**生活自主智聯-2-數位科技學習**

需求主題：享受科技便利前，我得先跨越數位學習的鴻溝

需求概念說明：

科技產品更迭快速，生活各方面都與網路應用相關，長者卻因科技能力落差影響生活事務運作的順暢度。長者學用科技產品不易上手，難學易忘，操作卡關只能等子女空閒再請教，長輩受挫子女也不耐煩。不會用科技和網路，數位化資訊之於長輩如同無物。通訊軟體雖較易上手，但爆量訊息真假難辨，逐一驗證耗時又麻煩。

（非網路原生代的長者的數位學習挑戰，一類為device操作、一類為Internet使用。Device使用除了介面設計不友善的問題，還有個人挫折、恐懼形成的心理門檻。Internet資訊需使用者主動觸及，但搜尋的正確和效率需有良好使用能力）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 消費者經典句quote | 對應的情境描述 |
| 3C產品操作和求助受挫 | | |
| 1 | 我不太會操作3C產品，孩子被我問得不耐煩，嫌我學很慢又老忘。 | ▲情境：子女教長輩用手機，但是臉上表情顯得不耐煩。  ▲因果說明：長輩用手機需要一步一步的教學，且不容易一次上手。長輩最期待操作卡關的當下有人可以問，但是通常須等子女空閒再問。子女時常因需多次重複操作而不耐煩，同時長輩也覺得不受尊重，感到特別挫折。 |
| 長者科技產品使用心智邏輯混亂，操作失當經驗形成心理門檻 | | |
| 2 | 我不敢亂點亂按手機，上次不知道按到什麼，螢幕立刻黑掉，嚇死我了。 | ▲情境：手機介面出現，「是否解除安裝？ 確定/取消」的畫面，長者手足無措不知道該怎麼點才好。  ▲因果說明：長者對3C產品操作失當的恐懼，需要防呆機制，例如縱使誤刪也有備份、永遠都可以回到HOME再重新開始 |
| 智能產品設計不友善，只能用到傻瓜產品就有的功能 | | |
| 3 | 想好好利用智慧冰箱APP的各種功能，但光冰個食材就要好多步驟，最後還是把它當傳統冰箱用 | ▲情境：長輩一堆剛買回來的菜、有菜有肉有冷凍食品擺在地上，女性長輩站在智能冰箱旁，一拿著手機APP點選單，結果每一項都需要輸入多項資訊，還要邊把菜放進去不同的溫層 |
| 網路公告資訊傳遞被動，無法觸及所需者 | | |
| 4 | 每次都說「資訊已上網公告」、「詳情說明請參網路公告」，我又不是每天在網路上閒逛，怎麼知道這些改變？ | ▲情境：長輩在公車站牌等車，一個年輕人告訴他該路線已停駛，網路上有公告。  ▲因果說明：現在許多公告、資訊都直接e化，放上網路，對尚在學習網路科技的長輩而言並不友善。長輩對外發問求助多得到「這些資訊早已放上網，並非沒有公佈」的回應。 |
| 訊息查證的能力和時間不足 | | |
| 5 | Line每天都有大量訊息，真假難辨，我又不可能逐一求證，只好姑且信其有。 | ▲情境：長輩點開訊息通知999+的line，一邊默念「一天五香蕉抗癌？」 ▲因果說明：許多長輩 Line群裡的各式圖文訊息多，有時會被踢爆是誤傳的假消息，但無時間和能力一一查證，多數未查證就直接轉傳，導致真假資訊交雜混亂。 |
| 訊息搜尋的精準與效率 | | |
| 6 | 大家說不知道就上網查，但搜尋引擎要打什麼關鍵字，才會查得到呢？ | ▲情境：長輩停在google首頁沒有打任何字，思考著要查「哪個牌子的鈣片好」關鍵字應該怎麼下  ▲因果說明：以搜尋引擎找資訊，除了打字能力外，也需熟稔網路查找邏輯者，才能將內心疑問轉化為關鍵字搜尋。  ＊沒預想長輩是目標族群類的資訊，需透過搜尋才能夠找到，例如一些不以長輩為ＴＡ但長輩想湊熱鬧的活動。 |