

# Research on Cross-Platform Content Production Strategies for Journalists and Editors in Mainstream Media Convergence

Ting Yu

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830000, China

## Abstract

In the context of deep integration of mainstream media, these platforms face the need for transformation characterized by centralized content collection, diversified production, and multi-channel distribution. As the core creators of media content, journalists and editors' cross-platform capabilities directly impact communication effectiveness. The study reveals that key strategies to enhance cross-platform content influence include: reconstructing content formats to precisely match platform characteristics, optimizing production processes through big data technology, and balancing traffic metrics with mainstream value dissemination. This paper explores cross-platform strategies for journalists and editors through literature analysis and case studies, examining dimensions such as content adaptation, technological empowerment, collaborative mechanisms, and value leadership. The findings provide practical references for mainstream media to break through communication barriers and drive integrated transformation.

## Keywords

mainstream media convergence; journalists and editors; cross-platform content; production strategies

## 主流媒体融合传播中记者编辑的跨平台内容生产策略研究

俞婷

新疆广播电视台, 中国·新疆 乌鲁木齐 830000

## 摘要

在主流媒体深度融合的背景下, 主流媒体面临着一次采集、多元生成、多端分发的转型需求。记者编辑是生产媒体内容的核心主体, 其跨平台能力直接影响传播效能。研究表明, 精准匹配平台特性的内容形态重构, 借助大数据技术优化生产流程, 平衡流量与主流价值传播等方式, 是提升记者编辑跨平台内容影响力的关键路径。本文将根据记者编辑跨平台内容生产的特点, 结合文献分析与案例研究, 从内容适配、技术赋能、协同机制、价值引领等维度, 探索记者编辑的跨平台策略, 为主流媒体突破传播壁垒、推动主流媒体融合转型提供实践参考。

## 关键词

主流媒体融合; 记者编辑; 跨平台内容; 生产策略

## 1 引言

随着《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》等政策文件的出台, 主流媒体面临着转型需求。微信、抖音、微博等社交平台逐渐成为人们获取信息的重要渠道, 传统媒体载体单一、单向传播的模式已经无法满足用户的需求。记者编辑是媒体内容生产的主要负责人, 其迫切需要从文字的生产者转型全媒体内容的策划者, 同时, 记者编辑的跨平台能力成为主流媒体抢占舆论阵地、提升传播力与引导力的核心竞争力。目前, 主流媒体虽然搭建了跨平台矩阵, 但仍存在内容同质化、平台适配性不足等问题。以此为基础, 本文将有针对性地多个维度研究记者编辑的跨平台内容生产策略, 为主流媒体实现守正创新提供理论支持<sup>[1]</sup>。

【作者简介】俞婷(1991-), 女, 中国甘肃武威人, 本科, 编辑, 从事广播电视新媒体新闻传播学研究。

## 2 主流媒体跨平台内容生产的核心逻辑: 从适配到增值

跨平台内容并不是同一内容多端分发, 而是以不同平台的传播特点、用户画像为基础, 对内容进行差异化重构与价值再创造。其核心逻辑可以概括为两点。一是平台特性质的适配。不同平台的传播逻辑本质上存在差异, 微信公众号以深度阅读为核心, 用户更关注信息的完整性与逻辑性, 其主要适合长文报道、深度评论等; 抖音、快手等短视频软件, 以短时、平缓、迅速为特点, 用户停留的时间短, 需要通过视觉冲击与核心信息前置的拍摄方式吸引注意力; 微博具有社交属性与热点属性两大特性, 发表内容需要具备话题性与互动性, 便于用户转发讨论, 记者编辑需要把握各个平台的差异性, 避免多个平台用同一种方式生产内容的局限。二是用户需求增值。跨平台生产的最终目的是提升用户的体验感。在文字报道基础上, 为短视频平台制作关键场景还原

的视频,为音频平台剪辑核心关键提炼的博客,为互动平台设计提升用户互动体验感的功能,让同一核心信息通过多形态触达用户,扩大媒体传播效果。例如,央视新闻报道神州十四号发射时,记者在现场采集文字素材的同时,还拍摄了短视频以及直播片段,后续编辑团队根据这类素材制作了发射全流程的长文、发射关键瞬间视频、航天员出征花絮微博等,覆盖不同平台用户需求,扩大了传播效果。

