

2026 ICEET

第十五屆 數位學習與教育科技國際研討會
International Conference on E-learning and Educational Technology

智慧教育×永續共榮

論文集 PROCEEDINGS



數位轉型下新聞獲取行為的變遷：媒體素養教育與數位學習之啟示

Trends in News Consumption Behavior under Digital Transformation: Implications for Media Literacy Education and Digital Learning

歐姿麟

OU, TZU LING

國立臺灣師範大學 社會教育學系 研究生

National Taiwan Normal University, Department of Adult & Continuing Education,
Student

E-mail: 61102001e@ntnu.edu.tw

摘要

隨著網路、行動裝置與數位平台快速普及，民眾獲取新聞資訊的方式逐漸由傳統媒體轉向多平台、即時化與個人化的數位模式。本研究探討 2017 至 2024 年間臺灣成年人新聞獲取行為的變遷，分析不同媒體平台之使用時數，並檢視性別、教育程度與世代差異。研究採用臺灣傳播調查資料庫 2017 至 2024 年之次級資料，以 18 歲以上民眾為研究對象。結果顯示，報紙、雜誌、廣播與電視等傳統媒體之新聞獲取時數整體下降，網路媒體使用則呈現相對穩定；高齡者較依賴報紙與電視，年輕族群則更傾向使用網路媒體，且教育程度較高者更偏向透過網路獲取新聞。整體而言，臺灣成年人新聞獲取行為呈現傳統媒體使用下降、網路媒體相對穩定，以及不同人口背景者使用型態差異明顯的趨勢。此結果顯示，媒體素養教育、新聞識讀教學與數位學習資源設計，應考量不同族群實際接觸新聞資訊的媒介環境，發展更具分眾性與適配性的教育策略。

關鍵字：新聞獲取行為、數位轉型、媒體素養教育、數位學習、世代差異

Abstract

With the rapid spread of the Internet, mobile devices, and digital platforms, news consumption has increasingly become more immediate, personalized, and multi-platform. This study examined changes in news consumption behavior among adults in Taiwan from 2017 to 2024, focusing on media use time and differences by gender, education, and generation. Secondary data were drawn from the Taiwan Communication Survey Database, with adults aged 18 and above as the research population. The results showed a general decline in the use of newspapers, magazines,

radio, and television, while online media use remained relatively stable. Older adults relied more on newspapers and television, whereas younger adults were more likely to obtain news through online media. Individuals with higher educational attainment were also more likely to use online media for news. Overall, online media have gradually become an important arena for news consumption among adults in Taiwan, with clear demographic differences. These findings suggest that media literacy education, news literacy instruction, and digital learning resource design should take into account the actual media environments through which different groups access news, and develop more targeted and adaptive educational strategies.

Keywords: *news consumption behavior, digital transformation, media literacy education, digital learning, generational differences*

壹、前言

隨著全球科技快速發展，傳播媒體型態日益多元，從報紙、雜誌、廣播與電視等傳統媒體，到近年快速發展的網路媒體，皆成為民眾獲取資訊的重要管道。隨著網際網路與行動裝置普及，資訊取得更趨即時、便利與多元，新聞獲取行為（news consumption behavior）亦隨之改變。2021 至 2024 年《數位新聞報告》指出，臺灣民眾對電視與印刷等傳統媒體的依賴逐漸下降，數位新聞使用則持續增加，其中透過 YouTube 獲取新聞的比例由 38% 上升至 46%

（Newman et al., 2021; Newman et al., 2022; Newman et al., 2023; Newman et al., 2024）。

在數位科技持續發展下，新聞獲取行為已由過去依賴單一傳統媒體，逐漸轉向多平台、即時化與個人化的模式。既有研究指出，新聞獲取行為具有個體差異（Ahlers, 2006），並深受個體成長過程中所處的媒體環境影響（Lee & Delli Carpini, 2010）。近年有學者更進一步主張，應以更廣泛的角度理解新聞消費行為（Anderson, 2024）。整體而言，新聞獲取行為不僅受到媒體環境變化影響，也反映個體在不同平台中的接觸與使用模式。

