

路透《2026年數位新聞報告》重點摘要

- 路透社新聞學研究所每年發布《數位新聞報告》，2026年為第15版。研究委託YouGov在2026年1月中到2月底執行線上問卷調查，約 100,000 位受訪者，涵蓋網路普及率較高的48個市場。由於報告僅採線上調查，調查結果應視為線上人口的代表性樣本較為恰當。
- 資料來源：
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/dnr-executive-summary>

今年度報告的主要結論如下：

1 社群媒體與影音平台超越新聞網站與應用程式

- 新聞消費的「平台化」(platformisation)是今年的核心主題。將社群媒體與影音平台作為新聞來源平均使用率達54%，首次超越電視(52%)及新聞機構網站與應用程式(51%)。
- 獲取新聞的主要社群平台：Facebook 43%(最大規模)、YouTube 34%、Instagram 26%、TikTok 20%。X和YouTube是唯二超過半數使用者認為有助於獲取新聞的平台。多數人在Facebook、Instagram、TikTok 上則是上網時順帶接觸到新聞。
- 僅靠社群媒體與影音平台獲取新聞者從2020年的6%上升到12%。以社群影音+AI 為主要新聞獲取方式在18-24歲為52%，25-34歲為44%，以新聞網站與應用程式為主要的則分別是20%和24%。45歲以上則為電視。
- 除歐洲外，亞洲的台灣(62%比42%)、新加坡(62%比59%)、南韓(64%比47%)與日本(50%比25%)，是少數新聞機構網站與應用程式使用高於社群影音平台的市場。

2 聊天機器人成為新聞消費媒介的新前沿

- 全球10%受訪者用ChatGPT等 AI 聊天機器人取得新聞(2025年為7%)，主要是年輕人。南韓從7%上升到14%為全球最高，台灣則為 7%。
- 使用者中 38% 為路透定義的「新聞愛好者」(整體僅為22%)，特別重視可後續追問 (48%) 以及比其他形式更快取得新聞 (42%)。

3 線上影音持續擴張

- 45個市場觀看線上新聞影音的人數超過收看廣播電視新聞。全球新聞 Podcast 使用率維持11%，許多節目也轉向影音內容。人們在網路上越來越傾向觀看(watch)而非閱讀(read)新聞。

4 內容創作者站上影音成長浪潮的最前線

- 全球約27%受訪者從新聞類型創作者或網紅取得新聞，46%會從各類型創作者獲取新聞，但大多數視內容創作者為傳統媒體的補充，僅13%以其滿足大部分新聞需求，僅3%完全依賴其為新聞來源。

5 對新聞的興趣下降

- 25%受訪者每週只接觸一次新聞，且幾乎完全沒有興趣(2021年為16%)。18至24歲過去1週未讀報紙者中，56%表示自己從未定期閱讀過報紙。
- 2026年新聞迴避比例維持42%(2017年首次測量時為29%)。路透依新聞使用頻率與興趣，將受訪者分為3類：「新聞愛好者」自2021年的29%降至22%；「隨意使用者」由16%增至25%。

6 新聞信任度降至低點

- 整體新聞信任度37%，為2015年起測量以來新低，48個市場中有19個下降5個百分點以上(含台灣)。對社群媒體新聞信任度22%、對AI聊天機器人為20%。
- 信任度降幅最大者如菲律賓、泰國、秘魯、波蘭，政治不穩定、分裂性選舉與嘈雜碎片化的資訊環境為共同特徵。
- 對假新聞(fake news)憂慮升至62%(+4百分點)。

7 新聞付費模式也受到受眾遠離直接消費趨勢的挑戰

- 路透追蹤20國中，付費取得線上新聞比例維持17%(2025為18%)；多數市場天花板10–20%，挪威40%、瑞典32%為少數例外，愛爾蘭與澳洲為北歐外少數突破20%者。
- 動機方面：81%因「取得其他管道無法獲得的有用內容」付費，46%同時提及「支持新聞對社會的重要性」等價值導向動機。

8 對公正性作為理想原則的支持依然持續

- 45%受訪者偏好不偏袒任何立場的新聞，46%認為對社會中其他人而言這也是最好的選擇。
- 在擁有重要公共服務媒體的26國中，37%對公共服務新聞持正面、22%持負面看法；民意分歧市場通常整體新聞信任度更低、政治對立更明顯。

全球與台灣新聞核心指標

核心指標	地區	2026 年 (排名)	2025 年
對新聞的整體信任度 Trust in news — Trust	全球	37% ▼	40%
	台灣	25% (47名) ▼	30%
對自己常看新聞的信任度 Trust in news I use — Trust	全球	44% ▼	47%
	台灣	32% (47名) ▼	36%
主動迴避新聞 (經常/有時) News avoidance — Often/sometimes	全球	42% ▲	40%
	台灣	19% (53名) ▼	21%
新聞來源: 直接造訪新聞網站 Sources of news — News websites	全球	51% ▼	53%
	台灣	62% (11名) ▼	63%
付費訂閱線上新聞 Paying for online news — Paying	全球	16% ▼	18%
	台灣	10% (37名) ▼	14%
新聞參與: 在新聞下留言評論 News participation — Comment on news	全球	21% ▲	19%
	台灣	22% (18名) ▲	20%
擔憂網路上的假訊息/錯誤訊息 Concerned about online misinformation?	全球	62% ▲	58%
	台灣	51% (48名) ▲	50%
對新聞有強烈興趣 (極度/非常) Interest in news — Extremely/very	全球	46% ▼	~46.5%
	台灣	28% (53名) ▼	29%