惠度。

另外一項重要的發現是，長者會偏向投入較多在有血緣關係的家庭成員身上；維繫姻親或朋友的關係的投入度，並不會因為隨著年齡而增加。Lang, Wagner, Wrzus, & Neyer,（2013）調查研究結果顯示，人們感知關係的差異，在於人們對於在老年時期需要別人更多的關懷與付出，相較對於中年時期對於關懷的需求更高，對於情感之間的親密關係更是密切相關。這兩階段年齡在研究中顯示，無論在不同的生活環境中，個人對於情感與關懷的付出程度與相互親密的關係聯繫程度是相似的，在社交關係中，對於他人的感情與關懷付出行為，確實是有助於未來面臨成年或老年時期，如何打造出屬於適合自己生活的社交圈是有極大的幫助。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

圖 1-1：調節關係圖（Regulation of relationships）

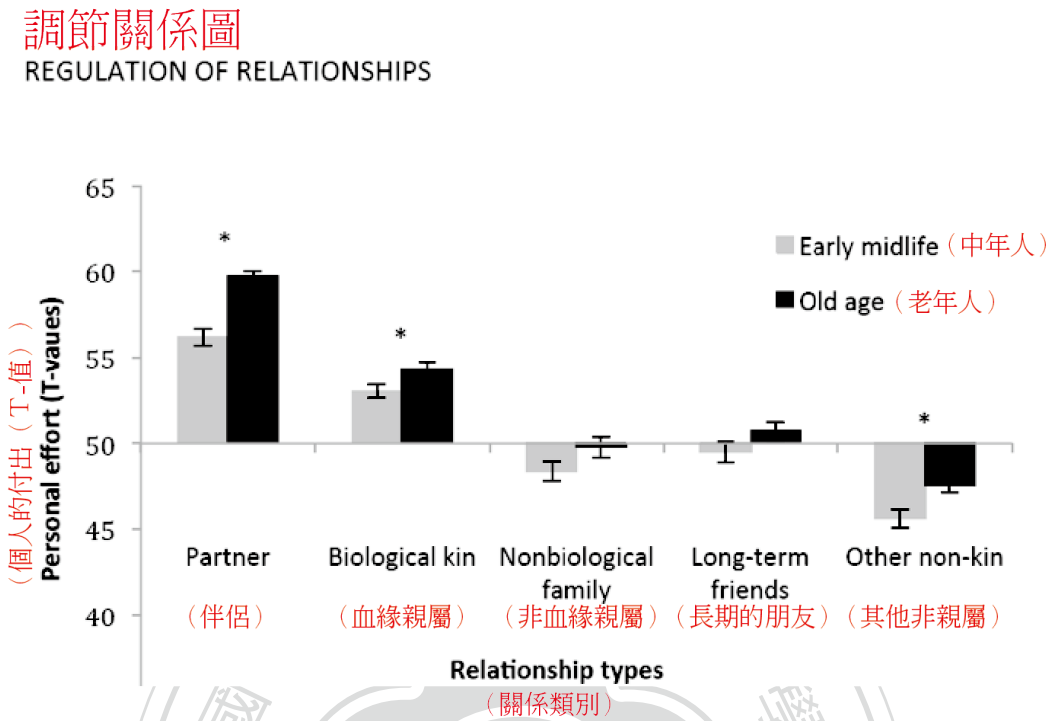


資料來源：整合自 Lang, Wagner, Wrzus, & Neyer, 2013, 32

根據圖 1-1 顯示中年人與老年人對於血緣關係、非血緣關係及老朋友的付出與情感之間的比。圖 1-1 中（a）圖表中說明中年人與老年人受試者針對有無血緣關係的親屬維持情感的親密關係的投入程度，分析中年人與老年人因為年紀的不同與情感的親密關係的評估，分析指出二者皆有付出，但對有血緣關係親人的付出，比沒有血緣關係的朋友付出比較，老年人付出會比中年人來的多。圖 1-1（b）圖表中則在說明中年人與老年人受試者針對老朋友維持情感的親密關係的投入程度，分析年紀的不同對情感的親密關係的差異。結果發現，老年人對於老朋友的付出也比中年人多出許多。根據上述調查，年紀越高的老年人多數會偏向較多心力在與自身有血緣關係的家族成員上；反觀維繫老朋友人際關係的投入程度，並不會隨年齡增加而有明顯的改變。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

圖 1-2：中年人和老年人的五種關係類型中感知到情感與關懷的程度



資料來源：整合自 Lang, Wagner, Wrzus, & Neyer, 2013, 32（*年齡差異，p <0.05;誤差線表示平均值的標準誤差）

圖 1-2 顯示研究結果指出，個人會隨著年齡的增長會有不同的人際關係選擇，並且更在意有血緣關係親屬之間的情感交流。換句話說，年長者希望自己的心情能與身邊最親密的人分享，而不是只有物質上的往來或照顧，例如：金錢、消費性物品等等；顯現出情感在老年人的心目中是非常重要的。早期，都是靠著傳統的書信、電話、見面維繫人際關係，但這些傳播方式都會受到時間、距離與空間的影響。然而，社會傳播科技的進步，讓時間與距離都縮短，更不會受到跨國界區域與身體行動不便的限制，老年人可以隨時隨地使用手機中的社群軟體來聯繫外界並經營自己的人際關係，本文所關心方向是針對退休後的老年人如何使用新科技來建立人際關係，並在日常生活中的習慣上會有何改變。

黃堅厚（1999）指出，人們和善性能反映在社會群眾和諧方面的個體差異，差異會反映在是否能善解人意，對人能否設想周到，對人是否友好與大

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

方，在群眾中是否樂於助人等，對於人生擁有正面樂觀的看法且抱以信任對方，相信多數人是誠實、正直和值得信賴的看法是有極大的關聯。由此可知，退休族若能在人際關係得到正向的發展，則能在心理層次上獲得更適當的照顧。

與他人交往後所要獲得回饋的內容是多樣的。Welss (1974)曾提出「社會關係律」，分析人類的親和需求有以下六條關於基本人際關係如下：

（一） 擁有依附感：最親密的人際關係提供給我們的安全感和舒適感。

（二） 團體歸屬感：與朋友同事、同學、隊友等共享相同興趣與態度。

（三） 獲得成就感：經由別人的支持而覺得自己是有能力與價值的。

（四） 信任同儕感：需要幫助時，相信會有人伸出援助之手的意識。

（五） 提供相關資訊：提供相關訊息與資訊。

（六） 建議自我價值：使我們感覺到被需要被重視。

單獨個人的人際關係無法滿足親和傾向，例如：與對方相愛的關係，可以提供給我們情感的依附感，但無法提供多人團體之間的歸屬感。如果與他人的人際關係無法滿足必須的情感需求時，個人便感受到孤單與寂寞的痛苦。人際關係的建立，可以適當的滿足個人的需求。Katz, Bramble, & Grevich（1973）歸納出個人使用媒介的五大類需求如下：（一）認知需求是獲得信息、知識和理解（二）情感需求是情緒的、愉悅的或美感體驗。（三）個人整合需求是加強信心，穩固身份地位。（四）社會整合需求是加強與家人、朋友等的接觸。（五）舒解壓力需求是逃避或轉移注意力，達到使用者的滿足。

所謂的人際關係是指在社會人群之中，因為相互交往而建構成的相互依存和相互聯繫的社會關係，又稱為社交、人緣，屬於社會學的範疇，也被稱為人際交往，人際交往係指人與人之間的相互作用與相互影響。表面上人際交往活動在形式上是複雜多樣的，在時間上是隨機發生的，在內容上是零碎繁瑣的，在對象上是瞬息多變的，似乎不存在任何確定性和規律性。換言之，人格類型在人際關係中的影響力，心理現象取決於背後的生活文化背景與所處的社會階層，個人的成長過程和他們的職業等。人是社會動物，每個個體均有其獨特之

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

思想、背景、態度、個性、行為模式及價值觀，然而人際關係對每個人的情緒、生活重心、工作都有很大的影響，對於退休族亦不例外。

根據 Maslow（1968）提出的需求階層論：人的基本需求由最基本的匱乏需求到生存需求，包括：生理需求、安全感需求、愛與被愛產生歸屬感亦可稱為社會需求、尊重需求及自我實現需求、資訊需求、美感追求等七個層次，退休族在現今社會中，如何透過使用傳播媒體達成上述的五個層次，是此研究主要的研究方向。退休族的各種需求皆與人際關係密切相關，基本生理需求的滿足與其是否有妥善照護系統有關、生活與經濟是否安全則皆與人際關係有關。而退休族的社會需求歸屬感與人際關係密切相關，與自尊需求和其他人際互動的社會角色地位是否受到尊重是有密切關係，即使實現自我需求時，也須受到人際的肯定與認同。使用傳播媒體或許是滿足此一需求的管道之一。在心理需求方面：蔡文輝（1996）指出 Maslow 的需求理論對於了解銀髮族學習動機提供適當的規劃。曾任台北市老人福利機構及基金會審查委員李瑞金（1996）指出，退休後的老人，在衣食無虞的生活中，將進而追求更高層次的心理需求滿足。例如：志願參與志工服務、社區活動等，並自其中獲得社會參與及自我成長的滿足。對退休族而言，充分的社會學習參與可滿足其社會互動、關愛與自尊，並可將自我實現更高層次的需求。現在手機的普及化及使用方式更趨簡易，退休族是否在使用手機機率提高、上網時間增加而提高上的社群媒體的機率，便是傳播工具能否引導退休生活滿足的關鍵，更符合 Maslow 的需求理論中的資訊需求項目。

第三節　社群媒體中的人際關係

根據 2016 年國家發展委員會有關個人家戶數位機會調查的結果顯示，行動上網趨勢不僅讓 12 歲以上民眾的上網率由 2015 年的 78.0%增為 2016 年的 79.7%，而手機主要使用族群不再侷限男性使用者，女性、高齡者及原住民的使用率也大幅提升。世代分析顯示，臺灣過去一年上網率的成長主要為 50 歲

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

以上網路人口的快速增加，其中，50 到 59 歲民眾上網率由 70.6%增為 74.1%，60 歲以上世代上網率則由 27.1%增為 35.5%，以上兩個數據對照，大致可以得知退休族使用手機或平版載具上網人口增加的印象。退休族在使用手機或平板機率增加，接觸新媒體的機率就更加提高。調查中另外發現，網路族對於手機上網的依賴日深，曾透過手機行動上網的網路族中，不僅 60.8%表示現在最常透過手機上網，每天低頭滑手機的時間平均也長達 3 小時 21 分鐘，創歷次調查新高。報告中也發現，通訊軟體 LINE 是讓高齡手機族最使用的通訊軟體軟體，使用率達每百人 98 人次以上，與年輕世代相比毫不遜色。60 歲以上世代也很愛用手機拍照，使用率達每百人 96 人次，居各世代之冠；報告中也顯示指出「臉書等社群網站則是在 40 歲以下世代較為風行」但不見得 60 歲以上世代就不會使用臉書或其他新媒體。老年人對於輸入的方式具有恐懼，然而手機輸入不像電腦一樣，需要用按鍵，語音輸入即可。行動手機相較於桌上型電腦不用一堆繁瑣的周邊設備及笨重的設備，行動手機隨時可以移動及使用，介面也相當簡便，也不用不時麻煩子女指導。因此，老年人普遍開始使用手機，就上述而言行動手機比桌上型電腦來的簡易且方便且不受區域空間限制，對於使用者相當容易上手。

黃旭文（2007）指出新媒體逐漸滲透至我們日常生活當中從中產生的改變，又以網路如何從虛擬走向真實、影響了真實。Davis（1989）也指出，在過去傳統媒體扮演補充人際需求的角色，從過去一對一的互動到多媒體的一對多，再到網路的多對多時代而演進，進而影響改變了人們透過媒體的人際交往模式（1989）。早期寫信要手寫或鍵盤打字用文字表達電話中則需用語言敘述內容，現在只要使用手機中的語音輸入就可輕鬆輸入內容，不管文字、圖片、語音都可整合在一起在最即時的時間內隨時隨地傳輸內容；臉書發佈對象則是一對多的方式，只要在設定上指定限於只有好友圈瀏覽，亦可設定公開模式讓全球的陌生人能瀏覽所有公布的內容並可留言互動，藉由設定的意願就有機會擴展自身的朋友圈建立更廣的人際關係。社群媒體具群組的特色，用於支援人與人的互動，在群體內溝通交流的情境中操作有助發展人際關係。因此，如何

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

證明社群媒體從虛擬走向真實、影響了真實？並如何應用在人際關係上將是本研究探究的脈絡。

一、社群媒體扮演補充人際需求的角色

張玉珮（2011）指出在人們的生活中，大環境的劇烈改變，日常生活中的行為模式也會跟著環境改變，工作之餘的休閒娛樂更顯得重要，然而娛樂性媒體（包括電影、電視娛樂節目等）與電腦互動性媒體結合，媒體扮演之娛樂與社交功能日趨重要。人們透過互動性媒體相互往來、進行社交與休閒行為，生活模式變的多樣化。現代生活中的溝通模式，不再是過去僅有面對面溝通的時代，在網路中可以扮演不同的個性角色，更可以多面向發展不同個性角色在網路上進行各項不同類型的展演，有別過去傳統的模式。

全球資訊網的特性是具有雙向溝通、互動性高的功能，並且溝通模式亦多元化如：隨著科技的進步與演變，媒體扮演補充人際需求的角色通常是一對一、一對多與多對多等不同的進行模式，網際網路與傳統媒體最大的差異即是使用者的「互動性」提升了建立人際關係的可能。

由於資訊發達與科技傳播媒體的盛行，在需求與滿足上或許有了更多發揮與收穫的空間。盧尉安（2008）指出老年人在退休後對電視的依賴以「訊息依賴」為最強，文中說明原因出在老人在操作電視上較簡單，相較於電腦操作上難易度，老年人的眼力不佳對於輸入方式老年人會有困難，由於使用不易，老年人對於電腦的排斥度亦會增加。使用電視不需要執行繁複的程式操作，更不需要在鍵盤上輸入文字也不需要瀏覽器，更不需麻煩他人或子女協助，電視的使用機率當然比電腦高上許多。盧尉安指出，剛步入老年初期的退休者，較趨向社交娛樂類型的依賴；中期較趨向社會理解依賴；老人趨向情感依賴，他們觀看電視的型態會影響其人際互動型態，常會因為觀看到喜歡或不喜歡的內容會與他人討論或分享，無形中增加了老年人在人際互動上的頻率，更在生活中扮演的人際互動中的話題媒介。

近期 3C 智慧手機的普及，語音輸入更便利與普遍，讓老年人在使用上降

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

低輸入不易的困擾外，它的操作以「是」或「否」指令，代替繁複的輸入及使用判別上更為單純。使用手機上網能觀看的內容更為多元化，且不受時間與地域的限制，隨時可以使用的便利性，更加提升手機的使用機率。不僅如此，老年人在人際互動中，會接受到朋友的介紹而增加好奇心，進而下載軟體使用；戲劇相關 APP 就是最好的例子，看到了一部好的戲劇或綜藝節目，就會積極推薦他人或受他人推薦，接著就會依建議搜尋 APP 的名稱下載。在傳統通訊聯絡方面的人際關係聯繫都藉由傳統書信或電話聯繫，藉由使用手機，加上朋友或子女推薦方便的通訊軟體，使得傳統聯絡模式進階成使用網路通訊軟體聯繫有成長的趨勢，最重要的因素除了使用介面簡易、語音輸入方便，沒有電話費多寡的限制，更不受時間的限制，隨時可使用通訊軟體撥打網路通話或受話，不受地域限制，可隨地隨時分享或接收照片、影片或視訊的交流與上傳圖片文字紀錄等，都促進了手機進入了老人的日常生活中。台灣人最普遍使用的社群媒體，就屬 Line 與 Facebook 二者最受青睞，會不時的上傳紀錄或在板上留言，同時也開始在乎觀看人數、按讚的數字變化及留言內容，更積極的將自身的生活現況讓朋友了解。因此，社群媒體扮演補充人際需求的角色也油然誕生。

二、退休族的人際問題

退休族常見的內外變化，就外在生活環境的變化來說，可分為大環境的變化與影響、生活孤單與寂寞、重要親友的逝世與離別等敘述：

（一）退休後環境的變化與影響，職場與家庭的比重突然巨變無法適應。

（二）親友的逝世與生離死別，造成心理面對高齡的恐懼與無奈。

（三）活孤單與寂寞，家人無法陪伴，造成空巢期的生活環境。

退休族常見的生活困擾，多在自身的問題較多，例如：銀髮族人際支持需求未能滿足的困擾、缺乏同儕支持與同儕逐漸凋零的困擾、家人或配偶間之互相期待落差的困擾、人際關係疏離帶來心理壓力影響心理健康的困擾、心理狀

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

況改變帶來的心理困擾。退休族的心理問題主要來自生理退化影響及社會因素影響，而社會因素與人際關係有密切影響。退休族身心如何調適，通常需要自我身心的照護與良好習慣的建立。人際關係的建立與因應因該從家人與朋友關係著手，退休族在使用傳播媒體後，在人際關係是否有了轉變，社群媒體 上的學習接納現況、如何學習正向思考及善用資源、培養興趣與嗜好、嘗試培養自助能力與學習 與嘗試主動社會參與活動等，或許有了改變。

根據前述本研究擬定以下研究問題如下：

研究問題一、退休族群使用「社群媒體」的動機與理由為何。

研究問題二、退休族使用傳播媒體後，在人際關係前後比對或描述現況。

研究問題三、退休前後在「使用媒體」上的變化與影響。

第四節　研究架構

根據研究動機、研究目的的敘述，設計本研究之研究架構分為研究對象、研究工具、資料處理等三項進行，本研究根據研究動機，設計本研究之研究架構，藉以瞭解退休族在社群媒體的使用上，如何面對退休後的態度與措施。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第貳章　文獻探討

本研究延續社群網路中的人際關係現象與觀察，鋪陳出網際網路對人際關係的影響，並思考退休族在使用社群網路如何影響現今的人際關係。除將探討社群網路對退休族的人際關係影響外，並思考本研究所關注的退休族人際關係的發展脈絡與現況。根據以上的敘述，本章將探討相關文獻，以及過去國內外學者所做過的相關研究，並將分成：一、退休族社會現況的挑戰與因應。二、使用社群媒體的現況與探討。三、網路科技對虛擬人際關係與影響等四項主題論述。

第一節　退休族社會現況的挑戰與因應

退休族學習與網路運用歸屬感的社會需求與人際關係密切相關，自尊需求與其人際互動及社會角色地位是否受到尊重有密切關係。林東龍（2011）指出退休族身處退休社會脈絡中的退休規劃和面臨困境等情形，期望從中探詢積極退休生活的可能性。對於退休族必須面臨在退休後的看法與政府因應現況、生理的變化與挑戰，將是此節探討的重點。

