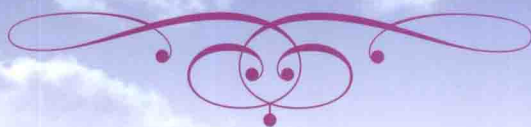


退休生涯經營

概念、規劃與養生

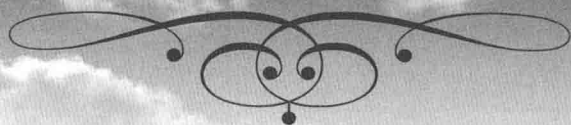


朱芬郁 著



退休生涯經營

概念、規劃與養生



 朱芬郁 著



退休生涯經營：概念、規劃與養生

／朱芬郁著．-- 初版．-- 新北

市：揚智文化，2012. 11

面：公分

ISBN 978-986-298-067-5（平裝）

1. 退休 2. 生涯規劃 3. 養生

544.83

101022076

退休生涯經營：概念、規劃與養生

著 者／朱芬郁

出 版 者／揚智文化事業股份有限公司

發 行 人／葉忠賢

總 編 輯／閻富萍

登 記 證／局版北市業字第 1117 號

地 址／新北市深坑區北深路三段 260 號 8 樓

電 話／(02)8662-6826 8662-6810

傳 真／(02)2664-7633

網 址／<http://www.ycrc.com.tw>

E-mail / service@ycrc.com.tw

印 刷／鼎易印刷事業股份有限公司

I S B N / 978-986-298-067-5

初版一刷／2012 年 11 月

定 價／新臺幣 420 元

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換

老化海嘯席捲而來！「人口老化潮」在2011年第一批戰後嬰兒潮（1946年出生者）到達65歲陸續屆退開始，正式進入臺灣地區。

這一群逾480萬「嬰兒潮新高齡者」，挾著史上最龐大的人口數量，為整體社會投入強大的不確定性。其中，不但預估在2025年將臺灣帶入「超高齡社會」，65歲以上人口達20%；更令人關注的是，平均餘命的持續延長，退休後，將有長達二、三十年的歲月。這個近三分之一的人生，想做什麼？能做什麼？又應怎樣做呢？既牽動社會發展的脈動與量能，也攸關新高齡者生活品質及生涯經營內涵，自應予以重視。

對新高齡者而言，退休是一種彈性的過程，也是多樣的選擇。是的，「創造性的退休生涯經營」即係針對退休或屆退者而發，力主依據個人資源狀況的「知己」和所處的環境事實的「知彼」，在「量己力」和「衡外情」之下，對自己的退休生活內涵和生涯發展，去進行策略性的規劃和安排，選定「成功老化」願景與「活的老，又活得好」目標。本書乃是依此思維理路與堅持而撰寫，整體架構計包括三大部分：

「**概念篇**」——主要在廓清退休生涯經營的有關概念。首先，試圖鉤繪新高齡者的多元的圖像並定義退休生涯經營；其次，定位成功老化為新高齡者的生涯願景，以資進行相關生涯規劃的依循；最後，則針對亟重要的退休心理調適問題，深入探討、剖析，藉以擴大概念內涵。

「**規劃篇**」——是退休生涯規劃「做什麼，如何做」的具體揭露。計包括：「理財規劃——活到老，有錢到老」、「休閒規劃——活到老，休閒到老」、「婚姻規劃——活到老，憐愛到老」、「居住規劃——活到老，安養到老」、「人際關係規劃——活到老，圓融到老」、「生命臨終規劃——活到老，無憾到老」等六大規劃向度，共構創造性的退休生涯經營的整全意象。

「**養生篇**」——側重宣稱追求體健長青、淡定恬然的可欲與可能。從認識生命極限、老年憂鬱症與失智症入手，同時思考身、心、靈的健康促

進。推介抗衰老的飲食，倒轉生理時鐘的「逆時針」新思維，並蒐羅中外名人養生術，俾供參採。

當然，書中亦有學習地圖、特殊議題、延伸閱讀、智慧小語、收件夾、動動大腦等貼心短文與活動方案的嵌入，可謂同時兼備靜態的論理層次與動態的付諸實踐；論述深入，不失之晦澀；旁徵博引，鞭辟入裡；內涵外延，邏輯嚴謹一貫，綱舉目張。讀者可依個人需要，從中加以篩選、咀嚼及運用。

