

投稿類別：資訊類

篇名：

探討高中(職)生對網路直播平台使用意願調查

作者：

張芳瑜。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 9 班

邱佳瑄。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 9 班

指導老師：

張金鐘、施玉情 老師

壹、前言

一、研究背景

網路直播的出現形成一股熱潮，它與過去的社群媒體不同，帶給觀看者臨場感受、即時的互動性。現今人們資訊吸收已不局限於電視，大部分的人都會以網路為主，因此，「人們紛紛使用網路直播來與他人以一對多的方式進行即時連線，更有許多人利用網路直播獲利。」（高詩詒，2017）。本研究主要針對高中職生對直播平台的想法，了解使用者的類別喜好與趨向，以及觀看後生活所發生的變化。

近年來影音直播形成一種流行效應，吸引大量粉絲關注直播平台。在這新舊媒體混合的環境，直播平台對傳統媒體及使用者產生了衝突，閱聽人所擔任的角色開始有了變化，「使用者是閱聽人同時也是傳播者、是表演者也是觀看者，後現代社會中媒介使用者的主體性有了許多轉變」（龍裕鴻，2016），因而改變網路的生態，此轉變值得我們進一步討論。

二、研究動機

「根據兒福聯盟調查，近八成的學生曾使用過直播，近一成曾當過直播主；然有四成表示有同學在開直播」（兒盟資料館 Archive，2018），此數據顯示出直播成為學生上網的使用趨向，但因此衍生出其他問題，像是：和網友單獨出門、透漏個資、買虛擬禮物等。網路世界中，暗藏難以察覺的危險。若是使用者毫無限制地上網容易形成網路成癮和健康的問題，透過此研究了解學生成為直播主的狀況以及可能風險。

近年的網路直播媒體興盛，善用直播平台能做好事，反之，也能成為犯罪的管道，有許多人因直播平台成為網紅，是公眾人物也具有影響力，因此，我們必須要學習如何分辨直播內容好壞。

三、研究目的

本研究主要目的在探討高中(職)生對網路直播平台使用意願，希望從網路直播程式，分析瞭解目前高中(職)生對網路直播平台使用因素。本研究的研究目的，主要分為以下幾點：

- (一) 高中(職)生對直播平台瀏覽喜好調查。
- (二) 高中(職)生對經營直播平台類別之趨向。
- (三) 高中(職)生的直播平台觀感。
- (四) 高中(職)生對於自己成為直播主的看法。

四、研究流程圖

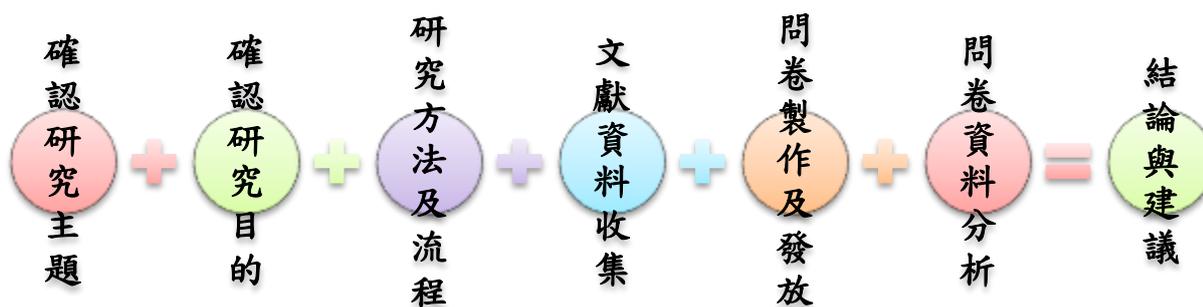


圖 1、本研究流程圖

貳、正文

一、文獻探討

(一)網路直播平台介紹

在網路上播出即時影像，讓網路使用者能同時收看到內容，即是網路直播。於網路上主持實況、表演者，通常可稱為「主播」、「直播主」或「實況主」。直播的內容有很多種，例如：唱歌、舞蹈、聊天、美食、美妝等多種類型。

(二) 直播分類

網路直播有多種形式，其中常見的類型依本研究歸納整理可分為九大類型：

- | | | |
|-----------|----------|--------|
| 1.主題/益智談話 | 2.商品開箱體驗 | 3.活動現場 |
| 4.遊戲相關 | 5.休閒娛樂 | 6.搞笑趣聞 |
| 7.演唱會現場 | 8.藝人明星 | 9.新聞直播 |