退休族面對退休生活的看法並不一致，對於自公部門退休的人來說，退休是光榮成就的象徵，退休是一種榮譽。在社會民間企業的退休會讓退休者感到能源取之殆盡，毫無利用價值，甚至會用不同的方式將年紀將至退休者在企業中用盡方法移除職位。一方面是企業是業務營業獲利導向的單位跟公部門不同，另一方面，社會企業希望注入年輕新血，能為公司再創新能源，相對汰換率自然也高，相較在公家單位中的汰換率是高出許多，那這些自企業中退休的退休族該如何面對哪些挑戰？政府有相關政策因應嗎？

首先必須了解自我與群體之間的社會背景差異，進而能夠分析自己本身與集體之間的關係。現今退休族自我的認定與群體之間的認同感是會隨著環境及社會背景有差異。家境背景不錯的退休者，較無退休後的挑戰煩惱。反之沒背景的退休族，面對各種生活上的挑戰會隨之而來，甚至讓退休者無法喘息。退休者所接受的資訊，多較偏向防範性的政令宣導，例如多運動、多閱讀、參與

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

社工等方式，但這些是否是退休族在退休後真正的需求？退休後的退休族身上會有一筆為數不少的退休金，如何理財、投資、保險及防詐騙等的宣傳，也都偏向對退休族宣導，這與退休者真正內心的需求程度與方向會有落差，但真正的退休生活只有這些嗎？

自身家庭親人的照護與互動，對於退休者而言是社會支持來源。如果家人無法照護，社會提出的長照方案是否能夠照護年事已高的退休者，存經濟條件是醫療照護的考量之一，但孤獨內心中的需要陪伴的嚮往，在現在政策中較無方法可尋，但這些卻常是退休者與家人或朋友之間衝突與壓力來源。林東龍（2011）認為退休不只是一種獨立的行為，社會結構會影響退休行為且型塑個人的退休經驗。退休議題的研究需有社會學觀點，如此形成的退休政策和退休服務才能更適切。

游家訓（2010）針對銀髮族的老人健康照護、老人休閒活動、老人社會參與等議題做了研究，認為過去多半為養護中心，人力、空間不足及專業缺乏的模式下進行照護，難免產生多數人對養護中心的觀感不佳，生活品質降低，對於台灣快速的進入高齡化社會時，退休後的生活希望是有尊嚴的、有品質的。時代進步中，養生村的概念開始逐漸被重視，好的生活環境及醫療體系，對於有自主能力的退休者在退休後更是需要這類的環境生活。多數退休者會在一起的多數是興趣相投，並且相互建立人際關係，對於退休後的日常生活發展與人際關係發展尤其重要。

對於從職場退休後，職位不再的情況下，自己的角色定位更是需要認清退休後的事實，以免傷了自身心理與健康。走出自我框架並接觸群體，對於退休族是件極為重要的事。因此，休閒娛樂與人際關係建立，對於退休族退休後在社會中如何維持身心健康的問題上，扮演相當重要的角色。根據洪艾珍（2014）研究結果，退休族生活休閒活動參與程度愈高，自覺健康愈佳，這顯示，在有人際互動下，心理健康程度將會提升，朋友互動之間的支持，對於心理健康有著顯著的調節效果。藉由以上研究顯示，有了社交活動後對於生活與心理健康程度是會有所改善。但退休族是如何重新建立人際關係及社交，將是

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

本研究急欲探究的問題。

除了與朋友同儕的關係面臨重現的挑戰外，退休族對於家庭的人際關係亦是值得注意的。從文化觀念上的差異、性別區分的角色定位、年齡差距、教育程度的高低等差異等面向可以看出，每位退休族家庭成員必須面臨不同的變化。

一、文化差異

洪艾珍（2014）指出，文化是影響中老年家庭組成與經驗的重要因素，也影響家庭中成員的角色與責任。成年子女所知覺的孝道責任越高，對於父母所需的情感與知覺責任與付出越高；對於距離父母較遠的子女，就算相當關心父母，因為居住較遠且不方便，會因為與父母見面次數與即時性會有所影響。根據本研究的觀察；對於居住的距離，多數認為退休族與成年子女居住的距離越相近，彼此之間的互動也會越增加，但居住在外地透過電話或其他通訊方式與年長父母互動，因此見面的次數不必然是影響親子 關係的決定因素。科技的發達，看似解決了因距離造成互動不易所產生的問題。

二、性別差異

林東龍（2011）認為，父母為兒子做的比為女兒做得多，「重男輕女」的觀念還是比較嚴重，但子女為母親做的比為父親做得多，認為與母親較親近，因父親形象嚴肅較難親近。同時，在中老年父母生病時，媳婦與女兒成為照顧時的最重要家人，成年子女都指出，與母親的親密感比父親高。角色形象因此也是影響家庭人際互動的其中因素之一。

三、年齡差距

郭芳庭（2013）及林子鏞、喬芷（2013）指出，年齡也是影響互動的因素。較年長的子女因人生歷練與情緒的成熟度較佳，有助於親子間親密度增加，尤其當成年 子女經歷為人父母的經驗後，更能體會父母的付出與辛苦時，

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

將使親子間的關係有顯著的提升。雙方必須親身體會才能瞭解其中的互動的重要性與意義。

四、父母與子女的教育程度影響

對於成年子女接受更高的教育後，面對退休族高齡父母的價值觀差異可能越來越大，而族群間對親子關係所重視的價值不同，重男親女、獨子寵愛、單親生活、父母疏離等，都會有所影響。

林子鏞、喬芷（2013）指出，父母親的社經地位與子女間孝道觀念的養成影響，父親教育程度為「國初中以下」程度的子女孝道觀念相對較低，擁有「高中職」學歷的父親則會降低子女「實質奉養」的孝道觀念，因為學歷較高，父親的經濟收入也較豐富，對於；但母親是「大專以上」程度的子女會有較高的「實質奉養」觀念。因此，子女的父母教育程度越高，「實質奉養」的孝道觀念較為淡薄，認為父母較無經濟問題。

吳郁婷（2013）指出，子女教育程度越高代表子女所得能力較佳，家庭經濟資源也相對較豐富，對於奉養父母觀念也較為積極，對於父母供給經濟及物質需求的機率相對較高。研究也發現中高齡者無子女依靠者較無積極準備未來財務規劃，反倒是有可能成為經濟較弱勢及晚景悽涼的族群。

針對上述，不同世代對於親子關係之間的付出程度，會因為上述因素有所差異。退休族在自我身心的照護上，是否會對其他人提供建議，但對於自我卻難以實現與實踐？良好習慣的建立是否會會因為年紀的增長與生理的而較難建立？在妥善處理與家人關係上，是否會因為年紀的增長與生理的退化而改變與家人之間的關係？建立與子女或重要家人的良好關係，與子女相處的時間減少與工作居住距離的差別，聚少離多的情況也是較難掌握。

根據以上問題歸納出幾個面向是需要被關注，退休族在乎的是「情緒的關懷與陪伴」、「尊重與被關注」，政府機關必須積極協助退休族「尋找心理及生理的障礙問題」、以及協助如何「化解適應危機」等問題。

本研究觀察政府及相關機關團體多年來只停留在慣性呼籲口號，例如及早

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

規劃退休理財、多從事志工活動從事社區活動等方式帶過，多數退休者認為個人能力不同、環境不同，多半是說得到卻做不到。

退休族的退休生活問題，不僅是每個子女必須面對，國家社會面對老化的社會更需要積極的提出具體方案，並因應未來必須面對的退休族與社會之間的人際互動關係問題，這會關係到一個國家人民的和諧度以及生活品質。退休族現今在人際關係是如何建立，科技是否會帶來新的契機，社群媒體的應用在普遍度使用上，似乎有些作用。

第二節　退休族使用社群媒體的現況與探討

本節討論使用社群媒體的現況。首先對於社群媒體對退休族群人際關係現況進行相關資料做概括，分析在年齡、職業與使用社群媒體現況之間的影響；再者是如何在社群媒體上扮演補充人際需求的角色分析，進而了解在人際關係中角色扮演的重要性與影響；最後將探討社群媒體在社會中的使用與滿足，將作為本研究資料分析之基礎。

一、退休族使用社群媒體概況

聯絡的行為是自願性的，在以往是當面溝通，網際網路的蓬勃發展與飛速地成長所帶來的成效是即時、迅速、多元的生活協助功能。早期聯絡及傳輸資料從傳統的書信郵寄到儲存工具磁片及硬碟，進而進化到網際網路的收送電子郵件，就因網路郵件的傳遞方式相當方便，造成幅度更大、更多元的各種社交活動，暢遊全球網際網路的盛行，在加上更多的網站開發者所創造的各種多樣化的社交網站，使得依賴網路作為社交工具的族群更是大幅提升。

資策會（2017）公布國人社群網站使用行為調查顯示，國人平均一人就擁有 4 個社群帳號，最高者為 Facebook（90.9%）與次高者 LINE（87.1%），其他相關的社群媒體包括 YouTube（60.4%）、PTT（37.8%）、Instagram（32.7%）、微信、推特（Twitter）、Dcard 在市場上都有不錯的成績。2017 年 YouTube 隨著網紅的興起，影響多媒體影音類內容型態的改變，無理頭與

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

自然的呈現方式，受到廣大的迴響，並引起網路自播一窩蜂的興起。例如 TGOP 這群人的訂閱戶超過二百萬戶，觀影人數及未來發展不容小覷（科技報橘，2017.12.17）。

臉書創辦人 Mark Zuckerberg 在 2017 宣布，臉書全球用戶突破 20 億人，現在地球有 70 億人，等於全球有近三分之一的人都用臉書。可見社群媒體的魅力與影響力是不可小覷。在 Facebook 中會註冊自己的相關資訊，經過雙向同意後與其他用戶成為「好友」，然後通過發佈或者分享文字、照片、視頻以及遊戲等行為進行娛樂，或者與他人進行互動。人們對 Facebook 等社群網站的使用存在著許多不同類型的動機（Ross et al., 2009），而這些動機中，與社交需求有關的動機更能促進使 用社群網站的滿足感 （Kim, & Nam, 2010）。Hutto, Bell, Farmer, Fausset, Harley, Nguyen & Fain （2014）指出，許多人會在 Facebook 中發布有關於自己的資訊，包括照片、心情、想法等，這類自我揭露的行為在社群網站的使用中佔有不小的比例。

郭芳庭（2013）對於退休族在使用社群軟體的研究指出，退休族會因為不同的職業及性別與目的有所不同，在心態、性別、年齡、教育程度、網路使用時間、每日上網的平均時間等，都會有所差異。顯示出人們對於喜、怒、哀、樂，都會在社群媒體中留下痕跡。

根據遠見文化的調查報告，士、農、工、商預計退休年齡，多數（51.1％）規劃在 60～69 歲，而男性比女性退休時間較晚。根據「政治大學商學院資料採礦中心」研究針對 55 歲以上，收集共 1200 名為已退休民眾的調查結果顯示，健康自由度分數最高達到 73.2 分；其次是生活自由度的分數達到 66.5 分；最低則是財務自由度。若將三大構面加權計算，財務 40%、健康 30%與生活 30%的比重（遠見數位編輯部，2017）結果顯示，財務訊息理財方面是退休族願意接觸的最大的佔比，其次就是健康層面與生活方式。這三大構面都跟人際關係有著密切關聯。這個研究亦發現，對於台灣退休族的理財諮詢管道竟然有高達 45%是透過親朋好友得知，次高 39.7%的訊息來自相關銀行或保險專員，或許跟推銷金融商品有關。平常會閱讀財經相關專刊或上網蒐集者佔 33.5

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

%。值得注意的是，表示沒有資訊管道者占了 10.6%，顯示還是有退休族對於投資項目無從著手。

人際交往不單是只有情緒與情感依賴共享的功能，甚至還有傳遞資訊的功能。使用者希望與線上朋友從弱連接到強連接時，他們並不在乎所透露的訊息是正面的還是負面（Walther et al, 2008），希望自己能達到吸引對方關注、關心。

二、社群媒體上如何扮演補充人際需求的角色

在媒體扮演補充人際需求的角色方面，傳播媒體的角色定位在傳播與接收，如何藉用傳播媒體在維繫人際關係上能有自我的存在感與被關懷。此時的傳播媒體工具尤其顯現重要。過去的媒體與現在的新媒體大有不同，新媒體呈現出主動和喧嚷，與舊媒體大異其趣，而且兩種表現更有分工之勢。舊媒體展現事件，新媒體作回應。新媒體往往尋求自己的接收空間、回應空間。換言之，新媒體的角色似乎已經取代舊媒體的傳統的功能，新媒體的功能更勝舊媒體的效率及多樣化，對於如何人際關係更容易建立。

網際網路與傳統媒體最大的差異即是使用者的互動性，網際網路具有傳統媒體所不足的高互動性。傳統媒體則是以單向溝通的模式對眾多群眾投以固定式內容，相對的在網際網路的溝通模式中，使用者可以與任何其他使用者透過網路產生互動，差異極大。台灣網路資訊中心（TWNIC）在 2013 年《台灣無線網路使用調查報告》中指出，3C 智慧手機首次超越筆記型電腦，成為民眾最常使用的無線上網設備；上網族中，半年內曾使用行動網路的比率也首次過半，顯示行動上網不僅使用者大增，也逐漸取得主流地位（黃國蓉，2014）。由此可知，無線行動上網是政府創造公平數位機會不可避免之趨勢。平板電腦及智慧手機等行動上網設備也觸發新手網路族群，19.0%的新手網路族是因為開始使用智慧型手機而上網。同份報告也同樣指出，年齡越高，會因使用智慧型手機、平板電腦而開始上網的比率越趨明顯。70 歲以上的網路族更有二成三

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

因此而開始上網，顯見智慧型手機與平板電腦的發展對 50 歲以族群可以融入資訊社會有正面的幫助。特別值得一提，我國 40 歲以上網路族，持有平板電腦比率超越年輕族群，這是過往台灣在發展各項新興資訊科技時較少見的現象（行政院研究發展考核委員會，2013）。

三、退休後培養興趣與生活重心

遠見數位編輯部（2017）對於台灣退休族的生活樣貌及個人興趣或嗜好做了以下調查，調查中顯示有 30%的退休族說自己「幾乎沒有」興趣；有（培養）興趣者，約四成從事該活動的頻率少於每週 1～2 次。幾乎沒有培養興趣者有 33%表示退休後「比較不快樂」或「非常不快樂」，比有從事興趣活動者來得高很多，例如，每天從事興趣活動者，只約 18%覺得不快樂（遠見數位編輯部，2017）。可見在一般的退休族的退休生活中，興趣的培養是快樂生活的核心。

Dwyer（2007）的研究指出，使用者想使用社交網站的目的，根本動機是為了相互溝通和保持良好的關係。而青少年加入社交網站的動機是為了與朋友保持密切的聯繫，但較少在網路上認識新朋友，這些都再次的表明了社交網站對建立人際網路的重要性。

Acquisti & Gross（2006）的研究中也顯示相同的論調，新世代族群也進階到「退休族」時，社交網站早就是生活中的一部分，早已熟悉社群軟體，以更新自己的近況和活動、共享照片、朋友等活動更。

Dahlberg（2007）認為藝術與老化方案常會專注在發展高齡者的創意技巧或自我表達上，例如：繪畫、寫詩、表演或雕塑上。然而創意老化既非關藝術也非關老化，而是一種型塑自我與社會的創造力與積極參與的綜合表現。老年人可以使用創造性思考來重新發現自己因努力工作而荒廢一旁的才華及熱情。他們可以運用想像力建立新的連結、發現生命的意義感，並且用創意的方式對社會提出貢獻。真正的創造力並不受年齡的限制。創造新方法享受新人生。創

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

造力可以抵抗所謂的「心理硬化症 」(只隨著年老而產生的老化態度)；可以讓成年人在生命階段中找到新的解決方法， 享受新的人生。

Powell（1994）提出跨文化的主張：透過創意表達的方式，成人可以克服創意在社 會上、個性上、與環境上的障礙；還可以透過陳述自己的經驗尋找及型塑自己的人生觀。擁有高度創造力的老人展現出對他們的專長有深刻認知與強烈連結，學習動機也非常積極（Amabile, 1996）。

Kahn（1998）強調經常參加創意活動有助於老年人提升幸福的自我概念。而依藝術治療的基礎來看，藝術經驗提供老人參與社區的機會，加強自我尊榮感與自己做決定的能力。

四、社交網站中的信任與隱私權

> 「當我們對某一個人信任程度愈大時，我們將自己的安危交付在對方的行動的意願也就會愈大」。（Mayer, Davis, and Schoorman, 1995）

針對虛擬網路使用過程中，決定信任與否的重要因素是訊息的交流與開發新的關係（Fukuyama, 1995、Lewis and Weigert, 1985），Roloff（1981）也提出，信任是社會交換理論中是最重要的因素。Hutto, Bell, Farmer, Fausset, Harley, Nguyen & Fain （2014）也有同樣的看法，高齡者是否願意使用社群媒體的門檻，取決於是否信任社群媒體隱私的安全性。而 Metzger（2004）在電子商務研究也發現，信任與訊息的揭發程度是有絕對密切相關的因素。Dumbrell, & Steele（2014）指出，竟有 62%的的受訪者表示，隱私是會被社群媒體保護的，對於社群媒體是放心與信任的。換言之「信任」乃是一種心理狀態，是個人對其他人的意圖和行為之正面期望。在社會交換理論中，信任就像是一種成本效益，被認為是一種收費標準，當信任經過換算之後被認為是有益的，就進入了交換關係中。高度信任，會導致知覺成本變的較低；低度的信

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

任，知覺成本就較為高些。Metzger（2004）的研究證實，在人際交流的情況下，自我揭露是信任的先決條件。另外，亦有研究討論社交網站的信任，Dwyer（2007）與 Hutto, Bell, Farmer, Fausset, Harley, Nguyen, & Fain（2014）研究中提出了二種信任：一、對社交網站的信任，二、對網站使用者的信任。對於社交網站的信任為，使用者會相信社交網站不會未經過使用者同意，就利用使用者的個人資訊在其他目的上，認為使用者的個人隱私是相當重要。Dumbrell, & Steele （2014）指出，有 77%的受訪者認為使用社群媒體尋找新知訊息是方便的，另一個好處就是可以傾聽及被傾聽。另一發現是因為使用這樣的社群聯繫方式較不會有經濟負擔，因為是免費使用註冊的。

