

投稿類別：資訊類

篇名：

直播風暴－遊戲線上直播的動機與影響

作者：

王筱淇。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 7 班
呂宸郡。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 7 班

指導老師：

李如倩老師、施玉情老師、謝茂順老師

壹、前言

一、研究背景

使用直播平台觀賞網路影音檔案已漸漸在網路使用者間形成風潮。那大家會不會好奇直播是怎麼火紅起來的呢？目前，隨著網際網路的興起，越來越多的網站通過對網路直播節目的整合，以最大限度去滿足受眾的觀看需求。

網路直播催生了一大批「網紅」，大量網民通過圍觀、送虛擬禮物、語言互動等方式「捧場」。而對於網站來說，最重要的是人流量。網民逗留時間越長，網站就可以獲得更多的廣告和更多的投資。從這個角度說，看起來各種網路媒介提供了一個平臺，讓普通人自己生產內容，通過PK產生「網紅」，但是網路平臺才是最大的贏家，「網紅」為其提供了廉價的影片內容，吸引並且黏住了更多的網友。

目前，在各種方面都有人會利用直播來行事，例如：候選人可以利用直播的方式，在網上進行拉票，或是，利用直播上的互動，來吸引更多的網友...，從以上的例子就可以顯示網路影音直播有挑戰目前主流媒體的實力。使用者來自社群網站，因為方便、開心及現場感、立即性與互動性而被吸引使用網路影音直播平台。

二、研究動機

現在隨著科技業的進步，手機、平板等3C 用品的使用率大幅提升，網路世界不斷進步，Twitch、Youtube、企鵝直播等平臺提供直播主及觀眾的橋樑，讓我們可以從這些平臺進行直播，例如：全球性電子競技比賽，讓更多的人可以透過這種平臺來觀賽，"網路遊戲實況主"是近年來逐漸興起，較為容易開發與經營的網路新產業，也是我們說的SOHO(小型辦公、家裡辦公)類型的職業。

本研究小組對於此種在短時間內快速興起的網路產業深感興趣，決定探究Youtube、Twitch的誕生背景，新產業「直播主」，可以通過網路平臺(Twitch、Youtube)上傳自己正在玩的遊戲轉播，民眾只需透過這些網路平臺，不論在何處只要有網路，就能即可隨時觀看，跟直播主做互動而這些，目前已逐漸成為現代趨勢可見其非常貼近我們的生活。因此本研究目的在於了解網路直播主的經營模式，也了解這產業的未來發展性。

此次探討的觀念性架構以創新職業為基礎，結合需求動機與獎勵形式觀點，探討使用者如何開始使用及為何持續使用網路影音直播平台而同時，這些直播，會不會容易對學生造成什麼影響。

三、研究目的

- (一) 探究網路直播平台的誕生背景。
- (二) 探討網路直播主的經營模式。
- (三) 探討直播主在做直播的過程中，是否會對學生帶來什麼影響。
- (四) 在市面上，有沒有關於直播方面的法規呢？
- (五) 直播熱潮是泡沫嗎？還是新時代開端？
- (六) 直播到底紅什麼？其實不是白富美就可以

四、研究流程圖

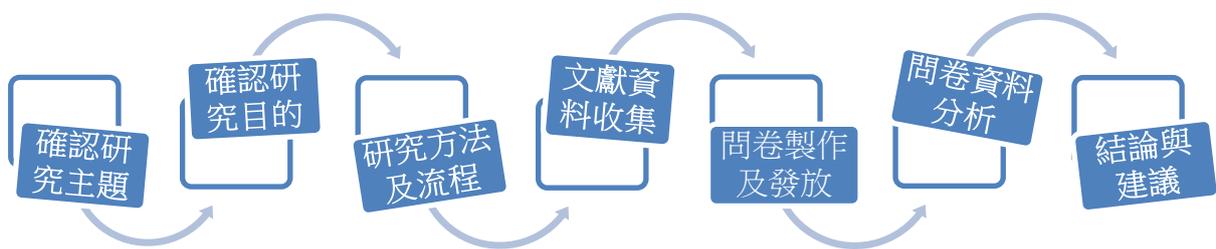


圖 1、本研究流程圖

貳、正文

一、文獻探討

(一) 直播

現場直播(英語:Live broadcast),或稱實況轉播、即時轉播,簡稱直播或實況(Live),是指電台、電視台、網路平台等傳播媒體(youtube、Twitch等...)以現場即時的方式播出節目內容的行為,可分為電台直播、電視直播、網路直播等不同的直播方式,近年來隨著線上影音平台的興起,在網際網路上公開播出即時影像的娛樂形式變得極其受歡迎。在直播當中,觀眾可以用打字或講話的方式,跟直播主進行互動。