(三) 直播的特性

- 1、成本低廉：直播所用之攝影機一臺價格在 5 萬內即可達到良好的效果，配合目前普遍的網路及高速的頻寬，且不需要太多專業人員，也有是直播主獨立完成的。
- 2、方便快捷：單人就能完成即時直播的硬體設置，不需要太多額外的電力（可以用行動電源）與空間，從前置作業到開始進行直播，在移動場地時，也可以快速完成。

3、互動性強：「網路直播的互動方式從文字到圖文再到語音，現在已經進入了視頻互動的時代。」（MBA 智庫百科，2017）直播主與觀眾可以無距離的互動與溝通。

(四) 網路直播平台發展：因為台灣言論自由，比較不受限於規範。未來經濟效益具有可觀性，在多變的網路世界中，以直播賺取收入的方式可能會更多樣化。

(五) 我國網路直播平台使用現況

以台灣而言，熱門直播平台名列前三為 17、浪直播、Up Live，市佔率達 70-80%，其中脫穎而出的是 17 直播，在我國市佔率超過一半。反之，有些直播平台被迫淡出台灣。因為直播的經營是一套複雜而需要被直播主認同的縝密企劃，如直播主的培養、平台與直播主之間的收入比例，我們可以說直播平台算是直播主的經紀公司。

直播平台是一項非常耗費資金的網路服務，初期從零到有的過程必須要砸大錢，更別說是在現代競爭這麼激烈的情況下，必須找明星代言的、植入廣告、舉辦直播大會等，「每一件不僅都要花錢，而且還多是以百萬元、千萬元起跳的大成本」。（何佩珊，2017）

(六) 直播的商業/收入模式

1、打賞模式：觀眾付費儲值買禮物送給直播主，平臺將禮物轉變成代幣，直播主將代幣換成現金，與平臺比例分配，這是最常見的直播類產品盈利模式。

2、廣告模式：「直播平臺負責在 App 上，或直播室中，或直播禮物中植入廣告主廣告，按展示/點擊和廣告主結算費用。」（微社群馬丁，2017）

3、付費直播：付費直播分為兩種模式。第一種是直播主開直播需要付費，由直播平臺提供更高級的設備直播服務。第二種是觀眾看直播需要付費，由直播主設定入場費用，平臺和直播主平分。

(七) 直播設備及軟體的發展

由於 Virtual Reality (VR) 應用的興起，使用 VR 觀看直播未來將成為主流的觀賞體驗，消費者使用 VR 頭戴式裝置 (HMD) 觀看大型場域賽事、演唱會等。「本技術包含了全景視訊縫合、視訊壓縮、WiFi 群播/廣播傳輸、低延遲網路串流與全景視訊播放等。」（林育如，2014）

二、研究設計

(一)研究架構

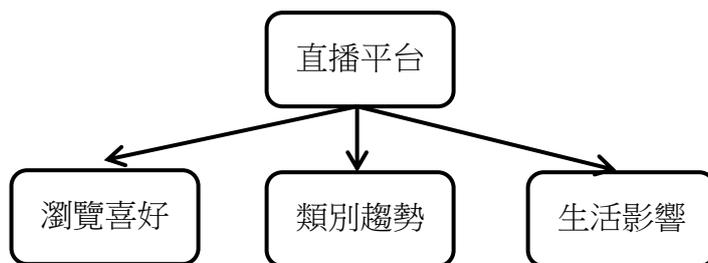


圖 2、本研究架構圖

(二)研究設計

本研究是為了瞭解高中職生對於直播的使用情形及滿意度，重點主要放在使用的時間、是否覺得讓生活更加精采、人際關係是否增進等等。依據蒐集來的問卷整理出相關資料，了解人們為何願意及下載網路直播 APP，並且可以得知高中職生在知道直播的使用意願與想法。

本研究對外隨機發放 150 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

樣本性別分析	
<p>女 48% 男 52%</p>	<p>根據這次的性別樣本分析，女生佔 48%，男生佔 52%，因本組在學校隨機發放問卷，有意願填寫問卷的男生樣本數高於女生。</p>
樣本年級分析	
<p>高一 28% 高二 26% 高三 46%</p>	<p>根據這次的年級樣本分析，高一佔 28%，高二佔 26%，高三佔 46%。</p>
樣本群別分析	

探討高中(職)生對網路直播平台使用意願調查

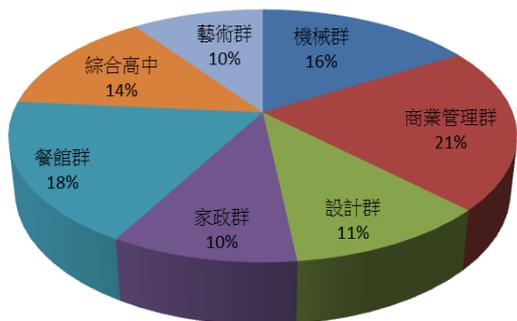


圖 5、樣本群別比例圖

根據這次的群別樣本分析，商業管理群最多人數填寫，佔了 21%，餐旅群則是第二多，佔了 18%。

1.我最常使用哪個 APP?