對於社交網站使用者的信任上，主要為相信使用者不會在朋友的背後說一些錯誤的資訊等。Dwyer（2007）認為人們在社交網站上對隱私權的重視過低，未經過隱私設定的社交網站使用者，在社交網站上幾乎所有的互動與對話都會保留在塗鴉牆或留言版上，毫不設限並將大戶敞開的給許多不認識的人觀看，感覺春光外洩又讓人霧裡看花，越看越想往裡頭鑽，尤其在使用上真實誠心與虛偽矯情的心理層面更是難以得知，網路霸凌就是一個例子。廖國良、黃正魁、張仁俊 & 劉敉君（2012）認為霸凌已經普遍影響到校園甚至成人的社會，而網際網路的普及運用，也讓霸凌方式有了新的型式。就以上論述結果得知，無形的接觸也會帶來無形的傷害。何以會發生網路霸凌，並非欠缺道德心或規範意識，往往是抒解壓力。劉念慈（2013）在諮商與輔導期刊中指出霸凌的原因如有幾項特徵與現象， （1）不斷被對方評價、被貼上特定不良意涵標籤的精神疲勞，例如：色狼、膽小鬼、騙子等等。（2）自己未被尊重的不滿且喪失自尊心，指的是言語形容上的形容用字遣詞等。（3）遊戲機會減少無法發洩，例如：退出群組、無法融入團體等。（4）人際關係的規則模糊，不知如何與人相處等。（5）對人的同理心減少，較為自私。（6）在發展階段因認知不同而吵架或惡作劇。（7）團體的變質等七種現象。對於網路霸凌，廖國良、黃正魁、張仁俊 & 劉敉君 （2012）認為網路霸凌行為是一種潛在的攻擊行為。而退休族在網路上是否會因為不熟悉網路生態而感受到霸凌，此一現

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

象相對的位於在網路上是否受到對方的尊重與信任是很重要的。

彭婉婷（2011）所指出的網路人際關係一旦信任就猶如吸毒一般無法自拔，相反之如果不信任或造成敵對狀態，擴大可製造一場災難，微小的一個字可以將人推向絕望，網路言語霸凌的存在是不可忽視的。這些對於 e 世代來說是頗熟悉的狀況，對於退休族而言，卻是一種新的生活型態。

第三節　網路科技對虛擬人際關係與影響

對於退休族如何使用網路科技建立虛擬人際關係，分析了解社群媒體生態中的性質與使用者如何在網路中的形象整飾，創造一個喜歡的自己面對網路上的社群大眾。根據上述分析希望能了解網路科技建立虛擬人際關係現況加以分析其影響。

一、社群媒體的性質

使用社群媒體是讓使用者自由的創造、分享與交換不同的內容，並以網際網路為基礎的眾多網路應用程式，熱門的社群媒體包括了 Facebook、LINE、YouTube、微信等，甚至還有許多線上遊戲等（Kaplan & Haenlein, 2010）。由於網路上相關的社群媒體種類繁多，每種應用程式提供的功能都大同小異，會影響個別媒體的感知匿名性。林子筠（2017）認為市面上眾多的社群媒體中，Facebook、Line、微信在亞州可說是最知名的社群媒體。

根據 Line 委託尼爾森執行 2017 年 Line 使用行為研究調查中發現，有八成的使用者表示看到社群媒體的「未讀訊息」，再忙碌都會「忍不住點開看」；調查中更指出有 76%的使用者比例，在聽到 Line 的通知聲音，就有查看手機的內容的慾望！有此可知 Line 的提示音，已是一種日常生活中對使用者的提醒及制約。調查亦發現，有超過 54%的用戶，每天開啟 Line 至少 10 次以上。至於重度使用者，一天開啟超過 31 次以上，這些人在 20 至 49 歲的工作者。此外，Line 使用率逐年攀升，94%受訪者過去七

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

天有使用 Line，而且各年齡層網友使用率均同步成長。（Candice, 2017），可見社群媒體已是日常生活中不可或缺的工具。

除了社交平台相互聯絡外，社群媒體也與新聞網站、遊戲程式等平台或新媒體連結。Hutto, Bell, Farmer, Fausset, Harley, Nguyen, & Fain（2014）指出，會使用社群媒體的高齡者的因素有三項：一、習慣使用娛樂的內容維繫人際交往。二、容易消磨時間。三、可以表達自我意識。對於願意使用的高齡者是一大福音，甚至不用出門即可交友天下，不受限於時間與空間的限制。

現今社群媒體更與其他軟體連結，有些平台亦提供相同帳號登入，可供遊戲成果或個人訊息發布的介面服務。Van Dijck（2013）把社群媒體分為四種類型一、社群媒體主要是促進個人或社群人際互動，與個人或群體的興趣、專業、資訊訊息、地理位置相關。二、關於食、衣、住、行、育樂等衍生的生活及文化的日常實踐並分享專業知識或其他平台連結。三、交易產品提供產品資訊，提供社群互動與連結之間經營客群的交流平台。四、即時通訊特性與遊戲內容結合，允許使用者之間或與遊戲互動，例如多人連線遊戲、手機遊戲等，並可在遊戲互動中透過遊戲即時通訊相互交談聯繫。

Hutto, Bell, Farmer, Fausset, Harley, Nguyen, & Fain （2014）研究中發現另一種現象，就是高齡者認為社群媒體是不會取代傳統的社交方式，例如書信、電話等。或許是因為退休族對於使用科技產品會有恐懼感或使用不方便等因素，較不願意嘗試使用新科技載具。

綜合上述內容，社群媒體因載具普及化、軟體使用方式簡易化、進入門檻低較容易入手，互動性高、內容多樣化等特質廣受歡迎，且普及度高。使用的普及率高，最重要的因素是周邊朋友家人都在使用中，如果沒有使用社群媒體就好像離開了一個朋友圈，在感覺上在人際關係會較無共同話題，也無主動積極的瞭解與參與加入社群媒體的意願。

二、形象的整飾

網際網路滲透現代人的生活環境，更有諸多發展人際關係的可能。尤其當

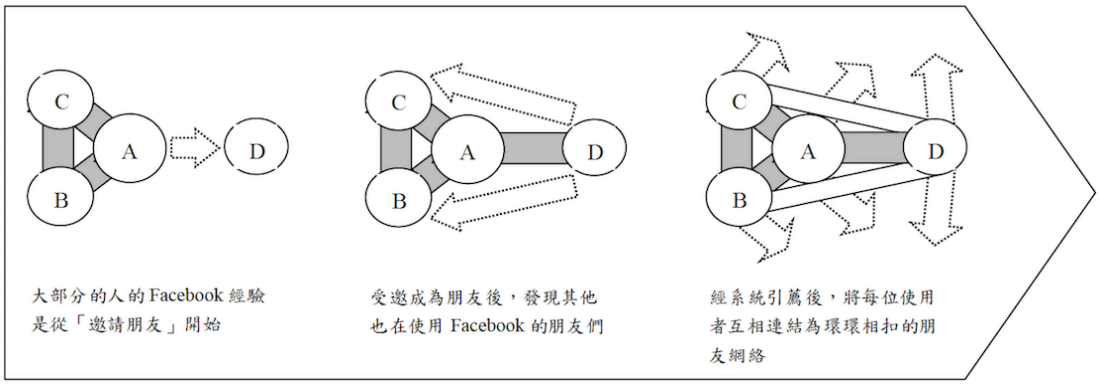
DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

使用簡便且進入門檻變低時，而產出的內容及轉貼被海量的產出時，諸多虛擬的網路空間儼然成為許多豐沛的人際關係的溫床。例如：社群軟體的 Line、Facebook、微信、YouTube、網站留言板、影音網站、電玩等等。而在這些虛擬空間所進行的互動更能顯露出更廣的人際關係，進而虛擬自我個性及性別，學者 Turkle （1998）指出，網路時代中人類和電腦的互動，如何促使人類重新面對自己的定位，利用網路生活來幫助我們思考人際關係及自我，並繪出一連串的交涉，包括電腦如何影響我們的心理活動，如何引導我們對心靈、身體、科技應用的看法。作者並以近二十年的田野調查，觀察和參與各種人們與電腦接觸的情況，忠實反映出人類與電腦的親密關係，已改變人類的思想方式。Turkle（2011）在《The Second Self》一書中指出，「我們正在用視屏螢幕上的內容來進行關於進化，人際關係，政治，性別和社會等方面的新思維。」那麼，退休族是否也在使用手機後，改變了人際關係呢？謝宗諭（2006）發現，在社群媒體中分享自己的日常生活或發現、自我成就等行為，確實會影響人際關係。退休族離開職場後，可藉由在網路上的虛擬角色滿足自我成就感及提升自我價值再造，其實也是一種新的人生開始。

上述相關文獻探討顯示，關於在網路上如何拓展人際關係，藉由網路與人的關係與中介傳播的論述，更可以深刻的了解使用者於網際網路中使用社群媒體活動，無時無刻隨時隨地可以與不同對象建立起人際關係。就因如此，在這些地方更可賦予解放多重角色認同的虛擬角色行為，而更多不同年齡層的使用者，在使用進步且人性化的 3C 科技產品研究結果證實，在使用網際網路運用社群媒體事有利於現代人在人際關係的建構與維繫在共同的興趣上（Ellis, Oldridge & Vasconcelos, 2004）。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

圖2-1：社交網站的虛擬社群發展模式



資料來源：（孫昱涵，2009）

因此，藉由以上文獻探討得知，退休族對於人際關係的挑戰是現在進行式，必需每天面對退休後的人際關係變化與壓力，同時必須面對家人之間的關係變化等，因此本研究希望了解退休族在何種情況下使用何種方式或工具維持人際關係與現象，試圖透過研究能更瞭解退休族生活的現況與建議。

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第參章　研究方法

本研究目的在探討退休族群如何透過社群媒體建立人際關係或強化既有人際關係。本研究分為二階段，第一階段以問卷收集社群媒體的使用者的基本使用資訊，藉此了解退休族的社群媒體使用概況。第二階段將問卷結果為基礎，選擇重度使用社群媒體受訪者，以深入訪談法，收集退休族群使用社群媒體使、及退休後的人際關係概況。

本研究因父母親已為退休者，在平常聯繫朋友同學都還有聯繫，而對方皆為退休狀態，藉此機會邀約父母朋友或同學聚會並自然中進行問卷調查及深度訪談，試圖從父母親朋友及同學聚會以聊天模式作為資料蒐集的起點，試圖瞭解並在日常生活中都是以社群媒體相互聯絡及維持人際關係，就此一現象進行約訪並蒐集相關問題反饋資訊。

第一節　研究場域

以深度訪談法選擇的研究對象，此一方法屬於科學的質化研究法，其研究主題從實施到發現有一種互動的效用，可以迅速體驗研究對象的經驗（王梅玲，2002）。深度訪談法的優點是重視參與者的知識建構，可以更深入瞭解其行為與目的，訪談後所收集來的資訊具有獨特性及有效性，被視為高效率且經濟的研究方法。其缺點是必須保持問題主軸不偏離。由於質化研究者重視動態過程之特質，故在抽樣上亦須具備「彈性化」和「隨研究發展而演變的特質」，而其他樣本可能會是需要而定，以避免重複的現象。而研究對象挑選所強調的適切性，要確實掌握研究所需的資料，則必須設計出取決適當的人選的條件，才可從後續的資料蒐集中取得具有價值的相關資訊。

本研究目的是在瞭解退休族在使用社群媒體如何維持人際關係現況與影響。藉由 10 名已退休族群進行問卷，試圖在問卷中尋找確實有在使用社群媒體的對象再進行第二階段的焦點團體訪談並記錄與分析，企圖在訪談中分析使用社群媒體如何使用社群媒體及使用的方式與程度。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

因此研究方法將分為以下二階段方式進行，階段內容如下：

第一階段：將對受訪者填寫問卷，針對性別、年齡、過去職業、家庭狀況、交友狀況及生活現況及使用何種載具及內容加以逐一探究，此一方式將可先篩選出此次針對研究問題的受訪對象，詢問受訪者是如何與親朋好友聯繫，以何種方式進行等談話方式引導確認是否有使用社群媒體的經驗，在確認為是社群媒體使用者後，便可以清楚挑選出研究對象進行第二階段。本問卷預計採訪目標10人共七大類題，針對高齡族群進行問卷發放，藉此收集相關使用社群媒體現狀，問卷內容如下:

一、基本資料（重要，請擇一選擇，無複選）

1、您的性別：☐男；☐女

2、您的年齡：☐60 歲以下（包含 60 歲）；☐61 歲以上

3、是否已退休離開職場：☐是的，已完全沒有工作；☐不是，還有在工作（包括兼差）

4、是否有使用智慧型手機: ☐有；☐無

5、 是否有使用 Facebook：☐有；☐無

6、是否有使用 Line：☐有；☐無

7、是否有用其他社群媒體：_____

如果 3~7 提有回答有的受訪者，可繼續回答以下問題。

二、以下題項依照您使用社群媒體狀況，請勾選一個適當選項（請擇一選擇，無複選）。無使用社群媒體者跳過

1、請問您使用社群媒體（Facebook、Line）多久了？ ☐3 個月以內；☐半年

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

(含)以上~1 年以內；☐3 個月(含)以上~半年以內；☐1 年以上

2、我平均多久上一次 Facebook ？☐每天；☐4-5 天；☐二個星期~三個星期；☐2-3 天；☐一個星期；☐一個月以上

3、我平均多久上一次 Line ？☐每天；☐4-5 天；☐二個星期~三個星期；☐2-3 天；☐一個星期；☐一個月以上

4、我每次使用 Facebook 的時間約為？ ☐1 小時以下；☐2-3 小時；☐4 小時以上 ☐1-2 小時☐3-4 小時以上

5、我每次使用 Line 的時間約為？ ☐1 小時以下；☐2-3 小時；☐4 小時以上 ☐1-2 小時☐3-4 小時以上

6、我平均多久會去看一次好友或其他人的 Facebook？☐不喜歡看；☐每天；☐4-5 天；☐一星期以上；☐2-3 天；☐一星期；☐我不會去看其他人的社群媒體

如第 6 題回答不喜歡看者，此問卷則無效。

三、以下題項依照您使用社群媒體狀況，請勾選一個適當選項（請擇一選擇，無複選）。無使用社群媒體者跳過

1、請問您 Facebook 的好友人數為？ ☐1-50 人；☐101-150 人；☐200 人以上；☐51-100 人；☐151-200 人以上

2、請問您 Line 的好友人數為？ ☐1-50 人；☐101-150 人；☐200 人以上；☐51-100 人；☐151-200 人以上

3、請問您 Facebook 中有持續維繫互動的人數為？☐1-5 人；☐11-15 人；☐20

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

人以上；☐6-10 人；☐16-20

4、請問您 Line 中有持續維繫互動的人數為？☐1-5 人；☐11-15 人；☐20 人以上；☐6-10 人；☐16-20

以上人數越多，代表交友廣度夠高，反之交友人數少，社交廣度有限。

四、以下題項依照社群媒體各項功能狀況請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。）以下統計分數越高，代表使用社群媒體心態較為開放，反之分數越低，使用社群媒體的心態較為封閉。（請擇一選擇，無複選）

1、我的 Facebook 內容是開放給所有的人觀看： ☐1☐2☐3☐4☐5

2、我樂意利用 Facebook 或 Line 來和所有人分享我的生活 ☐1☐2☐3☐4☐5

3、我喜歡把自己的個人檔案寫的很詳細、清楚： ☐1☐2☐3☐4☐5

4、我喜歡在個人檔案中放入自己的照片： ☐1☐2☐3☐4☐5

5、我喜歡連結其他好友或群組的網頁： ☐1☐2☐3☐4☐5

6、我喜歡利用 Facebook 或 Line 和朋友聊天： ☐1☐2☐3☐4☐5

7、我喜歡發佈自己的即時動態訊息讓朋友知道： ☐1☐2☐3☐4☐5

8、我喜歡回應朋友的即時動態訊息： ☐1☐2☐3☐4☐5

9、我喜歡在朋友的留言版上留言： ☐1☐2☐3☐4☐5

10、我喜歡回應朋友在留言版上的留言： ☐1☐2☐3☐4☐5

11、想要與認識的人保持聯繫： ☐1☐2☐3☐4☐5

12、想瞭解朋友的現況與生活： ☐1☐2☐3☐4☐5

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

13、想認識新朋友，拓展我的交友圈：　　□1□2□3□4□5

14、藉由玩遊戲增進更多與朋友的互動：　　□1□2□3□4□5

15、希望能增加平常和朋友聊天的話題：　　□1□2□3□4□5

16、想獲得朋友的回應：　　□1□2□3□4□5

17、想獲得一些新的知識或資訊：　　□1□2□3□4□5

18、使用 Facebook 後，我更容易認識新的朋友：　　□1□2□3□4□5

19、使用 Facebook 後，我比較能夠表達出真實的心情：　□1□2□3□4□5

20、使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被尊重的感覺：□1□2□3□4□5

五、以下題項依照您生活的實際狀況，請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。）以下統計分數越高，代表使用社群媒體心態較為主動，反之分數越低，使用社群媒體的心態較為被動。（請擇一選擇，無複選）

1、我喜歡和朋友們互動往來：　　□1□2□3□4□5

2、我能在團體活動時和大家相處融洽：　　□1□2□3□4□5

3、我喜歡跟朋友聊聊自己的夢想跟抱負：　　□1□2□3□4□5

4、我覺得我的朋友都很棒：　　□1□2□3□4□5

5、我喜歡主動去認識新朋友：　　□1□2□3□4□5

6、我不會因為他人的刺激而產生憤怒：　　□1□2□3□4□5

7、我不會因為別人犯的錯而生氣：　　□1□2□3□4□5

8、我覺得有人會在背後說我的壞話：　　□1□2□3□4□5

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

9、我容易對人失去信心：　　□1□2□3□4□5

10、我喜歡參加活動：　　□1□2□3□4□5

11、我覺得對人保持一些戒心，對我來說是安全的：　　□1□2□3□4□5

六、以下題項依照個人人格特質，請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、 「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。）以下統計分數越高，代表使用社群媒體心態較想喜歡冒險，反之分數越低，使用社群媒體的心態較為孤僻。（請擇一選擇，無複選）

1、我喜歡和人交朋友：　　□1□2□3□4□5

2、我喜歡大家聚在一起，熱熱鬧鬧的感覺：　　□1□2□3□4□5

3、我喜歡吸引別人的注意力：　　□1□2□3□4□5

4、我喜歡新奇刺激的事務：　　□1□2□3□4□5

5、我喜歡參加冒險性的活動：　　□1□2□3□4□5

6、我喜歡成為大家的焦點：　　□1□2□3□4□5

7、我有很多各式各樣的朋友：　　□1□2□3□4□5

七、以下題項依照 Facebook 各項功能狀況，請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、 「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。）以下統計分數越高，代表較能接受虛擬人際關係，反之分數越低，較無法接受虛擬人際關係。（請擇一選擇，無複選）

