

成都体育学院
硕士研究生学位论文

题目：巴黎奥运会全红婵媒介形象研究
——基于中外主流媒体的报道分析

培养单位：新闻与传播学院

一级学科：新闻传播学

二级学科：新闻学

论文作者：马炎林

学号：2022100079

指导教师：石磊

二〇二五年六月五日

成都体育学院
硕士研究生学位论文

巴黎奥运会全红婵媒介形象研究

——基于中外主流媒体的报道分析

A Study of Quan Hongchan's Media Image in the
Paris Olympics: An Analysis Based on Coverage
by Chinese and Foreign Mainstream Media

论文作者 马炎林 指导教师 石磊

申请学位 文学硕士 培养单位 新闻与传播学院

一级学科 新闻传播学 二级学科 新闻学

答辩委员会主席 陈卓 答辩委员 黄九清 廖建国

2025 年 6 月 5 日

巴黎奥运会全红婵媒介形象研究

——基于中外主流媒体的报道分析

专业：新闻学

研究生：马炎林 指导教师：石磊

摘要：运动员是体育新闻报道的重要对象，其媒介形象不仅承担着超越职业身份的社会和经济价值，而且象征着体育精神和国家形象，对体育的传播和发展起着重要作用。2024 巴黎奥运会，跳水运动员全红婵和队友陈芋汐携手获得女子双人十米台金牌，之后她又蝉联女子单人十米台冠军。年仅 17 岁的全红婵已经手握 3 枚奥运金牌，成为中国奥运历史上最年轻的三金王。在巴黎奥运会期间，中外主流媒体对全红婵的相关报道内容与语态愈发丰富，除了对其赛事成绩、体育精神的赞扬外，也出现了部分国外媒体对其形象的曲解，国内媒体的隐私权侵犯、商业化和娱乐化等问题，引发全网的关注和讨论。这不仅影响着以全红婵为代表的年轻运动员的个人成长，也关乎国家利益和民族面貌。

本研究选取运动员全红婵为研究对象，采用文献资料、内容分析、文本分析和深度访谈的研究方法，分析了中外 14 家主流媒体在巴黎奥运会期间关于全红婵的 154 篇新闻报道，其中国内主流媒体和中国国际新闻媒体样本 132 篇，国外主流媒体样本 22 篇。研究首先运用臧国仁的框架理论，从宏观、中观和微观三个层次将报道细分为报道主题、报道体裁、报道倾向、报道来源、报道框架、高频词和隐喻称谓词这 7 个类目。其次，根据新闻报道分析中外主流媒体塑造出的全红婵媒介形象并比较其媒介形象的异同点。再次，在研究基础上思考主流媒体对以全红婵为代表的运动员形象报道中存在的问题。最后，根据研究结果为今后主流媒体建构运动员媒介形象提出建议。

研究发现，中外主流媒体主要从政治议题、社会议题、励志奋斗和赛事竞技四种框架塑造了全红婵的媒介形象。其媒介形象呈现出多种类型，从职业角色来看，主要有夺得奥运三金的天才少女形象、赛场执着拼搏的国家英雄形象和失去自由快乐的跳水机器形象；从社会角色来看，主要有农村家庭出生的懂事女儿形象和超高流量经济的体育明星形象；从个性特征来看，主要有真实率性、敢于表

达的新世代运动员形象和勤奋昂扬、刻苦训练的青年榜样形象。同时，本研究对比分析了中外主流媒体所塑造的全红婵媒介形象的异同点。相同点体现在中外主流媒体对全红婵的报道多为赞扬褒奖并且正面报道多聚焦在赛事竞技和励志奋斗的报道框架上。不同点体现在国内主流媒体对全红婵的媒介形象以正面宣传为主，而部分国外主流媒体对其形象有负面报道且多聚焦在政治议题和社会议题上；中外主流媒体在形象塑造上存在差异主要有意识形态、社会文化和新闻理念这三方面的原因。最后，本研究通过分析主流媒体关于全红婵媒介形象建构的个案，发现媒体在运动员形象报道中存在夸大化和煽情化、揭示与隐匿、追求流量效应和经济效益的问题，并从媒体站位、舆论引导、流程监管和议题选择四方面提出主流媒体建构运动员媒介形象的针对性建议。

关键词： 巴黎奥运会；全红婵；媒介形象；中外主流媒体；新闻报道

Abstract: Athletes are important objects of sports news reporting, and their media image not only carries social and economic value beyond professional identity, but also symbolizes the spirit of sports and national image, playing an important role in the dissemination and development of sports. At the 2024 Paris Olympics, diver Quan Hongchan and her teammate Chen Yuxi won the gold medal in the women's synchronized 10 meter platform event, and later won the women's individual 10 meter platform championship again. At the age of only 17, Quan Hongchan has already won three Olympic gold medals, becoming the youngest three gold kings in Chinese Olympic history. During the Paris Olympics, chinese and foreign mainstream media have increasingly enriched their coverage of Quan Hongchan in terms of content and tone. In addition to praising her performance and sportsmanship, there have also been some foreign media misinterpretations of her image, as well as issues of privacy infringement, commercialization, and entertainment by domestic media, which have attracted attention and discussion across the internet. This not only affects the personal growth of young athletes represented by Quan Hongchan, but also relates to national interests and national identity.

This study selected athlete Quan Hongchan as the research object and used literature review, content analysis, text analysis, and in-depth interviews to analyze 154 news reports about Quan Hongchan from 14 chinese and foreign mainstream media during the Paris Olympics. Among them, there are 132 samples from chinese mainstream media and chinese international news media, and 22 samples from foreign mainstream media. The study first applies Zang Guoren's framework theory to subdivide reports into seven categories: reporting themes, reporting genres, reporting tendencies, reporting sources, reporting frameworks, high-frequency words, and metaphorical appellations from macro, meso, and micro levels. Secondly, based on news reports, analyze the media image of Quan Hongchan created by chinese and foreign mainstream media, and compare the similarities and differences in their media images. Thirdly, based on the research, consider the problems in mainstream media's coverage of the image of athletes represented by Quan Hongchan. Finally, based on the research results, suggestions are proposed for mainstream media to construct the media image of athletes in the future.

Research has found that chinese and foreign mainstream media mainly shape the media image of Quan Hongchan from four frameworks: political issues, social issues,

inspirational struggles, and competitive events. Its media image presents various types. From the perspective of professional roles, it mainly includes the image of a genius girl who won three Olympic gold medals, the image of a national hero who perseveres on the field, and the image of a diving machine who loses freedom and happiness; From the perspective of social roles, there are mainly the image of sensible daughters born in rural families and the image of sports stars in high traffic economies; From the perspective of personality traits, there are mainly the image of a new generation of athletes who are authentic, daring to express themselves, and the image of a diligent and hardworking young role model who trains hard. At the same time, the author compared and analyzed the similarities and differences in the media image of Quan Hongchan portrayed by Chinese and foreign mainstream media. The similarities are reflected in the fact that Chinese and foreign mainstream media mostly praise Quan Hongchan's coverage, and the positive coverage mainly focuses on the reporting framework of competition and inspirational struggle. The difference lies in the fact that Chinese mainstream media mainly promote the positive image of Quan Hongchan, while some foreign mainstream media have negative coverage of her image and focus more on political and social issues; There are three main reasons for the differences in image shaping between Chinese and foreign mainstream media: ideology, social culture, and news concepts. Finally, through studying the case of mainstream media's construction of the media image of Quan Hongchan, the author found that there are problems of exaggeration and sensationalism, disclosure and concealment, pursuit of traffic effects and economic benefits in the media's coverage of athlete images. Targeted suggestions for media construction of athlete media images are proposed from four aspects: media positioning, public opinion guidance, process supervision, and issue selection.

Key Words: Paris Olympics; Quan Hongchan; Media image; Chinese and foreign mainstream media; News Report

目 录

1 绪论.....	1
1.1 研究背景及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 文献综述.....	3
1.2.1 关于框架理论的研究.....	3
1.2.2 关于媒介形象的研究.....	6
1.2.3 关于运动员媒介形象的研究.....	9
1.3 研究的创新与不足.....	11
1.3.1 研究创新.....	11
1.3.2 研究不足.....	11
2 研究设计.....	12
2.1 研究问题.....	12
2.2 研究方法.....	12
2.3 研究过程.....	13
2.3.1 研究对象.....	13
2.3.2 样本选择.....	14
2.3.3 类目建构.....	15
2.3.4 信度检验.....	18
3 中外主流媒体对全红婵报道的框架分析.....	20
3.1 全红婵个人情况概述.....	20
3.2 全红婵报道的宏观层次分析.....	21
3.2.1 报道体裁.....	22
3.2.2 报道倾向.....	23
3.2.3 报道主题.....	25
3.3 全红婵报道的中观层次分析.....	28
3.3.1 报道来源.....	29
3.3.2 报道框架.....	30
3.4 全红婵报道的微观层次分析.....	32
3.4.1 高频词.....	32
3.4.2 隐喻称谓词.....	34
4 全红婵的媒介形象.....	37
4.1 全红婵的职业角色形象.....	37
4.1.1 勇夺奥运三金的天才少女形象.....	37

4.1.2 赛场执着拼搏的国家英雄形象.....	38
4.1.3 失去自由快乐的跳水机器形象.....	38
4.2 全红婵的社会角色形象.....	39
4.2.1 农村家庭出生的懂事女儿形象.....	39
4.2.2 超高流量经济的体育明星形象.....	40
4.3 全红婵的个性特征形象.....	40
4.3.1 真实率性、敢于表达的新世代运动员形象	40
4.3.2 勤奋昂扬、刻苦训练的青年榜样形象	41
4.4 中外主流媒体所塑造的全红婵媒介形象比较	42
4.4.1 媒介形象的相同点.....	42
4.4.2 媒介形象的不同点.....	42
5 主流媒体运动员形象报道存在的问题	44
5.1 媒体报道话语存在夸大化和煽情化	44
5.2 选择性报道存在揭示与隐匿的问题	45
5.3 媒体追求流量效应引发次生舆情	47
5.4 媒体追求经济效益忽视社会效益	49
6 主流媒体建构运动员媒介形象的启示	51
6.1 媒体站位：合理报道,塑造生动立体形象	51
6.2 舆论引导：尊重隐私,倡导理智理性支持	51
6.3 流程监管：违规处理,建立信息沟通渠道	52
6.4 议题选择：把握分寸,提升记者职业素养	53
7 结论.....	55
参考文献.....	57
附件	62

