



## 大直播時代來臨 你準備好了嗎

蘇嘉薇 文

2019/03/31

在這個每個人都能經營自媒體的時代，Facebook、Youtube、Instagram等等的社群媒體在現代生活中也是不可或缺的一環，而身為自媒體浪潮中的新寵兒——網路直播在近幾年來也逐漸興起。網路直播節目的種類多元，分別有：聊天、唱歌、遊戲、性愛、美妝、拍賣等等，加上當今直播平台逐漸氾濫，除了有原生直播平台，如：Twitch、17直播外，亦有許多社群媒體，如：Facebook、Instagram等，皆附有直播功能，讓現代人只要拿起手機就可以隨時隨地觀看自己喜歡的直播節目。

### 直播到底有多夯？

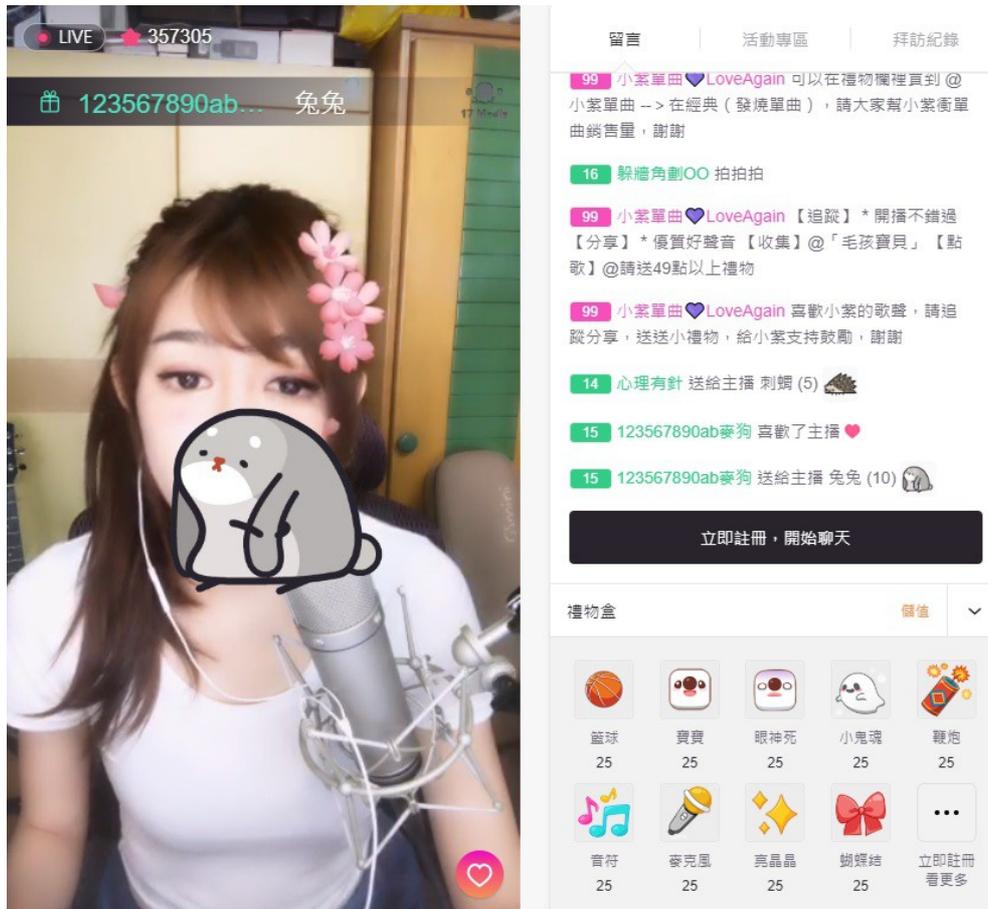
近年來直播主漸漸受到人們的追捧，甚至有不少青少年以此為志向。根據兒童福利聯盟所發布的2018年兒少直播現象與影響調查報告指出，有78.3%的兒少曾使用、觀看過直播，曾當過直播主的佔9.4%，表示自己的同學有在開直播的佔40.3%，未來想成為直播主的孩子甚至超過67%。由此可見，網路直播實屬這個世代的新寵兒。

