英國牛津大學路透社新聞研究所（RISJ）較早時發布第十份《新聞、媒體及技術趨勢預測報告》，調研51個國家和地區的280位媒體高管，探討未來一年新聞業面臨的發展機遇與挑戰。報告指出，人工智能（AI）時代的新聞產業朝向兩極化發展，一端是強調深度調查、現場報道與人性敘事的高品質新聞，另一端則是依賴自動化工具大量生成的低成本內容。分析認為，新聞業正從以流量為核心的競爭模式，轉為讀者信任、專業與品牌價值的新階段。媒體若無清晰定位、穩固與受眾間關係，將難以保持影響力。

●香港文匯報記者 胡藝禾

AI新衝擊 重塑媒體

AI促使新聞界兩極化 深度精品vs粗製內容

傳媒重塑定位 事實權威吸客

報告指出，各媒體預測3年內，來自搜索引擎的流量幅度將下滑43%。AI回答引擎正將搜索用戶分流，人們更少到媒體網站瀏覽文章，更多時候是「按需消費」信息。媒體流量入口正從「封面頁、搜索引擎、社交媒體」轉向「對話式助手、自動摘要、設備端AI功能」。

AI概覽讓網站點擊率跌近半

美國獨立民調智庫皮尤研究中心最新報告顯示，AI概覽功能讓網站點擊率暴跌近一半，美國財經與科技新聞網站Business Insider因「無法控制的極端流量下滑」，於去年6月裁員21%，《華盛頓郵報》也因財務和流量壓力，在今年2月裁掉約30%員工。

面對流量危機，媒體正尋求重新定位自身核心價值。RISJ綜合來自英國廣播公司（BBC）、《華盛頓郵報》等媒體的17位專家觀點，預測傳媒將發生重大變革，包括讀者更傾向從AI處獲取新聞、稿件需更嚴格事實校驗、自動化內容生產大規模鋪開等等。

媒體轉向提供個性化見解

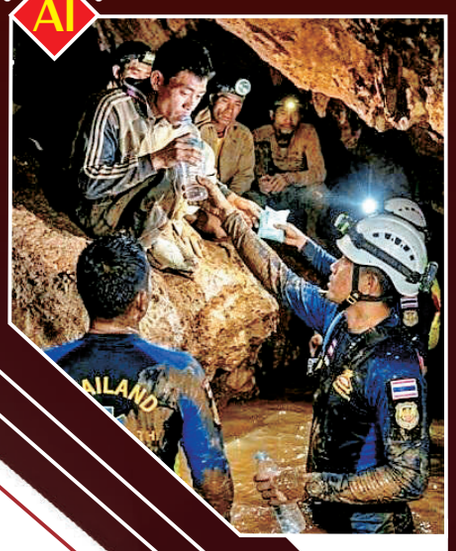
部分媒體利用AI，推動從發布信息轉向提供個性化答案或見解。《金融時報》推出Ask FT聊天機器人，在網頁上解答讀者對內容的疑惑；彭博社則提供AI站內搜索功能，強化網站體驗，還在文章頂部加入AI摘要，經編輯人手審核刊出，成功讓網站使用量及點擊率均增長15%。

不過，目前AI表現未贏得決策者信任。《金融時報》結合逾500名全球商業領袖的研究顯示，88%認為AI增加遺漏細微差別或忽略上下文風險，82%擔憂AI強化確認偏差。《衛報》更新生成式AI使用指南則建議，「僅在有助於創作和傳播原創新聞時使用生成式AI工具，並應防範訓練數據中嵌入偏見。」



●讀者更傾向從AI處獲取新聞，媒體正發生變革。 網上圖片

虛假信息假亂真 挑戰媒體公信力



●泰國人員救助老撾洞穴倖存者相片為AI生成。 網上圖片

路透社《2026年數字新聞報告》顯示，全球僅37%受訪者表示信任新聞，社媒平台上的新聞信任度更低，而AI聊天機器人的新聞信任度甚至僅約兩成。AI對新聞媒體公信力的衝擊，已顯現在近期多份權威報告。