(二) 虛擬禮物

虛擬禮物、就是虛擬世界中的禮物,在虛擬世界中、虛擬角色之間為溝通情感而相互餽贈的物品,數字鮮花、遊戲道具、遊戲必等都是虛擬物品,可是,可以拿粉絲送的這些禮物去跟營運商換錢,而同時,會隨著營運商的不同,規定也會跟著不一樣。

(三) 網紅

網紅就是透過網路的擴散、傳遞，而吸引了群眾關注、互動、甚至追隨的人，網紅其實簡單的說就是透過網路所創造出來的明星，傳統的明星靠電視媒體報章雜誌累積名氣，是少數人的專利，而現代網路的普及則把這個機會公平的均分了給大家，傳統明星靠著媒體版面跟粉絲溝通，現代的網紅透過平台跟粉絲溝通，甚至有些網紅能造成的影響力遠大於中後段明星。

所以其實在這個人人都有臉書，人人都有幾個粉絲，人人都會偶爾發發廢文，再廢的文都有人看的時代，確實人人都是網紅，總之，無論是誰，都有機會可以當網紅。

(四) 在線直播與電視直播的比較：

電視直播是需要有電視的存在才有辦法播放，而在線直播是，只要身邊有可以連到網際網路的產品，即使人在外，照樣可以及即時觀看直播內容，了解最新消息，由此可知，網路直播有逐漸在替代電視直播的趨勢。

(五) 優勢與劣勢：

1. 優勢：網路直播興起的原因在於可使資訊即時傳達給民眾，更能與民眾有互動的機會，即使因為太忙，到了直播時間，人還在外面，也能照樣觀賞直播內容，對於為了現代生活忙碌的人們更是一大好處。
2. 劣勢：觀看時間越長，越容易與直播主產生出彼此間如好友般的關係，而此點卻不易在年紀較長者身上發生，因為年長者很少會去看，甚至很少人知道，而最進直播的興起，雖然帶來了極大的便利，卻也疏忽了年紀較大者的收看權益。

下面表一是重新整理出來關於直播的優劣勢：

表一 網路直播優勢與劣勢

優勢	劣勢
1. 可即時收發資訊。	1. 觀看受限於網路使用者。
2. 無時間限制。	2. 長時間看，對眼睛不好，易導致眼睛疲勞。
3. 收看方式簡易不費時。	
4. 實況成本低。	3. 年長者比較無法跟直播主產生社交關係。
5. 廣告商可以透過實況主進行行銷。	
6. 未來商機有高發展。	4. 網路的延遲。
7. 出門在外也可收到訊息。	5. 實況主不夠有趣。
8. 與民眾產生歸屬感。	6. 觀眾品質參差不齊。
9. 讓更多人可以在上面觀看，甚至是直播。	7. 不容易抓住觀眾的忠誠心。
	8. 實況競爭者多。