1、我喜歡和朋友在網路上互動勝過真實生活中的互動：　□1□2□3□4□5

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

2、我喜歡利用 Facebook 和朋友聊天：　　□1□2□3□4□5

3、使用 Facebook 的時候，通常我會主動找朋友聊天：　□1□2□3□4□5

4、使用 Facebook 的時候，通常是朋友主動找我聊天：　□1□2□3□4□5

5、當朋友 Facebook Take 我時，我會即時回覆：　　□1□2□3□4□5

6、使用 Facebook 時，我比較能夠表達出真實的心情：　□1□2□3□4□5

7、使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被尊重的感覺：□1□2□3□4□5

8、使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被關懷的感覺：□1□2□3□4□5

9、使用 Facebook 後，能增進我和朋友間的瞭解：　　□1□2□3□4□5

10、不愉快的時候，我會渴望在 Facebook 中找到慰藉：□1□2□3□4□5

將以上資料分析統計後分析結果，試探核對在自我空間中填寫問卷及面對錄影或群眾時，答案的變異及落差，以及過程中誠實度的變化，在與受訪者平時使用習慣觀察交叉比對，研究範疇為定義在屆臨退休年紀六十歲上下為受試對象，符合年齡者皆可受訪。

第二階段：將採取深度訪談法訪談，此一方式將可隨著每位受訪著的情緒、反應做訪談內容調整，在輕鬆的情況下暢所欲言，受訪者回覆的答案會更貼近受訪者本身。

為尊重學術倫理，所有受訪者會以編號做為代表，依據口訪資料的採集，將描繪出研究所探尋之整體輪廓。

表 3-1：訪談人員資料表

編號	性別	以往職業	使用何種社群媒體
受訪者 A	女	公務人員	Facebook、Line

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

受訪者B	女	自由業	Facebook、Line、Google+、Wechat
受訪者C	女	保險業	Facebook、Line、Wechat
受訪者D	男	公務人員	Facebook、Line
受訪者E	女	自由業	Facebook、Line
受訪者F	女	公務人員	Facebook、Line
受訪者G	女	自由業	Facebook、Line

表格來源：本研究問卷調查整理

將訪談內容進行質性研究分析，並將進行比對，因考慮到受訪者的倫理關係，並進行受訪者內容建立逐字稿，逐一將問題現況呈現。

第二節　資料蒐集方式

本研究第二階段以受訪者是否了解社群媒體的使用方式，並過濾出更符合條件的受訪者，再以「深度訪談」方式獲取豐富性資料，以便進行後續的資料分析，以下簡述本研究採用的研究方法。

表3-2：訪談問題集大綱

	研究問題	訪談大綱
一	何種情況開始用用社群媒體？	1. 請問您是使用哪些社群媒體？(篩選被研究者) 2. 請問您是否會利用社群媒體來交新朋友嗎？ 3. 有從社群媒體上認識”新朋友”的經驗？ 4. 請問這些”新朋友”是從何種管道認識的？可否請您描述一下這種經驗？ 5. 您本身是否也有加入成為他人”新朋友”的經驗呢？ 6. 若您拒絕成為他人的”新朋友”，又是何種原因

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

		使然？(探討信任與否的問題)
二	透過社群媒體事用何種身份使用？	1. 運用社群媒體和朋友互通訊息的過程中，你們最常用什麼方法進行互動或關係維繫 2. 和剛認識的”新朋友”，你會常用哪些方式與其聯繫？這種方式如何促進彼此有更進一步的情感維繫？(探討維繫人際關係過程的角色) 3. 和舊朋友之間，又是透過哪些方式連絡感情？ 4. 不同熟識度的朋友時要推薦”新朋友”給你時，請問你如何因應？
三	如何透過社群媒體建立自身的人際關係？	1. 請問你會不會特別留意社群媒體提供了哪些互動功能？會/不會去使用、其原因為何？ 2. 請問您 社群媒體中創設的社群，是否有助於人際關係的建立？(試舉一實例)

表格來源：本研究問卷調查整理

資料分析試圖將受訪者的口述個人經驗，再利用電腦以謄錄的方式騰出回答問題的資料進行分析。隨後依照研究所提出的研究問題，逐一查找訪談資料中是否有其對應的話語，並開始分析使用者在社群媒體進行人際關係維繫的意涵。除此之外，研究生會同時參考社群媒體的使用架構，適切的理解受訪者口述的內容，是否為社群媒體所持有的交誼機制與通互動工具有關，並在檢視研究分析之結果與研究問題、目的之間的關係後加以剖析與闡述。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第三節　研究流程

本研究在確立研究範圍後，首先經由蒐集相關文獻資料以釐清所要研究的動機與目的，並反思其主要的研究問題。隨後將其問題重點聚焦並加以整理。而為了達到研究目的，依據研究問題與參與觀察以擬定訪談大綱，以期透過訪談彙整研究資料，並針對資料加以分析，回答研究問題，提出結論與相關建議。

圖3-1：研究流程圖

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第肆章　資料分析

本研究旨在探討群媒體如何被銀髮族作為人際關係平台，對於社交上會產生何種影響及樣貌。亦或是更想探究銀髮族在虛擬社交平台上的與實際生活中的樣貌差異。

由於銀髮族的人際關係樣態多半是經過人生多年歲月歷練，想法思路是細膩的且觀念也較為保守，較難用問卷調查方式獲得深入的結果，因此在研究方法的選取上，會先以初期簡單的問卷調查篩選主要使用社群媒體對象再進行深度訪談作為主要蒐集方式，本研究期待透過深度訪談，能夠實際觀察到手者真正的使用目的及動機，並了解銀髮族在使用社群媒體行為上隱含的意義及心理，以便更加深入透析此一族群在從事社群媒體逕行社交活動的動機與脈絡，以便盡行更深入的論述。

第一節 問卷調查整理分析

在研究方法策略上，本研究設計問卷調查樣本，調查受訪者性別、使用社交模式及習慣加以篩選研究族群，較能針對研究議題進行訪談調查，但也考慮到個人隱私及意願，篩選出對象後再邀請受訪者個別進行深度訪談紀錄。

表 4-1：問卷調查統計表

ＮＯ	性別	年齡	職業	職業狀態	使用智慧型手機	使用社群	訪談資格	訪談者編碼
1	女	60 歲以上	公務人員	已退休	有	Facebook、Line	V	**A 女**
2	女	60 歲以上	自由業	已退休	有	Facebook、Line、Gmail、Wechat	V	**B 女**
3	女	60 歲以上	保險業	已退休	有	Facebook、Line、Wechat	V	**C 女**
4	男	60 歲以上	公務人員	已退休	有	Facebook、Line	V	**D 男**
5	女	60 歲以上	私人企業	無退休	有	Facebook、Line	X	**E 女**
6	女	60 歲以上	自由業	已退休	有	Facebook、Line	V	**F 女**

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

7	女	60 歲以上	公務人員	已退休	有	NA	X	**G 女**
8	女	60 歲以上	自營商	無退休	有	Line	X	**H 女**
9	女	60 歲以上	自由業	已退休	有	Facebook、Line	V	**I 女**
10	男	60 歲以上	私人企業	已退休	有	NA	X	**J 男**
11	女	60 歲以上	私人企業	已退休	有	NA	X	**K 女**
12	女	60 歲以上	自由業	已退休	有	NA	X	**L 女**

表格來源：本研究問卷調查整理（本研究問卷填寫日期於 2018 年 5 月，地點為中山區餐廳，人數共 12 人。）

一、 基本資料

（一）男性 2 人（總體佔 17%）、女性 10 人（總體佔 83%）。

（二）年齡：皆為 60 歲以上（總體佔 100%），全數符合退休年齡

（三）退休前最後一份工作職業：公務人員 3 人（總體佔 33%）、自由業 4 人（總體佔 45%）、保險業 1 人（總體佔 11%）、私人企業 3 人（總體佔 33%）、自營商 1 人（總體佔 11%）。

（四）是否已退休離開職場：已退休 10 人（總體佔 83%）、無退休 2 人（總體佔 17%）。

（五）是否有使用智慧型手機：有使用 9 人（總體佔 75%）、無使用 3 人（總體佔 25%）。

（六）是否有使用 Facebook：有使用 7 人（總體佔 58%）、無使用 5 人（總體佔 42%）。

（七）是否有使用 Line：有使用 8 人（總體佔 67%）、無使用 4 人（總體佔 33%）。

（八）是否有用其他社群媒體：有使用 3 人（Wechat）（總體佔 30%）、無使用 7 人（總體佔 70%）。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

以上調查篩選，符合有使用智慧型手機及社群媒體對修族群的訪談資格男性共 1 人、女性共 6 人，總共 7 人。

觀察受訪調查過程中，男性較女性保守且不易談論自我社交及交友現況，反倒是女性受訪者較容易侃侃而談。而使用最社群媒體排名依序為第一名 Line、第二名為 Facebook、Wechat 則排第三名，顯示出退休族群對於社群媒體並不陌生，女性對於社群媒體使用更是熟悉。

二、以下題項依照您使用社群媒體狀況，請勾選一個適當選項（請擇一選擇，無複選）。

表 4-2：退休族使用社群媒體狀況問卷調查統計表

（一）請問您使用社群媒體(Facebook、Line)多久了？

沒使用	三個月以內	三個月(含)以上~半年以內	半年(含)以上~1年以內	一年以上
GHJKL 5 人 42%	X 0%	X 0%	X 0%	ABCDEFI 7 人 58%

（二）我平均多久上一次 臉書（Facebook）？

沒使用	每天	2-3 天	4-5 天	一個星期	二個星期~三個星期	一個月以上
GHJKL 5 人 42%	ABCDFI 6 人 50%	X 0%	X 0%	X 0%	X 0%	E 1 人 8%

（三）我平均多久上一次 Line ？

沒使用	每天	2-3 天	4-5 天	一個星期	二個星期~三個星期	一個月以上
GJKL 4 人 33%	ABCDEFHI 8 人 67%	X 0%	X 0%	X 0%	X 0%	X 0%

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

（四）我每次使用 Facebook 的時間約為？

沒使用	1 小時以下	1-2 小時	2-3 小時	3-4 小時以上	4 小時以上
GHJKL 5 人 42%	ACF 3 人 25%	BEI 3 人 25%	D 1 人 8%	X 0%	X 0%

（五）我每次使用 Line 的時間約為？

沒使用	1 小時以下	1-2 小時	2-3 小時	3-4 小時以上	4 小時以上
GJKL 4 人 33%	ACFHI 5 人 42%	DE 2 人 17%	B 1 人 8%	X 0%	X 0%

（六）我平均多久會去看一次好友或其他人的 Facebook？

完全不看	不喜歡看	每天	2-3 天	4-5 天	一星期	一星期以上	不會去看其他人的社群媒體
GHJKL 5 人 42%	X 0%	ABCI 4 人 33%	F 1 人 8%	X 0%	X 0%	DE 2 人 17%	X 0%

表格來源：本研究問卷調查整理

根據以上調查，將近有 58%有使用社群媒體的退休族在使用資歷上都超過一年以上並且有一定的經驗值，對於社群媒體的環境是不陌生的。在開啟社群媒體的的閱覽頻率，有在使用社群媒體的受測者幾乎是每天上線閱覽，臉書閱覽時間平均在 1~2 小時左右，Line 的閱覽時間分佈在 1~3 小時左右，顯示退休族在使用社群媒體的時間佔了每一天的 1/8 的時間從事使用網路社群媒體，在對於生活中的調劑與休閒，社群媒體對於退休族是有相當程度的吸引力，將近有 58%的使用者會關切朋友所上傳的內容與訊息，而更多會關切社群媒體的動態頻率多數集中在每天的使用頻率上，上述約略可以顯示出退休族群在使用的黏著度上是有一定比例的可能，且使用頻率相較於年輕人上網的時間，根據資策會數位服務創新研究所（服創所）智媒資料組的「2017 年 4G 行動生活使用行為調查」報告指出，有 51.5% 的民眾屬於手機中度使用者（每天使用手機的

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

時間為 2 至 5 小時），而有 28.1% 的民眾每天花超過 5 小時滑手機，屬於重度使用者，調查顯示 25%~42%有在使用社群媒體的受訪者每天使用都在 1~2 個小時，顯示出退休者已在使用的時數上已漸漸成為手機中重度使用者。在人際關係上關心朋友的動態有 33%的受訪者每天都會去瀏覽，這也顯示出對退休對於臉書中的好友動態是出自於內心真正關心或是好奇心？但很顯然的瀏覽臉書儼然已成為退休族每天日常必做的儀式。

三、以下題項依照您使用社群媒體互動狀況，請勾選一個適當選項（請擇一選擇，無複選）。

表 4-3：退休族使用社群媒體互動狀況問卷調查統計表

（一）請問您 Facebook 的好友人數為？

沒使用 0 人	1-50 人	51-100 人	101-150 人	151-200 人	201 人以上
GHJKL	ABCDEF	I	X	X	X
5 人	6 人	1 人			
42%	50%	8%	0%	0%	0%

（二）請問您 Line 的好友人數為？

沒使用 0 人	1-50 人	51-100 人	101-150 人	151-200 人	201 人以上
GJKL	ABCH	EF	I	X	DH
4 人	4 人	2 人	1 人		2 人
33%	33%	17%	8%	0%	17%

（三）請問您 Facebook 中有持續維繫互動的人數為？

沒使用 0 人	1-5 人	6-10 人	11-15 人	16-20 人	21 人以上
GHJKL	X	CF	BEI	X	AD
5 人		2 人	3 人		2 人
42%	0%	17%	25%	0%	17%

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

（四）請問您 Line 中有持續維繫互動的人數為？

沒使用	1-5 人	6-10 人	11-15 人	16-20 人	21 人以上
GJKL	X	X	I	BE	ACDFH
4 人			1 人	2 人	
33%	0%	0%	8%	17%	42%

表格來源：本研究問卷調查整理

根據使用者在社群媒體使用狀況的人數範圍顯示，在臉書與 Line 有著一些別，會因為軟體的使用特性區別有著不同的使用習慣，即時互動格外顯得重要，臉書（Facebook）有 50%的受訪者擁有的臉書好友在 50 人左右，但在 Line 的人數分佈卻有在 200 人以上佔有 17%，且互動人數最多的也在 Line 的社群中有 21 人以上占有 42%，臉書（Facebook）卻只有 11~15 人佔整體的 25%而已，此一現象顯示出保持聯絡即時、方便性的通訊社群媒體在人際互動上格外顯得重要。

根據問卷一～三項已有初步篩選結果，12 位受訪者中有 7 位受訪者符合正在使用社群媒體的受訪者資格，將繼續問卷作答且作為數據分析整體人數。

四、以下題項依照社群媒體各項使用功能狀況請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。請擇一選擇，無複選）

表 4-4：退休族社群媒體各項功能狀況問卷調查統計表

NO	問題內容	1 非常同意	2 同意	3 無意見	4 不同意	5 非常不同意
1	我的 Facebook 內容是開放給所有的	C 14.29%	I 14.29%	DF 28.57%	AB 28.57%	E 14.29%

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

	人觀看。					
2	我樂意利用 Facebook 或 Line 來和所有人分享我的生活。	CD 42.86%	BEI 42.86%	F 14.29%	A 14.29%	X 0%
3	我喜歡把自己的個人檔案寫的很詳細、清楚。	X 0%	I 14.29%	DE 28.57%	ABCF 57.14%	X 0%
4	我喜歡在個人檔案中放入自己的照片。	CD 28.57%	I 14.29%	X 0%	ABEF 57.14%	X 0%
5	我喜歡連結其他好友或群組的網頁。	CD 28.57%	I 14.29%	BEF 42.86%	A 14.29%	X 0%
6	我喜歡利用 Facebook 或 Line 和朋友聊天。	ACD 42.86%	BEFI 57.14%	X 0%	X 0%	X 0%
7	我喜歡發佈自己的即時動態訊息讓朋友知道。	C 14.29%	BEI 42.86%	D 14.29%	AF 28.57%	X 0%
8	我喜歡回應朋友的即時動態訊息。	CD 28.57%	BEF 42.86%	AI 28.57%	X 0%	X 0%
9	我喜歡在朋友的留言版上留言。	CD 28.57%	ABI 42.86%	EF 28.57%	X 0%	X 0%
10	我喜歡回應朋友在留言版上的留言。	CD 28.57%	BI 28.57%	AEF 42.86%	X 0%	X 0%
11	想要與認識的人保持聯繫。	ACD 42.86%	BEFI 57.14%	X 0%	X 0%	X 0%
12	想瞭解朋友的現況與生活。	CD 28.57%	ABEF 57.14%	I 14.29%	X 0%	X 0%

國立政治大學 National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

13	想認識新朋友，拓展我的交友圈。	CD 28.57%	BEI 42.86%	AF 28.57%	X 0%	X 0%
14	藉由玩遊戲增進更多與朋友的互動。	DH 28.57%	BEFI 57.14%	C 14.29%	X 0%	A 14.29%
15	希望能增加平常和朋友聊天的話題。	CD 28.57%	BEFI 57.14%	A 14.29%	X 0%	X 0%
16	想獲得朋友的回應。	C 14.29%	BDEF 57.14%	AI 28.57%	X 0%	X 0%
17	想獲得一些新的知識或資訊。	ACD 42.86%	BEFI 57.14%	X 0%	X 0%	X 0%
18	使用 Facebook 後，我更容易認識新的朋友。	D 14.29%	BEFI 57.14%	AC 28.57%	X 0%	X 0%
19	使用 Facebook 後，我比較能夠表達出真實的心情。	D 14.29%	BEFI 57.14%	AC 28.57%	X 0%	X 0%
20	使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被尊重的感覺。	C 14.29%	ABDEF 71.43%	I 14.29%	X 0%	X 0%

表格來源：本研究問卷調查整理

根據以上問卷調查數據觀察，受訪者在社群軟體的互動上，上傳內容是不願意公開觀看的，但可以分享給有實質互動過的朋友才可以觀看，可見會限制觀賞的對象是有其重要性。57.14%的人不願意將真實的資料上傳與放入個人照片，為的是避免擔心洩漏個資。對於連結朋友的內容動機，多數是沒有意見有42.86%，但在數據中有顯示 28.57%卻是非常同意有，顯示出退休族對於好的內容是會有轉貼連結分享促進人際關係的可能。

對於是否願意與在社群媒體互動與分享，從調查中有 43.86%~71.43%的佔比多數偏向願意及非常願意的選項，唯獨主動回覆朋友留言的意願卻比較傾向

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

沒意見的佔整體有 42.86%，顯示出對於留言互動的主動性較欠缺，或許是因為回復需要打字嫌麻煩或是看看就好，此一現象確實有待觀察其用意及動機。

五、以下題項依照您生活的實際狀況，請選一個適當數字打勾代表您對該項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。請擇一選擇，無複選）

