
老年人使用手機的動機與成功老化初探

許亭云*

摘要

社會人口老化趨勢成為必然，本研究以使用與滿足理論為基礎，探究中國用戶中的老年人使用手機動機與成功老化的關聯。設計研究架構，採問卷調查法，於 2019 年 2 月至 3 月間以紙本問卷，由訪員親身面訪符合本研究的老年人。共回收 205 份有效問卷，通過 SPSS 24.0 統計軟體對數據進行信度檢定、描述統計、迴歸分析。研究結果顯示：（1）老年人使用手機的動機強度依次為社交、心靈、娛樂、健康層面。手機提供打電話的功能滿足老年人與他人聊天的人際交往需求。（2）老年人使用手機的社交動機對成功社會老化帶來最顯著的影響。

關鍵詞：老年人、手機、成功老化、動機

*許亭云為世新大學傳播博士學位學程博士生。聯絡方式：d10881001@mail.shu.edu.tw

壹、前言

2015 年世界衛生組織(WHO)的報告發佈 60 歲以上人口預計將於 2050 年達到現在的兩倍，持續強調了關於「滿足老年人的精神健康需求」等若干社會高齡化需要面對和處理的關鍵問題。而早在 2002 年該組織已將高齡化定義為「為提高老年人的生活品質，盡可能優化其健康、社會參與和保障機會的過程」，堅定「老年人始終是其家庭、所在社區和經濟體的有益資源」的目標。聯合國大會同年亦通過《馬德里老齡問題國際行動計劃》，明確開展社會老齡問題的領域發展。日本作家藤田孝典(2015 / 吳怡文譯，2016) 將工作時收入水平和社會階層中等及以下的老年人，稱為「下流老人」，以收入、存款、在社會上沒有可以依賴的孤獨老人為特徵，描述造成這個族群形成的因素，並以醫療、政策、家人、居住等方面，為高齡化社會問題拋磚引玉，也給日本全國敲響了高齡化社會的警鐘。如何讓老年人延長壽命並且過得更好，是人類共同需要面對的美好願景。

事實上，每個人都想有尊嚴的活著和死去，以及做自己想做的事。1983 年日本導演今村昌平執導電影《楢山節考》講述了古代糧食短缺的貧困山區，子女必須借供奉山神之名將年滿 70 周歲、牙已掉的老人送上山等待死亡。而影片裡身體硬朗的阿婆，為了讓孝順的兒子遵照習俗，敲碎了自己堅固的牙齒，再請兒子把自己背上大雪紛飛的深山裡自然等待死亡，令人敬佩其對死亡的坦然。2012 年上映的紀實電影《不老騎士》，講述平均 81 歲的老年人環島 13 天，騎行 1139 公里，用切身行動告訴人們，不論是生理退化、慢性病、甚至是癌症都不能阻止他們實現夢想，這為社會重塑了一個老年人的正面的形象。2018 年金馬電影節最佳劇本得獎影片《老獸》，則描述了老年人從富階級到落魄遊民的故事，最終還因經濟糾紛被自己子女告上法庭。2019 年《別告訴她》，講述美國華人家庭裡的老年人隱瞞自己身體不適狀況，卻被家人隱瞞其實得癌的故事。老年人的生活與家人、社會之間息息相關，當疾病來臨，家人是否要告知病人癌症事實的議題是受社會大眾所爭議的。有人認為，病人有知情權，應該在知道病情後，去做自己喜歡做的事情；另一方則認為，家人善意的謊言能夠緩解病人的病情和心態。事實上，僅通過電影媒介故事的敘事，就足以告知我們，這個

社會存在許許多多需要被關注的老年人。

2013年中國瀋陽發生三名老人不堪長期病痛折磨，接連跳樓事件。其中一名老人的子女坦言，母親是在抑鬱中結束自己的生命。2014年，中國陝西一個廢棄灌溉井口遺落著一條綠色頭巾，一名患癌老人難忍病痛跳井自殺。為什麼老人會在晚年病痛中抑鬱並且走向自殺的結局呢？新聞報導稱：衰老本身就會助長抑鬱，老年人新陳代謝減緩，身體產生的多巴胺和五羥色胺等讓人振奮的物質，遠不如從前多（網易新聞，2018年5月29日）。生理功能的退化和漸漸喪失，讓老年人長期陷入無力感中，久而久之，對生命與生活的無奈抑鬱也隨之而來。而如今大眾媒體的發達，通過出現在人們日常生活的形式，潛移默化地改變人們對未知領域的認知甚至行為。這是否能在一定程度幫助到日益年邁的老年人正向度過晚年呢？

一、研究動機

日本為了提倡「重預防、輕就醫」，根據診療數量，對醫院推行稅收減免的社會福祉制度，但很多老年人不知道這樣的改革，政府也沒有加以宣導或帶頭提供諮詢（藤田孝典，2015／吳怡文譯，2016），這使得媒體在其中起到非常重要的傳播作用。與發達國家相比，中國從1999年始邁入老齡社會行列，而近年來，中國政府在十九大會議提出了「積極應對人口高齡化，構建養老、孝老、敬老政策體系和社會環境，推進醫養結合，加快老齡事業和產業發展」的要求（習近平，2017）。那麼，如何通過科技媒介的傳播，更好地嫁接老年人與社會情境的互動？成功老化的目標為老年人作為個體在與社會情境產生互動的過程中，通過提升其對自身生理、心理等方面功能的客觀認知，促成較少負面效果的產生，進而實現主觀幸福度的遞增（何迎朝、左美雲、王丹丹，2016）。所以，探索媒體在社會情境中的作用與實現成功老化的目標是符合目前中國國情與政策的。

谷歌公司與調查公司益普索（IPSOS）（2013）合作調查中國成年在線用戶的結果顯示，伴隨手機在中國普及率帶動使用率上升，用戶透過手機使用互聯網比例已高於美國的手機用戶，60%的中國用戶寧可選擇放棄電視也不願意放棄手中的手機，而在美國只有36%的用戶呈現這樣的意願。

這凸顯了手機這個新媒體載具在中國用戶生活中的必要性，也表示用戶的使用習慣隨技術的發展而改變。唐魁玉、劉冬（2015）根據 ERG 需求理論的研究發現，老年人使用手機的行為是一個動態化過程，即不同的老年人因不同的需求使用手機，有著不同動機，並與科技接受程度直接相關。老年人使用手機軟體時，感知科技產品的易用性是造成使用過程及使用趨勢弱於年輕人的主要原因。也因此，一般研究者多以不斷提升產品的易用性和便捷性來彌補老年人的使用行為差異，但這也造成以往研究多半以使用手機的界面設計為考量，僅僅在乎老年人如何使用手機，而非關注老年人為何使用手機，以及產生的後續效果為何？老年人可能因為非常多的原因使用手機，但對於企圖幫助老年人實現成功老化的傳播者而言，能夠幫助老化的使用動機是有限的。在老年人使用手機方面，傳播者如何能夠利用媒體產生最大的幫助，是本研究試圖探究的。也就是說，通過研究中國老年人使用手機的動機和其對主觀認知的影響，對學術與實務而言都是必要的。

既然手機已廣泛使用，當老年人的社交場域以及活動範圍都因新媒體出現而造成或多或少的改變時，實現成功老化也能夠成為老年人日常生活的一部分。成功老化的研究在於了解老年人自己描述的退休後生活狀況和心理狀態。通過主觀自我評價的成功老化，能夠讓老年人良好與糟糕的心理健康做出更明顯的區別（Strawbridge, Wallhagen, & Cohen, 2002）。台灣的相關研究已有例如：參與博物館志願服務、懷舊活動、休閒活動、休閒運動參與成功老化的關係研究（石惠蘭、黃俊彥，2017；李維靈、施建彬、邱翔蘭，2007；李新民、高敏惠，2014）。因此，基於前人研究基礎，本研究納入傳播角度繼續觀察老年人的成功老化。

二、研究問題

本研究結合實際人口調查，針對成功老化的研究構面，提出相應的媒體使用動機分析，企圖更好地了解老年人使用手機的行為。首先，每一位老年人是否主動使用手機？過去老年人使用電視，可以了解資訊、起陪伴作用、打發時間等，而後互動電視延伸出電視購物等新形式，讓老年人能

夠通過家庭電話參與到電視節目中。手機的使用是否仍然滿足以往老年人的需求？老年人需要在技術更新換代過程中不斷適應新的事物，例如從單一媒體（電視）到多媒體（電視加手機的並用），老年人使用媒體行為是否可能往單一媒體（手機）方向再演變呢？老年人是否也對使用手機感到習以為常？這些都需要針對老年人日常生活進行調查才可獲知。因此，了解老年人使用手機的動機成為本研究目的之一。故，研究問題一為：老年人在老化的過程中，使用手機的動機面向為何？其使用手機的動機是否能滿足自身需求？