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

中国进入改革开放和社会主义现代化建设新时期以来,体育事业也取得了举世瞩目的新突破和新成就。辉煌的体育成绩背后离不开国家“推动群众体育、竞技体育、体育产业协调发展,提升中国国际影响力,加快建设体育强国”政策的支持,以及习近平总书记提出的“扎扎实实提高竞技体育水平,持之以恒开展群众体育”的方针^[1]。2024年7月26日,第33届夏季奥林匹克运动会在法国巴黎开幕。在巴黎奥运会的跳水女子10米台决赛,中国运动员全红婵以总分425.60的成绩获得金牌,打破了伏明霞的纪录,以17岁131天成为中国奥运历史上最年轻的三金王,再次彰显了我国跳水运动的卓越实力。全红婵迅速跃升为全球瞩目的焦点人物,频繁占据国际舆论的风口浪尖。除了对她卓越成绩的广泛赞誉外,中外主流媒体也出现了一些非议之声。部分国外媒体对全红婵这样的年龄参与奥运会提出了批评,指责“中国体育机制缺乏人道关怀,将年轻运动员视为‘童工’,将其锻造成‘金牌生产线’上的产品”。更有甚者,将全红婵的农村出身背景加以歪曲,将其奋斗历程曲解为单纯的经济利益追求,并借此质疑中国农村的社会现状。在国内,一些自媒体及媒体记者为追求流量和经济效益,也对全红婵形象进行了不恰当的表达,诸如“缺乏教育”“不爱学习”“举止失态”等言论不绝于耳。全红婵在媒体聚光灯下的形象,引发了一系列舆论风波,深刻揭示了媒介对个人形象塑造与社会舆论生态之间的复杂互动关系。

“青年兴则国家兴,青年强则国家强。”一代人有一代人的使命和担当。某种程度上,运动员的媒介形象已成为国家形象建构的重要符码。本届巴黎奥运会中运动员不仅是体育竞技领域的新生力量,更是体育文化传承与普及的重要载体。在深度媒介化时代,媒体对运动员报道内容与语态愈发丰富,运动员已成为全社会体育精神构建中不可或缺的文化符号,其媒介形象不仅关乎个人成长,更涉及国家利益和民族面貌。因此需要全面考虑潜在的舆情影响以及跨文化传播现象,加强竞技体育中主流媒体对运动员报道的规范和引导。

目前,国家现有法律已对运动员的媒体报道做出部分规范。针对隐私权的界

[1]彭翠,王梦园,张可心.传播符号学视域下体育明星媒介形象的建构路径——以跳水运动员全红婵为例[J].海河传媒,2024,(04):31-37.

定,《中华人民共和国民法典》第一千零三十二条规定“自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权^[1]。”针对名誉权的界定,《中华人民共和国民法典》第一千零二十四条规定“民事主体享有名誉权。任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权^[2]。”针对互联网信息的发布,《互联网信息服务管理办法》第十五条规定“互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有侮辱或诽谤他人,侵害他人合法权益内容的信息^[3]。”针对媒体对未成年人的报道,《未成年人保护法》第四十九条规定“新闻媒体采访报道涉及未成年人事件应当客观、审慎和适度,不得侵犯未成年人的名誉、隐私和其他合法权益^[4]。”这些法律条款共同构成了保护个人隐私、名誉以及未成年人权益保护的重要法律依据。

在此国内外舆论环境和政策法规背景下,本文聚焦中外主流媒体对我国跳水运动员全红婵的报道,研究主流媒体的报道框架、全红婵所呈现的媒介形象、以及全红婵媒介呈现中存在的问题;旨在宏观把握当前媒体生态,提出主流媒体建构运动员媒介形象的优化报道策略,促进主流媒体传播活动向更加规范化、自觉性的方向发展,为运动员的可持续发展构建一个更为积极健康的社会舆论环境。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

本研究综合运用定量分析与定性研究相结合的方法,结合学者臧国仁的三次框架理论,分析巴黎奥运会期间中外主流媒体对跳水运动员全红婵的相关报道,归纳出中外主流媒体关于全红婵报道的框架、塑造的媒介形象及其所塑造的媒介形象的异同点,探究异同点存在的原因,有助于深化对体育明星媒介形象建构的理论探讨。全红婵作为中国新生代运动员的代表,其媒介形象既体现了国家话语对“体育强国”的叙事策略,也反映了全球化背景下中外主流媒体对运动员形象塑造的差异。研究可丰富体育传播学中关于“媒介形象”“国家认同”和“跨文化传播”的理论框架。同时,本文通过探究主流媒体对以全红婵为代表的运动员形象报道中存在的问题,提出主流媒体建构运动员媒介形象的相关启示,从而加强大型体育赛事中主流媒体对运动员报道的规范和引导。

(2) 现实意义

随着融媒体时代的到来,5G、AI、4K/8K、AR、VR 等技术在体育领域的深度运用,人们能够突破空间限制,身临其境地沉浸式观看比赛,竞技体育受关

[1]中华人民共和国民法典.第一千零三十二条[Z].2020.5.28.

[2]中华人民共和国民法典.第一千零二十四条[Z].2020.5.28.

[3]互联网信息服务管理办法.第十五条[Z].2000.9.25.

[4]未成年人保护法.第四十九条[Z].2024.4.26.

注程度不断提升。人们通过媒体了解体育赛事、关注体育新闻、认识参赛运动员。媒体也通过对运动员形象的塑造，影响着人们对于运动员的印象和看法。运动员作为体育新闻报道的主角和体育精神的载体，他们的媒介形象不仅展现出自身的能力和个性，更体现着国民精神风貌和国家综合实力。因此，媒体要从各个角度挖掘运动员的台前幕后故事，不断创新体育新闻报道的理念和方式，塑造出更加真实立体的运动员形象。

当前，新生代运动员是体育运动的主要参与者，是体育发展的坚实力量。研究新生代运动员，就是研究当下体育赛事中最具活力的群体，具有重要的研究价值。在本届巴黎奥运会上，中国新生代运动员不仅精彩表现令人瞩目，其独特的个性气质也给公众留下了深刻印象。然而中外主流媒体在塑造我国运动员媒介形象时也不乏负面报道，有的借对运动员的新闻报道上升到对我国政治体制和意识形态的批评，有的为博眼球挖掘运动员隐私导致舆论的不良影响，还有的则出言不讳擅自评价，不利于运动员形象的塑造。因此，本文通过分析中外主流媒体巴黎奥运会期间对跳水运动员全红婵的相关报道，发现媒介形象报道中存在的问题并提出优化建议。本研究有助于揭示中外主流媒体如何通过报道框架影响公众对运动员媒介形象的认知，尤其是全红婵陷入“跳水机器”“隐私权侵犯”“饭圈化”等复杂舆论环境中的形象争议。研究可为主流媒体优化运动员形象管理、引导健康舆论生态提供参考。此外，对比中外主流媒体的报道差异，可为中国体育外宣策略提供借鉴，以传递中国体育界积极向上的“正能量”与“精彩故事”，彰显主流媒体在国际传播中的传播力、影响力、引导力及公信力。

1.2 文献综述

1.2.1 关于框架理论的研究

依据研究范式，框架理论可被划分为两大维度：第一是框架理论的理论探讨层面，这一层面主要聚焦于其起源追溯、概念界定以及国内学者对该理论的深化研究。第二是框架理论的实证应用层面，着重于运用框架理论对媒体报道内容进行深度剖析。具体而言，框架理论的理论探讨主要涵盖以下三个方面。

(1) 框架理论的起源：两条线索

关于框架理论的学术起源有两条线索：其一是它植根于社会学理论之中。具体而言，20世纪70年代，社会学家欧文·戈夫曼在其著作《框架分析》中首次提出了核心论点，将框架分析的概念引入了新闻传播领域，其核心研究聚焦于新闻媒介如何利用框架来构建并呈现客观现实。其二是框架理论源自心理学理论。

在心理学领域,框架被视为个体认知过程中的一种假设性结构——基模,它指导个体将外部信息符号化并赋予其意义。在这两种起源观点中,前者更侧重于探讨社会现实的构建机制,而后者则更多地聚焦于框架如何影响个体的心理认知及行为模式^[1]。

(2) 框架理论的定义: 三种分类

关于框架理论的内涵解读,学术界呈现出多元化的视角,学者 Reese 将新闻框架的定义归纳为三大类别。第一类聚焦于新闻框架的效果层面,如 Entman 强调新闻从业者对新闻事件的选择与凸显能够影响受众的态度与认知形成。同时,从受众角度出发,他引入了“受众框架”的概念,指出受众并非完全被动接受媒体框架,而是具备主观能动性,会根据自身构建的框架来解读新闻内容,这一观点为框架研究开辟了新的理论视野^[2]。第二类将框架视为一种积极的意义生成过程。美国学者 Gamson 对框架的定义包含“界限”与“架构”两个维度,前者界定了取材范围,后者则揭示了意义的结构,是一种观察事物的世界观^[3]。基于此,潘忠党提出架构是人们构建社会现实的过程,而架构分析旨在诠释这一社会现实^[4]。黄旦进一步指出,框架理论需将媒介生产及其成果置于特定语境与多重关系中进行考察,其核心在于媒介如何通过文本反映社会现实、建构意义并引导受众认知^[5]。第三类定义则认为框架不仅是意义的生成,更是一种规律性的选择策略。Goffman 将框架定义为人们认识和阐释社会生活经验的认知结构,而 Gitlin 则进一步发展了 Goffman 的概念,认为框架是在不断选择、强调与呈现中所遵循的准则^[6]。臧国仁、钟蔚文则提出了“选择与重组机制”,其中“选择”机制具备筛选功能,“重组”则意味着排序与强调,新闻框架正是通过这一机制强调或掩盖特定新闻事实,从而实现对社会现实的建构^[7]。综合上述定义,不难发现,新闻框架作为一种认知与呈现事物的架构,通过选择与加工以传达隐含于其中的媒介机构文化价值、立场与态度。

(3) 臧国仁的三层次框架理论

自 20 世纪 90 年代框架理论被引入我国以来,该理论已吸引了众多学者的广泛关注与深入探讨。在我国当前的框架理论研究领域,学者臧国仁所提出的“三层次框架理论”占据了显著地位。臧国仁主张,媒体在新闻生产过程中,并非直

[1] 孙彩芹. 框架理论发展 35 年文献综述——兼述内地框架理论发展 11 年的问题和建议[J]. 国际新闻界, 2010, 32(09):18-24+62.

[2] Entman, R.M. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm[J]. Journal of Communication, 1993:43(4), 51-58.

[3] Gamson, W.A. News as framing: comments on Graber. American Behavioral Scientist[J]. 1989:33(2), 157-161.

[4] 潘忠党. 架构分析: 一个亟需理论澄清的领域[J]. 传播与社会学刊, 2006(1): 17-46.

[5] 黄旦. 传者图像: 新闻专业主义的构建与消解[M]. 复旦大学出版社, 2005.

[6] Gitlin, T. The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left: with a new preface[J]. Foreign Affairs, 1980:6-7.

[7] 臧国仁, 钟蔚文. 灾难事件与媒体报道: 相关研究简述[R]. 台湾国立政治大学新闻研究所研究中心, 1990 年教师专题论坛报告.

