# 融媒新闻编辑内容创新路径分析

李丽莉

乾安县融媒体中心（乾安广播电视台） 吉林 松原 131400

**摘 要：**随着媒介融合逐步深入，全媒体传播格局已经形成，传统新闻编辑的生产方式存在明显滞后性，内容创新也是媒体转型发展的重要抓手。本文基于融媒体行业发展现状，总结新闻编辑开展内容创新的实际意义，梳理目前新闻内容创作普遍存在的各类问题，对应从思维升级、内容优化、形式拓展和互动完善维度提出改进办法，可在一定程度优化新闻生产体系，提升媒体传播能力，为新闻行业的创新发展提供参考。

**关键词：**融媒体；新闻编辑；内容创新；创新路径

**引言：** 媒介融合的持续推进，对传统新闻编辑工作提出了新的发展要求，原有生产与传播模式已经无法适配全媒体行业环境。媒体市场的竞争压力有所增加，受众的信息接收方式也出现相应改变，内容创新能力对媒体发展的影响也逐步凸显。当下融媒新闻内容生产还存在不少问题，整体创作质量有待提升。本文结合行业现实情况，探讨新闻编辑内容创新的有效路径，可为融媒体新闻行业的稳步发展提供一定的参考。

## 1 融媒语境下新闻编辑内容创新的核心必要性

媒介融合发展促使媒介边界逐步消解，传播场景与传播技术实现全面融合，传统新闻传播模式已经无法适配当下的媒介发展环境，新闻内容的生产、呈现与传播环节都需要做出相应调整，传统新闻编辑的工作模式存在形式单一、更新滞后等问题，内容创新可帮助编辑突破传统工作思维与模式的局限，适配各类传播平台的运行规律，完成新闻内容的全域传播。新媒体发展改变了受众的信息接收习惯与需求，受众不再被动接收新闻信息，且不同受众群体的信息偏好存在差异，新闻编辑开展内容创新工作，可精准匹配受众的差异化信息需求，提升新闻内容的适配性[1]。当前新媒体行业快速发展，信息传播门槛持续降低，行业信息总量大幅增长，行业舆论与市场竞争趋于激烈，同质化新闻内容泛滥，主流媒体的传播影响力被持续削弱，新闻内容作为媒体的核心竞争要素，内容创新能够提升新闻内容的独特性与质量，帮助主流媒体巩固舆论阵地、提升行业竞争力。除此之外，媒介融合不只是传播渠道与技术的整合，更是新闻生产体系的整体革新，传统新闻生产存在思维固化、创新不足的问题，内容创新可以推动新闻编辑转变工作思维、优化生产流程，带动新闻行业全生产链条升级，助力新闻行业完成数字化转型。

## 2 当前融媒新闻编辑内容创作存在的核心问题

### 2.1 创新思维固化内容同质化严重

现阶段，国内多数融媒体新闻编辑依旧受传统媒体创作思维的约束，固化的工作认知在很大程度上限制了新闻内容的创新升级。不少编辑长期沿用固定的采编工作流程，内容创作的思路与框架相对模板化，新闻选题视角较为单一，叙事逻辑和语言表达缺少灵活度，自主创新的意识和能力存在明显不足。日常内容生产工作中，编辑大多对现有新闻素材进行整合与小幅修改，跟随网络热点和同类媒体的创作方向开展创作，自主策划和原创内容产出的能力较为欠缺。部分编辑对融媒体传播的运行逻辑认知不够透彻，只是将传统新闻内容直接迁移至新媒体平台，仅完成表层形式的调整，并未结合融媒体传播特点完成内容重构，各平台新闻内容重合度较高，同质化问题持续加剧。这类同质化内容会降低受众的阅读意愿，削弱新闻整体传播效果，也会让媒体失去专属竞争优势，难以在行业竞争中站稳脚跟。

### 2.2 内容深度不足价值输出薄弱

融媒体环境下的信息传播普遍具备碎片化与快餐化的特点，不少新闻编辑的创作理念会受到流量指标的干扰。部分编辑会优先追求内容产出效率和网络传播热度，较为看重短期流量数据，对新闻内容的深度挖掘和价值输出工作有所忽视。编辑在日常创作过程中，大多只会梳理新闻事件的基础信息，仅对事件基本要素进行简单整合，很少深入探究事件背后的成因、内在逻辑以及社会层面的影响，新闻内容的分析与解读专业性不足[2]。为适配大众碎片化的阅读模式，部分编辑还会简化内容框架、删减关键信息，这就使得新闻内容普遍存在浅层化问题。同时，部分新闻内容的价值导向不够