邱天助（2007）在老人學研究中發現，80%的老人遭受過歧視，被認為其因生理機能失調易帶來記憶缺失缺陷；55%的老人表示被開過一般老人玩笑話語；31%曾因年齡問題遭遇過冷落或失業。蔡琰、臧國仁（2012）認為在許多負面的刻板印象中，老年人形成一種老人的符號，彷彿是一種失去作用與意義的表徵。所以，當老年人在接觸使用新媒體時，往往給人一種生理反應遲鈍的主觀錯誤認識。Erdman（1977；轉引自邱天助，2007）描述老年人以一種「我不老」的外在方式在社會建構中顯現自己與年輕人的距離，以保持自我認同，年輕與老年的對立層面從外在強迫演變為內在的自覺性。也就是說，日益增長的老年人群體在接受新事物的面向上，不論是態度或行為都悄然發生了變化（邱天助，2002），使用媒體的習慣也是如此。當手機日益成為生活中不可或缺的「同伴」時，老年人可能在使用手機上尋求自我認同，同時判斷自己是否朝著成功老化處邁去。因此，本研究研究問題二為：使用手機動機對老年人成功老化的程度是否有顯著影響？

本研究從老年傳播的角度作為切入點，展開研究老年人使用手機對成功老化的作用，一方面在學術理論層面探究傳播領域研究下的新媒體發展，另一方面在實務應用層面，為產業界提供關於老年人客戶群需求的實際參考依據。

貳、文獻探討

一、老年人使用手機

蘇軾喪妻在「江城子——乙卯正月二十日夜記夢」一詩中描述自己「塵滿面，鬢如霜」，即滿面老化、頭髮發白的變化；杜甫歎戰亂在「春望」這首詩中稱「白頭搔更短，渾欲不勝簪」，述說白髮越來越短；白居易在「賣炭翁」中敘述老漢勞動艱辛，面黑發白，稱其為「滿面塵灰煙火色，兩鬢蒼蒼十指黑」。一般人對「老年人」的判斷首先來自外在生理特徵，但一個人的年齡應該由看上去多大以及自己認為自己多大所組成，人們會更傾向自己趨向年輕化，這樣的心態會因年齡越大而感覺越強烈（Kastenbaum, Derbin, Sabatini & Artt, 1972）。Schroots 與 Birren（1990）回溯老年學研究的概念脈絡，並對老年學的物理、生物、心理和社會建構與年齡之間進行區隔，為高齡化研究提供了理論與方法的啟示。以老年醫學（geriatrics）為始，「老年人研究」雖是從生物藥學角度出發，但 Moody（2006）更深入解釋老年學部分的概念與爭議問題，展示了老年學醫療保健、社會經濟、生命歷程領域與領域之間的密切結合。

高齡化社會在一定程度上給予老年人群體更多關注度，老年人已多數擁有屬於自己的休閒娛樂和家庭生活，但為什麼仍然有「老人院老人跳樓自殺」這種怵目驚心的新聞事件出現在呢？心理適應程度的正面與負面在一定程度上定義了社會中的「老年人」，分別屬於「可以適應」與「無法適應」老化的老年人，其生理形象呈現也必然不同（張鐘汝、範明林，1997）。老年人通過傾聽、思考和提供建議，可與他人、外界交流，並起到影響和幫助他人的作用，溝通不順則會影響老年人的社交生活。因此，「人際溝通」成為老年傳播研究的重點。1995 年 Bengtson 著作 *Handbook of theories of aging* 出版，並經過不斷超越傳統學科邊界，與相鄰領域研究人員合作，研究衰老與年齡有關的現象，並不斷延伸發展「衰老理論」（Bengtson & Settersten, 2016）。蔡琰、臧國仁（2012）整理了兩本坊間關於「老人傳播」的英文書籍目錄，發現以往研究多從老年人個體出發，探究老年人主動發現自身的變化，繼而對老年人老化的過程及人際關係產生關懷。又因為科

技與媒體融合現象的發生，對「老人傳播」的研究產生影響開始強調個體在老化後需要調適與年輕世代的數位落差。「老人傳播」從研究老年人的「人際溝通」向老年人的「大眾傳播」方向補足，這一定程度彌補了前人研究。「老人學」與「老年傳播」之間仍然有許多待增補的橋樑需要被建構，老年人在進入老化過程的成功性是需要被研究者重視的。傳播學能夠對老年人研究提供跨領域的新角度。

老年人接觸媒體的機會伴隨退休後的休閒空間增大而增加，其存在特定的消費能力。可見，一個人自身擁有的能力並不會因為法律或經濟的制約而被限定，老年人更是如此(蔡琰、臧國仁，2012)。陳勃、樊國寶(2003)就老年人使用手機的情況展開了問卷調查，其中包括接觸時間和頻率、動機、偏好以及使用內容的滿意度和信任度等。新媒體對老年人使用媒體而言是必要的。老年人作為閱聽人的群體之一，在老化過程中同樣也存在對新媒體的需求，並通過使用滿足一些需求。鄭釗權(2010)重點研究了老年人對各類訊息的需求，其中老年人以獲取健康訊息為主，原因是老年人最關心自身身體和生活質量。而搜索健康網站、網頁成為老年人獲取健康資訊的途徑，若能輕鬆獲取這些資訊，可以為老年人的健康做預防以及為其提出健康參考。不僅如此，還可以發揮老年人關心家人、朋友的作用(韓妹，2008)。甘勇燦(2013)的調查結果顯示老年人口特徵與媒體使用行為間存在顯著關係。其中，76.9%的老年人閱讀手機訊息後會與人交流並隨之轉告，且使用手機上網時，老年人喜好聊天交友。可見手機的功能性與便利性關聯了訊息與個人情感的力量，加上老年人退休生活的休閒時間讓使用媒體的頻率高、時間長，手機可能日益成為符合老年人使用的媒體載具之一。

二、成功老化

如今使用傳播科技的年齡層已從年輕族群逐漸擴大至中老年族群，老年人可以嘗試透過傳播科技的功能，調適老化心態。大部分老年人習慣接收來自人際傳播的訊息，同時樂於成為發佈自身與索取新知識的傳播者。「超越老化」的效果若能夠成功融入老年人的社交網絡，能對其創新接納

方面起到作用，從而影響老年人的生活與學習（陳嘉彌，2018）。老年人退休後的生活研究報告顯示，老年人維持對社會活動的參與感更能幫助其成功老化。老年人可以通過社群媒體分享資訊、與同儕一同學習、增加社會參與、保持與親友間的聯繫、尋找曾經因互聯網不發達而失聯的朋友，這種積極的自我實現（self-actualization）和關心他人的現象將對社會帶來正向發展（Ekerdt & Bosse, 1983）。當手機成為老年人獲取生活與社會訊息、休閒娛樂、社會交往和日常陪伴的主要載具時，老年人能夠因使用手機滿足生理、心理需求，進而加深對自己的認知與關心，並嘗試通過發展自己的社會身份，增加自身的期望和潛力，以爭取實現重要的社會地位。這種對新體驗的開放、對新思想、新技能的學習與高水平的自我實現將共同對老年人的老化生活產生作用（Conci, Pianesi, & Zancanaro, 2009）。

早年在國際健康政策組織中，成功老化（successful aging）、健康老化（healthy aging）、活力老化（active aging）等名詞經常被使用，其中以成功老化（successful aging）最為熱門。Rowe 與 Kahn（1987）首先將正常老化（usual aging or normal aging）、劣於正常值的病態老化（pathological aging）、以及優於正常值的成功老化（successful aging）做界定。在此之後，眾多研究相繼被提出，焦點主要在關注老年人生理功能的退化。當老年人的健康促進生活方式成為解決老化問題的第一步驟，老化議題也逐漸被重視。關於老年人生理問題的研究多以生物醫學臨床試驗領域的論述為主軸，而在心理學研究老年人群體的「個人調整」概念中，若老年人對生活存在高的主觀滿意度，並保持自身活躍度，那麼這種活躍對自身的調適是易促成成功老化的。不過，傳播領域對此的關聯性研究則很少（蔡國權、甘能斌、洪彰岑，2016）。

Rowe 與 Kahn（1987）定義成功老化為有能力維持以下三個關鍵的特性：疾病或失能的低風險、心智與身體的高功能，以及對退休生活的積極程度，三方面都實現時即為最成功的老化狀況。事實上，在生命歷程中，成功適應高齡化對老年人平衡自己生活得失具備意義，心理素養可以減輕生理帶來的病痛，帶來一種對心靈的補償（psychological compensation）作用（Baltes & Carstensen, 1996）。林麗惠（2006）以 Rowe 與 Kahn 成功老

化模式的研究為論述依據，定義成功老化為個體成功適應老化過程的程度，強調在老化過程中，在生理方面維持良好的健康及獨立自主的生活、在心理方面適應良好、在社會方面維持良好的家庭及社會關係，讓心靈保持最佳狀態，進而享受老年生活。洪櫻純（2012）強調有必要進一步探討老年人靈性健康的成功老化面向，並定義靈性健康為追求實現有意義的生活，達到一種超脫自我與他人層面的精神境界。誠如對社會環境中不斷進化的老年人生命意義而言，其心理因素往往超越生理帶來的痛苦，老年人也許不懼怕死亡，但會害怕死亡前面臨的心理負擔（Nosraty, Jylhä, Raittila & Lumme-Sandt, 2015）。綜合而言，本研究引用李新民、高敏惠（2014）在老年人休閒活動參與與成功老化的研究做為基礎，將成功老化定義為老年人在生理上的健康帶動心理的安康，然後帶來繼續社會化的可能，最後實現自我人生意識圓滿的一個過程。