本書的完成實是作者近二十年投身高齡教育理論研究與教學工作，憑藉一股憨直傻勁，勇往邁進，未嘗稍歇使然。在知識探索的路途上，承蒙敬愛的師長、樂齡長者、同儕們的啟發與鼓勵，字裡行間，洋溢著他們的關愛與經驗的結晶，張忠江、李時羨、鄭佳音三位樂齡活力夥伴分享的「序幕曲」、「間奏曲」、「安可曲」著實令人感動與神往，謹致謝忱。同時，感謝揚智文化慨允出版以及宋宏錢先生的全力協助。在付梓之際，欣聞榮膺教育部第一屆樂齡教育奉獻獎（教學優良組），誠感惶恐。憶及大哲學家尼采的一句話：「一個趕路的人，時而晴天，時而陰雨，但仍然在趕路。」的確，我就是尼采筆下的趕路人，為高齡教育標定方向，全力奮進。咱們高齡教育夥伴們，一起趕路喲！

朱芴郁 謹識

2012.雙十節

◀ 概念篇 ▶



第 1 章

創造性的退休生涯經營..... 3

- 第一節 新高齡者的多元圖像 5
- 第二節 退休生涯經營的意義 11
- 第三節 退休生涯經營的內涵 17
- 第四節 退休生涯經營的原則 19
- 第五節 本書學習地圖 23
- 延伸閱讀 29



第 2 章

高齡者的生涯願景——成功老化 31

- 第一節 成功老化的理論基礎 33
- 第二節 成功老化的意涵 37
- 第三節 成功老化之相關研究 43
- 第四節 高齡者成功老化之要素 51
- 延伸閱讀 63



第 3 章

第三青春——退休心理調適 65

- 第一節 退休面對的五大改變 67
- 第二節 老年的心理困擾與情緒問題 72
- 第三節 老年期心理情緒變化之特徵 73
- 第四節 退休心理調適五大途徑 76
- 延伸閱讀 87

