

## 第五章 結論與建議

本章將提出本研究之結論與建議。

### 第一節 研究結論

透過第四章分析結果整理後，提出下列幾點結論：

#### 一、受測者對於文字大小的感受

1. 以文字 18 級最佳，總平均感受為 3.86，接近滿意等級。
2. 有 62%的人認為 18 級的文字大小最感適切。
3. 受測者覺得最適切的文字大小為 18.05，接近 18 級的文字。

經施測結果得知，文字並非愈大愈適合使用者的需求。若使用者重視閱讀效率，會希望一行裡有較多的字數，提升閱讀速度，而文字大小則以最能接受的底限為基準。反之則希望文字舒適度者，會希望文字較大。若能在閱讀前，提供一個選單，得知使用者需求而提供適合的文字大小，應是較佳的方式。

## 二、 受測者對於圖文配置的感受

1. 以圖上文下最佳，總平均為 3.67，接近滿意等級。
2. 有 58%的人認為圖上文下最感適切。

由於在行動電話的顯示上，有螢幕顯示的限制，在主觀好的量測上，發現圖上文下的內容配置較佳。可得知，經由圖片的關聯會促進閱讀文字的理解。

## 三、 受測者對於不同閱讀媒介的感受

1. 以平面閱讀最佳，總平均數為 3.78，接近滿意等級。
2. 有 65%的人認為平面閱讀最感適切。

大部份受測者皆已利用過行動電話閱讀簡訊的服務，對未來使用性也極高，並且肯定行動閱讀的便利性。但面對平面閱讀與行動閱讀時，仍較偏好平面閱讀。其原因為「已經習慣平面呈現」、「尚不需要用到行動閱讀」、「不了解行動閱讀的發展情況」等，所以建議後繼研究者及行動產業應再深入瞭解使用者的需求性，與行動增值服務業者合作多樣化的圖文內容，促進大眾更進一步瞭解與使用頻率。

#### 四、性別在行動閱讀的感受差異

經由變異數分析可以發現，性別間的感受並沒有顯著的差異，只是對滿意與不滿意的強度有些許不同，但看法是一致。

#### 五、年齡在行動閱讀的感受差異

1. 經由變異數分析可以發現，年齡對文字大小及不同閱讀媒介的感受並沒有顯著的差異，只是對滿意與不滿意的強度有些許不同，但看法是一致。
2. 在圖文配置單元中，年齡對圖上文下、圖左文右及圖下文上的感受沒有顯著的差異。
3. 而在圖右文左裡，對於不同年齡層的感受差異達到顯著。經由 Tukey 事後比較發現，年齡在 22-24 歲的感受大於 15-18 歲的感受。

#### 六、教育程度在行動閱讀的感受差異

經由變異數分析可以發現，教育程度間的感受並沒有顯著的差異，只是對滿意與不滿意的強度有些許不同，但看法是一致。

## 七、 使用經驗在行動閱讀的感受差異

1. 經由變異數分析可以發現，使用經驗對圖文配置的感受並沒有顯著的差異，只是對滿意與不滿意的強度有些許不同，但看法是一致。
2. 在文字大小單元中，使用經驗對文字 14 級、文字 16 級及文字 18 級的感受沒有顯著的差異。
3. 而在文字 20 級裡，對於使用經驗的感受差異達到顯著。經由 Tukey 事後比較發現，使用經驗在 1-3 年的感受大於使用經驗在 1 年以下。
4. 在不同閱讀媒介單元，使用經驗對行動閱讀的感受並沒有顯著的差異。
5. 而在平面閱讀中，對於使用經驗的感受差異達到顯著。經由 Tukey 事後比較發現，使用經驗在 5 年以上的感受是大於使用經驗在 1 年以下

## 第二節 後續研究之建議

綜合以上結論，提出建議，作為未來行動閱讀之研究領域參考。

- 一、 行動閱讀的特性為隨時隨地、更新頻率快及易攜帶，然而使用者因生活型態不同及需求不同，使用角度也不同，如能針對特性發展出適合大眾應用的圖文內容及類型，即能提升使用率，建議往後亦可朝此方向進行研究。
- 二、 本研究只針對行動電話之文字大小及圖文配置感受部分作調查，後續的應用有賴其它研究進行整體規劃，並與操作介面或按鈕功能配置等再更詳細的探討與分析。
- 三、 因施測地點的關係，施測樣本仍較習慣於平面閱讀。若能對資訊科技產品或數位閱讀有普遍使用的族群施測，可望提升行動閱讀的接受度，故未來研究者可針對數位產品使用程度對行動閱讀的偏好作後續研究。
- 四、 未來將有更多的人使用行動電話閱讀資訊或文件，但螢幕顯示尺寸仍有其限制，文字大小與螢幕間，是否有比例關係，若螢幕加大，文字是否依其比例增長即可，值得後續研究者探討。
- 五、 受測者對行動圖文配置的偏好，理論上應於受測前，先進行第一次閱讀使用，並且追蹤樣本於有具體瞭解並一定使用後，再作第二次施測及調查問卷。但基於人力及樣本因素考量，僅要求受測者填答即時使用的認知，後續研究者應予以避免此類情況發生。

### 第三節 研究檢討

本研究因人力、財力、時間、空間等相關因素的限制，造成本研究之缺失與侷限，欠缺周詳之處，說明如下：

1. 因地緣及時效性關係，其取樣以北部樣本為主，若可再就其他地區為取樣對象，應可得到更精確的資料。
2. 因調查每個樣本會有不同的提問、閱讀速度不一及填答後給予回饋等種種例外情形須應對，並有一定比例的拒訪，所以樣本數為 113 名。若能準確的設計一套調查流程，應可充分利用時間以調查更多樣本數。
3. 本研究在性別、年齡、教育程度、使用經驗的差異度調查上，並沒有很明顯，研究者推估在進行研究調查時，可能題目與受測者的互動認知有差異，後續研究者可在針對互動回饋，進行更深入的探討。
4. 本研究在於圖文配置的選項，可能研究設計區隔不夠明顯，因此沒有辦法得到明確的差異，才會讓受測者產生圖上文下的平均值為 3.67，圖左文右的平均值為 3.15，圖右文左的平均值為 3.15，圖下文上的平均值為 2.66。