三、老年人使用手機的動機與成功老化

傳播學奠基人之一 Lasswell (1948) 在「傳播在社會中的結構與功能」中提出「三功能說」，認為大眾媒體具備環境監視、社會協調和社會遺產繼承三大功能。由此可知大眾傳播是具備社會功能的，而新媒體傳播在當今社會也扮演重要角色，不僅強化了以上三種傳播功能，且佔去大眾傳播體系中越來越大的比重。在傳播的實踐中，新媒體作為訊息的主要渠道，往往成為公眾的首要選擇。在社會監督部分，新媒體能夠為媒體曝光帶來高效率的可操作性，而社會協調表示社會各組成部分之間的協調、統一。也就是說，新媒體具有幫助大眾把握整體社會問題本身的功能，例如：新媒體能夠成為公眾對環保議題進行直接反應與交流的平台。新媒體也將成為社會遺產的繼承，通過傳播向大眾傳遞共通的準則使得社會日益形成共識（張淑華、員怡寒，2015）。

美國社會學者 Wrigt (1960) 在《大眾傳播：功能的探討》中，以「三功能說」為基礎，提出了大眾傳播的「提供娛樂功能」，認為大眾傳播既能警戒外來威脅、滿足社會一般性活動訊息需要、傳播知識價值和行為規範，又滿足大眾的精神生活，隨即形成了大眾傳播「四功能說」。雖然

Lasswell 在後續研究過程中發明並完善了內容分析的方法且多次提到受眾，但內容分析這項方法卻無法真正了解媒體的實際效果，有關受眾的概念也沒有被重視（胡翼青，2015）。當英國伯明翰大學當代文化研究中心成立後，Hall（1967）就在發展初期帶領傳播領域融入受眾研究（孫勇，2018）。作為對 Lasswell 媒體功能論的修正，Hall（1967）在〈休閒、娛樂及大眾傳播〉中認為有必要加上對娛樂的影響以及娛樂節目的提供，期待能喚起大家對媒體效果的關注。其也強調若媒體的主要功能只是娛樂，對於傳播模式的研究和使用與滿足理論的模式而言，容易失去媒體本身所能產生的其他效果面向。而後，Schramm（1973／何道寬譯，2010）在《傳播學概論（第二版）》，把傳播的功能歸為監視、管理、指導和娛樂四個方面。由此可見，傳播對於社會的發展發揮與眾不同作用，即可以通過傳播獲取訊息，串聯每種溝通與交流；可以得到知識、教育進而收獲文化的傳承，並對社會起監督作用；可以進行社會化途徑，對社會個體產生潛移默化的影響；能夠調節人的身心，釋放可能來自自然、社會或生活的壓力。而 McQuail（2005；轉引自魏然、周樹華、羅文輝，2015）在其《大眾傳播理論（第五版）》中界定了媒體效果是受眾接觸大眾媒體後，有意或無意間產生的結果，也為媒體效果研究帶來了新的界定。

大眾傳播是專業化群體藉機構與技術手段，向不同人廣泛發佈的傳播符號內容（McQuail, Blumler, & Brown, 1972）。以往媒體往往在這個傳播過程中擔任傳播者，受眾為訊息接收者，無法及時產生回饋，互聯網時代則為傳播效果帶來了危機也帶來新的可能，受眾越來越能自主選擇媒體，人的主觀認知對媒體傳播效果產生了日益重要的影響。老年人如何理解媒體對自己和別人產生的效果，特別是在手機這種移動媒體上，是媒體效果研究可以關注的部分。如果受眾成為主動的角色，有意識地參與到傳播效果的產生過程（範紅、曲元，2004），那麼如今，老年人因媒體的功能選擇使用手機，可能引起老年人思想與行為的變化。這樣一來，手機成為大眾傳播媒體的輔助者，以影響老年人的思考過程與部分行為，可能協助社會趨向實現「成功老化」的效果。正如 Gunther 與 Storey（2003）所言，「對認知者而言，主觀認知的媒體效果就是客觀效果的事實」。在互聯網

背景下，老年人未必是主動購買手機的消費者，但手機取代家庭電話附帶手機媒體本身的功能，使老年人成為主動的使用者。當老年人不僅在眾多電視頻道中進行選擇，還可以從電視遷移到其他媒體（Lin, 2002；Sunstein, 2007），這確認了老年受眾的主動性。當注意力從一種媒體（電視）轉移到另一種媒體（手機），表示新媒體可能具備不同能力的使用與滿足趨勢。

從人際傳播到組織傳播再到大眾傳播，社會傳播形態不斷變遷。在研究設計方面，媒體效果研究的成果不盡使人滿意（Lang, 2013），其過於關注在個人層面的分析，輕視宏觀社會層面的因素，需要進一步研究媒體在社會發展和轉型過程中的角色（Demers & Viswanath, 1999）。因為社會與傳播之間是息息相關的，應該要摒棄「只見傳播不見社會」的迷思。Pooley 與 Katz（2008）則指出，傳播學研究需要關注新的人群與其活動的社會空間，以人的社會角色研究傳播過程，從中察覺媒體的效果。因此，當手機媒體研究關注到老年人群體「再社會化」的過程時，應該從這樣的媒體轉變中實證是否可能帶來成功老化的效果。

四、使用與滿足理論

使用與滿足理論已被應用到各種傳統媒體（如：電視、報紙和電話）環境，以理解使用媒體的動機。隨著互聯網的發展，研究者也應用該理論來識別互聯網使用背後的動機，將以往傳統研究強調的純粹社會和心理需求，與技術驅動的需求相結合（Dolan, Conduit, Fahy & Goodman, 2016）。現今新媒體的發展，與受眾間產生互動的本質變化，帶來更新、更具體的滿足，研究使用傳統媒體時的滿足感是有待被更新的。

新媒體帶來新習慣（如：玩遊戲、查看 Facebook 新聞）和新的工具活動（如：使用搜索引擎、打開智能手機應用程序來追蹤一個人的健康行為）。此外，每個新媒體所提供的新特性（如：移動性、增強現實感）本身就能提供受眾滿足的過程。它們的實現顯然是由媒介技術提供的新可能性所推動的，但對於媒體內容帶來的滿足感，特別是廣義的解釋訊息和娛樂的追求，不一定因技術的改變而改變。只是這個消費訊息過程的滿足感和娛樂背後的背景與方法，將影響媒體與受眾間的互動。使用與滿足已經確立的

理論視角就在這樣的變動中為新媒體提供了有價值的見解。其基本假設是用戶積極參與媒體使用，因此該理論在允許受眾選擇和互動的媒體渠道的研究中越來越重要，例如社交媒體（Ruggiero, 2000）。研究人員通常將社會和心理變項作為某些媒體使用動機的決定因素。因此，在使用與滿足研究中，動機（通常被建構為潛在概念）反映了人們尋求並可能從媒體使用中獲得的滿足，在當代媒體傳播中，社會和心理因素引導著人們的行為，這些行為又塑造了人們對感知或實際媒體使用的期望（Rubin, 2009）。從概念上講，我們從媒體中獲得的滿足感不一定是由天生需求驅動的，而是由我們在使用特定媒體時體驗到的特性所觸發。大多數現代媒體的交互性使得這樣一種概念化成為可能，即用戶並不總是在開始接觸媒體時以目標為導向，而是傾向於在媒體互動過程中開發需求。

在大眾傳播理論中，「使用與滿足」研究被認為是一種從功能性角度探究閱聽人如何感知自己的需求，以及如何藉由媒體使用獲得所需的滿足。Merton 提出大眾媒體獲得的滿足不僅在心理上，且個人也會因為所處的社會地位和角色，經媒體實現滿足（1948；轉引自林東泰，2008）。在這樣的前提下，Katz、Blumler 與 Gurevitch（1974）提出使用與滿足研究取向，確定閱聽人為主動的角色，有別於以往研究忽略媒體對不同閱聽人可能帶來不同的意義。事實上，老年人從媒體中獲得的滿足取決於其對媒體的態度，其必須相信媒體能夠為自身提供意義。假如使用手機能夠幫助老年人感到有用，例如：當子女不在家時，老年人因玩手機小遊戲起到陪伴自己的作用，而不感到無聊，那麼就通過使用手機滿足了娛樂的需求。相反，如果手機遊戲使老年人感到無聊，其根本不會選擇通過玩手機遊戲來消磨時間。

McQuail、Blumler 與 Brown（1972）就提供了使用與滿足的四大功能經典類別：（1）偵查環境（2）個人認同（3）人際關係（4）娛樂。Swanson 與 Babrow（1989）對大學生觀看新聞節目的收視習慣進行研究發現，期望值越高，大學生就會收看更多新聞節目。此研究測量了大學生日常收看新聞的頻率以及態度，並了解到大學生收看新聞的動機，例如：為了解資訊、獲得娛樂、與他人的共同交流等，與四大功能吻合。Palmgreen（1984）在