◀ 規劃篇 ▶



第 4 章

理財規劃——活到老，有錢到老 93

第一節 老人的經濟與就業 94

第二節 財富與老年安養 98

第三節 理財規劃：打造一個養得起的未來 101

第四節 特殊議題探討 106

延伸閱讀 113



第 5 章

休閒規劃——活到老，休閒到老 115

第一節 老人休閒的意義、型態與功能 116

第二節 老人休閒的相關研究 120

第三節 老人的休閒規劃 123

第四節 特殊議題探討 131

延伸閱讀 141



第 6 章

婚姻規劃——活到老，憐愛到老 143

第一節 老年的婚姻關係 144

第二節 老年的性關係：終生性愛現役 147

第三節 老年婚姻的六大型態 151

第四節 如何經營老年夫妻關係 160

延伸閱讀 168



第 7 章

居住規劃——活到老，安養到老 169

第一節 老年居住問題與在地老化 170

第二節 各國老年居住型態的探討 173

第三節 退休居住圖像的選擇 181

第四節 特殊議題探討 187

延伸閱讀 194



第 8 章

人際關係規劃——活到老，圓融到老 195

第一節 老年的人際關係與身心健康 196

第二節 老年的代間關係 198

第三節 老年的手足關係 204

第四節 老年的友誼關係 207

延伸閱讀 213



第 9 章

生命臨終規劃——活到老，無憾到老 215

第一節 生命休止 216

第二節 老年臨終的相關研究 218

第三節 臨終規劃的重要內涵 219

第四節 特殊議題探討 228

延伸閱讀 234

❧ 問奏曲 管窺生死——生死雙美·生死一如 235 ❧

◀ 養生篇 ▶



第 10 章

康樂延年——揭開健康長壽之謎 239

第一節 人類壽命極限與突破 240

第二節 健康長壽的相關研究 243

第三節 中外著名養生術舉隅 248

第四節 健康長壽的有效策略 254

延伸閱讀 266



第 11 章

正向面對——疾病預防與健康促進 267

第一節 老年期健康的重要主題 268

第二節 老人的失眠與健康促進 272

第三節 老年憂鬱症與健康促進 277

第四節 老年失智症與健康促進 284

延伸閱讀 298



第 12 章

青春不老——轉動生命逆時針刻度 299

第一節 老化是什麼？ 301

第二節 活出年輕健康：倒轉生理時鐘 305

第三節 吃出健康長青：抗衰老的飲食 307

第四節 長壽體健養生格言 314

延伸閱讀 322

◡ 安可曲 健康・長壽 323 ◡

參考文獻 327



Part

1

概念篇

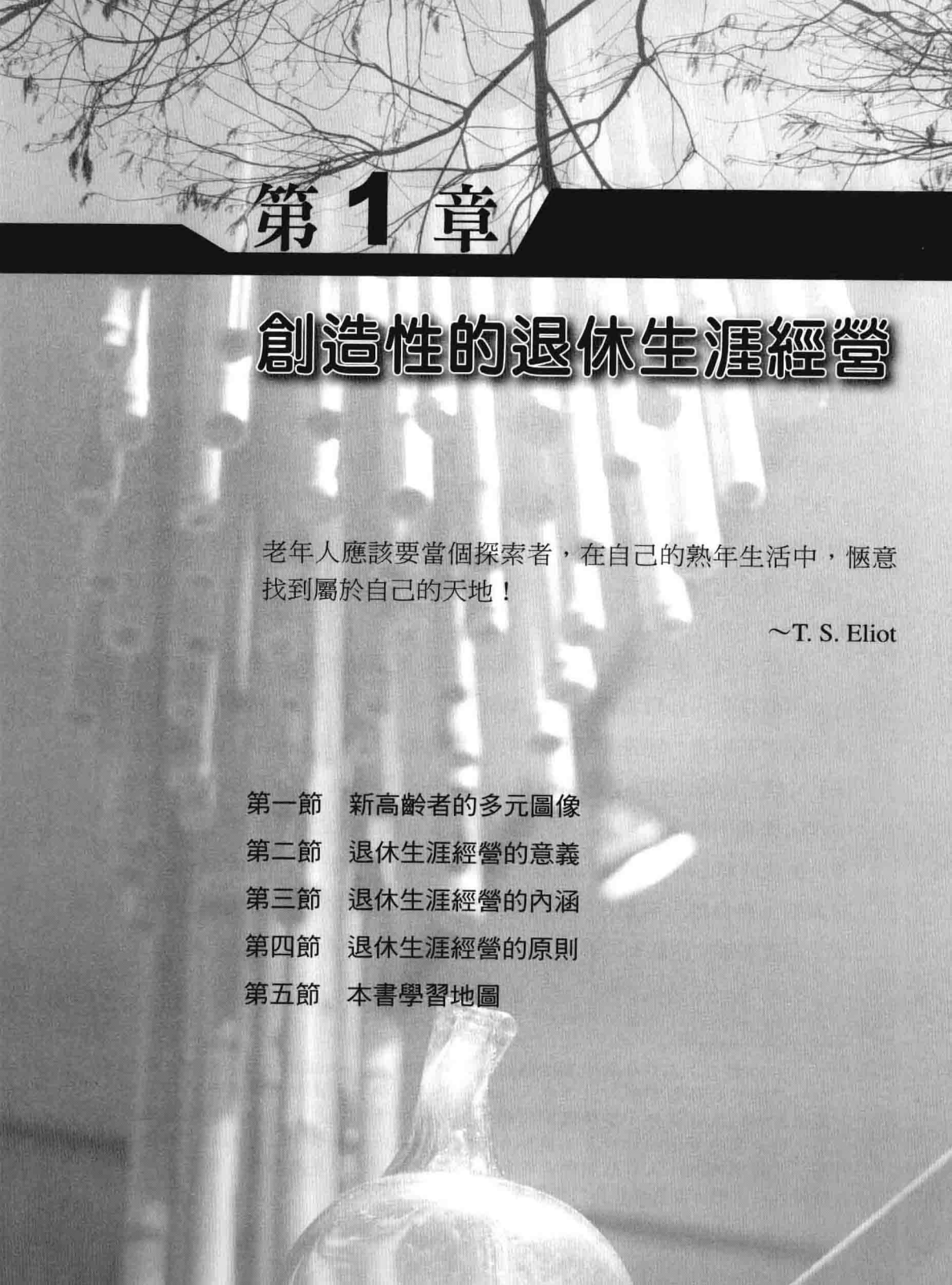
概念是意義的載體、思維的基本單位、對事物的普遍而抽象的認識。

本篇主要係針對「退休生涯經營」所涉及在同種類的大多數事物中，將其共同性、普遍性抽離出來，加以概括，據以鉤繪整全概念，作為本書全篇立論發展的基礎。