表 4-5：退休族生活的實際狀況問卷調查統計表

NO	問題內容	1 非常同意	2 同意	3 無意見	4 不同意	5 非常不同意
1	我喜歡和朋友們互動往來。	C 14.29%	BEFI 57.14%	AD 28.57%	X 0%	X 0%
2	我能在團體活動時和大家相處融洽。	C 14.29%	ABDEF 71.43%	I 14.29%	X 0%	X 0%
3	我喜歡跟朋友聊聊自己的夢想跟抱負。	C 14.29%	ADEFI 71.43%	X 0%	B 14.29%	X 0%
4	我覺得我的朋友都很棒。	C 14.29%	ABDEF 71.43%	I 14.29%	X 0%	X 0%
5	我喜歡主動去認識新朋友	X 0%	CDFI 57.14%	AE 28.57%	B 14.29%	X 0%
6	我不會因為他人的刺激而產生憤怒。	C 14.29%	ABDEF 71.43%	I 14.29%	X 0%	X 0%
7	我不會因為別人犯的錯生氣。	C 14.29%	ABDEFI 85.71%	X 0%	X 0%	X 0%
8	我覺得有人會在背後說我的	C 14.29%	DI 28.57%	F 14.29%	ABE 42.86%	X 0%

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

	壞話。					
9	我容易對人失去信心。	X 0%	ABCI 57.14%	DEF 42.86%	X 0%	X 0%
10	我喜歡參加活動。	C 14.29%	ADEFI 71.43%	X 0%	B 14.29%	X 0%
11	我覺得對人保持一些戒心，對我來說是安全的。	AC 28.57%	BDEI 57.14%	F 14.29%	X 0%	X 0%

表格來源：本研究問卷調查整理

觀察生活的實際狀況，一般在使用社群媒體的動機初始，多數會展現自我正向思考及正面形象的展現，主要目的是希望藉由新的溝通管道在人際關係上能夠重新向外拓展結交更多有志一同的好友增添更多不同的生活模式，不見得都是處於在以往陳舊的模式，會選擇是自己本身感覺舒服的模式進行。

在問卷調查中顯示退休族受訪者對於是否喜歡與朋友互動來往與主動認識新朋友同意的選項佔整體 57.14%，並且在問卷顯示，退休族喜歡在團體中以融洽氣氛下進行互動，並喜歡與朋友之間暢談自己的抱負佔整體的 71.43%，顯示出退休族並不排斥朋友間的互動，更嘗試使用社群媒體鞏固舊有人際關係拓展新人脈。但在選擇朋友在信任度的戒心上多數會抱持一定的門檻條件，保持自身的安全為最主要篩選加入好友的依據條件，同意此一說法問卷比例佔整體有 57.14%顯示退休族自我保護的防線是沒有因為退休而懈怠，例如詐騙或是推銷等，反而更加注重及小心可能危害自身安全等因素。

六、以下題項依照個人人格特質，請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。請擇一選擇，無複選）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

表 4-6：退休族個人人格特質問卷調查統計表

NO	問題內容	1 非常同意	2 同意	3 無意見	4 不同意	5 非常不同意
1	我喜歡和人交朋友。	C 14.29%	ABDEFI 85.71%	X 0%	X 0%	X 0%
2	我喜歡大家聚在一起，熱熱鬧鬧的感覺。	EI 28.57%	BDEFI 71.43%	X 0%	X 0%	X 0%
3	我喜歡吸引別人的注意力。	B 14.29%	CDFI 57.14%	ABE 42.86%	X 0%	X 0%
4	我喜歡新奇刺激的事務。	C 14.29%	DFI 42.86%	AB 28.57%	E 14.29%	X 0%
5	我喜歡參加冒險性的活動。	C 14.29%	BDF 42.86%	EI 28.57%	X 0%	A 14.29%
6	我喜歡成為大家的焦點。	X 0%	CDFHI 55.60%	B 11.12%	A 11.12%	E 11.12%
7	我有很多各式各樣的朋友。	C 11.12%	BDFHI 55.60%	A 11.12%	E 11.12%	X 0%

表格來源：本研究問卷調查整理

根據個人特質調查發現退休族在離開職場後即與熟悉人群與空間分離，就退休後的生活能與人接觸的機會從職場上平常一起工作的同事中轉換到完全屬於自我的空間中，頓時會感到空虛與寂寞，在退休後會想交朋友的意願自然也會有所提高，問卷中數據顯示有 85.71%的退休族認為同意自己有喜歡交朋友的意願，並有 71.43%的退休族喜歡生活中帶有歡樂的氣氛、結交各式樣的朋友，顯示出孤獨空虛寂寞會是退休族最不喜歡的生活；退休後頓時退出職場環境光環褪色，但在職場上當時的能力會被重視，此時更希望退休後不被忽略，其中有 71.42%反而期待成為朋友中的焦點，但其他有 28.58%的退休族是選擇低調平淡；退休族而對於新奇、刺激與冒險性的的事物或活動有 42.86%的退休族願意嘗試與挑戰，原因是退休前因上班繁忙無暇參與的事物在此時是個好

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

時機，此時因為退休後時間變多了，可以享受一下失去的機會與體驗，但數據中顯示 28.57%部分退休族對此行為並不會太主動，可能是在年邁的體力與自身安全上考量較多小心為妙。

七、以下題項依照 Facebook 各項功能狀況，請選一個適當數字打勾代表您對該 項陳述的同意程度。（從 1 至 5 代表「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」。請擇一選擇，無複選）

表 4-7 ：退休族使用 Facebook 各項功能狀況問卷調查統計表

NO	問題內容	1 非常同意	2 同意	3 無意見	4 不同意	5 非常不同意
1	我喜歡和朋友在網路上互動勝過真實生活中的互動。	X 0%	CDFI 57.14%	BE 28.57%	A 14.29%	X 0%
2	我喜歡利用 Facebook 和朋友聊天。	X 0%	CDF 42.86%	ABI 42.86%	E 14.29%	X 0%
3	使用 Facebook 的時候，通常我會主動找朋友聊天。	X 0%	CDF 42.86%	ABI 42.86%	E 14.29%	X 0%
4	使用 Facebook 的時候，通常是朋友主動找我聊天。	C 14.29%	DF 28.57%	ABI 42.86%	E 14.29%	X 0%
5	當朋友 Facebook Take 我時，我會即時回覆。	C 14.29%	ADFI 57.14%	BE 28.57%	X 0%	X 0%

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

6	使用 Facebook 時，我比較能夠表達出真實的心情。	X 0%	CDFI 57.14%	AB 28.57%	E 14.29%	X 0%
7	使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被尊重的感覺。	C 14.29%	ADFI 57.14%	BE 28.57%	X 0%	X 0%
8	使用 Facebook 與朋友交流，會讓我有被關懷的感覺。	C 14.29%	ABDI 57.14%	EF 28.57%	X 0%	X 0%
9	使用 Facebook 能增進我和朋友間的瞭解。	C 14.29%	ABDFI 71.43%	E 14.29%	X 0%	X 0%
10	不愉快的時候，我會渴望在 Facebook 中找到慰藉。	X 0%	FI 28.57%	BCD 42.86%	A 14.29%	E 14.29%

表格來源：本研究問卷調查整理

依照退休族使用 Facebook 各項功能狀況調查顯示，有 42.86%的退休族對於在「網路虛擬世界裡交友」還不太適應，畢竟網路對退休族來說是新的產物；不過，即使如此大約有 57.14%的退休族已開始嘗試融入現代人際交往的網路虛擬模式。主動在社群媒體臉書中交朋友有 42.86%還是顯得比較保守，並沒有非常的積極與主動，顯現出對於虛擬的環境還是處於在一個較不信任且被動的狀態。如果在社群中群內朋友主動聊天時，退休族還是禮貌性的會回覆佔 57.14%，他們認為這麼做使人感覺有被尊重、關懷，甚至有 71.43%的退休

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

族會因為交談而增進相互之間的了解，增加相互之間的信任感。大約有14.29%的受訪者不會把低落情緒帶入社群媒體表示非常不同意，但也有42.86%的退休族表示並不一定會在社群媒體中發洩，這或許是因為自我形象的維護，希望自己在眾人面前自己在退休生活中一切都是美好的，甚至比以前過得更好，這應該是退休族對於人際關係中最注重核心問題，亦或者是選擇是否加入新朋友的審核重要條件之一。

第二節 深度訪談分析

藉由問卷調查篩選出七位受訪者（六女一男）共七名是確實有在使用社群媒體並有在其平台上有互動，再另行約定時間地點進行一小時～二小時的深度訪談，地點選在受訪者方便空間，藉由輕鬆的交談方式與環境進行以下訪談活動，訪談進行中並不設限答案，以受訪者回答問題方向持續詢問其最終結果。

表 4-8： 深度訪談受訪者統計表

編號	性別	以往職業	使用何種社群媒體	日期	訪談時間
受訪者A	女	公務人員	Facebook、Line	2018/9/30	2.0 小時
受訪者B	女	自由業	Facebook、Line、Wechat	2018/10/17	1.5 小時
受訪者C	女	保險業	Facebook、Line、Wechat	2018/10/23	1.0 小時
受訪者D	男	公務人員	Facebook、Line	2018/10/10	2.0 小時
受訪者E	女	自由業	Facebook、Line	2018/10/29	1.5 小時
受訪者F	女	公務人員	Facebook、Line	2018/10/30	2.0 小時
受訪者G	女	自由業	Facebook、Line	2018/11/1	1.5 小時

表格來源：本研究問卷調查整理

本節主要是在探討社交網站人際關係的維繫，將受訪者在進用社群媒體個

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

人經驗加以自然陳述並編碼與整合分析，使其受訪內容具有系統性，進而將使用者在社群媒體平台上人際關係活動的樣貌作為後續深度訪談參考依據。後續深度訪談資料分別試圖以「人際關係的發展」、「信任感對網路人際關係的影響」、「網路技術與虛擬社群對於人際關係影響」、「高齡政策建議」等項目分析描述其研究結果。

訪談間為不偏離訪談主體方向，將依照以下訪談四項主題為主要詢問順序，試圖了解退休族的受訪者在人際關係的發展是如何進展。一開始是如何進入虛擬的網路人際關係？如有在使用這些軟體的心態是好奇心驅使，還是有人際交往的支持與互動需求？其中交往的過程、動機、心態是否對於人際關係有影響；相反的，為何會拒絕別人的原因與心態、條件如何建立，從中試圖可以將正反兩極的觀念綜合整理比對出退休族人格的特質面向，還有本研究企圖詢問退休族使用社群媒體的方式與動機。了解退休族如何結交加入陌生的新朋友，使用的方式是一般單純加入還是別有用心的加入對方；退休族在新、舊朋友之間的聯絡方式是否有其區分，例如用字遣詞、回覆的方式是用圖示還是文字等；信任對於人際關係的影響是否會因為信任與否而決定是否加入好友的先決條件？以上都是本研究在訪談時欲蒐集之資料。

退休族透過社群媒體建立自身的人際關係，是否會因為軟體的功能而增加人際關係的黏著度，社群的建立對於退休族生活中結交朋友是否會產生影響使有一定的程度，那有會是哪些影響因素？

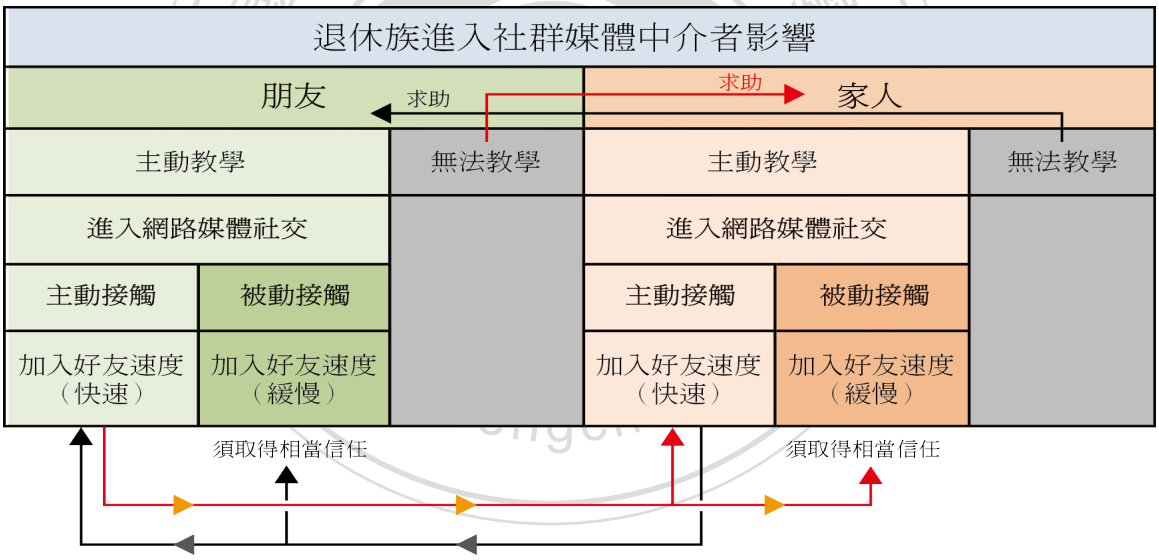
退休族對於現今政府執行的長照高齡政策執行中，對於近期、中長期的規劃與落實，退休族的社交活動是否有被滿足。不同年齡與身體健康程度的不同，現行的規劃中對於退休族在心理層面是相對較少延續發展，而在社交上如何讓退休族熟悉社交環境，甚至使用操作網路社群媒體、了解環境變遷的現況與未來趨勢、使用網路社群的優缺點及政府現正執行的規劃，藉實際訪談退休人士可以獲得一手資料。

一、人際關係的發展（退休族開使接觸使用社群媒體管道）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

由於現在的互動社群媒體的進步且日益普及，有如巨浪襲擊般的帶動起一波新的人際關係服務的方式，相較於過去傳統的社交方式有著極大不同與革新。過去，一般人得需耗費許多心思與時間，使用傳統紙筆及電話或聚會場合去認識與找尋適合自己的朋友，科技不斷的更新進步，除了改變過去的交友模式外，日新月異的社交網路服務除了能大量節省使用者在找尋朋友所耗費的時間以及距離的等待限制，更可以藉由網路技術的輔助進而發展「橫向」與「縱向」的人際關係樣貌。所謂「橫向人際關係」是把同平台所居處的朋友全部搬移到同一個社交平台上；「縱向人際關係」所指的是將用個人資料的填寫，把使用者生平所遇見過的朋友，轉移到社交網站上並進行人際關係的互動與維繫，結合多者所交織的關係網絡後，可以描繪出使用者人際關係建構的範圍。

圖4-1 ：中介者對退休族使用社群媒體的影響



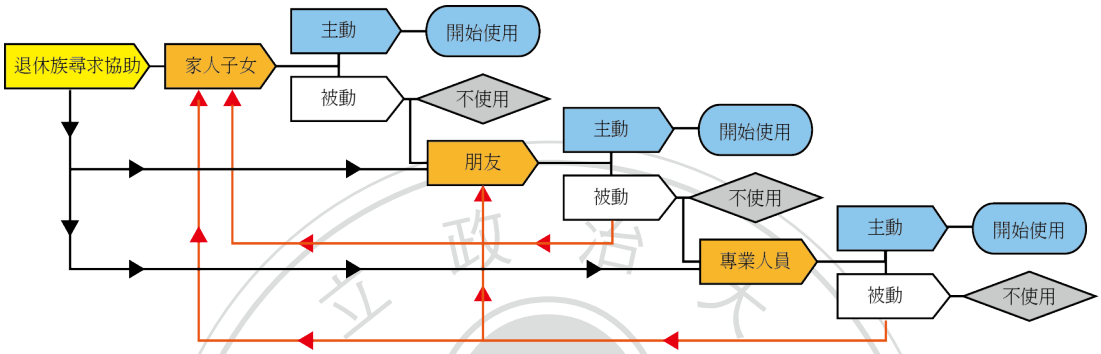
資料來源：本研究自行整理繪製

生活中聯絡外界的工具包括了室內電話與行動電話，其中，行動通訊的智慧手機不但最為普遍，還可以下載五花八門的應用軟體從事不同通訊活動。要使用社群軟體的條件就是必須挑選一台智慧行動電話，在進行購賣或擁有前會去參考相關資料，同時也會詢問一些身邊的家人及朋友及其他實體通路銷售人員聽取相關建議或訪價，因為自身使用的習慣以及載具價格的高低會影響退休

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

族決定購入規格。由此可知，面對新科技，退休族身邊有一群常在試用的智囊團。這些人通常就是親人與朋友，這些智囊團解決在使用科技產品上所遇到的問題，並在自然互動中自然產生多數的安全感、熟悉感、信任感，在詢問的互動中，自然呈現出社群進行互動的溝通管道現象。

圖4-2：退休族求助對象循環圖



資料來源：本研究自行整理繪製

根據過去研究，接受退休族群勇於嘗試使用科技維繫人際關係的意願算是普遍的。本研究更進一步發現，受訪者會接受自己的子女推薦（A、C、D），是因為年輕人對於科技的東西相對的比較熟悉，退休族對於科技的東西並不熟悉會產生許多的恐懼感，有年輕人隨時在身邊能克服使用上的一些困擾可以立即排除。在受訪過程中也發現，陌生的店員也會成為退休族考慮詢問對象，透過產生熟識感及信任而產生行購買行為（受訪者B、E、F、G）。

「好像是誒！我不是很清楚這些科技有什麼不一樣，小孩幫我買的我就用。」（受訪者A）

「我去大陸的時候有朋友推薦，說是智能手機，價格相當便宜，在台灣也有維修站，應該還算不錯。」（受訪者C）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「我小孩幫我買的，但這一支手機是我去店面交電話費，店員跟我說有促銷價，配合我的用話習慣費率，如果續約手機費用可以便宜一半，……隔天就買回來了。」（受訪者Ｄ）

「我自己去買的啊！現在很方便，中華電信有一些促銷，合約到了就會去問一下有哪些優惠，手機我用的又不是太貴的，一般的就好，我是中華電信的老客戶，……價格便宜、螢幕又大，那就夠我的需求了，哈哈哈！」（受訪者Ｂ）

「這隻手機是我自己去買的，因為我現在居住的是在國外，家裡面有買電腦大部分都是蘋果的，在美國買iPhone也有綁門號，所以價格也OK。」（受訪者Ｅ）

「因為我從以前就使用蘋果的手機，這些資料介面都很習慣所以也沒有其他的考量，只有在價錢上面會自己稍微想一下是不是太貴，……我是用了十幾年了老客戶折扣可以比較多，用習慣了就很難再換，專業人員解說也可以給我參考。」（受訪者Ｆ）

「因為我們家當初用的電視或者是電腦都是SONY，顏色比較自然，小孩也建議試用SONY的對眼睛比較舒服。……買的時後會問一下店員機種的別在哪裡，價格也有差，不要太差也不不要太好，就的買中間的機種，能用就好，小孩建議較多。（受訪者Ｇ）