接镜像式反映新闻事件，而是在既有的框架体系内进行选择性排列与意义建构。在其专著《新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述》中，臧国仁以框架理论为理论支撑，构建了关于新闻媒体与消息来源互动关系的讨论框架，并将新闻框架细分为高层次结构、中层次结构与低层次结构三个维度^[1]。具体而言，高层次结构侧重于分析新闻主体等元素，揭示媒体对新闻事件的性质界定与报道立场；中层次结构则聚焦于报道数量、主体定位等报道方式的分析，体现对传播成效的预估与期望；而低层次结构则通过报道语言符号、修辞手法的剖析，归纳其报道技巧与风格特征^[2]。臧国仁的三层次框架理论整合了宏观、中观与微观的分析视角，为新闻报道的深入解析提供了更为全面且广泛适用的理论框架。

我国框架理论实证研究的先河可追溯至 1997 年陆晔发表的《香港中文报纸中的中国内地新闻：新闻文本的框架分析》。他通过在香港精心挑选了六家中文报纸，以这些报纸在一个月对中国内地新闻的报道框架为研究对象，深入探讨了香港回归后“媒介真实”的现状^[3]。目前国内学者在框架理论的实证研究依据研究对象的不同特性，可大致归为以下两大类。

一是针对单一媒体的纵向深度研究。例如彭瑜婷（2022）选取新华社在东京奥运会期间发布的 625 篇报道作为分析样本，借助 DivoMiner 平台进行文本数据挖掘与深度剖析，采用三层次框架理论，从高、中、低三个不同维度细致探讨了新华社作为主流媒体对“00 后”运动员的报道框架及其所塑造的媒介形象^[4]。谢京弦（2023）则是以《纽约时报》自 2022 年 2 月 24 日至 2023 年 9 月 21 日期间发表的关于俄乌冲突的 957 篇报道为基础材料，综合运用内容分析法和文本分析法展开实证研究，旨在揭示其报道框架，并据此探讨新媒介生态环境下战争与宣传的复杂议题^[5]。张晶（2023）的研究聚焦于《中国日报》在 2008 年北京奥运会与 2022 年北京冬奥会期间关于中国的新闻报道，运用新闻框架理论，结合内容分析、文本分析及案例研究的方法论，从宏观、中观到微观三个层次，系统总结了中国国际传播媒体在大型体育赛事报道中对中国国家形象建构策略的历史演进，同时深入探讨了在全球传播背景下，国家媒介形象战略构建的路径选择以及增强建构效能的策略导向^[6]。张志达（2022）深入探讨了自改革开放以来至 2020 年间，以《人民日报》为代表的主流媒体在报道青少年犯罪时媒介框架的演变趋势，并分析了这些报道如何塑造青少年犯罪群体的形象以及对其行为归因的探讨

[1]臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述 [M]. 台北:三民书局, 1999:51.

[2]于越. 主流媒体关于青年志愿者报道框架研究——以《人民日报》和《中国青年报》抗击新冠疫情报道为例[J]. 传媒论坛, 2023, 6(18):35-38.

[3]陆晔. 香港中文报纸中的中国内地新闻:新闻文本的框架研究[J]. 新闻大学, 1998, (02):45-48. 1998. 02. 011.

[4]彭瑜婷. 框架理论视域下中国“00 后”运动员的媒介形象研究[D]. 武汉体育学院, 2022.

[5]谢京弦. 《纽约时报》俄乌冲突报道的框架研究[D]. 南昌大学, 2023.

[6]张晶. 中国国际传播媒体国家形象建构策略演进研究[D]. 山东大学, 2023.

[1]。

二是针对多个媒体的横向对比研究。例如于星雅（2023）选取《人民日报》、《体坛周报》及《腾讯体育》作为他者建构的媒体样本，同时以谷爱凌的微博个人账号“@青蛙公主爱凌”作为自我建构的研究对象，运用三层次框架理论，从高、中、低三个维度剖析谷爱凌的媒介形象建构过程，揭示出媒体他者建构的形象趋于单一化，而自我建构的媒介形象则展现出多元性^[2]。徐嘉遥（2023）则选取人民日报为代表的主流媒体、中国体育报为代表的体育专业媒体以及谷爱凌等运动员自媒体作为三种不同类型的样本，采用三层次框架理论解析北京冬奥会期间我国运动员媒介形象报道议题框架、叙事框架及表达框架，探究这些报道中我国运动员媒介形象的类型特征、演变动因，并指出媒介形象塑造的偏差，进而提出相应的改进策略^[3]。黄燕萍（2007）通过对2003年至2006年间《人民日报》、《农民日报》、《中国青年报》及《华西都市报》四家报纸的报道分析，探讨了近年来中国媒体对农民工形象的呈现态度^[4]。夏倩芳与张明新（2007）则对1979年至2005年间《南方日报》与《湖北日报》中党员与精英形象报道进行了考察，研究发现党员框架与精英框架存在刻意分离的现象，即党员形象避免精英化描绘，精英形象也避免党员化标签，党员框架滞后于时代需求，而精英框架则占据优势表达地位。这一发现与党员的新时代内涵及社会现实不符^[5]。

1.2.2 关于媒介形象的研究

“媒介形象”这一概念伴随着电视媒介的诞生与广泛传播而受到学术界的关注。西方传播学领域对媒介形象的研究，起初聚焦于媒介与社会关系的探讨，随后逐渐转向对黑人、难民、女性、儿童等涉及阶级与种族议题的群体形象分析，这些研究大多紧密关联着特定历史时期内的政治、经济、文化权力结构。相比之下，我国涉足媒介形象研究的时间相对滞后，当前学界的研究范畴主要涵盖了特定社会群体的媒介形象、社会典范人物的媒介形象、国家、政府及城市形象的媒介呈现，以及不同媒体视角下的媒介形象构建。

（1）国外媒介形象研究

基于政治经济学视角，加姆森及其研究团队对媒介形象与社会现实之间的辩证关系展开了系统性研究。其核心观点在于，媒介文本的多义性特征为挑战者提供了建构替代性真实的可能性空间，这种建构能够获得特定受众群体的认同，因

[1] 张志达. 主流媒体青少年犯罪报道研究[D]. 东华大学, 2022.

[2] 于星雅. 归化运动员媒介形象的他者建构与自我建构[D]. 山东大学, 2023.

[3] 徐嘉遥. 北京冬奥报道中我国运动员媒介形象研究[D]. 湖南大学, 2023.

[4] 黄燕萍. 近年来我国媒体对农民工形象的呈现[D]. 广西大学, 2007.

[5] 夏倩芳, 张明新. 新闻框架与固定成见: 1979-2005年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象[J]. 新闻与传播研究, 2007, (02): 29-41+95.

为这些受众的日常生活经验往往使其对媒介信息产生异质性的解读^[1]。在媒介与权力关系研究领域，乔姆斯基等研究者通过对美国政府宣传机制的批判性考察，揭示了媒介公共意识的人为建构本质，指出这种被建构的公共意识往往与客观真实存在显著偏差乃至对立^[2]。大卫·阿什德进一步深化了这一研究路径，他从权力社会学的维度阐释了媒介在概念控制中的核心作用，强调权力通过媒介的象征性传播得以强化和再生产，从而使当代社会秩序日益呈现出媒介化的特征^[3]。文森特·莫斯科的研究则聚焦于大众传播在政治经济双重逻辑下的运作机制，揭示了媒介在复杂社会场域中的策略性实践^[4]。在受众研究方面，麦克劳等学者认为受众的媒介形象分为以下四类：新闻塑型，内容的消极方面，依赖和控制，特殊利益。他们的实证研究表明，在控制结构性和媒介使用变量的条件下，新闻塑型显著影响着受众的信息获取效能^[5]。

随着媒介形象研究的深入发展，学术界开始聚焦特定社会群体的媒介形象问题，涌现出一系列具有代表性的研究成果。在跨文化传播领域，阿尔卡坦尼采用对比研究方法，考察了“9·11”事件后美国两家媒体对阿拉伯裔、伊斯兰教徒及穆斯林群体的差异化呈现^[6]。在影视媒介研究方面，雷恩博尔特通过内容分析法，系统梳理了1946-1976年间美国电影对新闻从业者的刻画，其基于700部影片的实证研究表明，这一职业群体的媒介形象在长达三十年的时间跨度中保持了相对稳定性^[7]。鲍恩以美国旅游休闲杂志广告中的女性形象为研究对象，深入探讨了广告文本中两性作为游客、东道主及中介者的角色建构，并着重分析了这些形象表征的历时性变迁及其与美国社会文化演进的互动关系^[8]。在体育传播研究维度，莫菲特聚焦20世纪90年代英美报业对黑人男性运动员的报道，其研究发现该群体的媒介形象呈现出显著的积极转向，负面刻板印象逐渐消解^[9]。克雷内尔的历史研究则追溯了1914-1945年间媒介对英雄与超人形象的塑造，揭示了这

[1] Gamson W A , Croteau D , Sasson H T .Media Images and the Social Construction of Reality[J].Annual Review of Sociology, 1992, 18:373-393.

[2] 爱德华·S. 赫尔曼, 诺姆·乔姆斯基. 制造共识: 大众传媒的政治经济学: the political economy of the mass media[M]. 北京大学出版社, 2011.

[3] 阿什德著, 邵志择. 传播生态学: 文化的控制范式[M]. 华夏出版社, 2003.

[4] 加拿大 莫斯科 文森特, 加拿大 Mosco Vincent. 传播政治经济学[M]. 华夏出版社, 2000.

[5] Kosicki, G. M. & McLeod, J. M., "Learning from Political News: Effects of Media Images and Information-Processing Strategies", in Kraus, S. (ed.), Mass Communication and Political Information Processing, [M]. NJ, Erlbaum, Hillsdale, 1990, 69-83.

[6] AlKahtani, A., The Post September 11 portrayal of Arabs, Islam and Muslims in The Washington Post and The New York Times: A comparative Content Analysis Study[D]. Washington, DC, Doctoral Dissertation of Howard University, 2002.

[7] Rainbolt, W. R., Images of Journalism in American Films[D]. 1946-1976, New York, Doctoral Dissertation of The State University of New York, 2004.

[8] Bowen, H. E., Images of Women in Tourism Magazines Advertising: A Content Analysis of Advertising in Travel & Leisure Magazine from 1969 to 1999[D]. City of College Station, Doctoral Dissertation of Texas A & M University, 2002.

[9] Moffitt, K. R., Images of Black Male Athletes in British and American Newspapers, 1990-1999: A Comparative Content Analysis[D]. Washington, DC, Doctoral Dissertation of Howard University, 2001.