前人基礎下，提出期望值—價值理論（Expectancy-value model），闡釋了閱聽人從某個媒體獲得體驗，滿足感會影響閱聽人的信念，進一步強化使用媒體的模式，這個概念拓展和深化了使用與滿足理論的發展。如 Schramm、Parker 與 Lyle（1961）的研究強調兒童如何觀賞電視節目，除了分析兒童觀看電視的行為，還發現兒童在觀賞電視時的社會情境主要是為了和朋友擁有共同話題。由此可見研究媒體使用行為以外，社會情境對閱聽人其他信念的影響也具備重要性。

當「閱聽人」在數位媒體時代被改稱為「用戶」時（Sundar & Limperos, 2013），使用與滿足研究被進一步地批評為僅強調需求、動機和行為等，各變項間缺乏明確的關聯性（Ruggiero, 2000）。使用與滿足理論關注的是「人們用媒體做什麼，而不是媒體對人們做什麼」（Klapper, 1963），經由特定原因、認知和情感、需求、慾望及興趣驅動，受眾對媒體的使用將被進一步理論化（Levy & Windahl, 1985）。因此，社會根源可能導致媒體使用獲得滿足，並進而達到某種效果（Blumler, 1985；轉引自林東泰，2008）。本研究區分行為、需求與動機的效果，將老年人使用手機的行為理解為受特定需求驅動的價值。作為一項探索性研究，本研究的部分貢獻在於尋求滿足與效果可能的關係，其中包括老年人的成功老化，並通過統計資料確定哪些意義面向更容易幫助「用戶」的使用。

參、研究方法

一、樣本

本研究的主要調查對象為老年人，依照世界衛生組織（2016）對勞動年齡人口的指標定義，以及中國《老年人權益保障法》第二條規定，將生理年齡範圍為 60 周歲及以上的公民定義為老年人。而本研究考慮（1）研究主要在於調查變項間關係（2）成本低（3）用時短（4）誤差控制為非主要考慮，因此決定使用大眾傳播研究者常使用的目的抽樣法。以具備相同優點的問卷調查法，獲得來自受調者真實的回答，這樣的方法將使結果更加可靠（Kothari, 2004）。再通過回收問卷資料後採量化統計方法，經由研究主題的變項間關係分析，透過使用與滿足視角為切入點，探討媒體本身

的作用與生活現象的關聯。資料蒐集工作用時一個月，正逢 2019 年中國農曆春節後，這使受調者能夠有空閒時間接受調查訪問。根據 Wimmer 與 Dominick (2013) 關於大眾傳播研究方法的觀點，決定主要以訪員親身面訪形式進行，這種方法的優勢在於，訪員能夠在結構式訪問情況下，觀察受調者的真實訊息，例如：年齡、健康狀況、情緒等，在沒有增加問卷長度的情況下，不容易被終止面訪，這也是電話或郵件訪問所無法獲取的。但訪員面訪容易存在訪員偏見的缺點，所以首先選擇尋找該地區具備人口普查工作經驗的訪員，從中選取即將退休（50 周歲）的女性訪員。這有利於在面對社區老年受訪者時，訪員本身就與之存在融洽的關係，特別是在個人訊息方面，訪員本就熟知受調者，受調者也因此能夠更加信任訪員。

在訓練訪員能夠很好地理解問卷量表的問題與含義後，採雪球抽樣法，即研究人員同訪員隨機聯繫社區 60 周歲及以上老年受訪者，隨後了解他們的朋友、親戚或熟人等符合研究的名字，繼續抽樣（Wimmer & Dominick, 2013）。另外，因考慮到研究對象可能存在多數未使用網絡及填答問題困難者，例如：視力衰退、題項理解程度或書寫等阻礙，因此本研究選用傳統的紙本問卷作為研究工具，訪員則在不影響老年人作答的情況下，協助在問卷上填答問卷。

二、執行流程

首先，研究員與訪員前往社區主要老年活動中心，尋找就近符合條件的居民（60 周歲及以上老年人）。說明來意並徵求對方同意後進行問卷部分的調查，每份訪問時間控制在 30 分鐘內，防止受調者失去受訪耐心而減少研究信度。其次，調查結束後與受調者溝通是否能繼續以「滾雪球」的研究方法，讓訪員經由已受調者介紹繼續向其身邊 3 至 5 名其他活動中心以外的老年人進行訪問，以延續後續樣本的調查。同時以社區老年退休民生小組組長協助推薦新樣本，約以一組 4 名的人數上擴大樣本數。最後，在問卷數量方面，共發放 210 份問卷，累計回收 205 份完整回答的有效樣本。雖樣本數量相對比一般量化研究較少，但主要目的在於自然情境中通過面對面詢問產生高的外在效度。

三、變項測量

(一) 控制變項

研究中測量了受訪者的性別（男性編碼為 1、女性編碼為 2）、年齡層（60-65 周歲編碼為 1、66-70 周歲編碼為 2、71-75 周歲編碼為 3、76 周歲以上編碼為 4）、教育程度（未受正式教育編碼為 0、小學編碼為 1、中學編碼為 2、高中編碼為 3、大學含大專編碼為 4、大學以上編碼為 5）、政治面貌（有黨籍編碼為 1、無黨籍編碼為 0）、宗教信仰（有信仰編碼為 1、無信仰編碼為 0）、婚姻狀況（有配偶編碼為 1、無配偶編碼為 0）、居住情況（獨居編碼為 1、非獨居編碼為 0）、在家和外出時間（外出時間較多編碼為 1、在家時間較多編碼為 0）、經濟自主（經濟自主 1、與他人承擔編碼為 0）。為避免分析結果受這九個變項影響而出現虛假關係，因此這些變項在正式分析時都被視為控制變項。

(二) 手機的使用動機

手機使用動機是本研究的自變項，本研究根據 Lasswell (1948) 對大眾傳播三個重要社會功能可知，大眾媒體能夠對大眾起到：（1）告知的功能（2）溝通的功能（3）教育的功能；Wright (1960) 在後續相關研究中增加了：（4）娛樂的功能。本研究即參考這樣的依據，讓老年人使用手機動機分為保健諮詢、娛樂、人際交往、滿足精神需求為分類。將使用手機的動機命名為四個構面，進行操作型定義：（1）健康動機、（2）娛樂動機、（3）社交動機、（4）心靈動機。所謂健康動機（題項 1 至 4），主要測量受調者是否會使用手機幫助個人內在健康方面的諮詢和協助；所謂娛樂動機（題項 5 至 8），是為測量受調者是否使用手機獲得一些休閒娛樂以放鬆自己；所謂社交動機（題項 9 至 12），主要為了測量受調者是否使用手機與他人進行聯繫；所謂心靈動機（題項 13 至 16），是為了測量受調者是否因使用手機參與社會活動滿足其內心的成長。

第一個構面「健康動機」包含四個題項，分別是：（1）我會通過手機來看病掛號；（2）我會通過手機來上網查詢用藥知識；（3）我會通過手

機來記錄日常運動；(4) 我會通過手機掌握身體情況（如：睡眠、計步器等）。這四個題項 Alpha 信度係數為 0.804。受調者在回答這些題項時，採用李克特式五點量表作為衡量標準，從「總是如此」、「經常如此」、「偶爾如此」、「很少如此」、「從不」五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。四題合計後的分數越高者，表示是因健康動機而讓使用手機的程度越高。

第二個構面「娛樂動機」包含四個題項，分別是：(5) 我會通過手機來收聽音樂或廣播；(6) 我會通過手機來手機看視頻；(7) 我會通過手機來獲得一些娛樂；(8) 我會通過手機來玩遊戲。這四個題項 Alpha 信度係數為 0.871。受訪者在回答這些題項時，是從「總是如此」、「經常如此」、「偶爾如此」、「很少如此」、「從不」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。四題合計後的分數越高者，表示是因娛樂動機而讓使用手機的程度越高。

第三個構面「社交動機」包含四個題項，分別是：(9) 我會通過手機來認識新朋友；(10) 我會通過手機來和家人視訊；(11) 我會通過手機來了解朋友動態；(12) 我會通過手機來打電話給朋友聊天。這四個題項 Alpha 信度係數為 0.934。受訪者在回答這些題項時，是從「總是如此」、「經常如此」、「偶爾如此」、「很少如此」、「從不」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。四題合計後的分數越高者，表示是因社交動機而讓使用手機的程度越高。

第四個構面「心靈動機」包含四個題項，分別是：(13) 我會透過手機參與社會公益活動；(14) 我會透過手機參加讀書會或從事學習；(15) 我會透過手機分享人生哲理；(16) 我會通過手機來協助自我心靈成長。這四個題項 Alpha 信度係數為 0.957。受訪者在回答這些題項時，是從「總是如此」、「經常如此」、「偶爾如此」、「很少如此」、「從不」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。四題合計後的分數越高者，表示是因心靈動機而讓使用手機的程度越高。