在過程中也建立了群組，藉此除了可以增加生活中的互動樂趣外，也會多一些相互的瞭解。例如，子女對父母詢問如何設定手機或者是設定軟體需要帳號密碼，甚至排除一些操作上的一些問題，這樣的行為有些子女會顯得熱心（受訪者Ａ、Ｂ、Ｃ、Ｇ），也有些親人或子女會顯得不耐煩，或者因為子女時間不夠或距離太遠無法及時處理，這都是互動之後才會產生對相互間的認知。這樣的行為互動可以增加一些親人之間的了解，也可以在互動中尋找一些問題。有時，這種互動也會產生在朋友、陌生人的互動過程中。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「對啊！有問題也比較好比對，有時候不太會用的時候，都會請教兒女，女兒比較有耐心，兒子比較忙在創業中。」（受訪者Ａ）

「但我都會問一下朋友或鄰居、小孩，我挑的幾款手機哪一個比較好，三星有些機種價格便宜、螢幕又大，那就夠我的需求了，哈哈哈！」（受訪Ｂ）

「你也可以買一個給你爸媽，畢竟年紀都大了，健康蠻重要的，一個不小心健康就會出事，這年紀什麼都不重要，健康最重要，小孩比較建議啦！省得麻煩。」（受訪者Ｃ）

「對啊！家人是最方便的，自己學會最重要。」（受訪者Ｇ）

朋友之間的推薦也會成為自己行為的互動群，多方面的主動詢問並採納其意見能夠排除退休族心中的疑慮不安。相較之下，與子女之間的互動頻繁，不會因為怕麻煩而心生不耐煩，反倒會更有耐心的指導達成目的。在受訪過程中也發現，專業人員的推薦下可能是陌生人變成熟悉及信任的溝通管道（受訪者Ｄ、Ｆ），因為專業的形象這會建立在信任的託付。像這樣除了親人與朋友之外的陌生人，專業、有耐心得建立信任與對話，進而能採取更多的決定。這是因為電信門市因為是服務業，勢必要求有耐心且細心，建立自我與品牌形象。參與社團也設一個退休族拓展人際關係的途徑，他可以選擇自己的喜好參與，朝同一個目標努力，讓生活有一個休閒的重心，不會因為空巢期而孤單或寂寞；能甚至走出戶外嘗試各種不同場合與對象的交談，不排斥陌生人的各種交談對話或活動。以上種種，對於退休族的人際關係的建立是有幫助的。

「我小孩幫我買的，但這一支手機是我去店面交電話費，店員跟我說有促銷價，配合我的用話習慣費率，如果續約手機費用可以便宜一半，回去我問我女兒，……我想沒有差別就叫女兒去看看，隔

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

天就買回來了。」（受訪者Ｄ）

退休族在社群媒體的選擇上以 Line、臉書（Facebook）居多。但研究方現實際使用法上各種社群媒體的功能不太相同。Line 主要是即時通訊聯絡、交代、溝通之用（受訪者Ａ、Ｂ、Ｃ、Ｄ、Ｅ、Ｆ、Ｇ）；臉書則較偏向紀錄；兩者都是要傳遞訊息。這兩者社群媒體也都有宣傳或互動的功能，像是告知訊息等。在 Line 如果要迅速回覆，Line 是較多退休族的選擇。建立群組上的公告活動，則顯示出退休族對於公告訊息的重視。

「我通常使用臉書（Facebook）、Line較多，方便與台灣的朋友與家人聯絡；也會用微信（Wechat），因為兒子在中國大陸創業，在大陸臉書（Facebook）、Line要翻牆使用，很不方便，在台灣都用Line。（受訪者Ａ）

「通常有Line、臉書（Facebook）、比較多是Line啦。……他很方便啊，跟以前的電話簿差不多，現在不都是用這個在聯絡家人跟朋友，滑一滑就可以找到對方，我們還有群組誒！」（受訪者Ｂ）

「聯絡用的，比打電話方便，其實是比較便宜，而且大家都在用，我服務的對象有年輕有老的，也是要跟著趨勢走啊！像是Line與Wechat是聯絡用的，而且很清楚他收到訊息。」（受訪者Ｃ）

「臉書（Facebook）、Line、微信（Wechat）比較多是Line。……朋友都是用這個啊，臉書用起來感覺都是在紀錄用的，照片啊文章啊，聯絡起來不熟悉也不方便。……通常朋友聯絡都是用Line，用太多功能會亂，一個就好。」（受訪者Ｄ）

「通常都會用Gmail跟孩子通信還有與台灣這邊的家人聯絡，再來就是用Line跟朋友做一些互動聯繫，現在不用打越洋電話用這個方

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

便很多，如果不是要馬上即時的話留言其實也很方便，傳一些圖片跟要留言請朋友幫忙的事情，比起以前省事多了。」（受訪者Ｅ）

「Line在處理公事上面使用的比較頻繁，它的功能就是在叫人，我覺得Line是一個很好的工具，但也是一個很麻煩的工具，因為他擾民，他不受事件上面的限制，有時候已讀不回還很麻煩，他取代了講電話的功能，只是用文字來敘述，看樣子好像很方便，但有時候要在文字上說明一個東西，我覺得用說的較快。」（受訪者Ｆ）

「賴（Line）比較方便，取代電話了！有時候會有一些朋友會傳一些好看片子的連結給我，我們會互通一下資訊，按一下連結就可以看了，很方便，這一點我還蠻厲害的！」（受訪者Ｇ）

「臉書是可以分享一些知識與訊息，像是保健訊息啊！一些政策影響到日常生活的、有關好的消息都會分享給我的朋友，有些保戶從客戶變成朋友，這樣不會有壓力，不會一見面就談保險、談錢，那樣真的我也不喜歡，他們都知道我做保險，有需要時會認可我，自然會找我。」（受訪者Ｃ）

「有時候臉書Facebook會Po一些我們在這邊的一些活動跟生活，在臉書上沒有寫老朋友也可以互相留下情況現在的照片，我現在老了照片裡的樣子自己看一看都會覺得時間過得好快，孩子、孫子都長大了，看著看著真的是老了，有時候也可以看看朋友的一些近況。」（受訪者Ｅ）

「臉書其實都是在看別人做什麼事情，看的比較多，用的比較少。」（受訪者Ｆ）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「臉書我就是看看，比較不會主動去傳一些東西，但是家族的事情我會傳一下，紀念一下，也讓一些親戚能夠分享，團體照就會放在上面，大家都會來留言，感覺也不錯。」（受訪者Ｇ）

當退休族透過社群媒體使用發展人際關係時，手機品牌、系統並不重要，如何增加人際關係之間互動與對話才是主要的因素。退休族希望能夠多方給予意見及交談與尊重，如果在人際溝通怯步導致自我本身問題無法獲得解決或出口時，相對就會產生許多疑慮，進而對於身邊周遭的事物會產生相當大的距離感，甚至影響自己的生活以及心理與生理的健康。

人際關係不是自己個人的事，能多與外界溝通積極極參與活動是相當重要的，但是要能夠成為自己社群溝通的對象，就必須建立在一定的信任感上。鑑於以上訪問內容獲得結論，橫向的親人、縱向的朋友、專業人士、團體容易建立社群成員，而擁有耐心的互動與傾聽較能產生相互的熟識感、信任感。退休族會區隔即時通訊需求與日常紀錄等差異，從效率與功能的角度去決定自身使用軟體的方式。

綜上所述，家人是退休族社群中最主要的成員，新舊朋友先必須取得相互安全感、熟悉感、信任感，還能獲得退休族肯定，是新朋友及拓展人脈主要的審核條件。熱心與耐心則是拉近相互之間距離的催化劑。相互建立生活共同的目標，不但擁有共同的話題，也會因為相互之間的互動會更了解對方。不過退休族雖已有善用社群媒體的能力，但在更深入的功能上卻是一知半解，需要有人能告知與教學。這樣看來，在軟體的功能對於退休族的影響不是太大，要能滿足現階段社交互動的需求才是重要的。

二、信任感對網路人際關係的影響（人際關係的滿足與需求）

信任感對於人際關係是相對的重要，舉例來說受訪對象普遍認為加入新朋友於社群中取決雙方是否能夠有進一步的溝通與交往為最重要的一個條件，網

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

路上的人際關係必須建立在相互信任的基礎之上（受訪者Ｂ、C、D、Ｅ、Ｆ、Ｇ）。

「其實會信任一個人很難，但是要不信任一個人卻很容易，現在的社會中，也太多的不信任存在，每個人都會有一種目的，就要看這個目的你信不信任他。」（受訪者Ｂ）

「先是從活動或社團中認識的，一個接著一個，有共同的目標一起達成，不認識都會變成認識到信任。」（受訪者C）

「要看對方的個性啊、信任對方的背景啊、討論的話題或儀態，都會是考慮的因素。」（受訪者D）

「你是誰我總要知道吧！隨便的人都可以到你家或是我是誰你都不認識就叫我當好友，這一定有一種目的，我加好友的目的很單純，就是要真，而且我有要加或不加的權力。」（受訪者E）

「不會主動，也沒那麼好客，畢竟文化的不同，我覺得我們比較保守，對於要多少朋友，多少的粉絲，我不太在乎！只要知心的幾個就好，……所以在交朋友的方式都是有一定的時間去證明，像現在國小的同學有幾個都是有聯絡，而且三不五時還會一起去買菜聊天，很好的，不認識的人我想都不會想。」（受訪者Ｆ）

「確認一下，就像你家有人按門鈴，你也會問一下或是看一下吧！碰到壞人怎麼辦？而且網路我們又不熟，不熟的事情不要冒險。」（受訪者Ｇ）

由這些訪談結果可以看見，相互因為熟悉而取得信任感是推進人際關係的因素。對於網路上的身份以真實正向的方式呈現，則是為了取得對外的識別與信任；虛擬的身份角色對於退休族來說，實在是有些困難。這說明了退休族基

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

本上採取與真實身份相符合的形象，認為真誠的面對朋友是對於自我的肯定表現。（受訪者A、B、C、D、E、F、G）

「當然是用本名，年紀大了其他的名字會讓別人看不出來是你，會找不到對方。」（受訪者A）

「我們都是以本名，沒有什麼綽號。英文也不適當，我沒有讓朋友知道我的英文名字，而且我的英文名字是直接翻譯的，也是本名啊！對不對，比較習慣啦！用一大堆，光密碼就夠煩人的了！」（受訪者B）

「本名啊！我又不做壞事！用本名光明正大，又不是去做詐騙。」（受訪者C）

「我們都是以本名，沒有什麼綽號。」（受訪者D）

「真真實實的本名，童叟無欺！」（受訪者E）

「會用真實的姓名，沒時間去弄一些有的沒有的，作怪！」（受訪者F）

「一開始設定會有一些名字會重複，但是臉書中文好像不會有這問題吧！Line註冊是用帳號的，因該也不會有問題，用本名比較習慣，有些人會用英文做他的抬頭，我也會看一下照片看看。」（受訪者G）

退休族會對於周邊的朋友還是會有些關心，即時通訊軟體Line中上會傳一些長輩圖（問候、祝福、關心話語的相關貼圖或照片），或是會在臉書（Facebook）中上傳一些歡樂美好的圖片與文字（受訪者A、B、C、D、G），讓對方知道有朋友正在關心你。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「一開Line就會跟喜歡的朋友說早安或是貼圖，代表新的一天又來了，珍惜光陰啊！臉書就會按讚。也會PO一些出去玩的照片，看到朋友點讚就表示他看到了，但不一定會留言。Line比較會是用來聯絡事項及早安、晚安用，照片通常PO在臉書較多。」（受訪者Ａ）

「比較不會每天，一般都是節日及特別的日子才會傳一些應景的話，例如新年、生日中秋三節等，不會每天傳，那樣其實很煩人的。」（受訪者Ｂ）

「寄寄卡片，傳傳問候圖片都有。」（受訪者Ｃ）

「會先打字訊息給要聯絡的人，方便電話嗎？再用即時網路電話聯絡。現在好像比較少人會用行動電話的方式打，電話費很貴誒。通常會傳一些知識影片、笑話、風景圖片，影片較多。因為有些很精彩。對方也會有回應。」（受訪者Ｄ）

「像是生日臉書都會提醒你你的朋友過生日，我也會祝賀，不管是圖片或者是用錄影的，都會在上面祝賀。」（受訪者Ｅ）

「好笑的影片、美麗的風景、出遊特別的地方，會推薦給其他人我看到開心的事，敏感的就沒有必要傳，麻煩嘛！」（受訪者Ｇ）

由此可知，退休族在通訊軟體上的活動，不外乎是擔心周遭自己所關心的朋友現在的生活狀況。不論是個人的生理、心理或日常生活，相互關懷問候的行為主要就是要確保自己好友還安全健在。此時上傳的訊息對方已讀要回的行為就顯得相當重要。這種行為實際上就是藉由每天相互在社群媒體中朋友點名的概念（受訪者F）。深究起來，實在也是因為退休族多數年歲已高，擔心一個不小心就會失去多年結交的摯友，也是因為這件事對於退休族來說會是一種

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

相當大的打擊。不定時地問候對方或相約一起出遊或從事一些共同喜好的事，就目的來說，是想要相互在真實實體生活中見面並確認對方安好，並對於現在生活中所經歷的一些相互交換一些意見。就算是七嘴八舌相互的你一句我一句，這樣的氣氛相對是歡樂的，因為實體的交流確實會影響心情，因此多數受訪者會覺得回到當時年輕的年代，老朋友相見相互格外珍惜彼此。（受訪者Ａ、Ｂ、Ｃ、Ｄ、Ｅ、Ｆ、Ｇ）

「自家人群組、同學、老同事會有，麻煩喔……我想一下，對啦！就是那些早安圖啦！有時候想多睡一下，朋友都很早起，早上六點準時傳圖，當當！有時候真的覺得煩！但這是一個點名的概念吧！像看看這群組的老友今天好嗎？想想也蠻窩心的。」（受訪者Ｆ）

「譬如說一起相約出遊或是一起去一個地方吃美食，人多才熱鬧嘛！兩三個人去，有時會覺得較孤單，人多吃飯香；也會在出遊或吃飯中聊天聊到一些共同的話題，也藉這個機會了解對方一下！也會觀察一下。」（受訪者Ａ）

「每天說好話！多鼓勵，多祝福，這年紀就是需要這些多一些，少說一些負面的話，聽的不舒服，對於健康也會不好，……。」（受訪者Ｂ）

「直接見面比較多，一些聚會啦！聚餐啦！喝喝下午茶，每次不見得是同一掛人，其實真的除了在對客戶外，其他時間後盡量看看哪些年久失聯的朋友，問候一下，反正我的時間很自由！孩子都大了！老公也會安排自己，我也要保持我的生活價值。」（受訪者Ｃ）

「一星期傳一張問候的圖，順便問一下近況，如果要講很多就用電話聊，聊著聊著就會想約出來，我比較喜歡往戶外走，約一約

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

就成行了。……不勉強。吃吃飯、聊聊天、戶外看看，順便運動一下很好，不要一直用電話，傳來傳去其實不太健康，還是需要真的見到面才有真實感。」（受訪者Ｄ）

「約出來去吃飯、出來喝喝咖啡聊聊天、一起出來出遊，我覺得比較實際，我比較喜歡人與人之間的溫度，一直用網路其實有點不太踏實。」（受訪者Ｅ）

「其實見面後才會聊得更多，在上面要長篇大論不適合啦！真的，說真的，我們還不知道要怎麼用這個臉書增加人際關係，社交圈要用這個來，你們年輕人比較懂吧！」（受訪者Ｆ）

「好笑的影片、美麗的風景、出遊特別的地方，會推薦給其他人我看到開心的事，敏感的就沒有必要傳，麻煩嘛！」（受訪者Ｇ）

這些人際關係的聯繫方式取決於交情的深淺，甚至會有所區隔，群組的建立就是個很好的例子。因為相互需求相同的會在一個群組內，甚至會重複多個群組區分對談方式與內容。也因為群組中話題、目標不同認同度也會不同，造成在生活中所呈現實體人際關係的模式有所差異。熟識、信任的朋友越是老朋友相約的次數越多，談話的內容也越豐富，對於相互的人際關係得黏著度也越加緊密。退休族認定朋友的核心條件雖是建立在相互間的熟悉感與信任感，但多數退休族還是會採取在實際的社交活動中觀察對方言行舉止表現，甚至會評估對方內在與外在的表現是否能夠認同。而在社群媒體中受到對方的尊重與認同，也能夠對退休族使用社群媒體的認同度增加，更能在心理上增加一些認同感，不會因為脫離職場而感到失落或無用。此時朋友的信譽與信用也會因為程度不同，會對於推薦好友或是推薦事物會有些取捨，對於信譽與信用好的朋友當然戒心會放寬一些，但絕對不是放鬆，畢竟維護自身安全還是退休族最顧慮的項目。（受訪者Ａ、Ｃ、Ｄ、Ｅ）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「如果我跟他不是太熟的，用字或圖片問候太直接，我會感覺不舒服，文字太直接，好像直接問問題，我跟你不太熟，太直接對話會有些衝突，好比一開頭就寫我問你、可不可以、跟我說你上次說……等等。熟的朋友說這些就不會有太多問題，畢竟個性都比較了解，但常常這樣也會造成一些不舒服的感覺。」（受訪者Ａ）

「一開始會，感覺好像在累積分數，但久了其實自己去按讚就表示我看過了，那也不用在意數量了！因為看過不一定要打分數，這樣會有壓力，但我都會按讚啦！讓他感到我有在關心她。」（受訪者Ｃ）

「多少會啦，起碼給對方東西對方有收到，就好像送禮一樣，一定要送到對方手中才安心，如果對方沒讀沒回應，會感覺對方怎麼了，會擔心。」（受訪者Ｄ）

「約出來去吃飯、出來喝喝咖啡聊聊天、一起出來出遊，我覺得比較實際，我比較喜歡人與人之間的溫度，一直用網路其實有點不太踏實。」（受訪者Ｅ）

「同學會啊！同事聚會，沒退休前啦，退休後就會看看同事的臉書，有時看到一些事情，比較像是不舒服或難過的事，我就會打電話去問候一下，現在電話用的比較少，用Line的機會比較多，臉書好像公佈欄，但那是我們獲得老友的一些近況的地方。」（受訪者Ｆ）

「距離遠的會用用一段時間就約一下一起聚會、吃吃飯、唱唱歌、打打麻將，其中會有一些聊天閒話家常，交換一些生活近況，一些家中有趣的事會拿出來說，常說的就是說說孫子發生的一些事情。」（受訪者Ｇ）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