些形象表征与民主思潮及法西斯主义之间的复杂关联^[1]。

(2) 国内媒介形象研究

通过在知网数据库中以“媒介形象”为关键词进行检索,本研究发现目前国内对媒介形象的研究大致可以划分为以下三大类别:一是特定社会群体的媒介形象。例如风笑天(2010)的实证研究表明,大众传媒对独生子女群体的报道存在显著的负面倾向,而这种媒介建构与客观现实之间存在明显偏差^[2]。许向东(2009)从城市融入视角切入,通过对京沪穗地区六家主流报纸的内容分析,揭示了农民工群体在媒介形象塑造过程中遭遇的他者化困境,这种表征方式不仅强化了城市居民的刻板印象,还加剧了群体间的社会区隔^[3]。王宇荣和项国雄(2019)的研究则发现,不同媒介平台对留守儿童形象的建构存在显著差异,其中新闻网站呈现相对多元的报道视角,而社交媒体微博则倾向于强化“问题化”叙事,这种差异化的媒介实践在一定程度上加剧了公众的认知焦虑^[4]。二是社会典范人物的媒介形象。例如曹晋(2007)以《解放日报》中所塑造的姚明为研究对象,剖析了其媒介形象所承载的民族身份象征意义,认为这种跨国精英形象的塑造成功突破了西方对中国的传统认知框架^[5]。蔡骥和曹慧丹(2013)通过历时性考察,揭示了焦裕禄形象从政治符号向人民公仆转变的媒介建构过程,指出这种转变不仅反映了传播载体的革新,更体现了社会语境与集体记忆的深层变迁^[6]。三是国家及城市形象的媒介呈现。孙发友和陈旭光(2016)通过对《人民日报》“一带一路”报道的文本分析,发现“一带一路”话语历经媒体“家国同构”与“天下大同”的叙事策略,已成为中国形象的重要话语标识;媒体以“一带一路”话语为载体,企图建构身份共同体与利益共同体,助力于国家形象的建构与传播^[7]。费雯俐和童兵(2021)则从时尚传播视角切入,通过分析西方权威媒体对海派文化的报道,勾勒出上海在国际时尚语境中的媒介镜像,为城市形象的国际传播提供了新的研究路径^[8]。丁莉(2018)基于外媒报道的实证研究,指出郑州城市形象在跨文化传播过程中既面临机遇也遭遇挑战,强调需要创新传播策略以突破文化壁垒,促进郑州城市形象的构建^[9]。这些研究从不同维度拓展了媒介形象研究的理论边界,

[1] Kreiner, K., *The Age of Supermen: Fascism, Democracy and the Perception of the Heroic in the Mass Media, 1914-1945*[D]. New York, Doctoral Dissertation of New York, 2003.

[2] 风笑天. 独生子女:媒介负面形象的建构与实证[J]. 社会学研究, 2010, 25(03):177-198+245-246.

[3] 许向东. 一个特殊群体的媒介投影——传媒再现中的“农民工”形象研究[J]. 国际新闻界, 2009, (10):42-45.

[4] 王宇荣, 项国雄. 留守儿童媒介形象的差异化建构——基于新闻、评论文本的分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(06):17-23.

[5] 曹晋. 体育明星的媒介话语生产:姚明、男性气质与国家形象[J]. 新闻大学, 2007, (04):143-152.

[6] 蔡骥, 曹慧丹. 焦裕禄:媒介形象的建构与发展[J]. 新闻记者, 2013, (04):58-63.

[7] 孙发友, 陈旭光. “一带一路”话语的媒介生产与国家形象建构[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2016, 37(11):163-167.

[8] 费雯俐, 童兵. “海派时尚文化”的媒介镜像:上海城市形象对外传播的优化策略[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(09):28-33.

[9] 丁莉. 媒介融合背景下郑州城市形象跨文化传播研究[J]. 新闻爱好者, 2018, (09):71-74.

为后续研究提供了重要的学术参考。

1.2.3 关于运动员媒介形象的研究

运动员,作为大型体育赛事的核心角色,其媒介形象不仅映射出运动员个人的性格特质,更是民族精神与国家综合实力的微观体现,同时也揭示了媒体对运动员报道的价值取向与报道策略,凸显了体育传播的重要价值。通过在中国知网数据库中以“运动员媒介形象”为关键词进行检索与分析,本研究发现当前学术界关于“运动员媒介形象”的研究文献,依据研究对象大致可划分为三大类别:一是女性运动员的媒介形象研究;二是明星运动员的媒介形象探讨;三是归化运动员(即入籍他国并参与国际赛事的运动员)的媒介形象分析。

(1) 女性运动员的媒介形象

高晨旭(2022)针对《人民日报》在六届夏季奥运会期间所报道的女性运动员新闻文本进行了深入分析,通过时间轴上的纵向对比,归纳出女性运动员媒介形象演变的三大关键阶段:初期为承载着家国情怀的英雄形象守护者,中期演变为人文主义精神激励下的自我超越引领者,最终进化为奥林匹克精神拓展下享受竞技乐趣的梦想追求者。针对《人民日报》在塑造女性运动员媒介形象方面存在的问题,他建议从拓宽报道议题、深挖精神内涵及增强性别平等意识三个维度着手改进,旨在构建一个更加全面、立体的女性运动员媒介形象框架^[1]。马梦蝶(2021)选取新浪网冬奥会新闻报道为样本,观察到2002年至2018年间,女性运动员的媒介形象经历了从单一运动员身份向多元化社会身份的转变。尽管有所变化,她指出这些形象仍受限于主流意识形态框架内,仅是顺应了新时代社会语境的需求^[2]。黄婷与林建君(2018)发现影响女性运动员媒介呈现的因素涵盖运动员的外貌与背景、个性特质以及媒介的自我规避策略等,基于此,他们提出了从这些因素入手提升女性运动员媒介形象的策略^[3]。

(2) 明星运动员的媒介形象

刘静与邓秀军(2013)选取网球运动员李娜参与“大满贯”赛事期间的媒介形象构建作为案例,从明星运动员媒介形象构建过程中运动员主体身份的明确界定、运动员形象塑造团队与受众间的互动对话,以及媒介形象的构建策略三个维度展开详尽探讨。在媒介融合这一宏观背景下,他们深入分析了明星运动员媒介形象的全媒体塑造策略,旨在推动体育产业的蓬勃发展及体育文化的广泛传播^[4]。

[1]高晨旭.文化记忆视域下女性运动员媒介形象变迁研究[D].辽宁师范大学,2022.

[2]马梦蝶.新浪网冬奥会报道(2002-2018)的中国女性运动员媒介形象变迁研究[D].成都体育学院,2021.

[3]黄婷,林建君.女性运动员媒介形象呈现研究[J].体育文化导刊,2018,(04):153-158.

[4]刘静,邓秀军.明星运动员媒介形象的全媒体塑造策略研究——以李娜的“大满贯”参赛经验为例[J].武汉体育学院学报,2013,47(09):19-22.

黄子婷（2023）则指出，在新媒体时代的大众传播语境下，体育明星作为竞技场上的英雄象征，已成为蕴含特殊意蕴的符号。体育媒体的报道、运动员的自我展现与粉丝群体的积极参与，这三者协同作用，共同塑造了体育明星的媒介形象。体育明星需对自身社会角色拥有明确认知，并施行严格的自我管理；同时，管理者亦需加大舆论引导与管理力度，以促进体育文化事业的繁荣发展^[1]。刘天旭（2018）以体坛明星的媒介报道为研究对象，全面审视了体坛明星媒介形象的特征、传播策略，以及在传播过程中出现的诸多问题与现象。此外，他还通过若干具有代表性的人物案例，深入考察了体坛明星媒介形象报道所产生的社会影响。通过对如何更有效地传播体坛明星媒介形象这一核心问题的探讨，他进一步解析了体坛人物在塑造媒介形象过程中所引发的社会效应与深层思考^[2]。

（3）归化运动员的媒介形象

于星雅（2023）与王海英（2023）都通过选择谷爱凌作为归化运动员媒介形象建构的代表性案例。于星雅从媒体外部构建与个体自我构建的双重视角出发，阐述了两者在谷爱凌媒介形象成功塑造中的互补与协同作用，为归化运动员媒介形象的未来构建提供了宝贵的参考依据^[3]。王海英则聚焦于谷爱凌媒介形象的分析，揭示了这位集天赋、勤勉、爱国情怀与跨文化能力于一身的国民偶像如何推动冰雪运动的普及，促进中西文化的深度交流与融合，并提升中国国家形象。同时，她强调了谷爱凌形象在加强归化运动员与中国文化联系、深化民族认同感方面的作用，进而为中国体育事业的发展贡献力量^[4]。李泽（2023）则通过对澎湃新闻新闻在北京冬奥会期间对归化运动员报道的深度剖析，归纳出我国归化运动员的三大核心形象范畴：“专业冰雪健将”、“多元特质榜样”及“大国风采的展现者”。此外，他还针对形象构建过程中存在的问题，提出了针对性的改进建议，旨在为媒体未来在塑造我国归化运动员媒介形象、增强舆论引导效能方面提供参考与借鉴^[5]。

综上所述，当前学术界已有多位学者运用哲学、政治学、社会学及新闻传播学等多学科、多领域的理论框架，对特定群体的媒介形象构建进行了综合且深入的分析。伴随着媒介技术的迭代与融媒体时代的来临，我国对媒介形象的研究视角日益多元化，研究路径持续拓展，研究理论亦得以深化，为本文的研究奠定了坚实的基础并提供了丰富的参考。近年来，运动员媒介形象的研究已成为体育学与新闻传播学领域共同关注的焦点。鉴于此，本文通过分析巴黎奥运会期间中外主流媒体对跳水运动员全红婵的相关报道，总结其所呈现出的媒介形象、中外主

[1]黄子婷. 新媒体语境下体育明星的媒介形象建构与传播[J]. 东南传播, 2023, (10):14-18.

[2]刘天旭. 浅论体育明星的媒介形象塑造[J]. 东南传播, 2018, (09):48-51.

[3]于星雅. 归化运动员媒介形象的他者建构与自我建构[D]. 山东大学, 2023.

[4]王海英. 我国归化运动员媒介形象塑造价值与经营管理[J]. 冰雪体育创新研究, 2023, (18):31-33.

[5]李泽. 我国归化运动员媒介形象研究[D]. 武汉体育学院, 2023.