在此轉變過程中，由於不同世代成長於不同的媒體環境，其媒體使用經驗與新聞接觸習慣亦有所差異，因而使世代差異逐漸成為理解新聞獲取行為的重要面向。研究指出，媒體使用偏好深受成長時期媒體環境影響（Loos & Ivan, 2024）。相較而言，年長世代較依賴電視與報紙等傳統媒體，年輕世代則偏好網路等數位媒體（Fotopoulos, 2023）。儘管高齡族群的網路使用情形日益普及，但其使用比例整體上仍低於年輕族群（Hunsaker & Hargittai, 2018）。此外，媒體使用偏好及新聞接觸模式，也會受到年齡、教育程度等社會人口特徵的影響（Näsi & Räsänen, 2013）。

然而，在數位媒體快速發展的同時，資訊環境亦面臨新的挑戰。隨著演算

法推薦機制的普及、虛假訊息的氾濫，以及事實查核機制的缺乏等，資訊過載與內容品質參差不齊的現象日益明顯（Denniss & Lindberg, 2025）。在此情境下，個體接觸新聞的過程不再僅是資訊取得，更涉及對資訊來源與內容真實性的判斷能力。因此，媒體素養逐漸成為當代社會不可或缺的關鍵能力，亦為教育領域亟需關注的重要議題。

整體而言，新聞獲取行為的數位轉型不僅表現在媒體使用管道的改變，也反映在不同族群接觸新聞資訊之經驗與條件的差異。對教育領域而言，媒體素養教育與數位學習資源設計若要有有效回應當代新聞環境，便需要先理解民眾實際透過哪些媒介接觸新聞，以及不同世代與背景族群在新聞接觸型態上的差異。基於此，本研究以臺灣為研究脈絡，運用 2017 至 2024 年臺灣傳播調查資料庫，探討成年人新聞獲取行為的變遷，並進一步檢視性別、教育程度與世代差異。本文關注的重點並非僅在於描述不同媒體使用時數的升降，而是希望透過新聞獲取行為的長期變化與族群差異，說明媒體數位轉型下不同群體可能面臨的新聞識讀與媒體素養教育需求，作為後續教育推動與數位學習資源設計之實證參考。

貳、文獻回顧

一、數位媒體環境下的新聞獲取行為與世代差異

隨著數位科技發展，媒體形式已由傳統報紙、雜誌、廣播與電視，逐漸擴展至以網際網路與行動裝置為基礎的數位媒體，形成傳統媒體與數位媒體並存的媒體環境（Roberts & Foehr, 2008）。在此過程中，傳統媒體並未因新媒體興起而消失，而是持續調整其傳播模式與服務形式，以回應數位化媒體環境的變遷（Ajisafe & Dada, 2023; Modili et al., 2022）。

媒體環境的轉變亦明顯改變了新聞獲取方式。相較於過去主要透過單一傳統媒體接收新聞資訊的模式，現代閱聽人更傾向於同時運用多種媒體平台獲取新聞，呈現多平台、即時化及個人化的資訊接觸特徵（Anderson, 2025）。隨著行動裝置與社群媒體普及，新聞不再僅由使用者主動搜尋，也可能透過社群分享、演算法推播等多元途徑進入日常生活，使新聞接觸方式更加多樣，並使數位資訊環境日益複雜與碎片化（Schäfer, 2023）。在新聞接觸管道日益多元的情況下，媒體使用頻率或使用時間仍是既有研究衡量新聞接觸程度的常用方式

（Ha et al., 2018; Kalogeropoulos et al., 2019），此類指標除能反映個體的新聞接觸情形外，亦具備跨媒體比較及觀察長期變遷趨勢的優勢。因此，本研究以媒體使用時數作為分析新聞獲取行為的重要變項，藉以比較不同媒體管道的新聞接觸程度及其長期變化。

然而，不同年齡群體對數位媒體環境的適應程度並不相同，使世代差異成為探討媒體使用與新聞獲取行為的重要面向。相關研究指出，個體在成長時期

所接觸的主流媒體，可能形塑其長期的媒體使用習慣，並影響後續對不同媒體形式的偏好 (Loos & Ivan, 2024)。從不同年齡層的媒體偏好來看，年輕族群通常較偏好數位媒體與社群平台，相較之下，年長族群則較常透過電視等傳統媒體獲取資訊 (Anderson, 2025)。高齡者的網路使用率雖隨數位科技普及而提升，但整體仍不及年輕族群 (Hunsaker & Hargittai, 2018)。綜合上述研究可知，數位媒體雖已逐漸融入各年齡層的日常生活，但不同世代在媒體使用偏好上仍存在差異。