二、研究設計

(一)、研究架構



圖 2、本研究架構圖

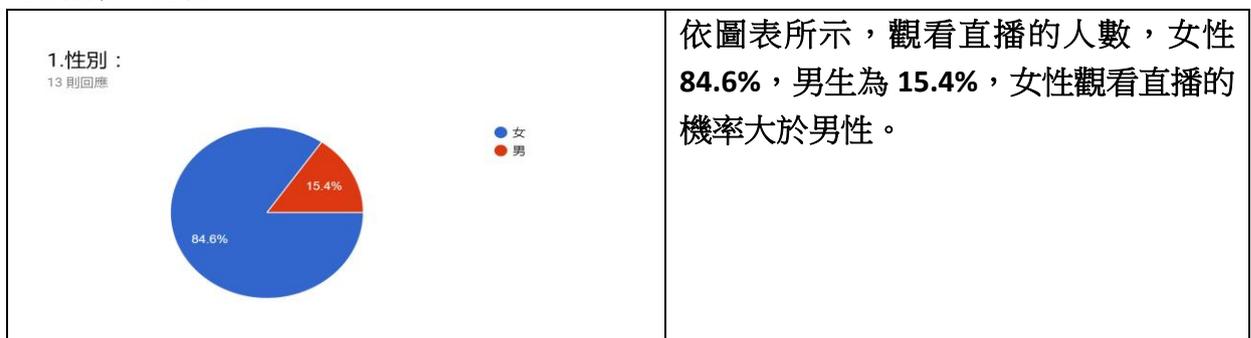
(二)、研究設計

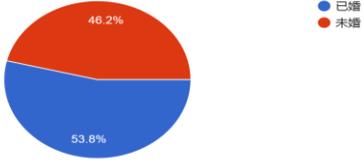
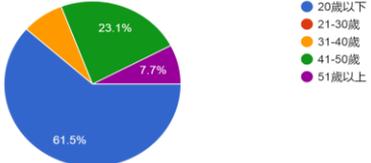
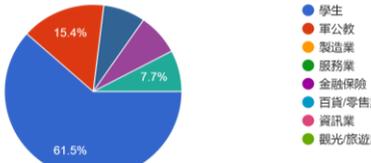
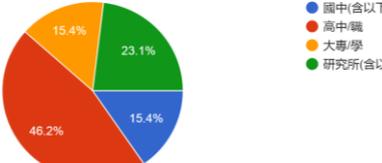
本研究探討的內容是「高中職生觀看直播的影響、直播主經營模式、直播平台背景、相關法規、直播到底紅什麼?其實不是白富美就可以、直播熱潮是泡沫媽?還是新時代開端之研究」。高中職生能透過 youtube、Twitch、企鵝直播等直播主下方說明的地方知道各個直播主直播的時間，並且我們可以透過問卷調查的方式，調查出高中職生在看完直播之後，在各方面是否對他們有什麼影響，例如：在玩遊戲的技術方面，或是精神上的亢奮狀態等...，利用網路調查，查出直播主的經營模式，大眾所知的直播平台之背景，相關法規等問題。

本研究對外隨機發放 100 份問卷，將問卷資料進行回收後，使用 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

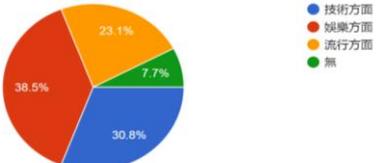
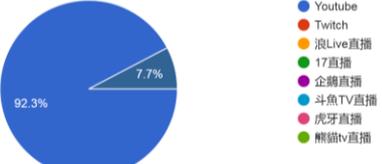
(三)、問卷結果與統計分析

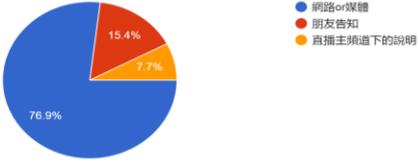
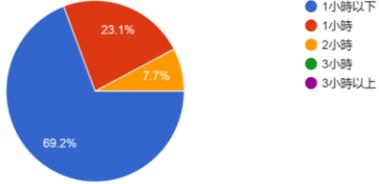
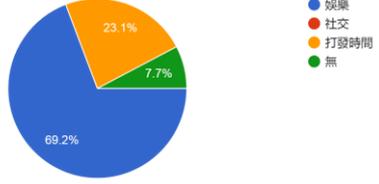
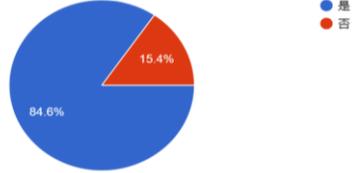
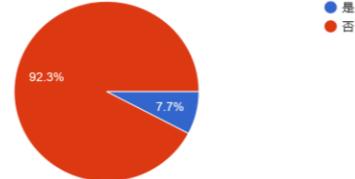
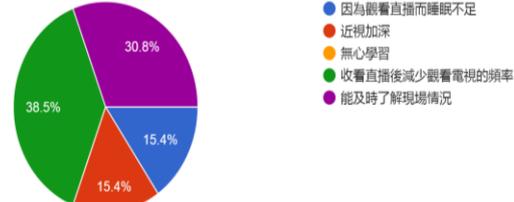
問卷第一部份

