

## 在百工裡的人類學家（二）

# 人類學者的職涯機會點：使用者體驗

李文馨 | 軟體產品經理 / 台大人類學系碩士

**編者按：**李文馨在拿到台大人類學碩士之後，沒有走向學術，而是立即就開始探索自己的科技業之路。過去五年，文馨曾在業界和 UX 志工圈活動（擔任過國際 UX 組織 LTUX Taipei 的核心志工和秘書長），逐漸在科技產業站穩腳步，也找到人類學應用的舞台。本文中，文馨分享自身的經驗，幫助想幫助走入科技的人類學相關系所畢業生能夠有可以參考的道路。

從未想過，人類學，會是我進入科技業的敲門磚。引領我一路上在新創企業、顧問公司、大型軟體公司看到許多不同的風景。

軟體科技圈近年來興起的「使用者體驗」（User experience，簡稱 UX），強調透過各種研究方式，了解用戶對使用產品的情境、動機與需求，進而擬訂產品策略或具體設計，讓產品在競爭激烈的市場中脫穎而出。

不過，由於 UX 本身就是一門橫跨科技、人、與設計的領域，因此在軟體圈的實際職務劃分上，UX 相關職務包含 UI / UX 設計師、UX 設計師、UX 研究員、產品設計師、產品經理、UX 工程師等各種職位。其中，尤以

UX 設計師、UX 研究員和產品經理更重視對於用戶和市場的洞察，因而常會看到相關職缺上會特別標註需要社會科學背景的人才，包含心理學、社會學與人類學。受過這些學科的深入訓練，再補充一些 UX 基礎知識或作品集，在求才若渴的資訊業，往往可以看到許多面試機會。

### 海內外的 UX 職缺

無論海內外，職缺最多的應該就是「產品經理（Product Manager）」。尤其在國外，常聽到科技巨頭如 Google、Apple、Facebook（Meta）開給產品經理的薪水福利，可以與年薪千萬的工程師平起平坐，甚至更甚一籌。因為產品經理常需擁有深厚的產業經驗與軟

硬知識，才能帶領開發團隊往對的方向前進，創造更多的商業利潤和影響力。由於這是相對資深的職位，剛畢業的學生，通常較難在海外找到產品經理的工作。不過，在台灣，也有蠻多新創公司願意聘僱沒有太多產業經驗，但對產品有想法的人才出任產品經理；如果在求職平台上看到相關機會，我都蠻鼓勵大家去嘗試看看。

如果你是科技小白，又擁有對人類學的知識和熱忱，專注於用戶需求和流程設計的 UX 設計師或 UX 研究員也會是一個不錯的選擇。尤其是 UX 研究員的職位門檻較高，通常需要碩士以上的專業訓練。在學術界求職日益困難、薪資福利缺乏彈性的現今，許多人類學的博士也紛紛接下科技公司拋出的橄欖枝，在業界進行跨文化的深入調查。



## 所以，人類學和 UX 的關聯是？

反芻這些年在 UX 設計師、UX 研究員及產品經理工作累積的職場經驗，我覺得人類學訓練對進入 UX 領域的幫助如下：

最能讓人在履歷或面試脫穎而出的，就是你的硬技能——質性／量化的研究技巧。從大學到研究所累積下來的民族誌閱讀思辨、田野工作、訪談技巧，寫論文時對於跨學科知識的開放擁抱，甚至是具體如行為考古學的操作鏈分析，如果學得夠紮實，在執行 UX 研究方法如易用性測試、脈絡訪查、任務分析等都會事半功倍。

而面對難解的問題，業界實務上往往需要結合質性和量化技巧來分析（在 Meta 還特化出一種 UX 研究員叫做「mixed-methods researcher」）。相較於其他設計、資訊背景的從業者，受過社會科學基礎訓練者，也更容易上手問卷、數據分析等量化研究方法。

另外，人類學訓練培養的軟技能，則是你在職涯上能晉升前進的關鍵，也會直接影響你是否能將研究或設計

成果，精準對齊組織和用戶需求，從而發揮更大的影響力。例如，在民族誌寫作上，常需要將田野中的複雜資料，歸納成抽象的文化概念並加以論述；而這種邏輯推論和抽象思考的能力，將會是你在資訊產業中，和工程師溝通的重要能力——你不需要具體知道一個功能具體如何用 python 的程式碼實現，但在和工程師們討論時，需要運用這些技巧，來抽象理解與討論可能的解決方案。

此外，在業界工作，就如同以商業環境與組織文化作為田野一般，人類學訓練強調的全貌觀與土著觀點，能讓你更快掌握組織檯面上與檯面下的政治運作，並更傾向站在對方的立場來溝通，奠定良好溝通基礎。

而如果你在大學或研究所的研究主題，涉及特定的產業或組織，或是商業人類學領域的博碩士論文，恭喜你！你已經對這些領域的文化和生態圈有很深刻了解，也就是專業人才很重要的「產業知識」。若你做的是海外田野，田野中磨練的語言能力和文化洞察，也會是你在相關國際企業裡工作的一大利器。

### 從學術到業界：技能與心態轉換

然而學術與業界的研究，畢竟不同。踏入 UX 領域，除了需要了解介面或互動設計以及資訊工程的基礎知識外，也需要學習許多新的研究技能，並轉換心態，才能真正在業界發揮你的價值。在企業內，你會發現大家習慣用數字來溝通和衡量你的工作成效，需要在短時間內就看到你的研究洞察是否能延伸出有企業貢獻的行動或策略；更別提那些業界人士引以為傲的「田野調查」可能只有一天或幾小時，在門市前面觀察（對某些人來說，能走出辦公室和用戶互動，就是一個非常獨特的工作成就）。

此外，心態上的調整也不可或缺。你不再是提出一個理論框架的學者，而是在日常工作中時時思考如何提出更好解決方案的行動者。人類學之眼，總會讓你看到一些獨特細微的事物，或能自由穿梭在微觀和巨觀視角之間進行批判思考。但切記這句話：「我看到了這些別人沒發現的行為或動機，然後我們可以做什麼，為企業創造價值？」持續在職涯內透過專案累積更深的產業和專業經驗，或許，我們終將都能找到一個適合自己的企業田野。