

# 使用者與設計者在產品使用上心智模式差異性之探討

劉凱明\* 唐玄輝\*\*

長庚大學工業設計研究所研究生\*

長庚大學工業設計學系助理教授\*\*

## 摘要

近年來消費性電子產品成長快速，其中又以手機為一般大眾使用率最高的電子產品，已達到人手一機地步，在這些強大的功能及繁雜的操作中，同時也產生了使用的弱勢族群，其中以中高齡者居多。產品使用說明本來是為了讓使用者心智模式與設計者設計模式彼此間的差異更為縮小。本研的目的是要了解：1.現有手機操作介面，對於中高齡手機使用者來說，是否能很正確的使用。2.若不能很正確的使用，什麼原因讓他們無法了解設計者的心智模式。而本研究方法是Norman(1988)為基礎，採使用觀察、放聲思考法及改良式教練法來做資料的收集及分析。希望能透過本研究，能了解中高齡使用者的心智模式與設計者心智模式差異性原因，進而未來對手機使用說明做更深入的研究，以期做設計改良案，幫助中高年齡手機使用者的心智模式，與設計師心智模式能更為貼近。

關鍵詞：心智模式、使用說明、手機

## 1.前言

近年來社會經濟的發達，大眾消費性電子產品越來越普及，又由於科技的日新月異，新產品上市的腳步也越來越快，市面上的消費性電子產品琳瑯滿目，而手機目前是一般大眾使用率最高的消費性電子產品，其擁有率也達到人手一機地步。

現代創新科技進步的快速，手機功能以及式樣也越來越多元，而在這樣繁雜的操作及功能中，雖然便利了我們的生活，但相對的也產生了手機使用的弱勢族群，例如父母親或是更上一輩的長輩們，雖然使用手機有一段時間了，但是對於其使用概念的架構或是功能上的操作，都並不是非常清楚，而在高世安(2004)碩士論文中也有提到，該族群使用上的困難，除了生理退化帶來的不便外，更多起因於心理上的無法適應，這樣的情形多來自於該族群手機操作的心智模式，不符合目前手機的操作模式。所以高世安(2004)對於中高齡者與手機互動

模式之使用介面，也有做了相當深度的研究。

手機本身附有紙本的使用說明或是內建式的功能說明，雖然有這樣的使用說明設計，但這樣的情形還是層出不窮。手機使用說明的功能，是要傳達設計者對於產品使用所建立的心智模式，讓使用者能在心中也建立相同的心智模式，以對於產品的使用上有清楚的概念。然而經過普遍性的觀察發現，大部分弱勢族群使用者很少在觀看使用說明，並且對於其內容無法很輕易的了解，這樣反而造成使用者和設計者兩者之間，在心智模式上更大的差異性。因此本研究想先以中高齡手機使用者的使用行為做研究，以了解中高齡使用者心智模式與設計者心智模式的差異性。

本研究是以中高齡手機使用行為觀察為主，進而將來做有關手機使用說明的研究。手機是目前最大眾的消費性電子產品，在我們的生活中佔了不小的地位，帶來了許多生活上的便利性，但是在父母親這一代的使用族群或是