第1章 創造性的退休生涯經營

第2章 新高齡者的生涯願景——成功老化

第3章 第三青春——退休心理調適



第 1 章

創造性的退休生涯經營

老年人應該要當個探索者，在自己的熟年生活中，愜意找到屬於自己的天地！

～T. S. Eliot

- 第一節 新高齡者的多元圖像
- 第二節 退休生涯經營的意義
- 第三節 退休生涯經營的內涵
- 第四節 退休生涯經營的原則
- 第五節 本書學習地圖



2011年是人類歷史刻度上的重要印記。這一年，誕生於二次大戰後的嬰兒潮世代，正式邁入65歲，陸續屆退，湧入第三年齡，啟動「人口老化潮」；這一年，許多國家因退休人口遽增，造成社會經濟衝擊，將逐步關閉「人口紅利」（population dividend）^[1]機會；這一年，地球「第70億寶寶」出生在這充滿矛盾的世界，有逾10億以上的人，生活在貧窮線下；這一年，影響人類社會的「第三顆蘋果」史蒂夫·賈伯斯（Steve Jobs）以56歲壯齡辭世，喚醒生命無常的慨嘆；這一年，全球民眾自認幸福快樂前三名國家是印尼（51%）；印度、墨西哥（43%）；巴西、土耳其（30%）；最不快樂的國家是匈牙利（6%）、南韓（7%）、俄羅斯（8%）（張沛元編譯，2012）；這一年，日本福島地區發生地震引發海嘯，造成近3萬人死亡失蹤，數10萬人流離失所。這一年……；這一年……。

是的，這一年充斥著經濟不景氣、天災不斷與戰爭衝突。但是，這些不愉快的內外環境因素，正為逐漸攀達人口主流的嬰兒潮世代，開啟一扇嶄新視窗，應嚴肅思考：將一生豐富經驗聚焦在《後五十歲的選擇》（姚巧梅譯，2008），綻放精彩晚年生活的優雅。如何能走出「人過中年，棋到中盤」的困惑？如何重新開機，啟動創造性的老年生活？的確，這些問題的關鍵之鑰，就是要經營人生第二生涯（second careers），有願景、有目標、有順序、有步驟的去選擇、去創造適合自己生活的方式，迎接老年生命紅利的春天。

^[1] 「人口紅利」：人口經濟學家所稱的「人口紅利」（population dividend）是指涉一個國家的勞動年齡人口占總人口比重較大，撫養率比較低，為經濟發展創造出有利的人口條件，整個國家的經濟呈現高儲蓄、高投資和高成長的局面。是一個勞動力資源相對豐富、撫養負擔輕，形成經濟發展十分有利的「黃金時期」。簡單地說，人口紅利即是有利於經濟增長的人口年齡結構，通常以經濟勞動人口占總人口70%作為門檻較為適宜。



第一節 新高齡者的多元圖像

嬰兒潮世代總人數超過2億，不但是全球人數最多的世代，也開創人類歷史老年人口空前增多的「老人潮」（aging boomer），是全球社會環境脈絡變遷最重要的影響因素之一。Moen（1998）指出這個數量龐大年齡層的價值觀與特質，正在重新塑造各種不同成人生活轉型的現象。影響所及，包括家庭、生活、生涯、退休、個人工作和社會支持系統，產生決定性的改變。