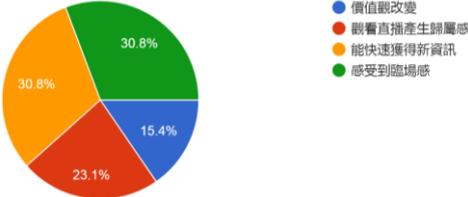
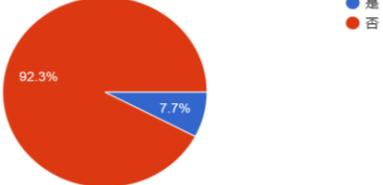


<p>2.婚姻： 13 則回應</p>  <p>● 已婚 ● 未婚</p>	<p>依圖表所示，已婚佔平均的 63.8%，未婚佔平均的 46.2%，所以已婚官看直播的機率大於未婚。</p>
<p>3.年齡： 13 則回應</p>  <p>● 20歲以下 ● 21-30歲 ● 31-40歲 ● 41-50歲 ● 51歲以上</p>	<p>依圖表所示，觀看直播的年齡層，以 20歲 以下佔大多數。</p>
<p>4.職業： 13 則回應</p>  <p>● 學生 ● 非公教 ● 製造業 ● 服務業 ● 金融保險 ● 百貨/零售業 ● 資訊業 ● 觀光/旅遊業</p> <p>▲ 1/2 ▼</p>	<p>依圖表所示，學生是觀看直播人數最多的。</p>
<p>5.教育程度： 13 則回應</p>  <p>● 國中(含以下) ● 高中職 ● 大專/學 ● 研究所(含以上)</p>	<p>依左圖所示，高中職為觀看人數最多的。</p>

問卷第二部份

<p>1.平常看直播時，有對您自己本身造成什麼影響嗎？ 13 則回應</p>  <p>● 技術方面 ● 娛樂方面 ● 流行方面 ● 無</p>	<p>依圖所示，大多數的人觀看直播，都只是為了娛樂。</p>
<p>2.您最常在哪一個平台看直播？ 13 則回應</p>  <p>● Youtube ● Twitch ● 浪Live直播 ● 17直播 ● 企鵝直播 ● 斗魚TV直播 ● 虎牙直播 ● 熊貓tv直播</p> <p>▲ 1/2 ▼</p>	<p>從從圖表的數據可以看到，大部分人都看 youtube 居多。</p>

<p>3. 您如何得知這些直播主的開播時間與地點？ 13 則回應</p>  <p>● 網路或媒體 ● 朋友告知 ● 直播主頻道下的說明</p>	<p>大部分人都以網路或媒體知道直播主開播的時間和地點。</p>
<p>4. 您會花多少時間在看直播上？ 13 則回應</p>  <p>● 1小時以下 ● 1小時 ● 2小時 ● 3小時 ● 3小時以上</p>	<p>從圖表的數據可以看到，大部分人觀看直播的時間不超過 1 小時。</p>
<p>5. 您觀看直播最主要的原因為何？ 13 則回應</p>  <p>● 娛樂 ● 社交 ● 打發時間 ● 無</p>	<p>很多人都是為了尋找樂趣，而去看直播的。</p>
<p>6. 您是否知道有沒有關於直播方面的法規？ 13 則回應</p>  <p>● 是 ● 否</p>	<p>從圖表的數據可知，在直播的出現後，很多人都開始知道了一些直播方面的規定。</p>
<p>7. 您為了觀看直播，是否有去影響了自己的睡眠時間 13 則回應</p>  <p>● 是 ● 否</p>	<p>從圖表的數據可知，大部分人，雖然會觀看直播，但是會把時間管理的好好的，所以不太會去影響睡眠時間。</p>
<p>8. 您認為直播會帶來何種最大的生理影響？ 13 則回應</p>  <p>● 因為觀看直播而睡眠不足 ● 近視加深 ● 無心學習 ● 收看直播後減少觀看電視的頻率 ● 能及時了解現場情況</p>	<p>從圖表的數據可知，大部分人觀看直播後，會減少觀看電視的時間。</p>

<p>9.您認為直播會帶來何種最大的心理影響？ 13 則回應</p>  <p>● 價值觀改變 ● 觀看直播產生歸屬感 ● 能快速獲得新資訊 ● 感受到臨場感</p>	<p>從圖表的數據可知，觀看直播，可以快速獲得新資訊，以及感受到臨場感。</p>
<p>10.您觀看直播後，是否會讓我衝動購買商品？ 13 則回應</p>  <p>● 是 ● 否</p>	<p>從圖表的數據可知，大部分人觀看直播後，還會有控制錢財的意識，才不會導致衝動購買商品。</p>