綜上所述，由於對於朋友的信任度有所不同，退休族心中也會採取不同的互動策略。面對朋友互動時，主要會透過公開的頁面及回覆功能、上傳相片、貼圖、影音作為互動的工具，這是因為退休族對新朋友或陌生人尚未產生信任，也避免互動時產生尷尬，所以選擇較為開放性的地方作為關係互動的地方。相反地，面對舊朋友時會群組中用文字、相片在平時或特定時刻作情感上的交流，還會透過私訊一對一進展較為個人的單獨關係，因為退休族跟舊朋友相互存有著信任的關係，會選擇增加多元的溝通工具並分享彼此的資訊，尤其是及社通訊軟體 Line 的應用。由此可見人與人之間的信任影響個人互動意願的制定，同時也決定雙方溝通社交工具的擇定，當作個在需裡網路中人際關係維繫的應對方式。

三、社群媒體的功能對於人際關係影響（退休族如何建立人際關係）

多數的退休族會因為社群媒體中繁複的功能步驟感到怯步，但現在的軟體設計介面使用已朝人性化的方向設計，多數功能的操作已是幾個步驟就可以完成，這大大提升了退休族的使用意願。既然在使用上方便許多，那麼，社群軟體中所附加的功能是否會增加人際關係？退於退休族而言，功能多寡不是重點，重要的是如何整理人脈及容易分辨。例如 Line 有大頭貼與名稱可以識別，退休族在使用上的名稱上都會以本尊填寫，照片也會挑選最能代表自己的照片。（受訪者Ａ、Ｄ、Ｅ、Ｆ）

「通常是女兒會告訴我或是朋友聚會時有問題發生的時候，有人會說出解決的方式，有些就是新的功能，例如Line回覆的功能、不用點開就可以看到內容，不會讓對方看到已讀不回的狀況！」（受訪者Ａ）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「按個讚就好現有收到、點個頭的感覺，如果有文字的話，會感覺有點重要，就會想要也回覆那些我的看法，就好像是講電話一樣，你一句我一句的，只是打字很麻煩。用說得較快。（受訪者Ｄ）

「家人群組是一定有的，其他群組是我的同學每個階段也都會有，這應該是蠻平常的，其他的什麼廣告的群組啦提醒我比較不會去大參加，我的群組就只兩種同學跟家人，其他的我沒有。」（受訪者Ｅ）

「會看照片、留言、貼圖、按讚、封鎖、對誒我也會將一些不喜歡的人踢出去，哈哈！只給親友看不全部公佈的我也會，那時在上班的時候年輕人教我的，其實那時上班的時候還真有些懷念誒！生活其實蠻充實的。」（受訪者Ｆ）

在社群媒體上指認任何一個帳號是件困難的事嗎？會不會影響人際關係呢？從訪談結果得知，老朋友沒有問題，反倒是新朋友就必須從照片與名稱辨識開始（受訪者Ａ、Ｄ）。使用英文匿名、或是看不清本人的照片的朋友對退休族來說，加入好友的意願其實是不高的，因為完全沒有辦法確認對方時，此時戒心會自動提升，擔心自己在網路上會受到詐騙、語言霸凌或排擠，造成個人財物上的損失及人際關係惡化。這年頭網路詐騙花樣百出，就連網路專家都難以辨別何況是這些到晚年才接觸網路的退休族；在此情況下，相互提醒詐騙案件的內容，就會因關心社群傳遞開來。不過，同時發生的另一種極端是，因為太信任對方，將網路假新聞四處分享，在沒有查證之下反而降低個人的公信力。退休族之中設定公開對象的限制的畢竟不是多數，因此還需要多加強使用功能解說強化其媒體素養。但是，若退休族因為嫌麻煩而忽略其重要性，也可能導致觀看的朋友開始可信度等問題。

在內容方面，退休族多以健康、旅遊、理財的內容為主題。大致說來，資訊的正確性會嚴重影響增加使用者其互動性，因為熟悉及信任而選擇加入好友

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

的意願也會隨之增加與提升。反之，則會因為無法建立熟悉及信任，選擇不加入或刪除。（受訪者D、G）

「如果我跟他不是太熟的，用字或圖片問候太直接，我會感覺不舒服，文字太直接，好像直些問問題，我跟你不太熟，太直接對話會有些衝突，好比一開頭就寫我問你、可不可以、跟我說你上次說……等等。熟的朋友說這些就不會有太多問題，畢竟個性都比較了解，但常常這樣也會造成一些不舒服的感覺。」（受訪者A）

「在電話中有紀錄對方電話，Line就會自動加入，所以有些人我會不記得是誰！有時候一起出去郊遊吃飯，偶而會記起來，還是要看到對方的臉才才會記得。不會去莫名其妙加別人Line或者是臉書。」（受訪者D）

「找人比較方便，群組跟公佈欄一樣，有看到的就會看到，有時候看看有幾個人已讀就知道有多少人看到了，其實很方便，但有時候已讀不回還是會有些不開心，其實是失望，有好有壞吧！」（受訪者D）

「碰到壞人怎麼辦？而且網路我們又不熟，不熟的事情不要冒險。」（受訪者G）

因為每個不同功能與目的而建立群組及相片美化編排的功能，確實會增加互動的好感的機會，上傳的內容好壞會影響觀看的使用者對於原生的作者產生興趣。本研究訪談中發現，退休族喜好上傳美好及正向的的圖片，讓使用者對於原生作者產生興趣，內容對自身形象建立與人際關係有著極大的影響。當然，相互比較上傳動機的情形也是會在社群媒體中呈現。例如聚會時比容貌、餐點樣式、出遊地點、比與誰合照，有這樣的行為一方面是展示社交的豐富度，另一方面也有向外炫耀的可能，這跟年輕人的行為倒是頗為相似。有些內容是退

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

休族會有所忌諱或排斥的，例如，對於政治敏感的議題，退休族多選擇盡量不在社群媒體中上傳發佈或發表意見；一方面不想讓別人知道自己的傾向，另一方面也擔心被貼上政治標籤（受訪者Ｄ、Ｇ）。在過去的社會，輿論是被約束的，這樣的情形至今在退休族的印象中還是難以磨滅，多數人還是會保持一定的距離與自我約束。另外，如果筆誤或上傳內容錯誤上傳失誤時，此時刪除的功能就格外顯得重要，一旦誤傳也可能會影響人際關係的維繫，因此內容建立與刪除是退休族會格外注意的功能項目。

如何增加點讚數或著是回覆的內容也是會有一定的在乎程度，越多的點讚或回覆代表人際關係越好，相反的點讚的行為分為兩種面向，一種是贊同內容的呈現或論述，另一方面則代表「我已看過，到此一遊」的概念。這兩種類型都是在維繫著相互的人際關係，點讚數的多寡對方會參考原生作者[1]的熱門度，熱度越高的人際關係黏著度越高且互動次數越越受到關注。在意此一行為的退休族更是在乎自身受關注的程度，越是在乎越是怕感到寂寞或被群體排擠。過去研究指出退休族如何使用社群媒體中拓展人際關係時，必須保持樂觀正向態度、不斷了解熟識、認同信任、主動關心、保持互動等五項條件，本研究則發現，這五項條件確實會影響退休族在使用社群媒體拓展好友的基本規則。然而，退休族在使用網路虛擬的社群媒並建立人際關係，已從過去的實體面對面交際方模式中多了一個交友交際的管道，而且這些管道是可以多方面的建立。（受訪者Ａ、Ｂ）

> 「黨派色彩啊，經濟政策的看法啊，支持的對象，這每個個人都有全力支持自己的想法，但是對外我不太去表態。……我也不會因為別人的意見改變我的想法。」（受訪者Ｄ）

> 「臉書上也不會去傳一敏感的東西、財務啊、政治、道人長短的八卦，我一律謝絕。」（受訪者Ｇ）

[1] 原生作者：本研究意指作者自然製作文字或圖片、影片內容上傳並公開觀看的社群媒體使用者。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「這只是方便我們找人用的工具啦！」（受訪者Ｄ）

「群組是有啦！像我們這班就有群組啊！一到同學會就噹噹不停，……家裡也有一個群組，是叫人吃飯的，就像我有做飯會叫家人小孩回來吃飯，會寫一些今天要做的菜，想吃的就會回來吃。」（受訪者Ｇ）

「人際關係好像都建立在各群組中，現在群組越來越多了！群體間還是會有小團體的，分著分著，群組就變多了！」（受訪者Ａ）

「也就是我們能夠找到對方現在最快的方法了！新朋友就靠緣分，生活中多些關心、幫助、問候，生活中的幫助就是幫助人生能夠快樂一些就夠了！」（受訪者Ｂ）

綜上所述，其實社群媒體是有助於退休族人際關係的互動，尤其在現今無國界的虛擬世界中，雖然退休族會將以往通訊聯絡方式會以傳統紙筆方式紀錄使用者的地址、電話及互動，但已用慣了社群媒體的退休族，突然間沒有社群媒體的紀錄，傳遞聯絡人際關係訊息的困難將會增加。較容易因為失去聯繫管道並產生心中焦慮。這主要是因為社群媒體能將每一位朋友的人際資訊，經由使用者發送至對方並儲存紀錄，以及退休族習慣已使用社群軟體中的功能傳遞文字、圖片內容互動，如果退休族沒有人際關係社群軟體的協助，較不容易於人際資訊整合與傳遞並增加人際拓展及持續互動。

四、退休族對於建立人際關係的建議

退休族提到如何自身建立樂觀、正向、健康的樂齡生活，並提出對現今政府如何面對超高齡社會退休族兩個建議。首先是對於如何在退休後的日子中過著有尊嚴且有意義的下半輩子，主動接觸外界新的人、事、物，有計畫的運用退休後更多的時間，有規律的生活與正向的心態面對日常，時常保持歡樂的心

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

情看待每一件事，心理上的健康程度會影響生體生理健康，走出戶外樂於分享、運用科技軟體充實自己樂觀的態度和多與外界互動，也是一門退休養身之道（受訪者Ｂ、Ｃ、Ｆ）。對於家人的關心需要全家義氣共同維持，不要把退休族當作是無用的人，俗語說得好，家有一老如有一寶，不同年代的人遇上不同年代的產物一定會有許多代溝，多點耐心與主動採取相互關懷，高齡的退休族在晚年或許會過得更健康、更有尊嚴與價值。

「每天說好話！多鼓勵，多祝福，這年紀就是需要這些多一些，少說一些負面的話，聽的不舒服，對於健康也會不好，……其實他需要是多處去走走，多讓她開心一點，」（受訪者Ｂ）

「他的臉書看了一下覺得這人很正面，且很有活力，常常會有一些屬於我們這個年紀的相關消息，……也很希望能多交流一下，如果能讓一件事情想通或者讓心情改變，心情好身體自然就會好了。」（受訪者C）

「活著嘛！能動能做就是防老的方法之一，不見得是對別人有沒有用，但是都是出自於善意，不求回報，現在能動能做不失智就是萬福……千萬不能服老，一服老的這一道最後防線就失守了，真的很快就老了，一切都會馬上失能喔！」（受訪者Ｆ）

有受訪者認為，「政府長照制度不要只見影子不見人，必須確確實實地落實並主動關懷該族群的需求，多舉辦一些該族群的活動，不要等到憾事發生才來說遺憾及補救」（受訪者Ｂ）。無論在軟體如何，尋求長照的門檻及申請的流程人性化是最重要的，光是核定、填表格、繳交資料、詢問諮詢等等，退休族不見得每個都身體勇健或是居處區域核心地帶，行動不便也是難以完成的條件，這些都需要以更便利的方式解決（受訪者Ｃ、Ｅ、Ｆ）。畢竟退休年齡是無法造假，已達其退休資格應主動獲得完整的長照制度及福利。科技已經以想現代社會的每一個人，退休族不是不會用社群媒體建立人際關係，而是政府如

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

何在社群媒體中規劃完善的機制並主動告知退休族相關注意事項，無論在生理及心理層面上都是可以教導民眾如何正確且有效率地善用完整的規劃，這樣才顯得退休族有被重視。

「政府其實要多舉辦一些退休族的活動與建立退休後樂齡的福利，多鼓勵老人走出戶外，醫療也要照顧，不是靠網路就好，真正的接觸才是重要的，……虛、實都要注重，老人只剩健康了，要社交只是讓日子過得快樂一些，不是嗎！」（受訪者Ｂ）

「真的去走訪一些老人的社會中，會有健康的老人、不健康的老人，有行動方便與不便、生活拮据與不拮据的，區分一下做些分析需求個別設計一下這些需求，不用一下子就到位，有做總比沒做好，對吧！」（受訪者Ｃ）

「老年人行動不方便、思考慢、身體不見得健康，甚至失智中的老人需要照顧，你的繁雜的手續是阻擋銀髮族生活的權利，很辛苦跟難過，」（受訪者Ｅ）

「優化我同意，但推翻重來除非真的很爛，不然時間是寶貴的，等到計畫出來了，銀髮族已經走一半了！長照 2.0 門檻不要太嚴格，……」（受訪者Ｆ）

雖然軍公教年金、敬老金等等一些福利制度被砍對某些退休族來說，確實在財務上會有些擔憂，然而，不見得每個退休族都是軍公教的身份，一般市井小民的退休金不一定都可以得到支持。這樣看來，理財、休閒、醫療方面應該多建立一些制度與主動告知管道。退休族在財務規劃上，無論是生活居住、飲食費、保險費、醫療費等等，會有一定的支出。而在退休金、存款如何妥善規劃與分配是有其必要性，都會影響日常生活的品質與健康（受訪者Ｂ、Ｃ、Ｅ、Ｆ、Ｇ）。在健康方面，退休族的年紀是指六十五歲以上的民眾，但由於

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

過去工作的性質各有不同，每個人面臨的身體狀況也就不同。舉例來說，務農的每天都要運用體力工作，關節容易發生變化；上班族因為在都市居多可能在飲食上對於腸胃較容易出問題等等，在健康程度上也會有不同的狀況。擁有健康的身體與心理才是家庭之福、國家之福，此時政府最需要傾聽退休族需要協助的項目為何，如何主動協助解決問題，雙方在溝通中相互不斷地吸收與改進，盡可能的努力達到雙方需求與滿足大眾，政府主動建立與教學退休族如何使用及運用社群相互照應（受訪者Ｂ、Ｃ、Ｅ、）。如果退休族有需求政策夠完善，民眾也會因為好的政策而相互告知、互相告知宣傳訊息，這樣的互動也是退休族相互增加人際關係的方向與機會，更是保障退休族生存及品質的權益。

「如果沒有錢？健康就更別說了，吃不好不健康，用不好會有危險，……」（受訪者Ｂ）

「現在少子化，老了只能靠自己，年輕人收入減少，自己都養不活如何養老人，老人退休金如何規劃就很重要，還好我的工作彌補我這一塊，我現在日子還過得去，不用靠孩子造成他們的負擔就阿彌陀佛了！」（受訪者Ｃ）

「年輕人的收入都不多，如何來養我們這些老人，只能靠我們自己的一些繼續和退休金養活自己，年輕人能養活自己就不錯了。政府能做的看清楚我們市井小民真正的需求真的是可遇不可求。」（受訪者Ｅ）

「我覺得要真正落實老人的心聲，他們才是真正的受用者，叫一些不是老人的人去執行政策，那不是用猜的嗎？去觀察也都是在作秀。」（受訪者Ｂ）

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

「建議政府可以多宣導一些有溫度的老人計畫，老人的心態有些也很有趣的，你哪一天也會老！到那一天才會體認吧！」（受訪者Ｃ）

「政府宣導老年人如何在社群專題裡面延伸到如何防止受騙受傷甚至危害安全的宣導實在太少了，所有的東西都是在報導年輕人的東西，真正關心老年人在網路世界裡面的生活真的能見度太低了，政府真的有在關心銀髮族嗎？」（受訪者Ｅ）

「政府不要一直搞政治，真的要拼經濟，一直有制度帶不起經濟，其實真的會徒勞無功，政府握有人民的個資，超過退休年齡鏡應該主動介入、關心、引導，只有國民年金、長照這些只能解決一小部分，真正的是一生的身心靈的照顧，……不是嗎！」（受訪者Ｆ）

「退休金！一些軍公教的補貼都刪掉了！那一些當初為國家付出的就指望退休後有一筆年可以不擔憂生活開心，折半或取消讓這些已退休的人頓時少了一半，……薪水收入沒有漲，經濟不好百業蕭條，之前吃乾飯，現在吃稀飯。」（受訪者Ｇ）

退休族結交朋友的目的是希望能傳遞正向的觀念及建立樂觀態度，相互多一些主動的關懷與鼓勵也是鞏固人際關心及建立信任的方式。相反的，負面的觀感及冷漠的態度，會帶給退休族心理與生理的壓力。健康與理財是退休族最注重與擔憂的議題，政府需要適度建立適合退休族相關的社交活動並真正落實與執行，除了能排解退休族心中的疑慮外也可吸收相關資訊，退休族更期待政府機關能夠多方創造不同議題互動的機會，善用社群媒體功能多與退休族群溝通，此舉更能運用社群媒體廣為宣導與人際互動。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

第五章　研究結論

本章主要將前述的內容做出一個系統性的統整與歸納出研究結論，並提出研究建議與後續研究建議。

第一節　研究發現與結論

本研究發現社群媒體被退休族應用建立人際關係並廣泛流行使用的現象，嚴然成為人際關係傳遞及建立平台的媒介，滿足退休族群對於人際關係建立的需求。因此，本研究將社群媒體中較廣泛使用的臉書（Facebook）、Line 做為研究場域，並說明退休族對於如何使用網路虛擬的社交軟體，退休族如何相互進行溝通與互動，並且促進自我人際關係如何的建立與維繫。研究觀察退休族對於使用社群媒體從事人際關係維繫的過程，信任感在退休族的互動過程中扮演何種關鍵性的影響，並將其研究結果分述如下：

一、社群媒體平台具有社會關係網絡的特性

退休族透過關係網絡的聯結，發展出既有人脈之外更廣泛的人際關係。由研究結果中發現在社群媒體平台上，由於具有人與人之間連結的特性，社群軟體的人際搜尋與連結的功能，退休族更甚至可以透過社群媒體的功能從事關係網絡的聯結，可以主動或被動的瀏覽既有朋友關係以外，不同年齡或領域的朋友，進而從事社交與搜尋並因此結聯新朋友。社群媒體平台除了可以聚合及建立人際關係的機制外，更可以延伸至真實生活（線下）的關係網絡，使得退休族可以在個人專屬領域的社群媒體中持續維繫線下不同的人際關係，進而塑造出屬於退休族的人際關係網絡。

二、信任感是退休族在社群媒體中創造出新人際關係的關鍵

在線下真實生活中可以相互依靠的情況下，退休族更可將此一區塊衍生出新的社會人際關係。由於社群媒體的流行使用與友善的介面，透過行動載具隨時隨地透過網路多方聯繫，逐漸讓退休族可以連結不同關係於熟識度的對象進

