

關於本期

「使用者經驗」(user experience) 乙詞最早出現於 1974 年，是一種應用於科技產品開發的概念和方法，其特別關注產品功能與使用性之間的關聯性，隨後則大量被應用於多元產品的研發與服務中，成為一種協助理解使用者需求及期望的方法。「教育領域的使用者經驗」係指，教學者和學習者對教育產品或服務的體驗歷程和使用感知。而「教育領域的使用者經驗設計」(user experience design in education) 則是指，以教學者和學習者為中心的設計思維，讓設計出來的產品或服務，不僅能有效解決使用者的問題，還能讓使用者感受愉悅而滿足。ISO 9241-210 規範中提及，使用者經驗內涵包括：使用者的信念、情緒、偏好、認知、生理和心理反應、行為和成就來源；而使用者經驗的探索又可以區分為：使用產品或服務的前期、中期和後期。

本期共收錄四篇「教育領域的使用者經驗設計」的專論。第一篇〈探究運用眼動工具分析數位影片教材對學習之影響〉透過眼動工具，以理解大學學習者在閱覽或操作數位教材時，其視線分布或閱讀順序等使用者行為。研究者藉由設計學習任務，來觀察學習者對旁白與字幕設計，以及滑鼠標示等媒體設計的反應，來理解教材內容設計對學習的影響。除了追蹤教材瀏覽歷程外，研究者亦進行即時訪談。綜合眼動歷程與訪談資料得知，學習者對字幕的依賴度會隨著學習任務難度墊高而增加，視覺提示設計確實有助於引導學習者觀看目標學習內容。此外，發現滑鼠標示顏色或內容框線都會對學習者注意力具有提升的效果。不過，研究者亦建議，開發數位影片教材時，須注意不同資訊接收管道的媒體設計，避免因過度使用媒體特效而干擾到學習，並須善用引導與提示，以提升學習效果。

第二篇〈以設計思考為核心的服務科學教學成效影響之研究：以創造人格特質與學習風格為例〉係針對修習「服務科學」課程之碩博士班學生，探討其創造力人格特質和學習風格對該課程學習滿意度與學習成效的影響。「服務科學」是一門以設計思考為核心，結合實際場域（博物館）議題的課程，用以培養學習者解決實際問題的能力。研究結果顯示，創造力人格特質對課程實用性與未來就業機會的滿意度具有顯著的影響，而學習風格則會顯著影響團隊合作的滿意度。此外，學習者對課程設計的整體滿意度會部分影響其學習成效，然而具體的學習表現卻不一定受其影響。據此，建議教師在課程設計中應考慮學習者的個人特質和學習風格，以提供符合其需求的教學內容和方式，方能達到最佳的學習效果。

有鑑過去網站使用者經驗研究鮮少針對知識網站進行調查，且多數採用量化研究方法進行，第三篇〈以使用者經驗探究知識網站的使用目的、網站特性與使用行為〉則邀

請五位農產業知識網站 MBAtalk 之使用者進行深度訪談，並透過訪談、參與觀察與次級資料之分析所形成的三角互證，淬鍊出研究結論之主題與內容。研究結果發現，知識網站的使用者一般具有較為明確的使用目的，這些使用目的又會依據使用者的背景互異而區分出問題導向與消遣閱讀兩種目的。使用者所感知到的網站特性，則會因為網站經營與呈現方式而有不同，可區分為實用與人脈兩種特性。此外，使用者在使用 MBAtalk 時常會進行訊息轉發，有時會加入自己的看法或與他人討論，從而增進與他人的關係，或是提升自己的聲譽。

為因應中高齡者對陪伴與照護機器人之功能感知與關懷期望的研究缺口，本期最後分享一篇〈中高齡者對於機器人功能與關懷感知之期望分析〉，此係針對國內 45 至 64 歲之中高齡族群，以問卷調查法所進行的橫斷面研究。研究者先讓參與者觀看目前機器人發展現況及未來可能應用的情境影片，隨後再填寫功能與關懷感知的相關問卷，最終共回收有效問卷 213 份。研究結果顯示，在功能需求方面，中高齡族群認為醫療輔助功能是必備的項目，其次則是物理與社交功能。另在關懷互動方面，環境與需求關懷最為重要。本研究所涉及之三項功能需求與十個關懷互動構面之間，存有高度的相關性，顯示出任何一個構面都不可偏廢，研究成果可做為未來陪伴與照護機器人設計與評估之參考。

本期能順利出刊，感謝投稿人願意分享個人寶貴的學術成果與洞見。同時也感謝審稿人與編輯委員無償的服務與建設性的回饋、華藝數位股份有限公司的協助編輯和排版，以及臺灣教育傳播暨科技學會長久的支援。期待各領域專家學者持續支持本刊並踴躍投稿。

本期輪值主編梁朝雲 暨 總編輯林珊如 謹識
2024 年 8 月