一、新高齡者的誕生——深富建造力的世代

「嬰兒潮」一詞來自於1980年Jones的“*Great Expectation*”乙書，指在1946～1964年之間出生者（Ritchie, 1995）。一般而言，國外學者大都將二次大戰之前出生者稱為傳統世代，二次大戰期間或之後出生者稱為嬰兒潮世代。Tapscott認為嬰兒潮世代又稱為「冷戰世代」、「戰後繁榮世代」、「成長經濟世代」與「電視世代」（袁世珮、陳曉開譯，1998）。由於嬰兒潮世代是累積財富的世代，也被稱為「建造者的一代」，引領時代轉變。多數國外研究者（Hatfield, 2002; Santos & Cox, 2000; Smola & Sutton, 2002）參照Jones的界定，將嬰兒潮世代定義為1946～1964年之間出生的人士。根據內政部統計處的資料顯示，臺灣在1946～1966年出生率平均維持在千分之三十五左右，出現所謂的「臺灣嬰兒潮」，至1966年後都未再出現千分之三十以上的出生率。

Smith & Clurman（1998）認為嬰兒潮世代生長於一個理想社會，經濟繁榮的時代，成長後擁有最多的教育機會與就業機會，個人財富急速擴充。無形中養成一種被賦予的心理，認為自己永遠是眾所矚目的焦點，總是企求能夠得到生活中最棒的事物（引自田蘊祥，2003）。個人特質是樂觀的，對自己充滿自信，在家庭與學校生活中學習到團隊合作的精神（Zemke, Raines & Filipczak, 2000）。自己是舞臺上的明星，在尊重傳統

之外，竭力追求自我的成長、享受與自我滿足。針對嬰兒潮世代整體意象，Kaye（2005）提出「新高齡者」（new-aged）的概念，認為嬰兒潮世代「新高齡者」屬於新一代的老人，他們一方面企圖能延長第三年齡的時間，達到「成功老化」；另方面希望擁有創造性的老年生活，有機會參與團體生活、擔任社區志工服務，以及擁有終身學習的機會；多數的人甚至希望老年的活動參與能夠為自己開啟「第二生涯」。

二、新高齡者的多元圖像

繪繪新高齡者的圖像，主要在堅實「為何」要從事經營退休生活的立論依據，也是在進行退休生涯規劃「知己」的誠實面對。茲嘗試將新高齡者整體圖像脈絡描述如下。

（一）擁有自由時間，講究休閒

「可支配的時間變多」是晚年生活型態最明顯的改變。根據日本野村綜合研究所調查，65歲老人一天擁有的自由時間是30歲年輕人的兩倍。尤其是「團塊世代」（由日本經濟評論家界屋太一命名，是指生於1947～1951年之間，第二次大戰後嬰兒潮的人口）的老人，高學歷、高成就，在辛苦工作大半輩子後，更渴望用多出來的時間，追求第二人生（陳免、孫蓉萍，2008）。日本趨勢專家大前研一指出，高齡化社會退休生活時間，可能達87,000小時，上班族要提早規劃，例如參加五個社團，從事戶外活動；培養閱讀、園藝等五種個人可以獨立完成的興趣，才能有高品質的老年時光（許佳佳，2010）。對於新高齡者而言，退休是生命中最長的自由時光，對飲食、衣服、娛樂和假期的安排，更富彈性、更開放、也能自我選擇（許尚華，2004）。攜著一只皮箱出國參展走透透等生命經歷，「嬰兒潮熟年」呈現更具自信與活躍度，熱愛感受生命向外探索的渴望與活動。

(二)有錢、會花錢、捨得花錢

一項研究顯示，大部分的老年生涯規劃是以經濟的角度做為思考的重心（謝永定，2007）。新高齡者則呈現出不同旨趣。不論在食衣住行、休閒娛樂等各方面，熟年世代都是「最有消費能力」的一群人（謝春滿，2005）。