流媒体所塑造的媒介形象的异同点及主流媒体在形象报道中存在的问题,最后提出媒体建构运动员媒介形象的启示。媒体在报道中应严格把握报道尺度,平衡竞技态与生活态内容,避免过度曝光和神话化,倡导理性支持,强化相关规范和引导,保护运动员的成长空间和合法权益,以期向国内外观众塑造更为立体、生动、多层次的青年榜样形象。

1.3 研究的创新与不足

1.3.1 研究创新

(1) 选题案例较新

本研究选取 2024 年巴黎奥运会这一近期重大体育赛事作为研究案例,旨在分析我国运动员在媒体中的形象呈现,所选案例紧贴时事且具有较强的时效性。同时,在本届巴黎奥运会中我国取得境外参赛以来历史最好成绩,中国的年轻运动员也在赛场上捷报频传,媒体的关注度高、报道规模广,因而案例具有代表性。

(2) 研究对象较新

在本届巴黎奥运会中,跳水运动员全红婵以 17 岁 131 天成为中国奥运历史上最年轻的三金王,她也迅速成为热点人物,在国内外舆论场引起轰动,对其的各类新闻报道也层出不穷。因此本文选取全红婵作为研究对象较为新颖,一定程度上填补了学界对年轻运动员媒介形象的研究空白。

1.3.2 研究不足

(1) 样本选取存在局限

本研究仅重点关注了中外主流媒体对于跳水运动员全红婵的报道,而较少涉及社交媒体和自媒体对其的报道,因此在研究样本的选取上有一定的局限性,存在样本数据搜集不够全面的问题。

(2) 缺乏全局历史观视角

由于巴黎奥运会的时间与本研究开展的时间间隔较近,同时跳水运动员全红婵所处的社会和舆论环境仍在不断发展变化中,因此无法对其进行全局性、历史性的把握。

(3) 理论积累不够扎实

本研究在使用内容分析和文本分析的研究方法过程中,对于具体报道文本的解读仍有所欠缺,不够深刻;同时,新闻报道的层次划分和框架分类存在一定的主观性。

2 研究设计

2.1 研究问题

本文运用慧科新闻数据库和道琼斯新闻数据库进行样本搜集，选取 14 家中外主流媒体在巴黎奥运会期间关于跳水运动员全红婵的阶段性新闻报道作为研究对象。巴黎奥运会的举办时间为 2024 年 7 月 26 日至 2024 年 8 月 11 日，由于比赛存在赛前准备期和赛后回顾期，为了尽可能全面地收集相关数据，提升研究结果的准确性与全面性，本文选取巴黎奥运会周期 6 个月内关于全红婵的中外主流媒体报道，时间最终限定在 2024 年 6 月 1 日 00:00 至 2024 年 12 月 31 日 23:59。经过人工筛选核查，剔除仅提及全红婵名字的弱相关报道，最终搜集了 154 篇报道，其中国内主流媒体和中国国际新闻媒体样本 132 篇，国外主流媒体样本 22 篇。本文将围绕以下四个研究问题进行展开。

Q1: 中外主流媒体通过怎样的报道框架塑造全红婵媒介形象？

Q2: 中外主流媒体塑造出全红婵怎样的媒介形象并比较其媒介形象塑造的异同点。

Q3: 主流媒体对以全红婵为代表的运动员媒介形象报道中存在哪些问题？

Q4: 根据研究结果，为主流媒体建构运动员媒介形象提出建议。

2.2 研究方法

本文主要采用文献资料、内容分析、文本分析、深度访谈的研究方法来探究中外主流媒体对于跳水运动员全红婵的报道。

(1) 文献资料法

本文根据研究对象及问题，通过在校图书馆、中国知网、慧科新闻数据库、道琼斯新闻数据库等各类文献机构和数据库中以“媒介形象”“运动员媒介形象”“全红婵”“Quan Hongchan”“巴黎奥运会”等关键词查找国内外相关学术论文、文献资料及新闻报道，对搜集到的各类资料进行汇总、研读和梳理，了解运动员媒介形象的历史沿革、研究进展和研究成果；从而形成对本研究所要探讨问题的基本认识，为之后的分析提供参考与支撑。

(2) 内容分析法

本文通过分析中外主流媒体在巴黎奥运会期间发布的全红婵相关报道，结合学者臧国仁的三层次框架理论，建立了囊括报道体裁、报道倾向、报道主题、报道来源、报道框架、高频词和隐喻称谓词的七大变量类目，以全面分析全红婵媒

介形象的新闻报道内容。

(3) 文本分析法

本研究利用慧科新闻数据库和道琼斯新闻数据库搜集中外主流媒体对跳水运动员全红婵的报道,在新闻报道中爬取高频词制成词频统计表和词云图并进行文本分析,通过高频词和隐喻称谓词展现出中外主流媒体在对全红婵新闻报道中的站位和情感倾向,以试图揭示新闻文本背后所隐藏的媒体效果和意图。

(4) 深度访谈法

本研究对八位收看过巴黎奥运会及全红婵相关报道的中青年受访对象进行了深度访谈,访谈内容涉及巴黎奥运会中对跳水运动员全红婵的印象和对中国其他运动员的印象等。旨在通过比较媒介建构的运动员形象与受众接收到的运动员形象中存在的差异,找出媒介呈现过程中存在的问题以及优化的报道策略。

2.3 研究过程

2.3.1 研究对象

本文以跳水运动员全红婵作为年轻运动员的代表案例,通过研究巴黎奥运会期间中外主流媒体对其的相关新闻报道,以分析全红婵在中外主流媒体建构下的媒介形象及其异同点,主流媒体在运动员媒介形象报道中存在的问题及报道策略反思。

从2021东京奥运会,14岁的全红婵凭借出色的表现在赛场上一举夺冠,打破赛会记录;到2024巴黎奥运会,17岁的全红婵再次蝉联奥运会女子10米跳台的冠军,成为中国奥运史上最年轻的“三金王”运动员。农村家庭出生、跳水天赋异禀、小小年纪成绩斐然,三条经历属性让全红婵的媒介身份完美契合了符合观众心理预期的、“寒门出贵子”式的叙事标准,吸引媒体争相对其进行挖掘报道。在巨大的流量场中,中外主流媒体对全红婵的报道层出不穷,舆论风向混乱复杂,媒介伦理问题逐步显现。媒体除了对其成绩的高度赞扬之声,称其为“天才少女”外,也爆出了一些不和谐的舆论声音。部分国外媒体对其形象进行曲解诋毁,称其为“跳水机器”;国内一些自媒体和媒体从业者也忽视了全红婵作为运动员的身份和隐私权、肖像权、名誉权等合法权益,相关失当报道引发争议。综上,全红婵作为年轻运动员群体中的一员,拥有较高的关注和较多具有文本冲突性的新闻报道,故选择全红婵作为具有代表性的年轻运动员,分析媒体报道中存在的问题,以明确数字时代新闻报道规范与信息传播中运动员媒介身份建构的伦理规范。

2.3.2 样本选择

本研究选取巴黎奥运会周期 14 家中外主流媒体对跳水运动员全红婵的新闻报道为本文的研究样本,根据研究结果,发现媒介形象塑造中存在的问题,并为今后主流媒体如何建构我国运动员的媒介形象提出建议。

在时间的界定上,巴黎奥运会于 2024 年 7 月 26 日开幕至 8 月 11 日闭幕,为了尽可能全面地呈现出全红婵的媒介形象,出于样本完整性的考虑,本研究将新闻样本选取时段延长至 2024 年 6 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日间关于全红婵报道的所有内容。根据赛前赛中赛后时间节点的选取,6 月 1 日至 7 月 25 日为赛前预热阶段,7 月 26 日至 8 月 11 日为赛中报道阶段,8 月 12 日至 12 月 31 日为赛后总结阶段。在媒体的选择上,本文将媒体选择为中外主流媒体。喻国明认为主流媒体是关注社会发展的问题,可以成为社会主流人群的所倚重的资讯来源的具有思想的高级媒体^[1]。而在西方,美国语言学家乔姆斯基认为主流媒体是一个致力于生产社会主流价值观并且维护着所生产的社会的主流价值观的机构,故而也将美国有话语权的主流媒体解释为“精英媒体”或“议程设定媒体”^[2]。因此根据其定义,选择主流媒体有以下三方面原因:第一,尽管新兴社交媒体在传播影响力方面持续扩大,但传统主流媒体凭借其长期积累的品牌公信力与专业权威性,仍然在价值导向方面发挥着不可替代的作用。特别是在数字化转型背景下,主流媒体通过电子报刊、客户端等形式实现了内容获取的便捷化,为研究提供了可靠的数据来源。第二,与碎片化的网络传播相比,主流媒体在议题设置上更注重报道的系统性与深入性,其专题报道能更全面地呈现运动员的媒介形象建构过程。第三,主流媒体的原创内容往往成为社交媒体信息再生产的重要信源,这一特征进一步凸显了其在传播过程中的关键地位。

为了确保样本的权威性和广泛覆盖性,本研究共筛选出 14 家中外具有代表性的主流媒体。国内主流媒体和中国国际新闻媒体选择了《人民日报》、中国新闻社、《湛江日报》、《湛江晚报》、《环球时报》、《中国日报》和《南华早报》。经检索发现,以上 7 家媒体在巴黎奥运会期间关于全红婵的报道数量较多。

《人民日报》是中国共产党中央委员会机关报,是中国最具权威性和影响力的官方报纸之一。中国新闻社是中国以对外报道为主要新闻业务的国家级通讯社,主要服务对象包括海外华侨华人、港澳同胞、台湾同胞以及与中国有关系的外国人。

《湛江日报》和《湛江晚报》为湛江本地报纸,是广东省内办报时间长、影响力和发行量最大的地市报纸之一。巴黎奥运会期间,这两家报纸对湛江籍运动员全红婵的报道居国内地市级主流媒体之首。《环球时报》是由中国共产党中央委员

[1]喻国明. 一个主流媒体的范本[M]. 上海, 复旦大学出版社, 2004: 34.

[2]贾婷婷. 主流媒体中谷爱凌媒介形象的研究[D]. 兰州财经大学, 2023.

会机关报社人民日报社主办与出版的国际新闻报刊。《中国日报》是新中国成立后第一份全球发行的国家级英文日报，其创办旨在“让世界了解中国，让中国走向世界”，成为海外了解中国政治、经济、社会、文化的主要信息来源。《南华早报》是香港最具影响力的英文报纸之一，在国际上尤其是西方国家有一定的影响力，其报道被广泛引用，被视为了解中国的重要信息来源。因此，本研究选取以上 7 家国内主流媒体和中国国际新闻媒体可以代表中国主流价值观对于全红婵的认知和理解。

国外主流媒体根据报道数量、国别、权威性强、影响力大等原则，选取了来自路透社、法新社、美联社、德新社、CNN、《泰晤士报》、《纽约时报》关于全红婵的报道作为研究样本。路透社、法新社和美联社分别是英国、法国和美国具有重要影响力的通讯社，这三家通讯社和新华社共同构成了世界四大通讯社。德新社是德国最大的通讯社，其新闻服务涵盖政治、经济、科技、社会、文化和体育等多个领域。CNN（美国有线电视新闻网）是全球知名的 24 小时新闻频道，以快速、全面的新闻报道著称。《泰晤士报》是英国最具影响力的全国性日报之一，其在英国政治和国际事务中扮演重要角色，是英国传统观念的代表。《纽约时报》是美国最具影响力的报纸之一，它以深度报道、调查性新闻和高质量的编辑内容闻名，被誉为“记录报纸”，在塑造公共舆论和推动社会变革方面具有重要影响力。因此，本研究选取以上 7 家国外主流媒体可以代表西方主流价值观对于全红婵媒介形象的看法。

本研究选定慧科新闻数据库、道琼斯新闻数据库与各大主流媒体官方网站作为样本检索的主要平台。关于巴黎奥运会期间中外主流媒体对全红婵的相关报道，本研究首先在慧科新闻数据库和道琼斯新闻数据库中以“全红婵”“Quan Hongchan”作为检索词，搜索时间限定为 2024 年 6 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，得到相关报道后前往各媒体的官方网站对检索到的报道进行人工筛选和比对，以确保数据的准确性。最终，剔除无效样本后共得到关于全红婵新闻报道的中外媒体样本 154 篇，其中，国内主流媒体和中国国际新闻媒体样本 132 篇，国外主流媒体样本 22 篇。

2.3.3 类目建构

在着手进行文本分析之前，为了高效地将庞大数据集转化为精确且客观的视觉化信息，便于后续的量化处理与展示，构建合理的类目体系显得尤为重要。本研究采纳了学者臧国仁提出的三层次框架理论，以此理论框架为依据，将所选样本细致划分为宏观、中观以及微观三个不同维度的类目。此举旨在通过系统的分类，以深入理解与量化分析样本内容。本研究结合具体需求，将宏观层次分为报