整體而言，數位轉型不僅改變了媒體使用型態與新聞獲取方式，使個體逐漸轉向多平台、即時化及高度個人化的資訊接觸模式，也使資訊環境變得更加多元且複雜。雖然數位社群媒體的普及與演算法推薦機制提升了資訊取得的便利性與效率，卻也增加了虛假訊息傳播及資訊品質判斷的難度。換言之，新聞獲取行為的變遷不只是「使用哪一種媒體」的問題，也關乎閱聽人在不同媒介環境中如何判斷資訊來源、理解平台機制、比較不同觀點並評估內容可信度。因此，探討不同族群的新聞接觸型態，有助於理解其可能面對的媒體素養需求，並可作為新聞識讀教學與數位學習資源設計的重要基礎。

二、媒體素養 (media literacy)

前述新聞獲取行為的變遷，進一步凸顯媒體素養教育的重要性。隨著數位科技、社群媒體與行動裝置的快速發展，民眾接觸新聞與資訊的方式已由傳統媒體逐漸轉向多平台、即時化與個人化的數位模式。然而，資訊取得便利性的提升並不一定代表資訊品質的提升。近年來，社群媒體傳播機制、演算法推薦以及虛假訊息的快速擴散，使資訊環境變得更加複雜，也提高了閱聽人辨識資訊真偽的難度。因此，在分析新聞獲取行為時，除了關注不同媒體使用時數的變化，也需進一步思考這些變化對媒體素養教育與數位學習資源設計的意涵。

媒體素養是指個體能夠主動獲取 (access)、分析 (analyze)、詮釋 (interpret) 與質疑 (question) 媒體訊息的綜合能力，其核心在於培養主動探究與批判判斷的習慣，使使用者能從被動接收者轉變為主動且具判斷能力的媒體訊息使用者 (Ciurel, 2016)。隨著數位媒體發展，媒體素養已從傳統大眾媒體的理解與分析，延伸至社群媒體素養 (social media literacy)，強調個體在數位環境中辨識資訊可信度、理解平台運作機制與負責任參與公共討論的能力 (Cho et al., 2022)。由於社群媒體的開放性與即時性提高錯誤資訊與假訊息擴散風險，培養資訊評估與批判思考能力也成為當代教育的重要課題 (Trixa & Kaspar, 2024)。

研究指出，媒體素養會影響個體的新聞接觸與資訊判斷方式；媒體素養較高者較能主動搜尋資訊、接觸多元新聞來源，並透過交叉比對與事實查核評估資訊可信度 (McGrew, 2020)。相關研究亦指出，新聞素養與媒體結構知識有助於提升閱聽人對資訊品質的警覺 (Vraga & Tully, 2021)。Tamboer 等人 (2023)

則指出，新聞素養應用與新聞消費密切相關，提升新聞消費動機與媒體素養重視程度，是促進素養實際運用的重要因素。

然而，不同世代成長於不同媒體環境，在新聞接觸方式、平台熟悉度與資訊判讀策略上有所差異，因此其媒體素養需求亦不盡相同。高齡者可能因數位工具操作、平台熟悉度與資訊查證能力不足，而較難有效取得與判斷網路資訊，因此媒體素養教育應強化其工具使用、來源查證與真假訊息辨識能力（Moore & Hancock, 2022）。年輕世代的新聞接觸則常呈現碎片化、被動化與偶然化特徵，因此仍需透過新聞素養教育提升其主動新聞消費、來源比較與批判判斷能力（Tamboer et al., 2023）。因此，媒體素養教育與數位學習資源設計應考量不同世代的媒體使用經驗與學習需求，發展更具分眾性與適配性的教學策略。

在資訊來源日益多元且真偽難辨的數位環境中，媒體素養已逐漸被視為數位公民的重要核心能力。近年研究指出，媒體素養教育有助於提升學習者的資訊判讀、批判思考與公共參與能力（Droog et al., 2025; Korona, 2024）。因此，面對新聞獲取行為的數位轉型，媒體素養教育與數位學習資源設計應結合實際新聞接觸情境，引導學習者理解媒體訊息形成過程與平台運作機制，並發展主動探究與批判判斷能力。