根據日本總務省的家計調查指出，日本個人資產總計1,400兆日圓（約合新臺幣407兆元），七成由50歲以上人士持有，存款減去負債後的淨金融資產，也以65歲以上的金額最高。日本老人擁有雄厚的財力，花起錢來也不手軟，65歲以上的老人，消費規模達93.4兆日圓（約合新臺幣27兆元），占全國個人消費規模三成二。預估至2015年有將近700萬新高齡者，消費規模高達134.6兆日圓（約合新臺幣39兆元）。臺灣戰後嬰兒潮世代則掌握全國55%的財富（謝春滿，2005）。工研院產業經濟與趨勢研究所（IEK），一項針對北京、上海、成都、廣州、大臺北與高雄等兩岸六大城市，取樣2,400位50~75歲銀髮族的消費行為調查。這群銀髮族，是第一波戰後嬰兒潮世代，多是社會中產階級，經濟能力自主，消費力驚人（陳俐君，2011）。他們在退休後更積極地經營自己的生活，並且為自己而活，善待自己，願意消費以回饋自己。更願意將大把金錢花在自我生活體驗，儼然是新高齡者圖像鮮明線條。「銀色財富」——正為社會經濟注入活絡源泉。

(三)凍齡、抗衰不老，追求年輕化

「企圖抓住青春的尾巴，將自己健康外貌樣樣顧好」在新高齡者圖像上占有重要地位。研究顯示，「嬰兒潮世代」比「戰前世代」自我認知年齡也較年輕，更希望展現獨特性，願意購買改善外貌的商品比例高達32%，高於戰前世代熟年19.5%，擁有青春外貌的加持，能讓他們常保年輕之心，同時強化別人肯定，更強化自我認同（賴怡君，2010）。在美國中老年人使用任一項保健食品的比率約為52%（Radimer et al., 2004）；日本人使用任一項膳食補充品的比率為57%（Hirayama et al., 2008）；臺灣地

區65歲以上服用膳食補品的比率，男性為30.1%，女性為34.9%（陳師瑩等，2003）。依照我國工研院對於國內銀髮市場規模進行推估，2025年將達新臺幣3兆5,937億元，其中，老人用品是最引人矚目的項目之一，包括保健食品、美容、抗衰老等。有越來越多的銀髮族開始重視自己的外貌，不向歲月妥協。一股名為「銀色手術」的整容風正在英國興起，從事整形者的年齡有十分之一超過61歲。抗衰不老風潮最令人動容，消費群體包括中老年客群，估計市場規模逾4,000億，且逐漸增溫，市場規模驚人，吸引極多進入者。注重生理機能調養，希望凍齡、抗衰不老，追求年輕化，是新高齡者圖像的特色，也是不老商機的目標客群。

（四）勇於築夢、圓夢，是活力充沛，老當益壯的族群

有夢最美，築夢踏實。夢想不再是年輕人的專利。渡邊彌榮司《我要活到125歲》：「夢想是生命力的根源。編織夢想的力量，實現夢想的力量，就是活下去的力量。夢想是自信與榮耀所孕育出來，這份自信與榮耀，讓你走向美好的人生。」（劉麗文譯，2006）。的確，許多新高齡者活躍於終身學習活動、國際志工服務、參與社區、蒐集文物，以及旅遊活動迎向大自然等舞臺，為人類社會灌注更多的滋養。據統計，不老不再是傳奇，夢想也不是年輕人的專利。一項由弘道老人福利基金會與日本企業JTI委託104市調中心進行「不老夢想大調查」（2011）結果顯示，在針對1,072位65歲以上的電話訪問，有24%的受訪者表示，現階段有希望完成的夢想，包括「與昔日同窗聚首」的比例占42%最高，其次是「舊地重遊」（30%）、「再年輕一次」、「騎重機車出遊」、「拍沙龍照」、「到遊樂園玩」（朱芳瑤，2011；謝文華，2011）；以及2008年教育部委託大學校院辦理的「老人短期寄宿學習」，2009年的「樂齡學堂」、2010年設置的「樂齡大學」等阿公阿嬤圓夢大學計畫，甚受高齡者歡迎，熱烈參與，蔚為終身學習風潮。另外，由JTI投入贊助的「不老夢想，圓夢列車計畫」系列活動，為長輩紀錄人生，留下精采的生命相本。活力充沛，勇於追夢、圓夢，不服老，新高齡者為生命畫像增添精彩的亮點。