

今屆諾貝爾獎得主「光纖之父」高錕教授，在八十至九十年代，擔任香港電訊（電訊盈科前身）顧問，推動早期本地光纖通訊，當時寬頻還是遙不可及。91年，高教授出版《A Choice Fulfilled: The Business of High Technology》，預見科技將令消費選擇大為增加，光纖通訊將改變商業運作。



資料圖片

統一通訊的簡單理由

十多年一晃而過，書中預言大都已成現實。高科技改變人類生活，但飛入尋常百姓過程，卻遠比想像複雜。實際是，高科技產品淘汰率高，迅速改變人類行為，能否脫穎受廣泛接納，卻取決於介面應用設計，才真正造福人群。

從電腦、互聯網，以至流動電訊，應用介面帶來的突破，不勝枚舉。視覺化應用介面（GUI）讓個人電腦一躍成大眾科技、瀏覽器出現，互聯網遂成史上搜尋資訊重要工具、觸控介面令手提電話脫胎換骨……這反映只有拉近科技與人類之間的距離，才真正讓人類，從科技演變獲益。部分技術市場化步伐緩慢，甚至胎死腹中，也許就是過度複雜，用戶棄之如敝屣，功敗垂成。



資料圖片

優化用戶體驗主導

近年高科技行業，幾乎不約而同研究用戶體驗，力圖開發出系統與用戶之間，互動溝通最有效的方式。這些研究涉及跨科目，除了設計用戶介面工程師，還包括心理學、社會學等研究意識行為的社會科學。近年文化人類學家也加入高科技行列，分析不同族群宗教的喜好差異。

企業投資研究用戶體驗：包括了電訊公司、軟件開發、互聯網搜尋器、甚至手提電話廠商。芬蘭手機生產商諾基亞，很早就大舉研究人機介面。蘋果電腦憑簡約介面，在電子消費市場異軍突起，從新定義的操作模式，部分更成業內典範。

高科技行業也逐漸察覺，捉摸用戶愛好習慣，隱藏着龐大商機；類似 Google、英特爾、微軟、蘋果公司，都有專門團隊，參透和揣摩用戶的行為習性，讓用戶以接近人性的介面，與系統互動溝通。系統也得解決整合的難

題，隱藏背後錯綜複雜關係；用戶隨時隨地於不同平台，可按需取用服務。

簡化應用眾多資訊工具

近年，固網和流動通訊突飛猛進，從話音、數據、留言服務、電郵、影像，資訊乘光纖寬頻之便，高速流動，無遠弗屆。衍生通訊工具之多，加上雨後春筍的社交工具，用戶終日切換於不同帳戶、通訊工具、數據格式、留言信箱之間，通訊百花齊放，最後過猶不及，竟讓人無所適從，結果本末倒置，為爆炸的資訊淹沒。

資訊工具複雜性日高，的確是電訊行業最大挑戰之一。通訊產品由工程師設計，很容易一廂情願，以為用戶甘之如飴，接受程度卻可能有很大落差。

科技產品之受到青睞，不離數個原因。首先是大大增加方便程度，用戶有更多選擇空間，隨時按需採用適合服務，除了功能創新，還得直接易用，縮短學習曲線，毋須先經複雜整合。雲端服務近年大行其道，其實電訊業早見端倪。

統一通訊技術漸成熟

電訊業研究的方向，很早就邁向統一通訊（Unified Communications），以解決用戶應付眾多通訊工具，帶來種種不便。統一通訊技術日漸成熟，背後整合大部分通訊工具；從話音、留言、電郵、傳真、即時通訊、以至視像會議，均於同一清晰介面上操作。

光纖縮短了數據傳輸時間，統一通訊則跨越不同平台，通訊不受制於地域距離；同一平台上，以同一介面，處理不同訊息和多媒體資訊，也毋須複雜安裝。未來邁向統一通訊，再沒有更簡單的理由。IT

撰文：香港電訊業聯合行政成員 周鼎文