綜合上述文獻可知，數位轉型已改變民眾接觸新聞資訊的媒介環境，而不同世代與社會人口背景者亦可能因媒體經驗、數位近用條件與資訊判讀策略不同，展現出不同的新聞獲取型態。由於媒體素養教育與數位學習資源設計需回應學習者實際的媒體使用經驗，本研究將以新聞獲取行為的長期變遷與族群差異作為分析核心，探討以下問題：第一，2017 至 2024 年間臺灣成年人透過不同媒體獲取新聞的使用情形如何變化？第二，不同世代、性別與教育程度者在新聞獲取媒介上是否呈現差異？第三，這些變遷與差異對媒體素養教育、新聞識讀教學與數位學習資源設計具有何種啟示？

參、研究方法

本研究採用臺灣傳播調查資料庫 2017 年至 2024 年一般民眾面訪調查資料進行分析，以呈現臺灣成年人新聞獲取行為的長期變遷，並進一步作為討論媒體素養教育與數位學習資源設計之實證基礎。研究對象為臺灣地區（2020 年後排除澎湖、金門及連江地區）具有本國國籍、設有戶籍之 18 歲以上民眾，且須符合各年度調查所設定之實際居住條件者。各年度有效樣本數分別為 2017 年 2,138 份、2018 年 2,028 份、2019 年 2,000 份、2020 年 2,568 份、2021 年 2,589 份、2022 年 2,015 份、2023 年 2,075 份及 2024 年 2,016 份（張卿卿，2020a；張卿卿，2020b；張卿卿，2020c；張卿卿，2022a；張卿卿，2022b；張卿卿，2023；張卿卿，2025a；張卿卿，2025b）。

本研究依研究目的選取背景變項與媒體使用變項進行分析。背景變項包括

性別、年齡與教育程度；其中，年齡依受訪者出生年換算為調查當年度之實際年齡，教育程度則依最高學制轉換為受教育年數。主要分析變項為不同媒體之使用時數，涵蓋報紙、雜誌、廣播、電視與網路五類媒體；相關題項分別詢問受訪者於特定時間單位內使用各類媒體的天數與單日使用時長。本研究進一步將各媒體使用量統一換算為每週使用小時數，以利跨媒體與跨年度比較。完整題項內容則參見臺灣傳播調查資料庫各年度問卷。資料分析方面，本研究以描述性統計、差異性檢定及相關分析，檢視不同年度與背景變項在各類媒體使用上的差異。

肆、研究結果

本研究旨在分析數位轉型下臺灣成年人新聞獲取行為的長期變遷與族群差異，並據此討論其對媒體素養教育與數位學習資源設計的啟示。因此，首先針對性別、年齡與教育程度等背景變項進行資料整理。背景變項中填答為不知道或拒答者，本研究予以排除，不納入後續分析。資料經整理後，各年度有效樣本數約為 2,000 人左右。

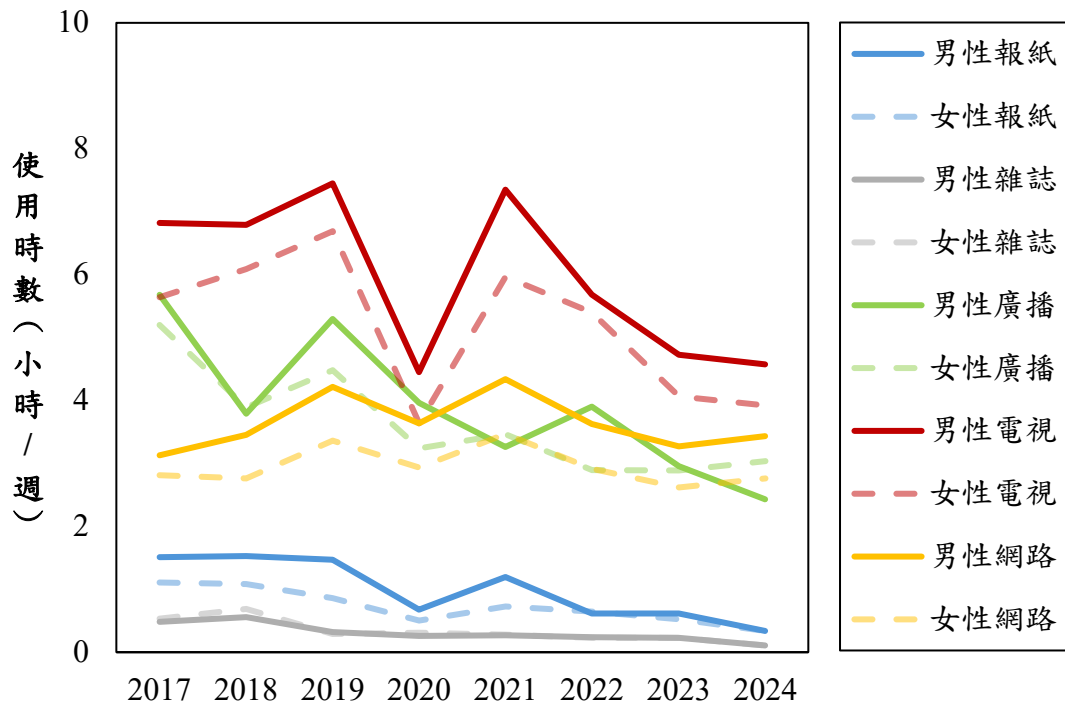
本研究進一步檢視 2017 至 2024 年間，臺灣成年人透過報紙、雜誌、廣播、電視與網路獲取新聞的使用概況；相關詳細圖表可參見歐姿麟（2026）。樣本背景方面，各年度性別比例大致相近，平均年齡約介於 44 至 53 歲，平均受教育年數約為 12 至 13 年。

