



政治經濟 看見直播新應用

2016-10-01 記者 王韋翔 文



臉書（Facebook）自從2015年底逐步開放個人帳號使用直播功能後，使用臉書直播與親朋好友互動已經成為一項趨勢，比起以往的文字和圖像，即時影像讓觀看者更能有身歷其境的感覺。而現在這項發展也被應用在各種不同的方向，成為一個新的傳播管道。

總統辯論會 新舊媒體交鋒

從有美國總統大選辯論到現在已有56年，電視一直以來都是民眾收看這場辯論會的重要管道，但是隨著網際網路的流通、社群媒體的盛行，民眾早已習慣透過網路與他人互動，對於電視這種單向的管道已不能滿足，而網路直播興起，給了大眾一個新的選擇。

透過臉書平台觀看這場辯論會的民眾可能會發現，網路直播比起電視早了幾秒鐘，雖然聽起來只是一眨眼的時間，但已足以滿足人類想要搶先得知消息的心理慾望，再加上即時回應的功能，民眾可以在辯論會的過程中，就知道大眾對於兩位候選人的看法，不必像以往一樣等到隔天才能從報紙上得知相關評論以及民調消息，大大符合了現代人對訊息快速性的要求。

臉書並非網路直播的先驅，遊戲影音串流平台Twitch早在2011年就提供遊戲實況的服務，而知名影音平台YouTube也同樣在2011年加入直播行列，相比之下，臉書在網路直播的起步是比較晚的。今年的美國總統大選辯論不單只有臉書提供網路直播，YouTube也同樣提供線上直播，其觀看人數更高達117萬人，比起臉書18萬多了不少，說明了臉書在網路直播市場還有很大的發展與進步空間。

不過臉書的表達心情功能創造了它的獨特性，人們可以從畫面上看到其他民眾的心情，也能夠很直接地瞭解民眾對於候選人的支持與否，因此當共和黨總統參選人唐納·約翰·川普（Donald John Trump）發表言論時，可以在畫面上看到許多「怒」的圖案，反觀民主黨總統參選人希拉蕊·黛安·羅登·柯林頓（Hillary Diane Rodham Clinton）則普遍得到「讚」和「心」，由此可以推估多數民眾對於兩位候選人在這場辯論會的支持度，這也可能影響原本中立的民眾在看到普遍人民的看法後，選擇偏向某一方進而對選情造成影響。



民眾透過直播表達心情。（圖片來源／商業週刊）

跟上流行 購物新方式

現在許多公司搭上直播熱潮，透過臉書舉辦線上拍賣會吸引消費者，相較於一般網路購物只能看著圖片來得知產品的情況，直播讓觀眾藉由即時影像直接看見商品狀況，賣家也能立即回覆觀眾對於產品的相關問題，讓觀眾在購買時能減少疑慮，對商品狀況也能更了解。

傳統的電視購物頻道也同樣是由影像和主持人的介紹來呈現產品，但比起線上直播卻少了一點真實性。購物頻道一般仰賴主持人的熱情與口舌來展現產品的特色與優點，主持人表現得愈有活力便愈容易抓住觀眾的目光，將產品形容得越特別越能促使觀眾購買，購物頻道也時常採取一些限時特價的手段，每隔一個時間點就推出一些優惠，搭配主持人的巧言，讓觀眾認為賣方推出優惠是因為在乎觀眾。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 幽默人生 插畫家馬克
- 女人走味
- 牙刷小日常 轉動物聯網

總編輯的話 / 鄧涵文



本期喀報第兩百四十七期，共二十二篇稿件。包含藝文評論一篇、文化現象五篇、科技新知五篇、人物特寫三篇、照片故事兩篇、自由創作五篇及影音新聞一篇，側欄廣告為「2016哈客流行列車音樂會」。