（三）成功老化

成功老化是本研究的依變項。就字面意義而言，成功指的是實現某種程度的指標，老化指老年人本身的發展狀況，成功老化就是由老年人對自身老化感知的主觀判斷。為測量受調者對自身成功老化的主觀判斷，本研究引用李新民、高敏惠（2014）測量老年人是否成功老化的量表，分別從四個不同面向測量成功老化：（1）生理老化（2）心理老化（3）社會老化（4）靈性老化。所謂生理老化（題項 1 至 5），主要測量受調者在生理上是否避免疾病和失能。心理老化（題項 6 至 10）主要測量受調者在心理上是否能對維持自身身體認知，以及對身體功能提供保障。社會老化（題項 11 至 15）主要測量受調者是否積極參與社會社交活動。靈性老化（題項 16 至 20）主要測量受調者是否對個體生命意義有所探索。

第一個構面「生理老化」包含五個題項，分別是：（1）我能夠照顧自己的生活起居；（2）我能夠維持正常作息；（3）我能夠獨立出門辦事；（4）我能夠預防或者控制身體疾病；（5）我清楚了解自己的身體功能。這五個題項 Alpha 信度係數為 0.938。受調者在回答這些題項時，是從「完全同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「完全不同意」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。五題合計後的分數越高者，表示受訪者成功生理老化程度越高。

第二個構面「心理老化」包含五個題項，分別是：（6）我對我目前的生活感到滿意；（7）我對每天做的事情感到快樂；（8）我對事情抱著樂觀的想法；（9）我對未來充滿希望；（10）我對自己感到自豪。這五個題項 Alpha 信度係數為 0.925。受訪者在回答這些題項時，是從「完全同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「完全不同意」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。五題合計後的分數越高者，表示受訪者成功心理老化程度越高。

第三個構面「社會老化」包含五個題項，分別是：（11）我有可以信賴的家人或者朋友；（12）我有良好的人際關係；（13）我有許多可以談心的朋友；（14）我有自己的人脈；（15）我有主動關懷或幫助他人的習慣。這五個題項 Alpha 信度係數為 0.960。受訪者在回答這些題項時，是從

「完全同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「完全不同意」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。五題合計後的分數越高者，表示受訪者成功社會老化程度越高。

第四個構面「靈性老化」包含五個題項，分別是：（16）我可以很快從傷痛中恢復平靜；（17）我可以接受生命中的無常；（18）我可以找到自己存在的價值；（19）我可以找到內心的寧靜；（20）我可以掌握自己的命運。這五個題項 Alpha 信度係數為 0.963。受訪者在回答這些題項時，是從「完全同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「完全不同意」這五個等級答案中擇一回答（分別編碼為 5 至 1）。五題合計後的分數越高者，表示受訪者成功靈性老化程度越高。

整體而言，在效度層面，本研究的設計面向以過往理論經驗支撐，在具代表性的題項、合理的數據分析之後，從問卷設計的表面效度與內容效度來看，問卷題目組成單一變項是成立的。所以研究中涉及的變項構面整體的 Alpha 信度係數顯示各項目間具備一致性，合乎標準，因此予以採用。

肆、資料分析

一、基本人口資料

所有受調者中，女性共 119 人，佔總數 58.0%；男性共 86 人（42.0%），女性多於男性。平均年齡 69.36 周歲，年齡分層後數據顯示，60 周歲至 65 周歲 74 人，佔總數 36.1%；66 周歲至 70 周歲有 61 人（29.8%）；71 周歲至 75 周歲有 33 人（16.1%）；76 周歲及以上者共計 37 人（18.0%）。教育程度中，小學學歷的受調人數最多，共 58 人，佔總數 28.3%；其次是教育程度為高中者 54 人（26.3%）；再則是中學、大學持平，各 43 人（21.0%）；未受正式教育者 5 人（2.4%）；最後是大學以上教育程度的老年人僅 2 人（1.0%）。政治面貌調查中，無黨籍受調者共 139 人，佔總比 67.8%；有黨籍受調者共 66 人（32.2%）。宗教信仰調查中，無信仰者共 64 人，佔總比 31.2%，有信仰者共 141 人（68.8%）。婚姻狀況中，有配偶者共 150 人，佔總比 73.2%；無配偶共 55 人（26.8%）。居住情況調查中，屬獨居單身戶共 19 人，佔總比 9.3%；非獨居者共 186 人（90.7%）。日常外出時間較

多的受調者共 129 人，佔總比 62.9%；在家時間較多者共 76 人（37.1%）。在家庭經濟支出決定權部分，經濟自主的受調者共 104 人，佔總比 50.7%；與他人一起承擔的受調者共 101 人（49.3%）。

二、使用動機概況

為了解老年人使用手機的動機為何，本研究將「使用動機」分為「健康」、「娛樂」、「社交」、「心靈」四個構面，採由受調者自我評斷的方式，以 1 至 5 分來表示自己使用手機的動機程度。資料分析結果將「總是如此」和「經常如此」的百分比相加後，觀察受調者的使用動機情形，統計敘述如下：

首先，在「健康動機」部分，屬於因對醫療保健資訊方面的需求而使用手機，平均得分是 2.13 ($SD=1.160$)，其中「通過手機上網查詢用藥知識」平均得分 2.50 ($SD=1.308$)，總是及經常「通過手機上網查詢用藥知識」的受調者共 61 位，佔 29.7%，程度最高；「通過手機看病掛號」平均得分 1.98 ($SD=.987$)，總是及經常「通過手機看病掛號」受調者共 13 位，佔 6.4%，程度最低。即在健康動機方面，受調老年人樣本多因查詢用藥知識而使用手機。

「娛樂動機」指老年人使用手機以試圖得到一些休閒娛樂方面的滿足，平均得分 2.40 ($SD=1.178$)，其中「通過手機看視頻」平均得分 3.17 ($SD=1.815$)，總是及經常「通過手機看視頻」的受調者共 102 位，佔 49.8%，程度最高；「通過手機玩遊戲」平均得分 1.51 ($SD=1.013$)，總是及經常「通過手機玩遊戲」的受調者共 15 位，佔 7.3%，程度最低。即在娛樂動機方面，受調老年人樣本多因看視頻而使用手機。

「社交動機」指老年人使用手機為滿足人際或與社會交往的需求，平均得分 3.52 ($SD=1.391$)，其中「通過手機打電話和朋友聊天」平均得分 4.58 ($SD=.885$)，總是及經常「通過手機打電話和朋友聊天」的受調者共 180 位，佔 87.8%，程度最高；「通過手機認識新朋友」平均得分 2.96 ($SD=1.816$)，總是及經常「通過手機認識新朋友」的受調者共 92 位，佔 44.8%，程度最低。即在社交動機方面，受調老年人樣本多與他人聯繫而使

用手機。

「心靈動機」指老年人使用手機滿足自身身心靈的精神層面補充，平均得分 2.50 ($SD=1.279$)，其中「通過手機參與社會公益活動」平均得分 2.83 ($SD=1.589$)，總是及經常「通過手機參與社會公益活動」的受調者共 94 位，佔 45.8%，程度最高；「通過手機來協助自我心靈成長」的題項平均得分 2.31 ($SD=1.268$)，總是及經常「通過手機來協助自我心靈成長」的受調者共 38 位，佔 18.6%，程度最低。即在心靈動機方面，受調老年人樣本使用手機的動機還是以社會公益參與為主。

整體而言，由平均得分可以見得，老年人使用手機以社交動機為主，其次是心靈動機、娛樂動機、健康動機的需求。在該順序中，通過經常和總是使用手機的動機百分比，得知在社交動機中，打電話的功能滿足老年人和朋友聊天的需求程度最高；其次是使用手機參加公益活動滿足老年人對心靈的需求；用手機看視頻滿足其娛樂的需求為三；最後是用手機上網查詢用藥知識滿足健康的需求。

三、成功老化

為更加了解老年人主觀詮釋對成功老化的感受，測量其對自我運作的良好程度，根據以往研究的「成功老化」量表分為「生理」、「心理」、「社會」、「靈性」四個構面進行資料分析，敘述如下：

首先，在「生理老化」部分，分析資料平均得分為 3.80 ($SD=1.034$)，其中「能夠照顧自己的生活起居」平均得分 4.16 ($SD=1.066$)，程度最高；「能夠預防或者控制身體疾病」平均得分 3.30 ($SD=1.178$)，程度最低。即在生理老化層面，受調老年人的生理機能普遍能夠照顧自己的生活起居。

在「心理老化」部分，平均得分為 4.01 ($SD=.856$)，其中「我對每天做的事情感到快樂」平均得分 4.26 ($SD=.943$)，程度最高；「我對自己感到自豪」平均得分 3.61 ($SD=.915$)，程度最低。即在心理老化層面，老年人的心理狀態普遍感到快樂。

在「社會老化」部分，平均得分為 4.32 ($SD=.708$)，其中「我有許多可以談心的朋友」平均得分 4.40 ($SD=.738$)，程度最高；「我有主動關懷

或幫助他人的習慣」平均得分 4.09 ($SD=1.054$)，程度最低。即在社會老化層面，受調老年人的社會相處情況處於仍然維持自身的人際關係。

在「靈性老化」部分，平均得分為 3.27 ($SD=.886$)，其中「我可以找到自己存在的價值」平均得分 3.38 ($SD=.970$)，程度最高；「我可以接受生命中的無常」平均得分 3.11 ($SD=.930$)，程度最低。即在靈性老化層面，受調老年人對自身的認同主要來自於自身能夠創造的價值。

