

「看網紅瞭解新聞資訊」，正成為全球年輕一代趨勢 | Whatsnew

政治人物也越來越多尋找具影響力的網紅合作，以此來擴散資訊。



2024 8 20

DNC

Alyssa Pointer/Reuters/

成為端傳媒會員，支持華語世界優質、可信的獨立新聞媒體：暢讀會員首月5折（\$3美金，可隨時取消），尊享會員85折（領《華爾街日報》全語種會籍，美國地區還可領限時福利）。

當傳統媒體式微，人們從哪裡接收新聞資訊？美國智庫「皮尤研究中心」（Pew Research Center）在2024年11月發布一份名為「新聞影響者（News Influencer）」的報告，指出兩成的美國人從社群媒體上具影響力的「新聞影響者」（或可理解為「新聞網紅」）那裡接收新聞，其中30歲以下的年輕人更達37%。

這點也呼應「路透新聞學研究所」2023年的「數位新聞報告」，這份報告從46個國家、9.4萬名受訪者所得到的結果為，年輕世代多藉網紅獲得新聞。

報告指出，雖然主流新聞工作者在Twitter（現為X）和臉書引領話題，卻難以在Instagram和TikTok等的社群媒體上吸引到人們的注意力。受訪者更傾向從網紅那裡得到新聞資訊。其中，TikTok成長最快，18歲到24歲的族群中有20%的人透過TikTok獲得新聞，比2022年成長5%。

「數位新聞報告」的作者之一紐曼（Nic Newman）認為，對年輕人來說，「新聞」不只是傳統上政治和國際關係的焦點，而是「各行各業正在發生的任何新鮮事」。年輕人不只是不從傳統紙媒、廣播、電視上獲得新聞，從新聞網站上與app上觀看新聞的比例也下降，他們更傾向從社群媒體上獲得新聞資訊。

皮尤研究中心則是針對2024年美國大選年的美國人做更深入的調查，由於政治與選舉是熱門的關注焦點，因此皮尤的研究將新聞網紅與受訪者的政治傾向列為重要的考量。



選戰最後關頭，賀錦麗和特朗普都上了哪些節目，效果如何？ | …

[延伸閱讀 →](#)

皮尤報告中定義的「新聞影響者」，指的是在五大社交媒體（Facebook、Instagram、TikTok、X和YouTube）上擁有至少10萬或以上粉絲，且經常在社群媒體上發佈時事和公民問題的個人。新聞影響者可以是隸屬於或曾經隸屬於新聞機構的記者，也可以是獨立的內容創作者，但他們必須是個人而不是組織。研究者從中抽選出了500名熱門的新聞影響者進行詳細分析，並透過28000個社群媒體帳號理解哪些人經常從新聞影響者那獲取新聞。

這些具廣大影響力的新聞影響者中，支持共和黨的人多於民主黨（27:21），但有兩個社群例外，臉書上的共和黨網紅佔了壓倒性的多數（39:13），TikTok則是民主黨高於共和黨（28:25）。



2023 4 26	33	Josh Helfgott	1500	TikTok	LGBTQ+	550
Magali Druscovich/Reuters/						

研究分析發現，21%的美國成人經常從社群媒體獲取新聞，18歲到29歲的人更有37%表示他們經常從有影響力的人那裡獲取新聞。民主黨或共和黨的政治傾向對新聞獲取方式的影響微乎其微。此外，有65%的人認為新聞影響者幫助他們更好地了解時事和公民問題。

報告顯示，X（Twitter）是新聞影響者的主戰場，85%的新聞影響者在X上有帳號，第二名的Instagram為50%。而新聞影響者通常在不同社群擁有多個帳號。

TikTok是所有社群中成長最快的社媒，其研究結果與其他媒體不同。TikTok的新聞影響者男女比差距最小，分別是50:45，其他社群媒體都是男性超過女性更多，男性佔了大多數，有63%，女性只有30%。TikTok上的新聞影響者左傾（28%）多於右傾（25%），更可能支持LGBTQ+權利或是本身可被識別為LGBTQ+。

研究結果符合全球的趨勢觀察，比如在2024台灣大選中，候選人積極與新聞影響者聯繫上節目。根據台灣傳播調查資料庫關於《「網紅真的有政治或公共事務的影響力嗎？」探討網紅的粉絲政黨偏好》的研究，在2022年時，台灣民眾有22%從網紅獲取新聞資訊，第一名則是政論節目，但像是路透的研究則指出，隨著時間變化，從網紅獲取新聞資訊的民眾比例逐年上升。



不想當記者成世代心聲，大學教師也不鼓勵，台灣新聞業如何走下去？

[延伸閱讀 →](#)

美國大選同樣有兩黨積極與新聞影響者合作的現象，包括那些不太關心政治的創作者，以爭奪逐漸傾向從非傳統來源獲得新聞的選民。

據市調機構Billion Dollar Boy的統計，在2024年6月，有39%的美國內容創作者曾被候選人團隊聯繫，其中約有28%的內容創作者被邀請合作。

美國媒體Semafor的報導指出，在本次美國大選期間，候選人找上顧問公司，要求他們協助找到具影響力的網紅來擴散資訊。「有很多公司來找我們說，『除了經典的《華爾街日報》、彭博社，還有哪些其他方式可以接觸到我們想要接觸和影響的受眾？』」博然思維顧問公司（Brunswick Group）執行長Nikhil Deogun說。他認為，「這次選舉讓很多人明白有關他們的新聞正在被許多新的聲音解讀，並傳播給不看傳統媒體的受眾。」