清晰，内容思想内涵较为匮乏，创作重心偏向趣味化表达，弱化了新闻本身具备的舆论引导、社会教育与文化传播作用，既无法满足受众的深度信息需求，也会在一定程度影响主流媒体的舆论引导效果。

2.3 内容形式单一适配性不足

媒介融合让新闻内容的传播形态变得更加丰富，各类新型内容传播形式已经在行业内得到普遍应用。部分新闻编辑的创作方式却没有随之更新，内容产出形式相对固定，创新速度也跟不上技术迭代和市场变化的整体节奏。新闻编辑依旧习惯使用传统图文内容完成创作工作，编辑对各类新型内容制作方式的掌握程度不足，新闻内容的整体呈现效果较为单调。媒体平台的传播属性存在一定差异，不同平台对新闻内容的形式和风格有着不一样的要求。目前很多媒体都存在内容制作针对性不足的问题，相同内容会直接投放至多个传播平台，没有根据平台特点完成内容调整。内容分层创作工作的缺失，会让新闻内容和传播场景出现不匹配的情况，部分内容可读性不足，整体传播效果相对有限，媒体新闻内容的整体传播效率也会受到明显影响。

2.4 受众思维缺失内容互动性薄弱

受众需求可以为融媒体新闻的内容创新提供基础方向，受众也是新闻信息接收和传播的主要主体。目前不少新闻编辑的工作思维存在一定局限，编辑在内容创作的整体过程中，一般只会依托自身工作经验开展内容制作，不会系统调研受众的信息需求和阅读喜好。这种工作模式会让新闻内容的创作方向和受众实际需求产生偏差。融媒体传播具备双向互动的基本特征，不过多数编辑依旧沿用传统的单向传播模式，工作重心只放在内容产出工作上，并不重视受众的互动反馈[3]。现有新闻内容的互动设计较为欠缺，平台缺少可供受众参与交流的相关模块，受众的参与热情很难得到调动。编辑也很少整理和分析受众的各类评论与留言信息，受众反馈无法作用于内容优化工作，新闻生产的完整运行闭环难以形成，媒体受众忠诚度普遍不高，新闻内容的二次传播效果也会受到明显限制。

**3 融媒新闻编辑内容创新的具体实施路径**

3.1 革新核心创作思维筑牢创新基础

融媒新闻编辑开展内容创新工作的首要任务，就是对自身创作思维进行全面更新，这是各项创新工作落地的重要基础。新闻编辑应当主动摆脱传统单一媒体的思维限制，充分认识融媒体多渠道、多形态、多场景的传播特点，建立适配全媒体格局的创作思维。编辑需要放弃固化的模板化创作方式，在选题策划、内容创作和内容打磨的全过程中适配全媒体传播体系，不再只专注于文字内容的制作，需要同步兼顾图片、视频、音频等各类内容形式的协同生产。编辑需要结合不同媒体平台的传播特点制定对应的创作方案，让新闻内容可以适配各类传播渠道，提升整体传播效果。在内容创作过程中，编辑还要树立正确的创作理念，不能单纯追求网络流量，内容质量依旧是媒体行业竞争的核心要素。编辑需要重视新闻内容的真实性与专业性，深耕内容核心内涵，坚持原创创作，规避浅层化、同质化的内容产出，以此稳固媒体的公信力与行业影响力。除此之外，编辑需要转变单向传播的固有工作思维，建立以受众为核心的创作理念。编辑可以借助大数据工具开展受众调研，总结不同群体的阅读习惯与信息需求，在内容创作中兼顾大众普遍需求与小众细分需求，优化内容分层体系。新闻生产模式也需要从单向内容输出转为双向互动传播，能够有效增强受众对媒体内容的认可度与参与度，为内容创新提供持续助力。

3.2 深耕内容内核提升内容深度品质

融媒体新闻编辑想要提升内容创作质量，需要从内容内核出发完成优化升级，这也是内容创新的核心环节。新闻编辑首先要做好选题策划工作，编辑需要打破传统选题范围狭窄、思路固定的问题，不断拓宽自身的选题视野，让新闻选题可以具备多元性和精准性。编辑可以结合当下的社会热点和民生问题开展选题工作，筛选具备社会价值和传播意义的新闻主题，始终坚持正向的传播导向。编辑也可以结合地方特色、行业动态和基层现实挖掘专属选题，打造具备原创属性的差异化内容，有效规避行业选题同质化的问题。编辑需要建立对应的选题审核机制，剔除无传播价值的内容选题，保障选题的整体质量[4]。在确定选题之后，编辑需要强化内容解读能力，改变单纯堆砌新闻基础信息的创作模式，针对不同类型的新闻内容开展多角度分析，挖掘新闻事件背后的深层逻辑与现实问题，以客观专业的视角完成内容解读，提升新闻内容的思想深度。除此之外，内容创新不能只局限于形式调整，编辑需要重视新闻内容的价值输出，在创作全过程坚守正确的价值理念，落实新闻媒体的舆论引导、社会教育和文化传播职能。编辑需要规范自身创作行为，杜绝低俗化和娱乐化的创作倾向，挖掘新闻内容的正向精神内核，依靠优质内容凝聚社会共识，发挥主流媒体的传播优势与引领作用。