整體結果顯示，2017 至 2024 年間臺灣成年人對傳統新聞媒介的使用程度有所降低，此一變化可見於報紙、雜誌與廣播等媒體類型。報紙由 2017 年每週平均 1.29 小時降至 2024 年 0.34 小時，雜誌由 0.52 小時降至 0.11 小時，廣播亦由 5.41 小時降至 2.73 小時。電視仍維持較高的新聞接觸時數，但 2022 年後使用時數逐年降低；網路新聞則多維持在每週平均約 3 小時。綜合來看，2017 至 2024 年間臺灣成年人的新聞獲取行為呈現傳統媒體接觸減少，而網路新聞使用相對持平的型態。

在世代差異方面，本研究將受訪者區分為青壯年世代與高齡世代進行比較，相關詳細圖表可參見歐姿麟（2026）。描述性統計結果顯示，高齡世代在報紙與電視使用時數上高於青壯年世代；青壯年世代則在廣播與網路新聞使用時數上多高於高齡世代。高齡世代的網路新聞使用時數由 2017 年每週平均 0.64 小時，增加至 2024 年 2.01 小時。整體而言，兩個世代在傳統媒體使用時數上大致呈現由高轉低的變化；網路新聞使用方面，青壯年世代大致持平，高齡世代則呈現較明顯增加；不同媒體類型之使用情形仍存在世代差異。

在性別差異方面，如圖 1 所示，男性整體媒體使用時數高於女性，僅於部分年度的報紙、雜誌與廣播使用略低於女性。進一步以獨立樣本 t 檢定分析後發現，男性與女性在報紙、電視與網路使用時數上均達顯著差異（ $ps < .001$ ），且男性平均使用時數皆高於女性。

圖 1 2017–2024 年不同性別於不同媒體類型之使用時數



為檢視 2017 至 2024 年間年齡與各類媒體使用時數之關聯，本研究進行皮爾森積差相關分析。結果顯示，年齡與報紙及電視使用時數呈顯著正相關（報紙： $r(17386) = .139, p < .001$ ；電視： $r(17197) = .188, p < .001$ ）。年齡與網路新聞使用時數呈顯著負相關（ $r(17370) = -.198, p < .001$ ）；而雜誌與廣播使用時數則未呈現顯著相關。整體而言，年齡較高者在報紙與電視使用時數上相對較高，而在網路新聞使用時數上則相對較低。

教育程度方面，考量臺灣民眾之教育程度與年齡可能具有關聯，且年齡亦與媒體使用時數相關，本研究將年齡設為控制變項，以檢視教育程度與各類媒體使用時數之關聯。分析結果顯示，在控制年齡後，教育程度與報紙、雜誌及網路使用時數呈顯著正相關（報紙： $r(17127) = .099, p < .001$ ；雜誌： $r(17127) = .067, p < .001$ ；網路： $r(17127) = .163, p < .001$ ）。教育程度與廣播使用時數呈顯著負相關（ $r(17127) = -.052, p < .001$ ）；與電視使用時數則未呈現顯著相關。整體而言，在控制年齡後，教育程度與網路使用時數之正向關聯最高，並與廣播使用時數呈負向關聯。此結果顯示，教育程度較高者較傾向透過網路獲取新聞，而教育程度較低者則較常使用廣播作為新聞來源。