說到網路直播就不得不提到全球最大的直播平台——Twitch。Twitch在2011年從一家提供視訊直播的網站Justin.tv分割出來，成為首家網路直播平台。它不僅提供玩家直播玩遊戲的過程以及進行電競賽事的轉播，亦提供聊天室功能與觀眾進行互動，而觀眾可透過打賞（或稱斗內）表達對直播主的支持與喜愛。這個看似簡單的平台隨後即引發了一股潮流，根據StreamElements在Medium平台上發布的一項報告顯示，Twitch在2018年的總觀看時數長達93.6億小時，而平均每個月約有7.5億人在Twitch上觀看直播，可見遊戲直播產業中隱藏的龐大的商機。

除了遊戲實況外，其實還有其他類型的直播存在。根據龍裕鴻的《我播故我在：網路影音直播主之對話性探討》，將直播節目分為三大類，分別是遊戲、秀場和生活。以往直播主都是用電腦進行直播，2015年台灣藝人黃立成創辦了首個在台灣引起風潮的直播App——17直播，也是第一次將「分潤」概念融入直播中的平台。分潤即直播主獲得觀眾打賞時，能與平台分得獎金的機制，且每個直播平台都有自己獨特的「打賞機制」，觀眾可透過贈送虛擬寶物來表示喜愛，而這樣的機制也為直播主與平台帶來了巨額的收入。憑著這項機制，加上直播技術門檻的降低，吸引了大量的用戶加入直播行列。此後，台灣便有許多直播App像雨後春筍般紛紛創立，如：Uplive、浪live、Live.me等。另外，許多觀眾開始在行動裝

國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCU

置上觀看直播，直播主也不再受空間限制，只要有一台行動裝置便能隨時隨地開直播，使「生活」類型的直播得到新的發展空間。



觀眾向主播贈送「兔兔」虛擬寶物，表達對主播的喜愛。（圖片來源 / 截圖自17直播）

根據M17 Entertainment官網上發布的消息指出，截至2017年17直播的使用者觀看總時數高達120億小時，而全球所累積的主播則高達4000位。另外，根據INSIDE的報導指出，Uplive的資料中心顯示其用戶的總觀看時數已達140億小時，不僅全球主播人數高達10萬人，用戶人數也突破6000萬人。不僅如此，Uplive直播平台成立至今使用者已送出超過2億個虛擬寶物（價值約80億台幣）給直播主，而2017年發行價值約25萬台幣的「寶藏星球」虛擬寶物也已經送出超過240顆，這不禁讓人驚呼，到底直播擁有什麼樣的魅力能使人願意砸下如此重金？

## 直播有什麼好看？解析直播的魅力

看別人玩遊戲到底有什麼好看？其實看別人玩遊戲這個行為可以比喻成觀看體育賽事，打籃球的人如果球技高超，看的人也會感到過癮，同樣的道理也可以套用在遊戲實況上。此外，根據Bhattacharjee學者在2001年提出的「IS接受後持續採用模型」指出，當使用者認為使用某項產品時會得到某些幫助時，會持續使用該項產品，這個理論套用在遊戲直播上也是同樣的道理。玩家若是透過觀看直播學習到破關的技巧或是提升自己遊戲技能，則會繼續使用該平台，並且持續支持

同一位實況主。

再者，直播強調即時討論與互動，實況主在直播遊戲時會在劇情的分歧點或是選擇道具時詢問觀眾的意見，而Twitch在2017年時推出的多款互動元件更是大幅提升了遊戲的同樂效果。不僅如此，某些遊戲連接上直播平台，觀眾還可以投票幫實況主選擇技能或是關卡，這些機制大大提升了觀眾的參與感，讓實況主與觀眾同樂的方式再進化。在這樣的情況下，由於觀眾在使用直播平台時得到正向的回饋，自然就會繼續使用，久而久之甚至會出現「斗內」的行為。