道主题、报道体裁和报道倾向；中观层次分为报道来源和报道框架；微观层次分为高频词和隐喻称谓词。表 1 为具体指标。

表 1 框架类目建构表

一级类目	二级类目	三级类目	
宏观层次	报道体裁	消息	
		通讯	
		评论	
		专题报道	
		赞扬	
	报道倾向	中立	
		批评	
		政治主题	
		体育主题	
		生活主题	
中观层次	报道主题	经济主题	
		法律主题	
		自采	
		转载	
		政治议题框架	
	消息来源	社会议题框架	
		励志奋斗框架	
		赛事竞技框架	
		报道框架	
微观层次	高频词		
	隐喻称谓词		

(1) 报道主题

报道主题即报道的核心意义与所采取的视角，构成了整篇报道的主线，贯穿始终。对于新闻稿件主旨的搜集与综合，有助于揭示在巴黎奥运会期间，中外主流媒体是如何构建跳水运动员全红婵的媒介形象的。通过对新闻报道的深入剖析，可以将全红婵媒介形象构建过程中涉及的新闻主旨细分为以下几个类别：政治主题、体育主题、生活主题、经济主题以及法律主题。

表 2 报道主题的类目建构表

报道主题类型	说明
政治主题	出征巴黎、为国而战、意识形态、国家体制

续表 2 报道主题的类目建构表

报道主题类型	说明
体育主题	赛事赛况、比赛成绩、体育精神、训练日常
生活主题	兴趣爱好、家庭背景、成长经历、个性特点
经济主题	粉丝经济、流量变现、商业代言、文旅产业
法律主题	隐私权侵犯、过度商业化、体育饭圈化、未成年保护

(2) 报道体裁

新闻报道的体裁是报道内容与展示手法相结合的一种统称,它定义了新闻的具体样式。这一体裁分类涵盖了消息报道、通讯特写、新闻评论以及专题报道等多种类型。

表 3 报道体裁的类目建构表

报道体裁类型	说明
消息	以简洁明了的文字及时传播最新发生事实的新闻体裁
通讯	生动形象地反映新闻事件或典型人物的报道形式
评论	针对新闻事实和社会现象发表意见、阐述观点的体裁
专题报道	针对某一新闻事件、社会现象或问题进行深入、全面、系统报道的形式

(3) 报道倾向

新闻报道的倾向性,是作者在新闻报道中流露出的对客观事实的态度,体现了新闻机构或作者的立场与观点,构成了新闻报道不可或缺的一部分。依据报道倾向的不同,可以分为赞扬、中立与批评三大类别。

表 4 报道倾向的类目建构表

报道倾向类型	说明
赞扬	报道内容的感情倾向是正面赞扬
中立	报道内容没有明显的感情倾向
批评	报道内容的感情倾向是负面批评

(4) 报道来源

报道来源指提供新闻事实的具体信息源。多元化的报道来源和多样的视角能够增强报道的客观性。此外,报道来源还在一定程度上揭示了媒体所代表的立场及其发声的角度。

表 5 报道来源的类目建构表

报道来源类型	说明
自采	媒体机构通过自身采编团队，对新闻事件进行实地调查、采访和内容制作的过程，强调原创性和一手信息来源。
转载	媒体机构对其他来源已发布的内容进行复制、传播的行为，需注明出处，属于信息的二次传播。

(5) 报道框架

报道框架是指一定的新闻报道之中内容的布局，它表明新闻报道如何安排、运用材料和表现主题。

表 6 报道框架的类目建构表

报道框架类型	说明
政治议题框架	涉及运动员为国而战及国家体制、意识形态的框架
社会议题框架	媒体在报道时涉及运动员的个人生活、成长经历等
励志奋斗框架	塑造运动员在赛前辛苦训练、努力奋斗的框架结构
赛事竞技框架	描写运动员在赛场上奋力拼搏、争金夺银的框架结构

(6) 高频词

在某一主题下，与主题相关的词汇会以同义反复的状态出现在信息中，此类词语叫做高频词语。因此，采用词频统计的手段对文本内容进行分析，旨在揭示文本所蕴含的倾向性特征及其核心主题。

(7) 隐喻称谓词

隐喻是一种修辞手法，在新闻报道的语境中，它常被用来呈现大众熟悉的特点，帮助受众构建与媒体内容相关的经验框架与立场，从而达到说服受众的效果^[1]。在体育新闻报道中，通过隐喻称谓词的运用，公众能够透过体育语篇的报道深刻体会到体育精神、运动员的卓越品质以及词汇背后所蕴含的国家意识形态。

2.3.4 信度检验

在进行正式独立编码工作之前，本研究首先广泛参考并系统整理了相关领域的研究文献，同时深入阅读了大量关于全红婵的新闻报道文本。在此基础上，本研究归纳总结了编码类目的选项，精心制定了针对全红婵媒介形象的编码手册，并对参与编码的三位新闻学与传播学专业的硕士研究生进行了统一的编码技术

[1]郝博文. 框架理论视域下谷爱凌媒介形象的研究[D]. 首都体育学院, 2022.

培训。这三位编码员均具备扎实的专业基础，且能够独立分析新闻报道的文本内容。编码员分别在 DivoMiner 数据平台上完成了信度测试，根据霍尔蒂指数的计算结果，三位编码员的复合信度均超过了 0.9，达到了高信度水平。学者周翔指出，当信度系数达到或超过 0.90 时，可认为信度有效^[1]。因此，可以顺利推进至下一阶段的研究工作。

[1]周翔. 传播学内容分析研究与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2014:217.

3 中外主流媒体对全红婵报道的框架分析

3.1 全红婵个人情况概述

本文研究对象为跳水运动员全红婵。全红婵 2007 年 3 月 28 日出生于广东省湛江市麻章区麻章镇迈合村，自 2014 年 9 月开始练习跳水。2018 年 2 月，她进入广东省跳水队，并于 2020 年 10 月进入国家跳水队。2021 年 4 月，全红婵转为正式运动员。2022 年 9 月，她被授予跳水项目“国际级运动健将”称号。其个人赛事荣誉见表 7。

表 7 全红婵 2021-2024 年度个人赛事荣誉表

时间	赛事	荣誉
2024 年 8 月 6 日	巴黎奥运会女子 10 米跳台跳水	冠军
2024 年 7 月 31 日	巴黎奥运会跳水女子双人 10 米跳台	冠军
2024 年 4 月 21 日	世界泳联跳水世界杯总决赛女子 10 米台	亚军
2024 年 4 月 19 日	世界泳联跳水世界杯总决赛女子双人 10 米台	冠军
2024 年 3 月 25 日	跳水世界杯柏林站女子 10 米台	冠军
2024 年 3 月 4 日	跳水世界杯蒙特利尔站女子 10 米台	亚军
2024 年 3 月 3 日	跳水世界杯蒙特利尔站女子双人 10 米台	冠军
2024 年 2 月 7 日	世界泳联世锦赛跳水女子双人 10 米台	冠军
2024 年 2 月 6 日	世界泳联世锦赛女子 10 米跳台	冠军
2023 年 12 月 3 日	多哈世锦赛跳水项目选拔赛第二站女子双人 10 米跳台	冠军
2023 年 12 月 1 日	多哈游泳世锦赛跳水选拔赛（第二站）女子单 人 10 米跳台	亚军
2023 年 11 月 26 日	跳水全锦赛女子双人 10 米台	冠军
2023 年 11 月 22 日	全国跳水锦标赛女子 10 米台	亚军
2023 年 10 月 3 日	杭州第 19 届亚运会跳水女子 10 米跳台	冠军
2023 年 9 月 30 日	杭州第 19 届亚运会跳水女子双人 10 米跳台	冠军
2023 年 8 月 6 日	德国柏林跳水世界杯超级总决赛女子 10 米台	亚军
2023 年 8 月 4 日	德国柏林跳水世界杯超级总决赛女子双人 10 米台	冠军
2023 年 7 月 19 日	福冈游泳世锦赛女子单人 10 米台	亚军
2023 年 7 月 16 日	福冈游泳世锦赛跳水女子双人 10 米台	冠军

续表 7 全红婵 2021-2024 年度个人赛事荣誉表

时间	赛事	荣誉
2023 年 5 月 8 日	世界泳联跳水世界杯蒙特利尔站女子单人 10 米台	冠军
2023 年 5 月 7 日	世界泳联跳水世界杯蒙特利尔站女子双人 10 米台	冠军
2023 年 4 月 16 日	世界泳联跳水世界杯西安站女子单人 10 米台	亚军
2023 年 4 月 14 日	世界泳联跳水世界杯西安站女子双人 10 米台	冠军
2023 年 3 月 21 日	全国跳水冠军赛女子 10 米台	亚军
2023 年 3 月 19 日	全国跳水冠军赛女子双人 10 米台	冠军
2022 年 10 月 22 日	FINA 柏林跳水世界杯女子 10 米跳台	亚军
2022 年 10 月 21 日	柏林跳水世界杯女子双人 10 米台	冠军
2022 年 6 月 30 日	布达佩斯游泳世锦赛女子双人 10 米台	冠军
2022 年 6 月 28 日	布达佩斯游泳世锦赛女子 10 米台	亚军
2021 年 9 月 12 日	第十四届全国运动会跳水女子 10 米台	冠军
2021 年 8 月 5 日	东京奥运会跳水女子单人 10 米台	冠军（打破世界纪录）
2021 年 5 月 13 日	全国跳水冠军赛暨东京奥运会选拔赛女子 10 米台	冠军
2021 年 3 月 14 日	中国跳水明星赛女子 10 米跳台	亚军
2021 年 3 月 12 日	中国跳水明星赛暨第十四届全运会跳水项目测试赛女子双人 10 米台	亚军
2021 年 1 月 21 日	跳水项目东京奥运会、世界杯选拔赛（第二站）女子双人 10 米台	亚军

3.2 全红婵报道的宏观层次分析

在宏观层面的报道分析中，本研究聚焦于报道体裁、报道立场以及报道主题三大方面进行深入探讨。通过对全红婵相关新闻报道的数量统计与比例构成进行深入剖析，旨在揭示在巴黎奥运会期间中外主流媒体在报道该议题时所呈现的总体趋向及鲜明特点。

3.2.1 报道体裁

本研究将报道体裁分为消息、通讯、评论和专题报道共四项，具体数据统计和比例构成情况如表 8 和图 1 所示。可以看出，通讯最多，有 104 篇，占比 67.4%，评论 23 篇，占比 15.2%，其次依次为消息 14 篇，占比 9.4%，和专题报道 13 篇，占比 8%。