整體而言，由平均得分可以見得，老年人在成功老化程度以社會層面得分為最高，其次是心理層面、靈性層面、生理層面的老化。相比使用動機的四個層面，老年人社會老化與社交動機相同，佔據主要地位；生理老化與健康動機程度佔最低。

四、使用動機與成功老化

本研究為確定受調者使用手機的動機對其成功老化之影響，未受人口學變項干擾，因此透過複迴歸模式來進行資料分析，並將人口學變項納為第三因予以控制，顯著變項結果如表 1 所示。

(一) 健康動機與生理老化

當其他自變項受到控制後，首先在生理老化與健康動機的層面中分析得出，老年人生理老化層面與使用手機健康動機的部分未達統計意義上的顯著效果，Beta 值是.101， $t=1.257$ ， $p>.05$ ，即老年人使用手機的健康動機並沒有直接影響其成功生理老化，之所以具有相關性，是因為其他的人口變項，例如：年齡層、在家或在外時間和經濟自主。

(二) 娛樂動機與心理老化

同分析方法的檢驗結果顯示，老年人使用手機的娛樂動機與其成功心理老化之間的決定係數 (R Square) 為.491，顯示娛樂動機變項可以解釋老年人成功心理老化變項 49.1%的變異量。變異數分析結果也發現自變項的解釋能力已明顯不等於 0， $F(10,194)=18.695$ ， $p<.001$ 。換言之，老年人使用手機的娛樂動機對成功心理老化的解釋能力已經達到統計上不可忽視

的程度。

其中，娛樂動機部分，Beta 值是.291， $t=3.270$ ， $p<.01$ ，代表當其他自變項受到控制後，老年人在使用手機娛樂的動機對其成功心理老化是正相關的，即使用手機娛樂的程度越高越能夠幫助老年人的心理成功老化。納入人口學變項分析的結果也顯示，教育程度、宗教信仰、婚姻狀況、在家和外出時、經濟自主的變項與心理老化皆達顯著關係，可以見得，不同人口背景的老年人通過娛樂動機完成對其心理成功老化的發展。

（三） 社交動機與社會老化

在社會老化與社交動機層面的分析得出，老年人使用手機的社交動機與其成功社會老化間的決定係數（R Square）為.465，顯示社交動機變項可以解釋老年人成功社會老化變項 46.5%的變異量。變異數分析結果也發現自變項的解釋能力已明顯不等於 0， $F(10,194)=16.865$ ， $p<.001$ 。換言之，老年人使用手機的社交動機對成功社會老化的解釋能力已經達到統計上不可忽視的程度。

其中，社交動機部分，Beta 值是.465， $t=5.356$ ， $p<.001$ ，代表當其他自變項受到控制之後，老年人在使用手機社交的動機對其成功社會老化是正相關的，即使用手機社交的程度越高越能夠幫助老年人的社會成功老化。納入人口學變項分析的結果也顯示，年齡層、教育程度、宗教信仰、在家和外出時間的變項與社會老化達顯著關係，可以見得，不同人口背景的老年人通過社交動機完成對其社會成功老化的發展。

（四） 心靈動機與靈性老化

在靈性老化與心靈動機的層面中分析得出，老年人靈性老化層面與使用手機心靈之間的決定係數（R Square）為.345，顯示心靈動機可以解釋老年人成功靈性老化變項 34.5%的變異量。變異數分析的結果也發現自變項的解釋能力已明顯不等於 0， $F(10,194)=10.220$ ， $p<.001$ 。換言之，老年人使用手機的心靈動機對成功靈性老化的解釋能力已經達到統計上不可忽視的程度。

其中，心靈動機部分，Beta 值是.407， $t=4.287$ ， $p<.001$ ，代表當其他自變項受到控制之後，老年人在使用手機心靈層面的動機對其成功靈性老化是正相關的，即使用手機心靈部分的程度越高越能夠幫助老年人的靈性成功老化。納入人口學變項分析的結果也顯示，僅經濟自主的變項與靈性老化達顯著關係，可以見得，經濟決定權不同的老年人通過心靈動機完成對其靈性成功老化的發展程度不同。

表 1：使用手機動機與成功老化之迴歸分析

自變項	依變項 Beta 值	成功心理老化	成功社會老化	成功靈性老化
性別		.058	.040	-.081
年齡層		.146	.286***	.045
教育程度		.263**	.330***	.103
政治面貌		.116	-.017	.100
宗教信仰		-.312***	-.185**	-.083
婚姻狀況		.174*	.063	-.004
居住情況		.015	.033	-.025
在家和外出時間		.140*	.153*	.100
經濟自主		.194**	.036	.191**
娛樂／社交／心靈動機		.291**	.465***	.407***
常數		1.947	2.162	2.070
F 值		18.695***	16.865***	10.220***
R ²		.491	.465	.345
調整後 R ²		.464	.437	.311

註：顯著水平* $p<.05$ ，** $p<.01$ ，*** $p<.001$ $n=205$

綜合以上統計分析結果發現，社交動機與成功社會老化間的關係程度最相關，其次是心靈動機與成功靈性老化和娛樂動機與成功心理老化。健康動機與成功生理老化之間則沒有達到統計上的顯著程度。可見，老年人使用手機的動機能夠滿足大部分成功老化的需求，呈現正相關的關係，但並非所有構面都能夠幫助老年人實現成功老化，特別是生理構面。換言之，

使用手機滿足社交和心靈滿足需求能夠很大程度幫助老年人成功社會和靈性老化，但老年人使用手機為滿足娛樂動機而實現成功心理老化程度一般，並且在健康動機方面，即使得到了動機的滿足，使用手機也無法幫助實現成功生理老化。

伍、總結與建議

一、研究發現與啟示

本研究主要探討兩個研究問題：（1）老年人在老化過程中，使用手機的動機面向為何？其使用手機的動機是否滿足自身需求？（2）老年人使用手機的動機對成功老化的程度是否有顯著影響？針對這些問題，本研究初步獲得以下發現。

研究發現一為：

- 1、健康動機方面，老年人主要因查詢用藥知識而使用手機。
- 2、娛樂動機方面，老年人主要因看視頻而使用手機。
- 3、社交動機方面，老年人主要為與他人聯繫而使用手機。
- 4、心靈動機方面，老年人使用手機的動機以社會公益參與為主。

老年人使用手機的動機主要以與他人聯繫為主，手機可以提供其打電話的功能，滿足老年人與他人聊天的人際交往需求。其次，老年人日常可以使用手機查詢用藥知識，節省自身時間、金錢成本又達到獲得保健資訊的目的，還可以使用手機參與社會活動以獲得心靈的精神層面滿足。最後在娛樂方面，老年人不同往常大眾的娛樂習慣，是以觀看手機視頻為主要休閒娛樂。

可以見得，手機的使用可以大大幫助老年人與外界的聯繫，更進一步地說，老年人可以因此更靠近子女、朋友，維持自身繼續社會化的朋友圈。這點得到廖霜瑜（2010）研究的支持，該研究表明老年人使用手機主要還是以通訊為主，即在於與外界的必要聯絡。同時該研究也建議，產業若企圖開展老年人使用手機的市場，可以將其來自家人或朋友的社交圈納入考量。在這樣的市場下，媒體與公共部門必須致力於保障老年人對手機通訊功能的識讀性，才會獲得更多老年人再次投身社會發展的可能。往更深層

次而言，利用這樣的數位科技契機和手機這種載具，促使老年人加入到社會公益中，這將是社會高齡化後所能夠獲得的福祉。

需要注意的是，與以往研究不同，老年人雖使用互聯網獲取資訊，但本研究結果顯示近三成的老年人總是及經常通過手機查詢一些日常所需的用藥知識，媒體和相關部門必須在這個部分嚴格加強監管，確保部分老年人不易上「假消息」的當，而耽誤其自身可能的生理病情。另外，一半的老年人常常使用手機觀看視頻，這也是一種新的現象。因老年人已處於可以安享天倫的退休狀態，日常自然伴隨媒體使用的興趣愛好，但如同看電視造成老年人的久坐行為一般（King et al., 2013），長時間使用手機觀看視頻也可能加劇老年人健康方面的退化。所以即便手機帶來觀看視頻的便利性，本研究也不建議老年人長時間使用手機觀看視頻。

傳播訊息突飛猛進的發展，媒體與技術包圍著社會與每個人，老年人也不例外，其溝通與交往的環境和工具都發生了改變。在了解老年人使用手機產生什麼樣的行為後，可以更好地幫助調節這些動機對老年人帶來的日常滿足。