3.3 丰富内容形态打造多元内容体系

融媒体新闻编辑需要持续丰富内容呈现形态，搭建多元化的内容生产体系，以此适配全媒体的传播

发展趋势。编辑需要摆脱传统图文创作的单一模式，依托现有的新媒体技术整合各类传播元素，丰富新闻内容的展示形式。编辑可以根据不同的传播场景调整内容形态，适配轻量化、深度化、互动化的各类传播场景，让新闻内容可以兼顾专业属性与传播优势。媒体各类传播平台的受众群体和运营定位存在区别，编辑需要落实分层化的内容创作模式，对同一新闻素材进行多形式加工与多渠道分发。编辑可以结合权威平台、社交平台以及垂直平台的不同特点，调整内容结构、语言风格和内容侧重点，适配不同平台的传播规则与受众需求，提升新闻内容的匹配度与传播效果。除此之外，媒体需要改变零散化的内容输出模式，针对各类社会热点、时政节点和民生主题开展系统化内容规划工作。编辑可以围绕固定主题进行持续性内容产出，打造成套的专题化新闻内容产品，逐步形成规模化的传播效果。这种内容创作模式可以完善新闻内容的系统性，提升媒体内容的专属辨识度，加深受众对媒体内容的整体印象，持续扩大融媒体新闻内容的传播覆盖面与行业影响力。

3.4 强化互动传播构建内容创新闭环

融媒体新闻编辑需要重视互动传播的建设工作，以此搭建完整的内容创新运行闭环。编辑需要把互动思维融入新闻生产的全部流程，在内容策划、版式编排以及内容发布的各个阶段，增设对应的互动功能模块。新闻内容可以设置合理的话题引导与观点提问环节，平台也可以搭载基础的互动功能组件，这类操作能够降低受众的参与门槛，调动受众的表达意愿与传播主动性，让传统的单向新闻输出转变为双向互动传播模式。媒体还需要建立常态化的受众反馈整理与分析机制，工作人员可以定期汇总各传播平台的用户留言与相关建议，从中梳理受众认可的内容形式以及受众排斥的创作问题[5]。相关数据可以作为新闻选题规划、内容创作优化和呈现形式升级的参考依据，能够帮助编辑精准对接大众信息需求，改善内容与受众脱节的行业问题，持续提升新闻内容的整体质量。同时，融媒体开放的传播环境可以支持受众参与内容创作工作，媒体可以依托自身平台发起各类内容征集与话题互动活动，引导受众结合个人视角输出观点、补充内容。这种大众参与的传播模式可以拓宽新闻内容的传播覆盖面，提升新闻内容的传播热度，让新闻生产、内容传播、受众反馈与内容优化形成闭环运行，持续强化融媒体新闻的传播影响力。

**结束语**

综上所述，媒介融合推动新闻生产行业不断转型，传统编辑工作模式已经难以适应全媒体的传播发展形势。现阶段融媒新闻内容创作仍然存在不少短板，行业普遍存在思维固化和内容同质化等问题。新闻编辑需要顺应行业发展趋势，从思维内容和形式互动等多个方面完成内容创新优化。持续的内容创新可以提升新闻传播价值，增强主流媒体综合传播能力，助力融媒体新闻行业稳步发展。

**参考文献**

[1] 王海生. 融合媒体时代电视台新闻编辑的创新路径探索 [J]. 新闻传播,2026(3):97-99.

[2] 郑瑞卿. 融媒语境下 AI 赋能新闻编辑路径研究 [J]. 中国报业,2026(5):101-103.

[3] 王眉. 融媒体新闻编辑选题策划与内容整合研究 [J]. 传播力研究,2026,10(4):82-84.

[4] 蒙根花. 全媒体时代新闻编辑策划创新与品牌建设路径研究 [J]. 传播力研究,2026,10(4):22-24.

[5] 孟浩. 媒体融合背景下新闻内容生产的转型与创新 [J]. 新闻文化建设,2026(8):154-156.