參、結論

一、研究結論

網路直播將人們聚集到新的媒體平台，各式各樣不同的直播型態，依各人所需所都有不同的愛好者，透過實體攝影棚更進一步接近大眾。直播的興起背後原因，不外乎人們喜歡看別人玩、喜歡聽別人講、喜歡和他人一起評頭論足，這也造就了許多的實況平台和節目興起，熱門實況主也擁有許多忠實粉絲。

直播平台的選擇性也越來越多，近年來不僅大型社群平台如 YouTube、Facebook 相繼推出直播服務宣告，Twitch、UStream、Afreeca、LIVEhouse.in、麥卡貝、MimiCam 等也持續深入台灣市場，無論是赫赫有名的藝人、歌手、網路紅人，還是一般素人，利用電腦、平板、手機等聯網裝備，加上鏡頭、麥克風，就可以開始專屬的實況直播。

直播能夠在短時間內聚集大量的討論和觀看，瞬間衝高熱度，但相對的在節目結束後，觀眾也會做鳥獸散，直播講求時效性，絕少在節目之後再點擊收看。而直播因節目類型不同，觀眾特色也會明顯差異，但無論如何，好的直播內容才能真正吸引觀眾成為潛在消費者，在持續呈成長的粉絲經濟下，內容永遠是觀眾注目的焦點，越有差異化的經營越能獲取眼球的注目！而差異化，也就是吸引人觀看的其中之一。

在法規方面，有很多人知道了一些直播的相關法規，例如：不允許 Facebook 上有色情或暴力的行為及畫面，並且我們鼓勵所有用戶，只要看到任何違反社群守則的直播影片，記得立即檢舉，不要等到直播結束才檢舉，等等的規定。

直播主可以分為當紅主播，高收入；中層主播，有底薪、有收入保障、已經跟公會與

直播平台簽約；基層主播，收入無保障、無底薪，只有粉絲贊助的分成。作為意見領袖，網紅主播的收入來源還有以下幾種：

1.廣告贊助費：

部分網紅主播可以吸引到大量用戶觀看，當粉絲數達到萬人級別時，很多商家就會想在該頻道做廣告，主播可以藉此獲得一筆不菲的廣告費。目前網紅主播的廣告品類，集中在女裝和化妝品上。

2.置入性行銷：

網紅在直播平台上發跡，隨後借助自身廣闊的影響力植入廣告，從而獲得廣告收入。置入性行銷本質上還是一種廣告。

3.遊戲類分成：

在遊戲直播平台上，如果網民在某頻道開爵位、開守護（一種會員等級制，用戶付費開通後享有一定的特權，例如能在聊天室中打字，也可以插隊看直播，無須等待），主播也會有抽成，且比例會更高。

此外，當主播在圈內建立人氣後，會受邀參加其他頻道的活動，或參與線下(Offline，相對於「線上」的網路虛擬互動，「線下」為面對面的真實互動)的主持和暖場活動等，從而獲得額外的收入。

二、建議

很多人都因為追求娛樂，而去觀看直播，建議某些直播主，必須要多一點的正能量，這樣的話，第一，可能可以幫助人的品性變好，而改變社會秩序，第二，又可以容易讓觀眾看的溫心。

肆、引註資料

龔鉞洋(2017)。直播行銷的場景革命。台北市：風格司藝術創作坊

趣讀。2019年3月26日。取自
<https://ifun01.com/83U5QFB.html>

維基百科。2019年3月26日。取自
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%8F%BE%E5%A0%B4%E7%9B%B4%E6%92%AD>

百度。2019年3月26日。取自
<https://baike.baidu.com/item/%E8%99%9A%E6%8B%9F%E7%A4%BC%E7%89%A9>
淳在主義-跟著 Azure 攝影眼看世界。2019年3月26日。取自

<https://azurelism.wordpress.com/2018/01/16/%E7%B6%B2%E7%B4%85%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AF%E7%B6%B2%E7%B4%85%E3%80%81youtuber%EF%BC%9F%E6%9B%B4%E9%87%8D%E8%A6%81%E7%9A%84%EF%BC%8C%E5%8F%88%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AFkoI/>