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

行各種不同資訊的交流並建立各種不同層次的互動關係。接著，在熟悉度、安全度、信任度的不同的前提下，透過互動交往不同程度的協助，產收強弱聯結不同的各式人際關係，例如退休族會對於共同喜歡從事戶外、藝文活動或在想法觀念及理念類似的對象作為試探性的觀察，並會試探性加入對方，對方如果取得信任是會有互動的機會，進而產生線下的實體互動，並累積相關興趣的同好拓展人脈。同質性高與信任度較高的朋友較容易成為核心的朋友，反之，同質性低與信任度較低的朋友較難成為核心的朋友。

三、信任同時也會影響使用者互動制定與溝通工具的選擇

在使用社群媒體平台上，退休族可以透過關係網絡認識不同朋友圈的成員。因此，退休族會依據相互之間的親疏遠近的強弱區分，所產生的信任會影響退休族選擇不同的社群軟體工具與互動方式從事相互之間人際關係的維繫。在人際互動方面的部分，退休族會依據先前互動經驗所產生的信任，或是經由舊朋友推薦的信任而有所轉移，退休族傾向結交認識的朋友或共同朋友的新朋友。相反的，若雙方關係沒有建立信任感，則退休族結交陌生朋友將會意願降低。除了一般性的溝通工具之外，退休族還會選擇比即時性與私密性的溝通工具，如個別私訊作為雙方資訊交流的溝通工具，而不是在公開的情況或群組中溝通。例如受訪者中大多數會對陌生對象採取防衛或不信任感，需要多次的互動或經由熟人介紹，會因為對介紹人的信任度加以轉移，好比一起出遊的同好介紹新朋友，會因為介紹人的信任，新朋友較容易融入團體中。總而言之，退休族與朋友之間的人際互動，取決於信任強度，所以退休族在進展人際關係維繫時，信任感具有絕對關鍵性的影響。

四、社群媒體所設置的溝通工具與社會性軟體

溝通工具有助於退休族的人際關係維繫，在社群媒體的平台上建置許多互動功能，如聊天室、相片、貼圖與區分公開對象的應用程式。退休族會使用這些溝通工具並決定如何發佈個人的資訊內容，新舊朋友會透過留言板上相互溝

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

通互動，如此便可以產生人際聚合的效應。如臉書（Facebook）中的動態訊息發佈功能中發佈一則訊息該軟體會主動發佈給其他朋友，讓相關朋友掌握最新動態；相較之下社群軟體 Line 則較被動，除群組之間可以公布動態訊息，私人動態雖然可以公布，但也可以私下傳達，較能保有隱私。但也會因為對於載具的使用不便，例如無法拼音輸入字句、手寫無法辨別、語音輸入鄉音太重無法辨識，都會造成使用者的意願。因此，善用軟體特性對於雙方能隨時掌握對方的近況時，更能促進人際資訊交流，而熟軟硬體的優化，更能促進雙方的人際關係持續的維繫下去。

五、退休族在日常中所謂的人際關係定義

由於退休之後，花在職場空間與家庭間的時間比例突然巨變，使得主要溝通的對象從昔日同事換成家人；在家中的時間反而居多。在研究中發現，退休族的人際關係區塊，從最接近核心的家人向外擴展到昔日同事、朋友，然後進展得到信任的新朋友，這些區塊越接近核心越可以讓退休族得到信任感及安全感。研究發現朋友及家人對於退休族有以下二項定義：

（一）朋友對於退休族的定義

研究中發現，除了早期要好的同學外，多半為職場上的同事或朋友，因為退休前上班的所佔的時間比在家庭多， 在同事間建立自我的對職場上的響力外，受到專業肯定的形象，才能在職場上一帆風順。朋友間信任的建立會是能否建立溝通管道最主要的原因，朋友對於人際關係中所扮演的角色就是相互幫助、關心、關懷的同溫層，但朋友越多的情況下，自己的意見傾向就較容易被檢視、討論。退休族歷練了人生百態的經驗下，自己注重的環節比年輕人多，自然而然產生出小心謹慎、執著、細心的心態，這些其實都是為了保護自己。能夠成為朋友角色最主要因素，就是相互之間取得絕對的信任。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

（二）家人對於退休族的定義

研究發現，家人對於退休族之間的互動，才是影響退休族如何建立良好人際關係中最重要的因素。退休族將一生最珍貴的黃金人生奉獻給了社會及家庭，創造出自我生命最主要的存在價值。然而退休族在滿足歸屬的需求上，除了在團體中嘗試尋求認自我角色同感及獲得的他人影響力的肯定外，家人個關心與尊重間的需求與滿足，卻是影響退休族生理及心理最重要的一環。由於退休族離開職場後空閒的時間變多，親近的家人就是退休族尋求人際關係的首要對象，這樣自然的溝通行為無非是想在家人的心目中能維持退休前的認同感與價值。然而在此同時，子女正值壯年期，正在事業上衝刺，非常容易忽略對家中退休族內心的需求。此時家人的耐心、關注、尊重尤其重要。有了家人在第一線的支持，對於退休族的心理上的信心建立，對於對外擴展其他的人際關係建立，反倒是退休族最有力的後盾，不會因為家人的忽略、冷漠，造成心理受損、自卑造成抗拒，心理不健康對於生理的影響更是息息相關，足不出戶造成身體器官功能萎縮，無論是在生活中的照護、醫療金錢的支付、溝通困難造成家庭失和等等，生理、心理失調都會是影響家庭生活最主要的因素。退休族如何建立人際關係最重要的對象就是家人本身。

第二節　研究限制與未來建議

一、研究限制

本研究主要針對退休族如何在使用社群媒體從事人際關係維繫時進行探究，信任建立、社群媒體功能特性與虛擬社群等要素，如何影響退休族在社群媒體從事人際關係維繫的行為。就退休族群的人際關係構成樣貌，生理及心理的需求使其能延伸出其他的研究觀點，可以更清楚描繪並建立對於退休族從事建立人際關係的區塊，進而創造美好退休生活。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

（一）研究對象數量較集中

研究過程中，考慮樣本成熟問題，刻意將所以訪談集中於一段時間中，同時，本研究對於訪談對象有明確的篩選標準，故在第一階段透過問卷填答結果篩選確認是真正有在使用社群的受訪者進行深度訪談，因而使得最終受訪人數較少。不過，也正因為本研究透過問卷篩選出受訪者，因此最終受訪者對本研究是具有代表性的。

（二）研究對象類型單一

根據本研究所篩選出的七名訪談對象類型較為單一，而這七名退休族群皆屬於中產階級，在社經較高且數位科技使用經驗相對較足，教育程度與生活水平較平均。受訪者性別男性較不太主動從事社群互動或訪談，故人數較少，反倒是女性積極度較為明顯意願高，女性受訪者偏多。也因受訪者經常接觸新資訊科技的網路族群，所以相關在使用社群媒體建立個人的人際關係方面，比較能夠展現出其自然且積極性的一面。此外，在其他研究因素的分析，如朋友之間的信任度影響雙方是否有互動的可能、網路技術與虛擬社群媒體是否能更加友善更容易入手或在使用上更方便，會受限於退休族群的教育程度、身分背景及操作的熟悉度與使用興趣增減，進而影響該族群使用社群媒體維繫人際關係的狀況。因此，建議後續研究可探討其他退休族進行其相關行為研究，挖掘不同職業、健康狀況、家庭現況、居住地區、心理需求等各面向的退休族，如何應用社群媒體進行人際關係維繫的樣態。

二、未來建議

（一）探索退休族在未來的人際關係維繫之樣態行為

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

根據研究結果，退休族在使用社群媒體的退休族會因信任的關係，導致人際關係的維繫之行為產生改變，但本研究並未細分「信任」與不同構面與形成機制，例如個人隱私權問題或過度使用是否會產生相關影響等等，皆是未來研究值得投入研究的主題。

（二）輔以其他研究方式以增加研究的深度與面向

本研究認為，未來研究可修正問卷面向及調查條件，增加研究針對不同性別或性向，例如異性族群或多元族群、單身無子女的狀況，例如未婚或喪偶無後代的族群、單親家庭中子女的數量或是性別差異、社經資歷的長短，例如持續工作或無固定工作族群、教育程度的高低，例如個人學歷不同族群、行動不便族群，例如先天或後天造成行動不便族群、生活環境都市與偏鄉的差異、低收入戶的的退休族群等等，皆可探討研究退休前後生活變化的程度與影響，了解在是否使用網路會影響人際關係之間的建立或發展。

台灣已邁入高齡化社會，面對少子化的社會型態已是事實，不論是自己的父母或自己，退休後的生活化與認知必須從現在做起，健康美好的生活才是退休族真正需要追求的目標。

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

參考文獻

王思峰、劉麗萍（2007）。〈虛擬社群中誰比較可信任〉，《中華心理學刊》，49(1): 1-17。

王熙哲、丁耀民（2008）。〈人際關係網路對虛擬社群使用意願的影響〉，《資訊管理學報》，15(1): 53-72。

王梅玲（2002）。〈焦點團體研究法的理論與應用〉，《圖書與資訊學刊》，40: 29-46。

李國智、蔡銘箴（2009）。《資訊分享社群網站之建置與經營》。國立交通大學資訊管理學院管理學程碩士學位論文。

吳郁婷（2013）。《台灣中高齡者老年財務準備與子女數量之關係》。成功大學老年學研究所碩士學位論文。

李怡芸（2017 年 12 月 3 日）。〈超高齡社會來臨 恐現下流老人〉，《旺報》。取自：http://www.chinatimes.com/newspapers/20170624000766-260301

林東龍、余嬪 & 陳武宗（2011）。〈退休經驗的社會脈絡分析〉，《臺灣社會福利學刊》，9(2): 39-90。

林子筠（2017 年 2 月 20 日）。〈銀色奇蹟還是危機？銀髮創造無限商機〉，《電子商務時報》。取自 http://www.ectimes.org.tw/Shownews.aspx?id=170219200031

林子鏞、 喬芷（2013）。〈父母需要子女的關心：探討台灣中老年人的代間關係與主觀經濟壓力之相關性研究〉，《台灣公共衛生雜誌》，32(6): 599-612。台北：台灣公共衛生。

洪艾貞（2014）。《銀髮族休閒時間身體活動，朋友社會支持與自覺健康狀態之關係。高雄餐旅學院餐飲管理研究所碩士學位論文。

科技報橘（2017 年 12 月 8 日）。〈Youtube 2017 年度排名出爐：打敗「蔡阿嘎」跟「這群人」的超強 youtuber 是？〉，《鉅科技報橘》。取自：https://buzzorange.com/techorange/2017/12/08/youtube-2017-top-hot/

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

陳奕陵、洪培馨、盧貞伶、梁鳳琄、梁宗鎏＆ 韓豐年（2011）。〈Facebook 社群網 站的涉入程度與人際關係研究〉，《圖文傳播藝術學報》，2011(5): 97-103。

陳建興（2007）。《消費者對網路商店信任，態度及網路購物意願之研究》。政治大學國際經營與貿易研究所碩士學位論文。

陳嫌竹（2002）。《網路與真實人際關係、人格特質及幸福感之相關研究》，屏東教育大學碩士學位論文。

郭庭芳（2013）。《以休閒知覺自由及人際關係探討對於網路社群使用者主觀幸福感之影響—以 Facebook 為例》。中華大學資訊管理學系碩士論文。

陳碧芬（2017 年 8 月 12 日）。〈台灣退休族面臨的特殊情況〉，《工商時報》。取自：http://www.chinatimes.com/newspapers/20170812000212-260210

張玉珮（2011）。〈線上遊戲之閱聽人愉悅經驗探索〉，《中華傳播學刊》，19: 1-95。

莊明芬、陳英傑（2017）。《105 年數位機會調查報告》。台北：國家發展委員會。

梁慧雯（2011）。《高齡者同儕人際網絡間社會學習行為研究-以玩具工坊為例臺灣》。台灣師範大學社會教育學系碩士學位論文。

許碩芸（2017 年 12 月 12 日）。〈銀髮高峰會 社區照護＋科技輔具 打造高齡友善社會〉，《工商時報》。取自：http://www.chinatimes.com/newspapers/20171202000080-260202

游家訓（2010）。《銀髮族學習需求與服務創新之機會探討》。清華大學高階主管經營管理碩士在職專班碩士學位論文。.

黃富順（2004）。《高齡社會與高齡教育》。台北：中華民國成人及終身教育學會。

彭婉婷（2011）。〈社群網站真假難辨 讓人猶吸毒〉，《交通大學喀報》，

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

101(3)。

彭杏珠（2014）。《期退休行為及勞新制大調查》。台北：遠見。

黃揚明（2017 年 3 月 9 日）。〈台灣變老了老人首超幼年人口嘉義縣最老〉，《鏡週刊》。取自：https://www.mirrormedia.mg/story/20170309inv003/

楊雅惠、彭佳玲（2014）。《新興 ICT 服務與數位應用行為變遷研究報告》。台北：國家發展委員會。

葉姵妏（2012）。《結合文字探勘與社會網絡分析尋找虛擬社群中之意見領袖》。中原大學資訊管理研究所碩士學位論文。

楊伶雯（2017 年 1 月 10 日）。〈遠傳 20 周年：全新品牌活動鼓勵大家開始做〉，《鉅亨網》。取自：https://tw.money.yahoo.com/%E9%81%A0%E5%82%B320%E5%91%A8%E5%B9%B4-%E6%9D%8E%E5%BD%AC-%E5%85%A8%E6%96%B0%E5%93%81%E7%89%8C%E6%B4%BB%E5%8B%95%E9%BC%93%E5%8B%B5%E5%A4%A7%E5%AE%B6%E9%96%8B%E5%A7%8B%E5%81%9A-115822015.html

遠見數位編輯（2017 年 8 月 20 日）。〈 2017 台灣退休幸福指數大調查：「財務自由度」不及格資金缺口大〉，《遠見文化》。取自：https://www.gvm.com.tw/article.html?id=39402

遠見雜誌編輯（2014 年 8 月 24 日）。〈退休行為及勞退新制大調查〉，《遠見雜誌》。取自：http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140824002041-260405

愛·長照（2016 年 12 月 13 日）。〈長照 2.0 到底是什麼？服務對象擴大、服務項目更多的長照 2.0〉。取自： http://www.ilong-termcare.com/Article/Detail/668

廖國良、黃正魁、張仁俊 & 劉敉君（2012）。〈台灣網路霸凌之實證研究〉，《資訊與管理科學》，5(1): 31-55。

鄭經文（2014）。《高齡族群對社群網站之接受度研究─以臉書 Facebook 為例》。屏東教育大學社會教育學系碩士論文。

衛福部（2016 年 9 月 1 日）。〈完備長照服務體系 長照十年計畫 2.0〉，《衛

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

福電子報》。取自：
http://mohwpaper.tw/inside.php?type=history&cid=325&pos=c
盧尉安（2008）。《看電視對老人休閒型態及人際關係互動歷程之影響》。元智大學資訊社會學研究所碩士學位論文。
謝明儒（2014）。《老年人際需求，憂鬱與自殺意念之相關研究》。國立屏東教育大學教育心理與輔導學研究碩士學位論文。
鍾張涵（2015 年 1 月 29 日）。〈臉書亞太區副總裁：台灣是重要市場〉，《udn 聯合晚報》。取自：https://udn.com/news/story/7088/674219-%E8%87%89%E6%9B%B8%E4%BA%9E%E5%A4%AA%E5%8D%80%E5%89%AF%E7%B8%BD%E8%A3%81%EF%BC%9A%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%98%AF%E9%87%8D%E8%A6%81%E5%B8%82%E5%A0%B
簡嘉宏（2015 年 4 月 19 日）。〈臉書啟動新清算機制 揪出 20 萬個粉絲頁的「假讚」〉，《風傳媒》。取自：http://www.storm.mg/article/46733
蘋果日報（2013 年 8 月 21 日）。〈台灣瘋臉書 全球第一 1 千萬人天天上，上網〉，《蘋果日報》。取自：
http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headLine/20130821/35235891/
龔詠純（2011）。《高齡者老化態度與成功老化之研究-以社區照顧關懷據點為例》。台灣師範大學人類發展與家庭學系碩士學位論文。
Allen, M., Preiss, R. W., Gayle, B. M., & Burrell, N. (2001). An overview of individual processes in interpersonal communication. In *Interpersonal Communication Research* (pp. 63-76). Routledge.
Acquisti, A., & Gross, R. (2006, June). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. In *International Workshop on Privacy Enhancing Technologies* (pp. 36-58). Springer, Berlin, Heidelberg.
Chu, S. C., & Kim, Y. (2017). The Influence Of Perceived Interactivity Of Social Media Advertising and Voluntary Self-Disclosure On Attitudes And Intentions To Pass-Along. In *Advertising and Branding: Concepts,*

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

Methodologies, Tools, and Applications (pp. 1388-1405). IGI Global.

Dwyer, C., Hiltz, S., & Passerini, K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 Proceedings*, 339.

Dumbrell, D., & Steele, R. (2014). Social media technologies for achieving knowledge management amongst older adult communities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *147*, 229-236.

Eidelman, S., & Particle Data Group. (2004). Physics Letters B 592, 1. *ADS CrossRef Google Scholar*.

Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, *25*(1), 153-160.

Hutto, C. J., Bell, C., Farmer, S., Fausset, C., Harley, L., Nguyen, J., & Fain, B. (2015, January). Social media gerontology: Understanding social media usage among older adults. In *Web Intelligence* (Vol. 13, No. 1, pp. 69-87). IOS Press.

Ivanič, R. (1998). *Writing and identity*. John Benjamins Publishing Company.

Kostogriz, A., & Peeler, E. (2007). Professional identity and pedagogical space: Negotiating difference in teacher workplaces. *Teaching Education*, *18*(2), 107-122.

Metzger, M. J. (2004). Privacy, trust, and disclosure: Exploring barriers to electronic commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *9*(4), JCMC942.

Peeler, E., & Jane, B. (2005). Efficacy and identification of professional self. *Academic Exchange Quarterly*, *9*(4), 224-228.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, *25*(2), 578-586.

Stutzman, F. D., Gross, R., & Acquisti, A. (2013). Silent listeners: The evolution of privacy and disclosure on facebook. *Journal of Privacy and Confidentiality*, *4*(2), 2.

Sussman, M. (1976). The family life of old people. *Handbook of Aging and the Social Sciences*, 218-243.

Turner, J. C., Oakes, P. J., Haslam, S. A., & McGarty, C. (1994). Self and collective: Cognition and social context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *20*(5), 454-463.

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05

Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. B. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated communication*, *13*(3), 531-549.

Warkentin, M., Gefen, D., Pavlou, P. A., & Rose, G. M. (2002). Encouraging citizen adoption of e-government by building trust. *Electronic Markets*, *12*(3), 157-162.

國立政治大學
National Chengchi University

DOI:10.6814/THE.NCCU.EMA.002.2019.F05