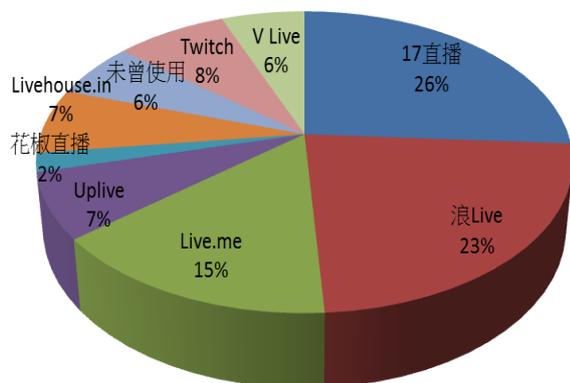


圖 6、我最常使用哪個 APP 比例圖

經過分析後發現，17 直播為最多人使用，佔了 26%，浪 Live 則第二多，佔了 23%。由此可知，17 直播及浪 Live 是大多數人想選擇的直播 app。

2.我最常在哪個時段看直播?

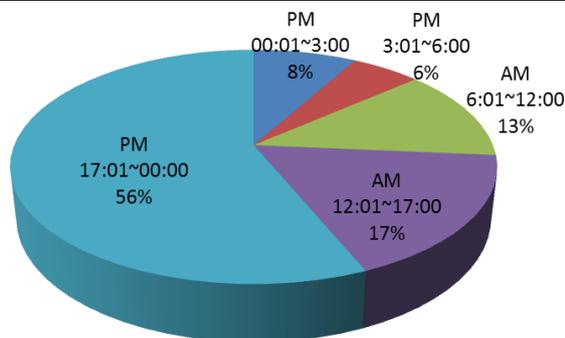


圖 7、我最常在哪个時段看直播比例圖

經過分析後發現，PM 17:01~00:00 為最多人使用時段，佔了 56%，AM 12:01~17:00 則第二多，佔了 17%。由此可知，大多數人使用的時段多為晚上的時候。

3.每次觀看直播時，大約會使用多久?

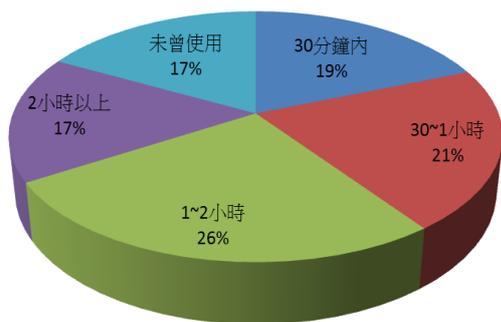


圖 8、每次觀看直播，大約會使用多久比例圖

經過分析後發現，1~2 小時為最多人使用時間，占了 26%，30~1 小時則第二多，佔了 21%。由此可知，大多數人使用的時間多為 1~2 小時及 30~1 小時。

4.我最喜歡的直播內容?

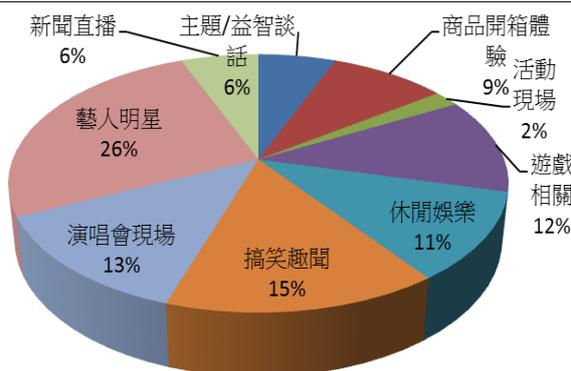


圖 9、我最喜歡的直播內容比例圖

經過分析後發現，藝人明星為最多人喜歡的直播內容，占了 26%，搞笑趣聞則次之，佔了 15%。由此可知，大多數人觀看直播的內容多為藝人/明星及搞笑趣聞。

5.我會想要開直播嗎?