考量 2020 至 2021 年間媒體使用情形可能受到新冠肺炎疫情影響而產生波動，本研究未將該兩年度納入時期比較，並將 2017 至 2019 年界定為前期、2022 至 2024 年界定為後期，以三因子混合設計變異數分析檢視媒體類型、世代與時期之間的交互關係。分析結果顯示，媒體類型、世代與時期之三階交互

作用達顯著；完整分析結果可參見歐姿麟（2026）。

進一步檢視前、後期之差異可知，前期五種媒體皆呈現顯著世代差異。其中，高齡世代在報紙與電視使用時數上高於青壯年世代，青壯年世代則在雜誌、廣播與網路使用時數上高於高齡世代。至後期，報紙、雜誌、電視與網路仍呈現世代差異，惟廣播使用之世代差異已不顯著。就使用型態而言，後期報紙與電視使用仍以高齡世代較高，網路使用則仍以青壯年世代較高；雜誌使用的世代差異在前、後期呈現反向變化，前期為青壯年世代較高，後期則為高齡世代較高。整體而言，此結果顯示，不同世代在各類新聞媒體使用上的差異，會因時期與媒體類型不同而有所變化。

伍、結論與建議

綜合本研究結果可知，2017 至 2024 年間臺灣成年人之新聞獲取行為呈現明顯的媒介結構轉變。整體而言，報紙、雜誌與廣播等傳統媒體使用時數持續下降，電視雖仍為重要資訊來源，但亦出現下滑趨勢；相較之下，網路媒體使用則呈現相對穩定，顯示數位平台已逐步成為新聞接觸的重要場域。此一結果與 Roberts 與 Foehr（2008）的觀點相符，顯示隨著媒體科技的發展，新興媒體並非直接取代傳統媒體，而是促使不同媒體在日常新聞接觸中的角色重新調整。換言之，臺灣民眾的新聞獲取行為並非單純呈現「新媒體取代舊媒體」，而是反映傳統媒體影響力逐漸下降、數位媒體穩定嵌入日常新聞接觸的結構性轉變。對媒體素養教育而言，這樣的變化具有重要意義：當新聞資訊不再主要透過少數傳統媒體傳遞，而是經由多元媒介與數位平台進入日常生活時，新聞識讀教學便需從過去偏重媒體內容理解，進一步擴展至資訊來源判斷、平台機制理解、跨媒體比較與數位資訊評估能力的培養。

此外，性別、年齡與教育程度皆與新聞獲取行為相關，其中又以年齡差異最為明顯。隨年齡增加，個體較傾向使用報紙與電視等傳統媒體；相對地，年輕族群則更偏好透過網路媒體獲取新聞，反映出穩定存在的世代差異，此結果亦與既有研究大致一致（Duvekot et al., 2024; Taipale et al., 2021）。新聞獲取行為會受到個體成長過程中所處的媒體環境影響（Lee & Delli Carpini, 2010），不同世代因成長於不同媒體環境，可能形成相對穩定的新聞媒介偏好（Westlund & Färdigh, 2015）。本研究結果顯示，高齡世代傾向使用報紙與電視等傳統媒體，青壯年世代則較常透過網路數位媒體獲取新聞。由媒體素養教育角度來看，這代表不同世代所需面對的新聞識讀情境並不相同。高齡世代的教育需求不應只被理解為基本數位工具操作，也包括如何在既有傳統媒體使用習慣之外，辨識網路新聞來源、理解平台推薦邏輯與查證可疑資訊。相對地，青壯年雖較常透過網路取得新聞，但熟悉數位平台並不必然等同於具備較高媒體素養，因此其教育重點應放在碎片化資訊整合、來源交叉比對、演算法意識與批判性新聞參與。