研究發現二為：

表 2：使用手機動機與成功老化之迴歸分析結果

變項	生理老化	心理老化	社會老化	靈性老化
健康動機				
娛樂動機		○		
社交動機			○	
心靈動機				○

註：「○」表示兩變項間有顯著差異 n=205

本研究關於老年人使用手機動機的程度與其成功老化的關係研究結果如表 2：

- 1、老年人使用手機的健康動機程度與成功老化之生理層面之間關係未達顯著效果。
- 2、老年人使用手機的娛樂動機程度越高，成功老化之心理層面的程度也越高。

3、老年人使用手機的社交動機程度越高，成功老化之社會層面的程度也越高。

4、老年人使用手機的心靈動機程度越高，成功老化之靈性層面的程度也越高。

研究發現，老年人使用手機的健康動機層面並沒有直接影響其成功生理老化。其他人口變項，例如：年齡層、在家或在外時間和經濟自主變項直接影響其生理老化程度。換言之，有的老年人因剛退休，本身就存在一種成功生理老化的狀態，並不會因為手機提供的健康保健資訊而幫助自身的生理老化再進步。建議未來研究可以著眼於此持續關注，調查老年人接收不同健康資訊後是否對其生理老化產生影響，以及影響對使用手機的態度。而在家時間多與在外時間多的老年人間的成功老化存在差異，可見不僅是因為使用手機，還可能在於其他因素。經濟是否自主也決定了老年人是否成功生理老化，一個老年人越健康也越能夠實現經濟自主，但通過手機未必能夠獲得改變。如同藤田孝典（2015／吳怡文譯，2016）所認為的，健康對老年人只是一種願望，不會是實況。又如林東泰（2008）所言，人們未必一定需要透過傳播媒體才能獲得滿足，即使在使用媒體後，也未必能夠獲得預期的結果。因此建議未來研究可以在本研究基礎下，對老年人的健康素養進行進一步與健康傳播領域相關的探討。

研究結果主要顯示了老年人普遍認同自己擁有可以談心的朋友，其成功老化在社會面向呈現最好，即使用手機的社交動機程度越高的老年人，在成功老化社會層面的程度也最好。老年人通過手機聯絡朋友和家人，為其鞏固了人際關係，強化社會老化的主觀意識。所以，積極參加地區自組的老年人俱樂部以及相關社會活動雖看似麻煩，但用心經營退休後的人際關係，例如：親友、鄰居、夥伴、一起喝茶聊天的朋友等，實際上是老年人退休後解決心理問題的法則（藤田孝典，2015／吳怡文譯，2016）。這個結果與探討媒體與社會關係的文獻相符合，再次證明傳播與社會之間的關係。當老年人因社會交往需求被使用手機滿足時，就獲得成功的社會老化指標。從社交媒體角度看待這個研究結果，老年人應用手機社交成為區分成功社會老化的一個重要依據，為社會化媒體平台體現出不同的思路(彭

蘭，2015）。若是從商業策略考量老年人使用手機的市場，建議未來釐清不同社交平台屬偏媒體或偏社交性質，進行客製化銷售。學術研究中，無論何種性質偏向，建議未來可針對不同社交平台的媒體內容進行研究分析，以及研究成功老化以外可能產生的效果。

研究數據還顯示，使用手機的娛樂、心靈動機程度越高的老年人，在成功老化的心理、靈性層面的程度也越高，但效果次於社會面向。就心理層面而言，老年人雖普遍認為自己的生活快樂，卻不再為自身感到驕傲，可能是因為生理的自然退化，進而影響其心理和靈性層面的成功老化。所以假設老年人退休後繼續工作，雖然滿足了心理、社交需求，但勞累的工作反而會引起生理上的不適。亦可知，僅有金錢，也不足夠幫助老年人的全面成功老化。精神的支持、及時的聯絡、可依賴的關係、自我意義的實現才會是老年人真正需要的老後生活。

總體而言，手機應用於老年人生活的點滴，在其成功老化的過程中呈現正向的發展現象，這利於未來老年人為自身打造一種社會、靈性、心理層面的安康。這樣一來，針對老年人手機使用的推廣，研究可以聚焦在老年人社群媒體的使用上，不論是手機的功能或新媒體的傳播內容，都將參與到社會高齡化。這樣一來，我們以為是手機協助老年人向成功老化的方向前行，實際上是老年人因媒體功能而主動產生使用手機的動機，主動趨於正向地發展成功老化。

二、研究限制與建議

（一）研究限制

本研究以量化途徑對老年人使用手機的經驗與動機進行探討，除了為使用動機提出對應成功老化的分類以外，也嘗試釐清使用動機與主觀成功老化的關係，並藉數據呈現結果。本研究希望替新媒體和老人傳播領域促成成功老化主題的成長，為後續研究建構雛形。只是相關主題關鍵字檢索下的文獻資料為數不多，本研究可能在學理基礎和操作方法上有待其他領域理論增補。陳憶寧、羅文輝、魏然、徐小鴿與張國良（2014）研究發現，使用手機的動機與當地媒體發展以及社會環境有關。例如：香港只有一個

新聞環境相對多元的背景，但就上海而言，休閒娛樂的資訊更為豐富。這些由於地域不同帶來的文化差異將影響手機的使用動機。即使是文化相似的國家間，手機使用習慣也會受到不同政治、經濟所影響。因此，與其他地區相比，本研究範疇僅在中國的廈門市，無法做到與其他不同背景的地域進行比對。

（二）未來建議

本研究初步發現手機能夠滿足老年人使用手機的動機，進而關聯其成功老化。這樣的研究發現能否在其他地區和其他媒介形式下存在？這是有待後續研究加以實證的。建議未來研究可以增加更多沿海城市、地區或國家使用手機的老年人作為樣本，並可進行比較，爭取實現跨區域的整合研究。通過比較不同地區、不同生活形態帶來不同生活習慣的老年人為思考出發點，觀察不同背景老年人在手機使用行為上可能存在的更多差異，繼而比對這些差異對成功老化的影響程度。當媒體形式的主體替換成傳統的文本媒介，又或是新型的虛擬影像出現時，是否仍能關係老年人的成功老化作用呢？相信該領域存在許多值得關注的後續研究問題。

參考文獻

- 甘勇燦（2013）。《我國老年群體新媒介使用行為與影響因素研究》。哈爾濱工業大學廣播電視藝術學系碩士論文。
- 世界衛生組織（2016）。〈關於高齡化的全球報告〉，《世界衛生組織》，取自 <https://www.who.int/ageing/publications/world-report-2015/zh/>
- 石惠蘭、黃俊彥（2017）。〈銀髮族休閒運動參與動機，心流體驗與成功老化關係之研究〉，《運動健康休閒學報》，8：137-147。
- 李維靈、施建彬、邱翔蘭（2007）。〈退休老人休閒活動參與及其幸福感之相關研究〉，《人文暨社會科學》，3（2）：27-35。
- 李新民、高敏惠（2014）。〈老人休閒活動參與和成功老化相關之初探〉，《人文社會電子學報》，10（1）：97-122。
- 吳怡文譯（2016）。《下流老人：我們都將又老又窮又孤獨》。台北：如果。（原書 藤田孝典 [2015]。《下流老人一億總老後崩壞的衝擊》。東京：株式會社朝日新聞。）
- 邱天助（2002）。《老年、符號與建構：老人研究的社會文化轉折》。台北：正中。
- 邱天助（2007）。《社會老年學》。高雄：基礎文化。
- 何道寬譯（2010）。《傳播學概論（第二版）》。北京：中國人民大學。（原書 Schramm, W. L. [1973]. *Men, messages, and media: A look at human communication*. New York, NY: Harper & Row.）
- 何迎朝、左美雲、王丹丹（2016）。〈四種常用人口老化理論的集成研究〉，《中國老年學雜誌》，36（9）：2270-2273。
- 谷歌、益普索（IPSOS）（2013）。〈Our Mobile Planet：中國〉。上網日期：2018年11月1日，取自 <https://services.google.com/fh/files/misc/omp-2013-cn-local-cn.pdf>
- 林麗惠（2006）。〈台灣高齡學習者成功老化之研究〉，《人口學刊》，33：133-170。
- 林東泰（2008）。《大眾傳播理論（增訂三版）》。台北：師大書苑。
- 胡翼青（2015）。《西方傳播學術史手冊》。北京：北京大學。

- 洪櫻純（2012）。〈老人靈性健康的阻力與助力分析：成功老化觀點〉，《生命教育研究》，4（1）：83-108。
- 唐魁玉、劉冬（2015）。〈年輕人與老年人微信使用行為的對比研究〉，《中共杭州市委黨校學報》，6：69-74。
- 陳勃、樊國寶（2003）。〈老年人傳媒接觸狀況的調查與分析〉，《社會科學》，12：68-74。
- 陳憶寧、羅文輝、魏然、徐小鴿、張國良（2014）。〈手機使用動機與手機新聞收視的關聯性研究：上海、香港、台北與新加坡的比較分析〉，《傳播與社會學刊》，27：207-237。
- 陳嘉彌（2018）。〈創新傳播促進現代老人接受超越老化之思考〉，《樹德科技大學學報》，20（2）：155-166。
- 孫勇（2018）。《伯明翰學派前期媒介研究 1964-1979》。北京：中國社會科學
- 張鐘汝、範明林（1997）。《老年社會心理》。台北：水牛。
- 張淑華、員怡寒（2015）。〈新媒體語境下的環境傳播與媒體社會責任〉，《鄭州大學學報（哲學社會科學版）》，5：34。
- 習近平（2017）。〈決勝全面建成小康社會奪取新時代小康社會主義偉大勝利：在中國共產黨第十九次全國代表大會上的報告〉。取自 http://www.xinhuanet.com/politics/19cpcnc/201710/27/c_112186752.htm
- 彭蘭（2015）。《社會化媒體：理論與實踐解析》。北京：中國人民大學。
- 蔡國權、甘能斌、洪彰岑（2016）。〈運動健康促進對銀髮族成功老化因子之探討〉，《運動管理季刊》，31：32-42。
- 蔡琰、臧國仁（2012）。《老人傳播：理論、研究與教學實例》。台北：五南。
- 廖霜瑜（2010）。《老年人使用手機行為及使用現況調查：以台灣北部為例》。清華大學工業工程與工程管理學系學位論文。
- 鄭釗權（2010）。〈老年人的網絡健康信息需求研究〉，《內蒙古科技與經濟雜誌》，12：55-56。
- 網易新聞（2018年5月29日）。〈有一半中國老人，生活在抑鬱之中〉，