媒體公信力面臨被稀釋風險

老撾《人民報》總編輯紅賽雅德在中國—東南亞媒體圓桌會上，提及早前一張廣泛傳播的「泰國救援人員救助老撾洞穴倖存者」相片，其後被證實由AI生成，他坦承「當合成信息愈來愈多，主流媒體的公信力正面臨被稀釋的風險」。

中新社雲南分社副社長張丹更揭示媒體信任危機的荒謬局面：一條攝於7月廣西遭颱風「梅莎」重創期間，當地使用大型無人機轉移受困人員的視頻，因畫面震撼被質疑為AI創作；而一段偽造的泰國總理阿努廷「承諾將重開泰國與柬埔寨邊境口岸」的音頻，卻廣為流傳。

有報道指，新聞媒體對使用AI指引，普遍強調透明度和人類監督，因AI「幻覺」極易導致資訊失實。新聞業戰略諮詢公司創新媒體顧問集團總裁塞尼奧爾透露，AI公司曾公開承認，任何查詢都有2%的假輸出可能性，幻覺可能從第三個交互開始出現，使回答逐漸偏離原本問題。



匯眼短評

AI概覽成扼殺新聞「創子手」

胡刻牘

今年以來，曾經是新聞業流量命脈的搜索引擎，在AI技術加持下已變為扼殺新聞的「創子手」，AI概覽讓用戶無需點擊媒體網站即可獲取信息，個別媒體的月訪問量被減至3%。路透社預測，未來3年媒體來自搜索的引流將平均下降43%。流量崩塌直接引發裁員潮，顯示新聞業傳統的點擊量收益模式，在AI浪潮下無處立足。

此外，新聞業還面臨「AI幻覺」不斷炮製虛假信息的衝擊，動搖新聞業賴以生存的真實性。路透社報告顯示全球新聞信任度已降至37%的歷史最低點，體現AI不僅偷走新聞業的麵包，更對公信力釜底抽薪。

面對AI的來勢洶洶，全球新聞媒體開始圍爐取暖。SPUR聯盟要求AI公司為新聞內容支付合理費用；美國報章聯合起訴OpenAI等主動促成大規模版權侵權，新聞集團反訴搜索引擎Brave，稱其行為是「明目張膽的盜竊」。然而Meta授權費案例表明，這場戰役勝利果實僅少數頭部媒體能分享。

時代劇變下，新聞媒體兩條出路其實相當明晰，要麼回歸AI無可替代的深度分析、人文關懷等核心價值，要麼主動擁抱AI，發起對自身的效率革命。機構對280位全球媒體高層調查顯示，行業正轉向AI無法替代的領域。這正是新聞業的出路所在，唯有深入現場的調查、有溫度的敘事和經得起檢驗的真相，才是人類記者無法被取代的護城河。



啞鈴格局漸顯 日常新聞媒體承重壓

英國牛津大學路透社新聞研究所早前發布《新聞、媒體及技術趨勢預測報告》指出，在AI時代，媒體將呈現「啞鈴格局」。一端是深耕AI無法復刻的獨家調查及深度分析；另一端則是依託AI實現內容自動化及量產化。位於「啞鈴」中間的媒體，生存空間將被擠壓。



●一名觀眾觀看泰國首位AI記者娜查報道新聞。 網上圖片

此外，在與內容版權相關的法律爭議上，僅有少數媒體可通過授權協議獲得新收入，大部分中小型媒體將被排除在外。業內人士指出，大量腰部媒體既無法獲得授權，更面臨流量下滑的雙重擠壓。

調研數據顯示，外媒高層計劃將重點投放在原創調查和實地報道、人物故事，及事實核查和驗證上，以人類的洞察與敘事能力，打造高壁壘、高價值內容。業界普遍認為應縮減服務新聞和一般新聞，因AI在提供相關信息時，已比媒體更有效。

AI賦能實現單人營運媒體

分析同持指出，深度原創內容築牢了媒體啞鈴格局的價值一端，另一端則是AI技術加持下的極致效率。甚至過去需大型團隊來營運的新聞媒體，在AI賦能下已可實現單人營運。例如聚焦專業單車賽的個人新聞室Velora Cycling，從新聞篩選、稿件撰寫、圖片選擇、社媒帖子生成等，已均由AI包辦，僅需一名編輯負責替內容把關。