

靜聽心底的小小聲音

張彥文

小時候課本裡有一句話：「生活的目的，在增進人類全體之生活。」這句話翻來覆去不知記誦多少次，不過都是小和尚唸經，有口無心。直至年歲漸長，才漸漸明白箇中深意，人類不論從事任何活動，都脫離不了「生活」二字，不論是為了個人還是群體。

在今日人類文明發展與進化的道路上，單純訴求技術的精進已經顯得不足，而必須細察這些科技，對我們的「生活」能提供什麼助益，不論是便利、快捷，甚至是發自內心的喜悅。也因此，某家目前業績十分掙扎的手機大廠，其企業精神標語是 **connecting people**，原文可說是淺顯易懂，但中文翻譯卻更高竿，叫做「科技始終來自於人性」，雖然不太忠於原著，卻成為傳誦一時的經典名句。

這句話提醒科技人，在發展科技時，不能僅汲汲於科技的突破或數據上的提升，而應該回歸到使用科技的「人」身上，用心傾聽來自於使用者心底的小小聲音，才能將冷硬的技術，蘊化為令人驚喜的實用產品。這樣的概念，投射在製造業的台灣，給我們的考驗就是，如何將人性之所喜融入商品設計當中，將「製造台灣」轉型為「設計台灣」，也正是經濟部技術處自2009年開始推動科技美學設計加值應用的最大目的！

這項計畫是結合「設計」(Design)與「科技」(Technology)，達成設計美學加值科技創意(Dechnology)，而計畫所推動的「科技設計加值聯盟」成立二年多以來，已經吸引了超過一千位以上的會員，表示以代工製造為主體的台灣產業，已經意識到全世界消費者心底的小小聲音。這股力量更匯聚成風潮，讓工程師、設計師更緊密地結合，發揮更大的創意，所以我們的身邊出現愈來愈多令人愛不釋手

的產品；推動這些產品誕生的力量，正是來自於人們心底的小小聲音。這些聲音過去就存在，只是有人找到了出口，讓它們宣洩出來。

此次的科技美學設計加值，又促成了哪些新商品的誕生呢？本期的「工業技術與資訊」有詳盡的圖文報導，像是絕不喊累的「桿弟機器人」，可以讓不想背著20公斤球袋走18洞的高爾夫球愛好者，省去尋找桿弟或是租用球具車的麻煩。只要身上配戴一個聲波發射器，這個外型有點像是小狗的機器人，就會安份地一直跟在主人身邊，而且還會自動轉彎及避開障礙；收折後還可以直接放置在汽車行李箱中。

同樣創造幸福感的產品，還有羅布森公司的「Lobsang／樓步昇」樓梯升降椅。許多透天厝在興建時，並沒有裝設電梯，但若是家中有行動不便的長者，問題就來了。好在有了搭配工研院直流無刷薄型馬達的升降椅，可以讓老人家及行動不便的家庭成員，輕巧便利地上下樓梯。尤其令人印象深刻的，是該公司的名稱Lobsang，其藏語含意為「吉祥、平安、喜樂」，同樣地證明了，唯有掌握生活上的需求，才能做出最適切的产品。

其實類似的情況，也可以在《花東築夢人》中看到。這是一本收錄了17位花東微型企業負責人奮鬥故事的書籍，他們有些從事手工或是有機農業，雖然領域不盡相同，但都希望可以透過故事性的行銷，以及各種感動人心的體驗，讓在地或是前往花東旅遊的消費者，可以體會到東部好山好水與這些創業者共同激發出來的心靈震撼。

最後，我想到曾看過的一句話：人性科技除了要為人所使用之外，更要增進人與人之間的親密與互動。我想，我們正走在正確的道路上。