進一步分析顯示，雖然不同年度與不同媒體類型中的年齡差異程度不盡相同，但整體而言，網路媒體仍是世代差異較為明顯的媒體類型。儘管年齡與網路使用時數之間仍呈顯著負相關，但高齡族群的網路使用時數已顯著提升，顯示其正逐步融入數位媒體環境。此結果顯示，數位轉型下的新聞獲取行為一方面仍存在明顯世代差異，另一方面也呈現高齡者逐步融入數位媒體環境的趨勢。這對媒體素養教育具有雙重意義：其一，高齡者雖仍較依賴傳統媒體，但其數位新聞接觸增加，代表教育資源需協助其完成從傳統媒體到數位平台的使用轉銜；其二，年輕世代雖較常使用網路媒體，但其新聞接觸可能更容易受到社群分享、平台推薦與碎片化資訊影響。因此，媒體素養教育與數位學習資源設計應採取分眾化策略：高齡者可強化數位工具使用、來源查證與真假訊息辨識能力（Moore & Hancock, 2022）；年輕世代則需提升主動新聞消費、來源比較與批判判斷能力（Tamboer et al., 2023），以回應不同年齡群體在數位新聞環境中的實際需求。

整體而言，本研究透過 2017 至 2024 年跨年度資料，呈現臺灣成年人新聞獲取行為的長期變遷與族群差異。研究結果顯示，媒體科技發展不僅改變新聞傳播結構，也重新形塑不同世代與背景族群的資訊接觸方式。對教育實務而言，未來推動媒體素養教育、新聞識讀教學與數位學習資源設計時，不宜預設所有學習者皆處於相同的媒體環境，也不宜將數位熟悉度直接等同於媒體素養能力。相反地，課程與資源設計應同時關注新聞獲取行為的數位化趨勢、傳統與數位媒體並存的混合媒體環境，以及不同世代與教育背景者的新聞接觸差異，發展更具分眾性、適配性與包容性的教學策略。如此方能促進不同年齡群體的資訊近用公平，並提升大眾在多元媒體環境中的資訊判讀能力與數位公民參與能力。

參考文獻

一、中文文獻

張卿卿（2020a）。**傳播調查資料庫第二期第一次（2017）：媒體使用的個人功效與影響 I（公共版）（D00175）**【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。

<https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00175-1>

張卿卿（2020b）。**傳播調查資料庫第二期第二次（2018）：媒介使用與社會互動（公共版）（D00176）**【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。<https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00176-1>

張卿卿（2020c）。**傳播調查資料庫第二期第三次（2019）：媒體使用的個人功效與影響 II（公共版）（D00184）**【原始數據】取自中央研究院人文社會科學

研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。

<https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00184-1>

張卿卿 (2022a)。傳播調查資料庫第二期第五次 (2021)：新傳播科技與人際延伸 (公共版) (D00224_1)【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00224_1-1

張卿卿 (2022b)。傳播調查資料庫第二期第四次 (2020)：新傳播科技與生活延伸 (公共版) (D00216)【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。<https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00216-2>

張卿卿 (2023)。傳播調查資料庫第三期第一次 (2022)：傳播與公民社會：公民與政治傳播 (公共版) (D00240_1)【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00240_1-1

張卿卿 (2025a)。傳播調查資料庫第三期第二次 (2023)：傳播與人際：人際社交與自我展演【原始數據】取自臺灣傳播調查資料庫。<https://crtaiwan.dcat.nycu.edu.tw/AnnualSurvey.asp>

張卿卿 (2025b)。傳播調查資料庫第三期第三次 (2024)：傳播與生活日常：消費、健康與娛樂 (公共版) (D00265_1)【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-D00265_1-1

歐姿麟 (2026)。新聞獲取行為與媒體信任間的世代差異：以臺灣傳播調查資料庫分析之 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學。

二、外文文獻

Ahlers, D. (2006). News consumption and the new electronic media. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(1), 29-52.
<https://doi.org/10.1177/1081180X05284317>

Ajisafe, I. O., & Dada, D. (2023). Radio broadcasting in the digital age: Adapting to the challenges of the 21st century. *International Journal of Advanced Mass Communication and Journalism*, 4(2), 36-44.