本期頭頭王 / 涂易暄



試圖成為新一代文青

本期疾速王 / 林有成



有成是我，在一個香火鼎盛和四周都是田地的地方長大，不管如何，開心的過每一天，才是最重要的！再怎麼平凡的事情，一定含有其不平凡的內涵！

本期熱門排行

-  用聲音了解自己 理解他人
王廷瑄 / 人物特寫
-  音樂不夜 夢想不滅
涂易暄 / 樂評
-  女人走味
何書馨 / 自由創作
-  拍照打卡 是怪桔還是自由
張芸瑄 / 文化現象
-  1485公里外的夢想
黃佳俐 / 人物特寫

久而久之便會發現，這樣的方法在每個購物頻道都能見到，這也不免讓人懷疑購物頻道只是在照著劇本走，而那些優惠只是劇本的一部份，為的只是留住觀眾和增加銷售量。臉書直播因為有了即時回覆的功能，賣方可以根據觀眾的留言直接給予回應，讓整個販售過程變得更加真實，就如同自己在現場與賣方溝通，而賣方是因為聽到顧客的需求才做出優惠，顧客便會感覺到自己受到賣方的重視並給予正面的評價。



臉書創辦人馬克·祖克柏 (Mark Zuckerberg) 透過直播介紹商品。(圖片來源/Mark Zuckerberg)

商家在眾多直播平台中挑選臉書的原因在於龐大的客戶量，加上其直播功能比起其他直播平台更加大眾化，例如YouTube雖然也有大量的使用者，但其直播功能較常被使用在像是金曲獎頒獎典禮這類重大事件，比起臉書給人較難以親近的感覺。

透過臉書直播進行販售在目前還是小眾，未來的發展難以預測，有可能隨著直播的興盛而成為主流的購物方式，甚至吸收電視購物和網路購物的顧客，也可能只是因為現在直播正熱門，民眾對於這樣的購物模式感到新鮮而選擇使用，熱潮一過就會回到以前習慣的購物方式。

即時互動 衝擊電視產業

影音平台興起對電視產業造成了很大的衝擊，智慧型手機和網路的便利性，使得電視的重要性大幅降低，現在只要利用手機的應用程式便能觀看到自己喜歡的電視節目，讓現代人觀看電視的頻率越來越低，再加上網路直播的出現，民眾從電視機前轉移至電腦或是手機上的現象更加顯著。



民眾低頭使用手機，很少人觀看電視。(照片來源/王章翔攝)

大眾對於電視的需求降低和社群媒體的出現也有著密不可分的關係，現在這個人手一機的時代，社群媒體已經是人類生活中不可或缺的一部份，不管是公事還是私事都仰賴社群媒體來溝通，加上其內容的豐富性，用戶可以透過社群媒體得知時事，減少了大眾對電視新聞的需求。

社群媒體線上互動的特性也受到大眾喜愛，不必待在同個地方就能和朋友聊天，並在社群網站看見別人的想法而找到志同道合的一群人。臉書直播將這樣的互動特性強化，直播者除了可以透過鏡頭和觀眾做互動，也能立即對觀眾的留言做出回應，而觀眾在收看直播內容之餘，還能得知其他觀眾的想法，再加上臉書在全球擁有大量的用戶，直播在未來的發展和影響力可能更加壯大，這些因素也導致電視這種單向傳播的媒介無法滿足人類對互動性的需求，使得電視產業漸漸式微。

順應潮流 找出新方向

網路直播的發展雖然還有許多不確定性，但人類受社群媒體影響，對於互動需求的增加已是不爭的事實，並對整個電視圈的影響不容小覷，因此電視產業的發展在未來勢必要做出改變，不管是朝向最近興起的網路電視發展，或是創造出新的特色來吸引大眾，如果持續維持相同運作模式，電視在未來可能會面臨被淘汰的危機。



1485公里外的夢想

首爾和台北相距1485公里，三位韓國男生跨越1485公里的距離，帶著自信和夢想從韓國來台灣創業的故事。

女人走味



氣味創作詩。本次創作以家庭主婦為構想，描寫女人走入家庭後，外在與靈魂的改變。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2016 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0