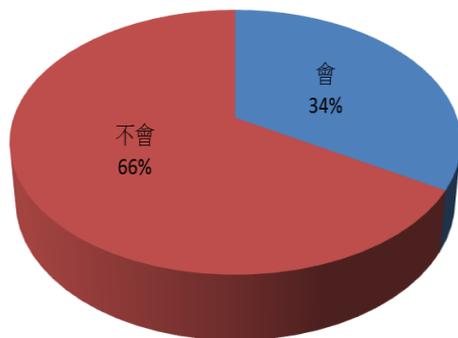


圖 10、我會想要開直播嗎比例圖

經過分析後發現，有 66%的人不會開直播，反觀 34%的人會開直播。

6.承上題，最想開哪種類型的直播? *不會的跳過*

探討高中(職)生對網路直播平台使用意願調查

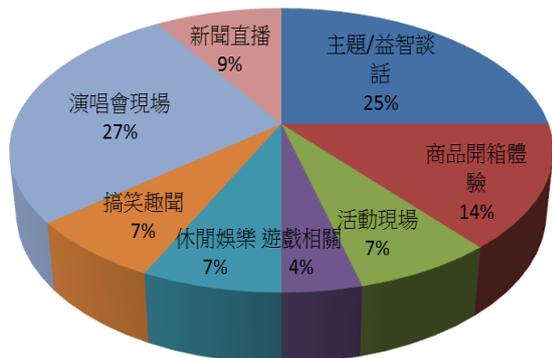


圖 11、最想開哪種類型的直播比例圖

針對會開直播的 34%的人研究發現，選擇開直播的內容多為演唱會現場，佔了 27%，主題/益智談話為第二多，佔了 25%。由此可知，會開直播的人選擇的直播內容多為演唱會現場及主題/益智談話。

7.直播對我最大的幫助是…?

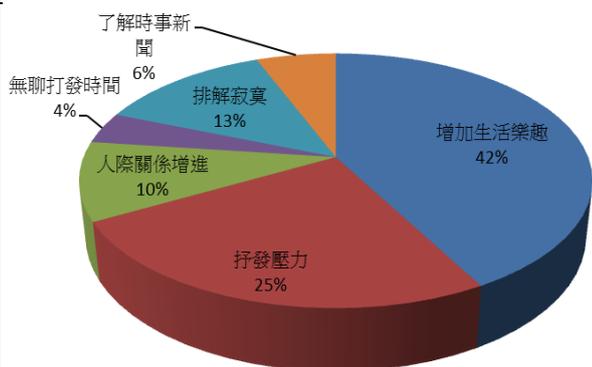


圖 12、直播對我最大的幫助比例圖

經過分析後發現，增加生活樂趣為最多人選擇，佔了 42%，抒發壓力為第二多，佔了 25%。由此可知，直播最大的幫助多為增加生活樂趣及抒發壓力。

8.我對直播的印象及觀感為何?

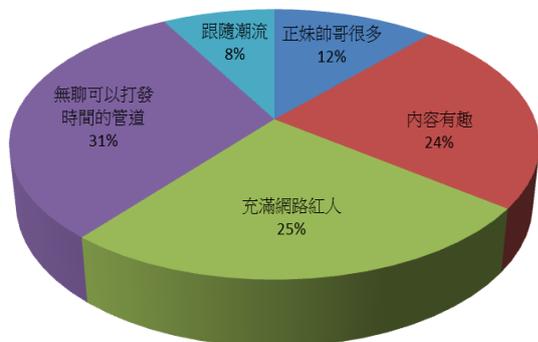
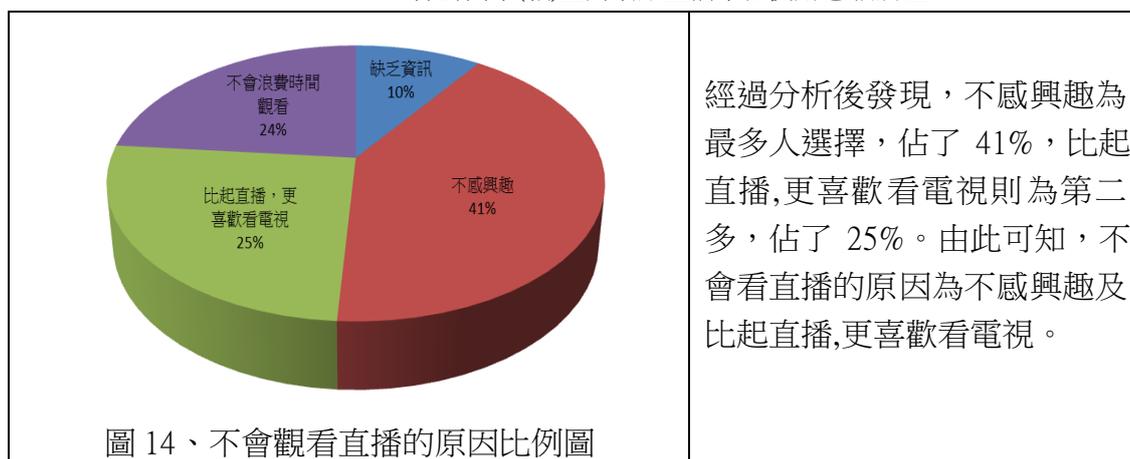