通讯由记者在现场撰写，重点描述特定事件的进展、背景和细节，通常带有记者的观察和经验，呈现出更生动的场景和氛围。在巴黎奥运会报道中，主要说明全红婵的成长经历、前期准备、赛场夺金和赛后采访等，详细介绍其运动生涯，呈现出生动立体的运动员形象。例如，在巴黎奥运会比赛前期，湛江晚报的《希望把中国国旗升到最高，为国争光》《希望去参加比赛的都能站上最高领奖台》、路透社《PREVIEW-Olympics-Dominant Chinese divers vie for golden sweep in Paris》，通过介绍全红婵在内的“梦之队”冲刺备战巴黎奥运会的最新情况和采访全红婵对本届奥运会的期待，提前预热了比赛并引起观众广泛关注。中国新闻社的《全红婵/陈芋汐：不止“水花消失术”》，媒体通过跳水女子双人 10 米台决赛夺金后采访全红婵和陈芋汐，描写了备战巴黎奥运这三年间两人的心路历程，突出了金牌背后付出的艰辛和努力。

评论式报道大都为体育饭圈化、隐私权侵犯、过度商业化等与全红婵相关的社会议题的评论，展现了中外主流媒体对于所报道事件的看法和态度。例如环球时报《喜爱不应变成骚扰 流量必须守住边界》和湛江晚报《别让非理性“打卡”吹散了热爱》，这两篇文章通过对全红婵回老家后被过度围观的事件进行评论，引导受众应当保持理性，恪守行为的边界，给予运动员足够的尊重和理解。南华早报《China dive queen's brother declines US\$28 million contracts to focus on helping farmers》中，评论了全红婵的大哥全进华通过直播带货帮助村民销售农产品的事件，引导网民正确看待直播带货行为，只要是正经人正经地做正经事，都值得被尊重，也理应获得支持。纽约时报《China's Extreme Fan Culture Makes Olympic Gold a Mixed Blessing》，通过采访各领域专家对体育领域饭圈化事件的看法，从客观中立的角度指出中国的极端粉丝文化让奥运金牌喜忧参半。

消息类体裁的报道，主要集中在赛事项目议题的报道中，意在向受众及时传递具有历史性意义的赛事信息，满足受众对奥运会的信息需求。如中国新闻社《18 岁陈芋汐和 17 岁全红婵，连续两届奥运夺金》、湛江日报《女单 10 米跳台决赛上演巅峰对决全红婵夺冠》和法新社《Sleeping' Chinese divers maintain perfect Paris Olympics record》，上述消息报道以简洁明了的方式概述了全红婵和陈芋汐在女子双人跳水 10 米台项目和全红婵在女子单人 10 米跳台项目中荣获金牌的赛况。通览全文，未见明显的评价性语言，此类报道兼具比赛进程的叙述与最终赛

果报道的双重功能。然而，它并未对全红婵的媒介形象进行具体刻画，呈现出一种“非主动塑造”的报道模式，即侧重于事实陈述而非形象构建。

专题报道以对全红婵的深度报道为主，主流媒体通过挖掘全红婵赛场内外、成长经历的故事，对全红婵进行了深层次全方位的报道。例如湛江晚报从2024年8月19日到11月9日发表《从农家小妹到奥运“三金王”》的相关系列报道，讲述了全红婵从农村家庭通过自己的努力成为奥运三金王的励志成长故事，塑造了一个努力拼搏的青年榜样形象。中国新闻社《Beyond the Spotlight: Story of China's youngest three-gold Olympic medalist Quan Hongchan》中，不仅客观展现了全红婵为奥运会刻苦训练的运动员形象，还通过描述全红婵的家庭背景、采访其家人，让受众了解了日常生活中的全红婵，全方位、多角度地丰富了其媒介形象。综上，中外主流媒体在对于全红婵的相关报道中使用了丰富多样的体裁，较为灵活多样进行报道。媒体在传播赛事成绩时，主要采用消息的形式；而在展现人物形象与故事时，则更多地运用通讯与专题报道这两种形式；同时对与全红婵相关的社会热点事件进行评论来表达媒体的观点，引导舆论走向。

表8 中外主流媒体关于全红婵的报道体裁统计表

报道体裁	数量	比例
通讯	104	67.4%
评论	23	15.2%
消息	14	9.4%
专题报道	13	8%

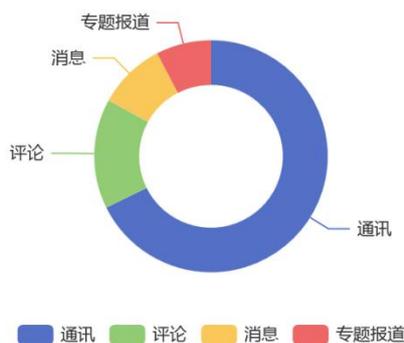


图1 中外主流媒体关于全红婵的报道体裁统计图

3.2.2 报道倾向

报道倾向分为赞扬、中立和批评三类。具体数据统计情况如表9和图2所示。赞扬报道60篇，占比38.9%，中立报道77篇，占比50.3%。批评报道17篇，占比10.8%。

主流媒体对全红婵的报道主要以正面赞扬为主导，这些报道展现了媒体对她

在赛场上及日常中所体现的中国年轻运动员应有的精神风貌和意志品质的认可。例如湛江日报《真的很难不喜欢全红婵》，通过“走钢丝”“场外喧嚣”“顶峰相见”三个主题词讲述了全红婵备战巴黎奥运会这三年来克服生长发育关和外界的杂音纷扰，始终保持初心和纯粹，坚定向目标努力的事例，塑造了奋力拼搏的追梦者形象。CNN《Paris Olympics: China's Quan Hongchan, Chen Yuxi Nail The Synchronised Dive And How》称赞全红婵和陈芋汐的表演非常同步和完美，从侧面看时，两人就像一名跳水选手一样，直观展现了中国跳水队的高超技术。这种以赞扬为主导的报道倾向从国家意识形态与社会意识形态的双重维度出发，奠定了宣传的基础调性与核心旋律，旨在形成广泛的社会共识。

中立立场集中于全红婵奥运夺金的赛事情况、其奥运周边产品所引发的经济效应和赛场外的生活议题，以反映客观事实，无明显情感偏向。例如德新社《Update Another diving gold for China, and a first medal for North Korea》、路透社《Olympics-Diving-China's Quan and Chen take gold in women's synchronised 10m platform》、美联社《China's Quan Hongchan, Chen Yuxi lead the way in Olympic 10-meter diving》、人民网《China's Chen Yuxi/Quan Hongchan win women's synchro 10m platform》、湛江晚报《“湛将”全红婵参与合唱》等相关报道，向受众传递信息，客观中立的提供了多种视角关于全红婵赛场内外的新闻资讯。

批评报道基本围绕国内主流媒体对全红婵相关新闻报道所引发的媒介伦理问题及国外主流媒体由运动员话题而上升到对国家政治体制的批判等议题。如环球时报《Reporter in controversy for inappropriate remarks on Olympic champion Quan Hongchan》和南华早报《Critics of China Olympic diving queen Quan Hongchan slammed for 'uneducated idiot' insults》对南方日报的体育记者在直播中评论全红婵时用了“疯疯癫癫，不跳水后像白痴”的话语诋毁事件展开报道，两家媒体从新闻道德的社会性歪曲与新闻工作者责任规范缺失对此事件提出批评，指出新闻工作者要守住道德底线和树立责任意识，要以客观、公正、尊重的态度报道和评论运动员。而国外媒体关于全红婵的负面报道主要聚焦于运动员的年龄，自由人权等问题。如财经新闻发表的《And three years later, the Olympics continue to exploit children》指出巴黎奥运会中国派出了很多未成年运动员，其中全红婵年仅17岁就已经参加了两届奥运会。指责中国将未成年运动员当作“童工”和“跳水机器”，全红婵的成功是靠被“剥夺自由”换来的。认为在中国政治远远高于任何其他因素，进而上升到对中国体制的批判上。同时，由于国外媒体对中国的社会文化了解并不全面深入，因此在报道中的某些语句也会凸显出对全红婵所出生的农村家庭的刻板印象。如泰晤士报在《The forgotten village transformed by an Olympic cash cow》中写到“Her village is far from the wealthy metropolises of

Beijing, Shanghai and Guangzhou. The fact that most of its residents share the same surname, Quan, is also a classic marker of the sort of traditional rural settlement often regarded as “left behind” in modern China.”（她的村庄远离北京、上海和广州等富裕大都市。其大多数居民都姓权，这一事实也是现代中国传统农村聚落的典型标志，这种聚落通常被视为“落后”。）国外媒体将中国的传统聚居形式形容为“落后”，反映出西方对于中国农村根深蒂固的刻板印象。综上所述，国内主流媒体在对于全红婵的报道上以赞扬和中立态度为主流，力求通过报道塑造全红婵拼搏向上、为国争光的年轻运动员形象，这一做法揭示了国内主流媒体在塑造本国运动员媒介形象时，倾向于采用正面报道作为主要策略，以此支持并促进运动员良好形象的广泛传播与正面推广。同时，批评立场主要聚焦于国内媒体对全红婵相关新闻报道所引发的媒介伦理问题及国外媒体围绕全红婵的参赛年龄、人权自由、中国农村现状等问题的批评。对此，国内主流媒体在面对有关全红婵的负面舆情时，第一时间澄清了舆论、回应了质疑，通过发布中英文稿件，引导受众保持理性，恪守行为的边界，这也体现出了国内主流媒体的责任担当、专业性和权威性。

表 9 中外主流媒体关于全红婵的报道倾向统计表

报道倾向	数量	比例
赞扬	60	38.9%
中立	77	50.3%
批评	17	10.8%

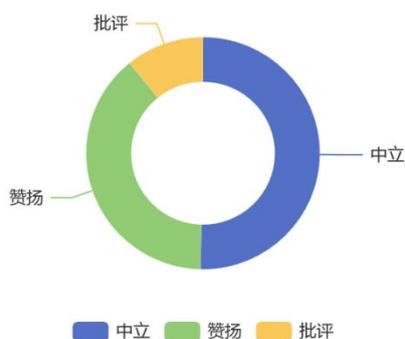


图 2 中外主流媒体关于全红婵的报道倾向统计图

3.2.3 报道主题

臧国仁在《新闻报道与真实建构：新闻框架理论的观点》一文中提到，高层次框架是指“事件的抽象意义，是对某一事件主题的界定^[1]”。报道主题在新闻

[1] 吴丽娜. 新华网杭州 G20 峰会专题中的国家形象报道框架研究[D]. 新疆大学, 2017.