Anderson, K. J. (2024). What audiences do with news: A broader definition of news consumption. *Media International Australia*, 1-17.
<https://doi.org/10.1177/1329878X241270608>

Anderson, K. J. (2025). What is news? Exploring differences in how younger and older cohorts use news in today's media environment. *Communication Research and Practice*, 11(1), 3-23. <https://doi.org/10.1080/22041451.2024.2344997>

- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941-960.
<https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Ciurel, D. (2016). Media literacy: Concepts, approaches and competencies. *Professional Communication and Translation Studies*, 9, 13-20.
<https://doi.org/10.59168/vbvc5906>
- Denniss, E., & Lindberg, R. (2025). Social media and the spread of misinformation: Infectious and a threat to public health. *Health promotion international*, 40(2), Article daaf023. <https://doi.org/10.1093/heapro/daaf023>
- Droog, E., Vermeulen, I., van Huijstee, D., Harutyunyan, D., Tejedor, S., & Pulido, C. (2025). Combatting the misinformation crisis: A systematic review of the literature on characteristics and effectiveness of media literacy interventions. *Communication Research*, 1-30. <https://doi.org/10.1177/00936502251363705>
- Duvekot, S., Valgas, C. M., de Haan, Y., & de Jong, W. (2024). How youth define, consume, and evaluate news: Reviewing two decades of research. *New Media & Society*, 28(4), 1851-1869. <https://doi.org/10.1177/14614448241262809>
- Fotopoulos, S. (2023). Traditional media versus new media: Between trust and use. *European View*, 22(2), 277-286. <https://doi.org/10.1177/17816858231204738>
- Ha, L., Xu, Y., Yang, C., Wang, F., Yang, L., Abuljadail, M., Hu, X., Jiang, W., & Gabay, I. (2018). Decline in news content engagement or news medium engagement? A longitudinal analysis of news engagement since the rise of social and mobile media 2009-2012. *Journalism*, 19(5), 718-739.
<https://doi.org/10.1177/1464884916667654>
- Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of internet use among older adults. *New Media & Society*, 20(10), 3937-3954.
<https://doi.org/10.1177/1461444818787348>
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News media trust and news consumption: Factors related to trust in news in 35 countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672-3693.
<https://doi.org/10.5167/uzh-175863>
- Korona, M. (2024). Teachers' perceptions of media literacy competence during an online professional development. *Journal of Media Literacy Education*, 16(1), 37-49. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2024-16-1-3>
- Lee, A. M., & Delli Carpini, M. X. (2010, April 23-24). News consumption revisited: Examining the power of habits in the 21st century. *11th International Symposium on Online Journalism*, Austin, TX (pp. 1-32).
- Loos, E., & Ivan, L. (2024). Not only people are getting old, the new media are too: Technology generations and the changes in new media use. *New Media &*

- Society*, 26(6), 3588-3613. <https://doi.org/10.1177/14614448221101783>
- McGrew, S. (2020). Learning to evaluate: An intervention in civic online reasoning. *Computers & Education*, 145, Article 103711. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103711>
- Modili, C., Abd Karim, H., & Abd Wahab, J. (2022). Television consumption patterns among Sabah's Kadazan-Dusun youth in the era of digital society. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 7(12), Article e001991. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i12.1991>
- Moore, R. C., & Hancock, J. T. (2022). A digital media literacy intervention for older adults improves resilience to fake news. *Scientific reports*, 12, Article 6008. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-08437-0>
- Näsi, M., & Räsänen, P. (2013). Changing media preferences? *Nordicom Review*, 34(2), 77-92. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0055>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Roberts, D. F., & Foehr, U. G. (2008). Trends in media use. *The Future of Children*, 18(1), 11-37. <https://doi.org/10.1353/foc.0.0000>
- Schäfer, S. (2023). Incidental news exposure in a digital media environment: A scoping review of recent research. *Annals of the International Communication Association*, 47(2), 242-260. <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2169953>
- Taipale, S., Oinas, T., & Karhinen, J. (2021). Heterogeneity of traditional and digital media use among older adults: A six-country comparison. *Technology in Society*, 66, Article 101642. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101642>
- Tamboer, S. L., Kleemans, M., Molenaar, I., & Bosse, T. (2023). Developing a model of news literacy in early adolescents: A survey study. *Mass Communication and Society*, 26(1), 74-98. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2048027>

- Trixa, J., & Kaspar, K. (2024). Information literacy in the digital age: Information sources, evaluation strategies, and perceived teaching competences of pre-service teachers. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1336436.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1336436>
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society, 24*(2), 150-166. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637445>
- Westlund, O., & Färdigh, M. A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media: Tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile Media & Communication, 3*(1), 53-74.
<https://doi.org/10.1177/2050157914549039>