圖 13、我對直播的印象及觀感比例圖

經過分析後發現，無聊可以打發時間的管道為最多人選擇，佔了 31%，內容有趣、充滿網路紅人為第二多，佔了 25%。由此可知，直播的印象及觀感多為無聊可以打發時間的管道、內容有趣及充滿網路紅人。

9.不會看直播的原因為何? *會觀看的跳過*



經過分析後發現，不感興趣為最多人選擇，佔了 41%，比起直播,更喜歡看電視則為第二多，佔了 25%。由此可知，不會看直播的原因為不感興趣及比起直播,更喜歡看電視。

參、結論

一、研究結論

在網路世界中，直播平台的出現形成一股熱潮，它能帶給人們臨場感受以及互動性。若是毫無限制的上網，可能會出現網路成癮和健康問題的影響。我們需要學習分辨直播內容的好壞，要避免直播程式成為犯罪工具。

我們發現大部分的人喜歡的直播內容是藝人明星，其他比例相近的有休閒娛樂、搞笑趣聞、遊戲相關內容，由此可知，每個人的喜好有所不同，並沒有因為潮流而跟風。藉由本研究讓我們發現，直播平台可以增加生活樂趣佔 42%，抒發壓力則占了 25%，看來直播平台對使用者有正面的影響。

本研究結果發現，有六成以上的使用者不會想要開直播。有四成以上的使用者不會想觀看直播的原因為不感興趣。由此可知，現代高中職生即使手機功能再方便也不願意觀看直播，因為使用者沒有興趣。

二、建議

- (一) 此項研究只針對高中職生做探討，因此與其他的研究 可能會有不同的的結果，便建議可以擴大範圍作更深入的研究。
- (二) 藉由此項的研究發現，現今人們對於觀賞網路直播已經很普遍，希望在未來的發展中，直播能為人們的生活，帶來更多正面的影響，讓生活更加的快樂有趣，尤其在 AR、VR 設備成為安全的產品後，對於時間與空間的限制也會減少，相關單位應主動針對利用直播而產生的犯罪行為，著手研究並定出有效防止罪的規定。

肆、引註資料

- 1.高詩詒(2017)，網路直播：直播平台優勢、直播主吸引力、閱聽者個人動機、以及黏著度。中原大學電子學位論文服務：碩士論文
- 2.龍裕鴻(2016)，我播故我在：網路影音直播主之對話性探討。國立中山大學行銷傳播管理研究所：碩士論文
- 3.兒盟福利聯盟(2018)，2018 年兒少直播現象與影響調查報告，擷取日期：2018 年 10 月 13 日，資料來源：<https://www.children.org.tw/research/detail/68/1332>
- 4.MBA 智库百科(2017)，網路直播，擷取日期：2018 年 10 月 13 日，資料來源：<https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E7%9B%B4%E6%92%AD>
- 5.何佩珊(2017)，數位時代〈直播平台前撲後繼，贏家可能跟你想得不一樣〉。2018 年 10 月 13 日，取自 <https://www.bnext.com.tw/article/42897/taiwan-live-streaming-2017>
- 6.微社群馬丁(2017)，〈直播類產品可行的商業模式：我總結了 13 種〉。2018 年 10 月 13 日，取自 <http://hernamarket.blogspot.com/2017/01/13.html>
- 7.林育如(2014)，工業技術研究院〈全景視訊直播網應用系統〉。2018 年 10 月 13 日，取自 <https://www.itri.org.tw/chi/Content/MsgPic01/Contents.aspx?SiteID=1&MmmID=620624054325020775&MSid=746025760066765053>