- 《網易新聞》。取自
<http://news.163.com/18/0529/00/DIUDO1MR00018M4D.html>
- 範紅、曲元（2004）。〈手機短信的大眾傳播功能和效果〉，《清華大學學報（哲學社會科學版）》，6：72-76。
- 韓妹（2008）。《中老年人對網絡健康信息的使用與滿足研究》。中國傳媒大學碩士論文。
- 魏然、周樹華、羅文輝（2015）。《媒介效果與社會變遷（新聞傳播學文庫）》。北京：中國人民大學。
- Baltes, M. & Carstensen, L. (1996). The process of successful ageing. *Aging & Society*, 16(4), 397-422.
- Bengtson, V. L. & Settersten, R., Jr., (2016). *Handbook of theories of aging*. New York, NY: Springer Publishing.
- Conci M., Pianesi F., & Zancanaro M. (2009). Useful, social and enjoyable: Mobile phone adoption by older people. In T. Gross, et al. (Eds.), *Human-computer interaction-lecture notes in computer science*, (pp. 63-76). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Demers, D. & Viswanath, K. (Eds.). (1999). *Mass media, social control, and social change: A macrosocial perspective*. Ames, IA: Iowa State University.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: A uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261-277.
- Ekerdt, D. J. & Bosse, R. (1983). Change in self-reported health with retirement. *The International Journal of Aging and Human Development*, 15(3), 213-223.
- Gunther, A. C. & Storey, J. D. (2003). The influence of presumed influence. *Journal of Communication*, 53(2), 199-224.
- Hall, S. (1967). Leisure, entertainment and mass communications. *Society and Leisure*, 2, 28-47.

- King, A. C., Hekler, E. B., Grieco, L. A., Winter, S. J., Sheats, J. L., Buman, M. P., & Cirimele, J. (2013). Harnessing different motivational frames via mobile phones to promote daily physical activity and reduce sedentary behavior in aging adults. *Plos One*, 8(4).
- Kothari, C.R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Delhi, IND: New Age International.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Klapper, J. T. (1963). Mass communication research: An old road resurveyed. *Public Opinion Quarterly*, 27(4), 515-527.
- Kastenbaum, R., Derbin, V., Sabatini, P., & Artt, S. (1972). "The ages of me": Toward personal and interpersonal definitions of functional aging. *Aging and Human Development*, 3(2), 197-211.
- Lang, A. (2013). Discipline in crisis? The shifting paradigm of mass communication research. *Communication Theory*, 23(1), 10-24.
- Lin, C. A. (2002). Perceived gratifications of online media service use among potential users. *Telematics and Informatics*, 19, 3-19.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 37(1), 136-39.
- Levy, M. & Windahl, S. (1985). The concept of audience activity. In K. Rosengren, L. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp. 109-122). Beverly Hills, CA: Sage.
- McQuail, D., Blumler, J., & Brown, J. R. (1972). *Sociology of the mass media*. UK: Penguin Books.
- Moody, H. R. (2006). *Aging: Concepts and controversies*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Nosraty, L., Jylhä, M., Raittila, T., & Lumme-Sandt, K. (2015). Perceptions by the oldest old of successful aging, Vitality 90+ Study. *Journal of Aging Studies, 32*, 50-58.
- Pooley, J. & Katz, E. (2008). Further notes on why American sociology abandoned mass communication research. *Journal of Communication, 58*(4), 767-786.
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. *Annals of the International Communication Association, 8*(1), 20-55.
- Rubin, A. M. (2009). Uses and gratifications. R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), *The SAGE handbook of media processes and effects*, 147-159. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society, 3*, 3-37.
- Rowe, J.W. & Kahn, R.L. (1987). Human aging: usual and successful. *Science, 237*(4811),143-149.
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University.
- Swanson, D. L. & Babrow, A. S. (1989). Uses and gratifications: The influence of gratification-seeking and expectancy-value judgments on the viewing of television news. *Rethinking Communication, 2*, 361-375.
- Schroots, J. J. F. & Birren, J. E. (1990). Concepts of time and aging in science. In J. E. Birren & K. W. Schaie (Eds.), *Handbook of the psychology of aging* (pp. 45-64). MA: Academic Press.
- Sundar, S. S. & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Broadcasting & Electronic Media, 57*, 504-525.
- Schramm, W. L., Parker, E. B., & Lylē, J. (1961). *Television in the lives of children*. Palo Alto, CA: Stanford University.
- Strawbridge, W. J., Wallhagen, M. I., & Cohen, R. D. (2002). Successful aging and well-being: Self-rated compared with Rowe and Kahn. *The Gerontologist, 42*(6), 727-733.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research*. Massachusetts, BOS: Cengage.

Wright, C. R. (1960). Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605-620.

附錄

表一：老年人使用手機動機統計表

變項	題項	平均值	標準差	總是及經常 使用百分比
健康動機		2.13	1.160	
	1.我會通過手機來看病掛號	1.98	.987	6.4%
	2.我會通過手機來上網查詢用藥 知識	2.50	1.308	29.7%
	3.我會通過手機來記錄日常運動	2.06	1.525	21.0%
	4.我會通過手機來掌握身體情況 (如睡眠、計步器等)	1.99	1.523	21.0%
娛樂動機		2.40	1.178	
	5.我會通過手機收聽音樂或廣播	2.61	1.625	34.2%
	6.我會通過手機來看視頻	3.17	1.815	49.8%
	7.我會通過手機來獲得一些娛樂	2.30	1.359	26.8%
	8.我會通過手機來玩遊戲	1.51	1.013	7.3%
社交動機		3.52	1.391	
	9.我會通過手機來認識新朋友	2.96	1.816	44.8%
	10.我會通過手機來和家人視訊	3.28	1.833	56.1%
	11.我會通過手機來了解朋友動態	3.25	1.816	54.2%
	12.我會通過手機和朋友聊天	4.58	.885	87.8%
心靈動機		2.50	1.279	
	13.我會通過手機參與社會公益	2.83	1.589	45.8%
	14.我會通過手機從事學習	2.48	1.420	28.8%
	15.我會通過手機分享人生哲理	2.37	1.298	19.5%
	16.我會通過手機來協助心靈成長	2.31	1.268	18.6%

表二：老年人成功老化統計表

變項	題項	平均值	標準差
生理層面		3.80	1.034
	1.我能夠照顧自己的生活起居	4.16	1.066
	2.我能夠維持正常作息	4.17	1.041
	3.我能夠獨立出門辦事	3.98	1.295
	4.我能夠預防或者控制身體疾病	3.30	1.178
	5.我清楚了解自己的身體功能	3.40	1.092
心理層面		4.01	.856
	6.我對我目前的生活感到滿意	4.23	.961
	7.我對每天做的事情感到快樂	4.26	.943
	8.我對事情抱著樂觀的想法	4.23	.919
	9.我對未來充滿希望	3.75	1.036
	10.我對自己感到自豪	3.61	.915
社會層面		4.32	.708
	11.我有可以信賴的家人或者朋友	4.35	.769
	12.我有良好的人際關係	4.39	.702
	13.我有許多可以談心的朋友	4.40	.738
	14.我有自己的人脈	4.39	.723
	15.我有主動關懷或幫助他人的習慣	4.09	1.054
靈性層面		3.27	.886
	16.我可以很快從傷痛中恢復平靜	3.16	.964
	17.我可以接受生命中的無常	3.11	.930
	18.我可以找到自己存在的價值	3.38	.970
	19.我可以找到內心的寧靜	3.37	.954
	20.我可以掌握自己的命運	3.35	.951

Study on Relations between Mobile Phone Use Motivation and Successful Aging

Tingyun Hsu

Abstract

Aging problem has become inevitable around the world. Based on uses and gratification approach, this thesis attempts to study relations between mobile phone use motivation of the elderly and their successful aging in China. The conclusion that comes from the analysis of 205 effective questionnaires collected during February and March, 2019 by means of descriptive statistics, reliability test, regression analysis and SPSS 24 statistical software, shows that: (1) mobile phone uses motivation of the elderly ranked in order of priority is social interaction, spiritual satisfaction, entertainment, health. And the mobile phone provides the phoning service to meet the interpersonal communication needs of the elderly. (2) social interaction motivation plays the most important role in achieving successful aging.

keywords: mobile phone, motivation, successful aging, the elderly