### 3 主流媒体融合中记者编辑跨平台内容生产的四大核心策略

#### 3.1 内容形态重构策略:基于平台特性的差异化生产

内容形态重构是记者编辑跨平台生产的基础,这要求记者编辑在内容采集阶段融入多形态意识,具体可分为三个层面。一是素材采集方面,记者编辑要具有一次采集,多维储备的多形态意识。传统记者大多以文字素材为核心,跨平台内容生产需要转变为文字、图片、视频、音频、数据等多维采集的模式。比如,人民日报记者在采访乡村振兴主题时,除了记录文字访谈内容外,还拍摄了乡村风貌短视频、农户劳作特写照片以及农产品数据图集,甚至还录制了村民方言讲述的音频,为后续跨平台分发储备了素材。这种采集模式要求记者熟练掌握基础的视频拍摄、图片构图等技能,确保素材的可用性。二是内容加工方面,记者在内容加工时,要坚持核心不变,注重形态的适配性。同一核心信息需要根据平台的特性去调整形态。针对微信公众号这类平台,记者编辑可以制作深度调查、数据图表以及专家解读的长文,注重内容逻辑的完整性;针对抖音、快手等短视频平台,可以将长文内容拆解为几十秒的短视频,记者编辑可以设计开头提问、中间案例、结尾总结的结构,快速传递核心信息;针对微博平台,记者编辑可以提取关键数据与金句,搭配话题标签,引导用户评论。比如,澎湃新闻报道高考录取策略调整时,微信端发布了《2024 高考招生政策四大变化!考生及家长必看》的长文,抖音端制作了高考录取政策相关的短视频,微博端发起了高考政策话题,推动媒体信息多平台覆盖。三是风格适配方面,记者编辑在进行内容策划时,要注意每个平台的语言风格,贴近用户需求。不同平台有不同有不同的传播语言,记者编辑需要调整内容风格以贴近用户。比如,抖音、快手用户偏好口语化、场景化的表达,编辑需要避免使用官方套话,转用亲切的表达方式去描述事件;微信公众号用户更加关注内容的专业性,可以适当用数据显示、专家表述等增强内容的权威性;微博用户更喜欢互动感,记者编辑可以在内容结尾加入引导观众互动的话术。这种风格的适配是在保持主流价值的前提下,用用户容易接受的方式传递信息。

#### 3.2 技术赋能策略:以大数据技术优化内容生产流程

技术是提升记者编辑跨平台生产效率的关键,这就要求记者编辑需要学会借助大数据等工具,从体力型生产转向

智慧型生产,具体应用场景包括三个方面。一是选题策划方面,运用大数据技术捕捉用户的关注点。传统内容选题大多依赖于记者的经验,跨平台生产可以借助大数据工具分析用户的需求。比如,新华社的媒体数字化系统可以实时捕捉各平台的热点话题以及用户搜索关键词,记者编辑可以通过该系统发现潜在热点,再结合主流媒体的定位策划内容选题。同时,大数据技术还可以分析不同平台用户的偏好,记者编辑可以据此制定差异化选题的方向。二是内容生产方面,运用 AI 辅助技术降低成本增加成果效益。在内容加工阶段, AI 工具可以大幅度降低记者编辑的工作量。 AI 工具主要包括 AI 剪辑、AI 写作等技术。比如央视新闻的 AI 助剪系统可以自动从长视频中提取关键片段,生成适合短视频平台的内容,编辑只需要在此基础上进行简单的调整;人民日报的任小融 AI 助手可以根据文字素材自动生成微博短讯、摘要短语等内容,编辑不需要重复劳动。同时, AI 排版技术可以针对微信公众号、客户端等平台,自动匹配排版模板,优化字体、图片布局,提升观众的视觉体验。需要注意的是, AI 工具只能是辅助工具,记者编辑需要对 AI 生成的内容进行事实核查与价值把关,避免出现错误或偏离主流价值观的内容。三是分发优化方面,记者编辑借助算法推荐,实现对观众的精准触达。跨平台内容生产并不是分发后就结束了,记者编辑需要关注内容的传播数据,借助算法优化后续的生产。比如,记者编辑可以通过后台分析短视频的完播率、长文阅读的时长、用户评论的关键词等,若发现某类内容在抖音完播率高,可以增加此类内容的生产。同时,记者编辑可以主动利用平台算法规则,在短视频标题中加入热门话题标签,提升内容被推荐的概率。