觀眾只需在聊天室留言關鍵的字眼，即可決定實況主下一個要挑戰的關卡。（圖片來源 / 截圖自Twitch）

生活類直播雖然在直播界中不比遊戲實況熱門，但其商業價值卻完全不亞於遊戲實況，事實上這類直播有著「寂寞商機」之稱。根據《遠見雜誌》在2006年針對台灣三大都會進行的「寂寞指數大調查」指出，有12.3%的民眾常有空虛寂寞感，即有超過107萬的寂寞男女。隨著寂寞人口的增長亦刺激了寂寞產業，如：寵物經濟與寄託於虛擬人物的動漫經濟、直播經濟等等的成長。且調查中也指出男性比女性更容易感到寂寞，其中最寂寞年齡層位於40至44歲的中齡族群。這也解釋了為什麼在直播頻道上「斗內」很多錢的觀眾都被稱為「乾爹」，且排行榜上的直播主又都是以女性居多。

比起養寵物需要花費的時間、金錢與心力，觀看直播顯然簡單許多，因此成為了許多寂寞人士的選擇。而直播最方便的地方就是你只要「看」就好，還可以邊看邊做其他的事情。這個概念跟看電視有點像，但是電視節目的主播往往會讓人覺得有點「距離感」，而直播則因為互動性與素人主播，讓人感覺較能親近。此外，在直播時只要有人點下「訂閱」按鈕，主播就會親切的唸出該名使用者的ID並說：「謝謝訂閱！」，這個舉動更會讓觀眾覺得產生「媽！我上電視了！」的感覺。當然這種感覺是很短暫的，很快的主播就不會注意到你，因此為了一再體驗這種快感，觀眾便會「送禮」以再次引起主播的關注。這種關注其實是為了填補人們心中的寂寞空虛感，因為在直播平台上與主播互動會使觀眾有一種在與別人視訊聊天的感受，而這種「陪伴」的感覺正是寂寞的現代人所需要的。不過，

這種快感是會上癮的，時間一久人們就會對這種心靈上的滿足感產生依賴，自然就很難從中抽離，以致於越砸越多錢。

## 直播經濟泡沫化？

直播產業在短短幾年獲得那麼大的「躍進」，卻在近期傳出台灣直播平台龍頭——17直播閃電裁員的新聞，讓人不禁反思直播產業是否也是一種泡沫經濟。事實上，早在兩年前中國已經經歷第一次的直播產業泡沫化。根據中央通訊社的報導，2016年被認為是「網紅元年」，隨著網路直播的快速發展，一家家創立的直播平台，中國14億人口中就出現了不少網紅。然而，由於直播內容的品質普遍偏低，有些平台甚至是色情直播的集散地，進而影響了社會對於網路直播的觀感，加上直播這塊「餅」太小，想要分一杯羹的人太多，漸漸有些網紅因為「吃不飽」而退出市場。因此這股熱很快就退燒，隨之而來的便是一家家直播平台倒閉。

然而，也有人認為直播市場尚未飽和，甚至還有很長的生命力。由於直播產業是個高速興起的新興產業，故有許多直播內容的規範與法律界定（如：著作權）尚未完善。舉例而言，17直播在首次上架時就引起了多起色情直播風波，而從檯面上下架。不過，近期不難看到直播產業似乎已漸漸建立起自己的一套規範，而直播主們也「研發」出了自己的一套「生存法則」，如：加入經紀公司、做出更多元更有趣的內容、直播主互相「斗內」等。因此，在直播產業還沒發展到成熟階段的情況下，依然很難判定這個產業是否為泡沫經濟，但唯一可以肯定的是，各個直播平台勢必得發展出自己的特色，才能在這個競爭激烈的市場下存活下來。



記者 蘇嘉薇



編輯 陳盈璇