#### 3.3 协同机制生产:构建中央厨房式跨平台体系

跨平台体系并不是仅依赖于记者编辑一人,需要依托媒体内部的协同机制,实现资源的整合与效率的最大化。当前主流的中央厨房模式,为跨平台协同发展提供了有效路径,其具有一次采集、多元生成、多端分发的特点,具体分工分为前端、中端、后端三个方面。一是前端,由全媒体记者负责素材采集。在中央厨房的模式下,记者需要转型为全媒体记者,具备文字、视频、图片的采集能力,在采访现场同步完成多维素材的采集,并实时上传至中央厨房的素材库。比如,人民日报记者在报道全国两会时,不仅撰写了文字稿件,还拍摄了代表委员会访谈视频、会场花絮照片等,并通过手机实时上传至素材库,为后续的编辑提供充足的素材。二是中端,平台编辑负责形态的加工。中央厨房设立不同平台的编辑团队,各团队可以从素材库中提取适合自身平台的素材,进行差异化加工。比如,短视频编辑组可以从两会素材中提取代表委员金句视频,并制作成十几秒的短视频;微信编辑组则整合文字素材与数据图表,撰写深度解读长文;微博编辑组提取热点提案,发起互动话题。这种分工模式既避免了内容的重复采集与同质化,还提升了生产效率。三是

后端,终审团队负责内容的价值审核。跨平台生产需要确保多形态发展的同时不脱离核心价值的轨道,因此中央厨房需要设立终审团队,对各平台编辑加工的内容进行统一审核,重点核查事实准确性、政治导向与价值取向。比如,在审核民生政策相关内容时,无论是短视频、长文还是微博,终审团队需要确保其核心信息一致,且符合主流媒体的舆论引导要求,避免因平台形态差异导致的信息偏差、价值错位等问题。同时,跨平台协同机制还需要打破部门的壁垒。比如,传统媒体的文字编辑部、视频编辑部需要整合为全媒体内容中心,实现人员、素材、数据的共享,避免部门间过于独立化<sup>[2]</sup>。

### 3.4 价值引领策略:平衡流量思维与主流责任

在跨平台传播中,主流媒体容易陷入唯流量论的误区,比如过度追求猎奇内容、娱乐化表达等,从而忽视了主流价值传播。记者编辑需要在流量与责任之间找到平衡点,实现报道内容既受欢迎又有导向,具体策略包括三个方面。一是内容创新方面,内容创作结合主流价值与用户兴趣。记者编辑在内容创作时要将主流价值融入用户感兴趣的内容形态中,避免生硬说教,在宣传主流价值时,不要采用标语式的表达,可以采用短视频故事传递。比如,央视新闻在抖音发布外卖小哥帮老人送餐的短视频,通过普通人的暖心故事,传递友善的核心价值观,视频点赞量破千万,远超宣传内容的传播效果。记者编辑需要从小切口入手,用故事化、场景化的方式传递主流价值,让用户愿意看、看得懂、心有感触。二是深度挖掘方面,避免碎片化,要保持内容的权威性。短视频、微博等平台虽然以碎片化的内容为主,但主流媒体需要在跨平台生产中保持内容的深度与权威性,避免沦为流量平台的附庸。比如,澎湃新闻在抖音开设澎湃深度的核心

标签,将深度调查报道拆解为几分钟的剧情化短视频,既保留了调查的核心事实与逻辑,又适配了短视频平台的传播特性。三是互动引导方面,从单向传播转向双向对话。跨平台生产为主流媒体与用户互动提供了契机,记者编辑可以通过互动引导用户认同主流价值。这种双向对话模式不仅能够提高用户的依赖性,还能让主流媒体更精准地把握舆论动向,及时回应社会的关切,从而增强舆论引导的有效性。

## 4 结语

在主流媒体深度融合的时代,跨平台内容生产已经成为主流媒体的必经路径,而记者编辑作为内容生产的核心主体,其策略的选择直接影响传播的效果。本文结合主流媒体融合传播的背景,对记者编辑跨平台内容生产策略进行了研究,研究发现记者编辑需要从内容形态重构、技术赋能、协同机制、价值引领四个方面入手,精准匹配多平台的特性与用户不同的需求,并借助大数据技术提升生产效率,依托协同机制整合资源,在流量与责任之间保持平衡。未来,随着人工智能技术的发展,跨平台内容的生产将面临更多新机遇,记者编辑需要持续提升自身的能力,适应技术变革与用户需求的变化,主流媒体也需要进一步完善协同机制与激励体系,为记者编辑的跨平台生产提供支撑,为主流媒体深度融合发展注入持久动力<sup>[3]</sup>。

### 参考文献

- [1] 喻国明. 媒体融合时代的传媒转型与路径创新[J]. 新闻与写作, 2020(5):12-18.
- [2] 国家广播电视总局. 关于加快推进媒体深度融合发展的意见[Z]. 2021.
- [3] 人民日报社课题组. 主流媒体跨平台内容生产的实践与思考[J]. 人民日报学刊, 2022(3):45-52.