中占据主导地位，贯穿全文并引导写作过程，对新闻的构思、素材选择、表达方式及语言运用起着决定性作用。通过对研究样本的深入分析，本研究将全红婵的相关报道主题分为体育、生活、法律、政治和经济主题五大类。其中体育主题 93 篇，占比 60.3%，生活主题 38 篇，占比 24.7%，法律主题 13 篇，占比 8%，政治主题和经济主题各 5 篇，占比 3.5%，具体见表 10 和图 3。此处需要说明的是，一篇新闻报道可能会涉及不同主题，因此在划分类目时，本研究以报道篇幅较大的主题进行编码，从而在样本总量中得出分布情况以及所占比例。

在体育类主题中，中外主流媒体通过对赛事赛况、比赛成绩、训练日常、体育精神等内容进行描述，展现了全红婵赛场上奋力拼搏的追梦者形象。如人民日报的《跳水女子十米台全红婵卫冕 努力将每一个动作做到极致（五环大视野）》和《展精湛技艺 显青春风采（五环大视野）》、路透社《Olympics-Diving-China's Quan dominates 10m platform semi-final》，此类赛事相关报道的核心议题聚焦于全红婵的竞技历程，涵盖赛前准备、赛场上的发挥以及赛后的成绩总结，同时也通过描写全红婵在巴黎奥运会周期克服发育关和练习 207C 的训练日常，展现了其夺冠背后的辛苦付出。从竞技体育的视角来看，竞赛成绩是衡量运动员成功与否的关键指标。作为年轻运动员的杰出代表，全红婵的比赛成绩在很大程度上左右着公众舆论的导向及其媒介形象的构建。中外主流媒体选择以体育为核心报道角度，主要基于以下两点考虑：首先，运动员的身份特质决定了其媒介形象及社会影响力的主要评判依据是其竞技成绩，因此，通过赛事报道来塑造全红婵的媒介形象更具权威性和说服力。其次，全红婵的体育主题报道通常不会引发舆论风波，有利于媒体观点和态度的有效传达，避免了舆论风险的产生。

在生活类主题中，主流媒体深入挖掘兴趣爱好、家庭背景、成长经历、个性特点等内容，展现了全红婵真实鲜活、率性自然的新世代运动员形象。例如中国新闻社发表的《谷爱凌为跳水“两小只”加油打气》和《（巴黎奥运）谷爱凌遇见跳台双姝：我和她们感同身受》、南华早报的《Fangirl moment': China's top divers star-struck as Eileen Gu gatecrashes Paris Olympics》，三篇报道通过展现全红婵赛后见到谷爱凌时的兴奋、激动，两人拉着手互相交流比赛经验的场景，塑造了和谐友爱、相互欣赏的青年运动员形象。湛江日报《出镜畅谈巴黎奥运经历和感受全红婵想吃家乡菜》中，通过记者和全红婵的面对面访谈，用第一人称的叙事角度展现了一个喜欢玩偶、可爱纯粹、三年间逐渐变得成熟自信的运动员形象。在巴黎奥运会比赛后，湛江晚报《从农家小妹到奥运“三金王”》的系列报道，通过人物的专题报道形式，从全红婵的家庭背景、成长经历入手，建构了一个听话懂事、孝顺女儿的形象。南华早报《Paris Olympics: China's gold-medal queen Quan Hongchan excited for brother's chicken》和湛江日报《全红婵赛后遇惊喜：哥哥也

来了 兄妹俩用雷州话对话,“助攻”推广“鲜美湛江”》,当全红婵被问及征服巴黎后的下一步计划时,她表示想吃哥哥全进华做的白斩鸡,生活类主题的报道让运动员形象更加真实立体。

在法律类主题中,主流媒体主要通过通过与全红婵相关的隐私权侵犯、过度商业化、体育饭圈化、未成年人保护等社会议题进行评论,以引导受众正确理性看待。如纽约时报《China's Extreme Fan Culture Makes Olympic Gold a Mixed Blessing》和南华早报《250 million react online as China Olympic hero closes supporters club over toxic fan culture》两篇文章都对体育饭圈化和极端的粉丝文化进行了报道,强调要整治饭圈乱象,防范体育受逐利性价值观影响,高度警惕过度商业化倾向。同时,全红婵在面对外界对她与陈芋汐关系的质疑时,她主动在公众面前毫不吝啬地展露出对陈芋汐的爱和信任,主动制止外界对陈芋汐的话语中伤,用表达正确的观点、真实的情感处理饭圈文化。湛江晚报《别让非理性“打卡”吹散了热爱》和环球时报《喜爱不应变成骚扰 流量必须守住边界》都从法律角度指出过度围观和打卡全红婵的家庭和私人生活已经侵犯了他人的隐私权,指出要全面加强运动员安全保障和隐私保护。对于任何超出合理范围的关注或侵犯行为,法律和社会都应予以限制和批评,以保障个人隐私和维护社会秩序。

在政治类主题中,主要涉及出征巴黎、为国而战、国家体制、意识形态等议题。如人民日报《“祖国和人民为你们骄傲”》、湛江日报《全红婵接受央媒采访:我希望中国选手都能站上最高领奖台》,通过习近平总书记接见第三十三届奥运会中国体育代表团时,赞扬全红婵和陈芋汐两人配合默契,称她们为“无水花运动员”。全红婵和陈芋汐也表示她们彼此互为后盾,都是在为中国而战,谁拿金牌都可以,从话语中表达了中国运动员为国争光、捍卫荣耀的爱国情怀。而西方媒体由于政治体制和意识形态的差异,以及对中国实际情况的不了解,在新闻报道时会带有先入为主的刻板成见,并将体育话题上升为政治议题的讨论。如财经新闻发表的《And three years later, the Olympics continue to exploit children》,批评全红婵这个年龄的选手不应出现在奥运会的竞技舞台上,但却忽视了奥运赛场上同样存在一些比全红婵年龄更小的外国运动员仍在积极参赛的事实。还有泰晤士报《Village strikes gold following young diver's Olympic glory》一文中将全红婵来自的农村定义为“落后”,带有对中国农村现状的刻板印象,充满意识形态偏见。

在经济类主题中,主要涉及粉丝经济、流量变现、商业代言、文旅产业等议题。如湛江晚报《全红婵“簪花妆造”游赤坎老街》、南华早报《Thousands turn China hometown of Olympics teen dive queen Quan Hongchan into tourist hub》和中国日报《Diving champion giving a Midas touch to hometown》中指出全红婵引发

的巨大明星效应，其家乡摇身一变为旅游胜地，众多游客纷纷前来打卡，这也带动了家乡村民致富和当地文旅创收。湛江日报《“广式”松弛感全红婵的丑鱼拖鞋火了!》、中国日报《Capital of plastic shoes' embraces innovation, deepens R&D》和环球时报《Olympic Champion Quan Hongchan spurs unprecedented surge in turtle toy sales》中报道了被全红婵在奥运会上带火的丑鱼拖鞋和乌龟对对碰玩具迅速成为爆款，相关商家上架的同款销量急增，这彰显出了全红婵作为体育偶像所引发的巨大经济效应。但同时专家也提醒市场需要引导消费者理性购买、不要盲目跟风，以维护市场秩序。南华早报《Place of pilgrimage: China agency offers US\$8 tour of dive queen Quan Hongchan's hometown》一文中，当地旅行社通过推出全红婵家乡一日游项目，带动了当地旅游产业和家乡人民增收致富。综上，中外主流媒体通过对全红婵多主题的新闻报道，多角度立体化的呈现了全红婵的媒介形象，打破了受众对于运动员媒介形象的单一认知。

表 10 中外主流媒体关于全红婵的报道主题统计表

报道主题	数量	比例
体育主题	93	60.3%
生活主题	38	24.7%
法律主题	13	8%
政治主题	5	3.5%
经济主题	5	3.5%

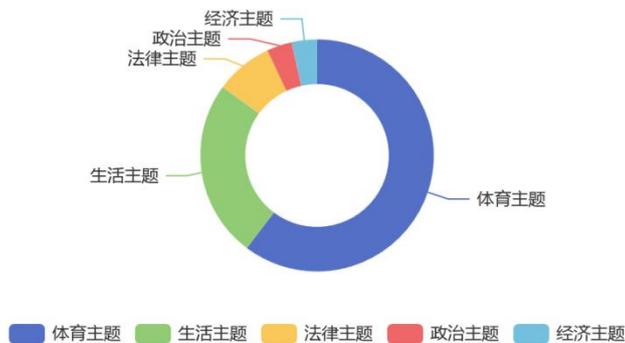


图 3 中外主流媒体关于全红婵的报道主题统计图

3.3 全红婵报道的中观层次分析

在本文中，针对中外主流媒体对全红婵报道的中观层面分析，主要通过两个核心指标体系来展现：一是报道来源，二是报道框架。

3.3.1 报道来源

通常而言,为了增强传播效能,媒体倾向于选取那些具有权威性和可靠性的报道来源。报道来源的选择,因而也成为影响新闻框架的一个关键要素。根据表 11 和图 4 可知,自采的新闻报道有 129 篇,占比 83.5%,转载的新闻报道有 25 篇,占比 16.5%。

通过对中外主流媒体关于全红婵报道来源的深入研究,本文总结出以下规律:第一,在体育领域,中外主流媒体针对运动员的报道大多倾向于采用自采稿件,这些稿件主要由记者团队撰写或由本报派往巴黎奥运会的特派记者采写,显示出较高的原创性。第二,在国内地市级主流媒体中,体育领域以运动员为主体的报道则更多地依赖于转载,这些报道通常综合或转载自央级主流媒体、各大新兴主流媒体门户网站、体育领域的自媒体人士以及国外媒体等多元渠道。值得注意的是,除少数热门赛事及拥有独家版权的赛事外,地方主流媒体的自采报道相对较少。第三,国内地市级主流媒体中,湛江日报和湛江晚报的自采稿件远超其余地市级媒体,原因是湛江是全红婵的家乡,在巴黎奥运会报道中,媒体通过创新报道方式、融入地域特色和人文色彩等形式,推出了多篇优质原创稿件。

在巴黎奥运会期间,中外主流媒体针对全红婵的自采报道,会依据与社会主流旋律及价值观念相契合的内容进行采编工作。这一做法使得主流媒体能够更有效地掌控和引导公众舆论的动向。同时主流媒体一般具有雄厚的经济实力和广泛的影响力,为了保证其权威性和可信度,稿件主要依托本社记者完成。而部分地市级主流媒体由于赛事版权的限制和没有特派记者等原因,其报道来源往往来自其他新闻媒体、社交媒体等,以丰富自己的报道内容,将多重视角、多种观点的报道传递给受众,使报道更可信、全面,从而增强报道的影响力。

表 11 中外主流媒体关于全红婵的报道来源统计表

报道来源	数量	比例
自采	129	83.5%
转载	25	16.5%

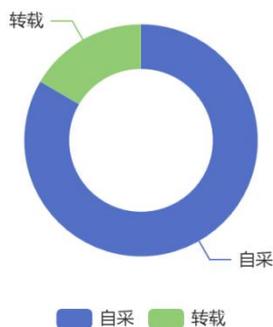


图 4 中外主流媒体关于全红婵的报道来源统计图

3.3.2 报道框架

本节对研究样本按照政治议题框架、社会议题框架、励志奋斗框架和赛事竞技框架进行归纳和分类,将每一篇新闻报道都找到合适的类目,明确其所属框架。样本统计情况如表 12 和图 5 所示,赛事竞技框架 80 篇,占比 51.9%,社会议题框架 46 篇,占比 29.7%,励志奋斗框架 22 篇,占比 14.5%,政治议题框架 6 篇,占比 3.9%。

在大型体育赛事中,赛事竞技框架为中外媒体的主流框架,尤其是全红婵在巴黎奥运会夺金时,此类报道所构成的全红婵媒介形象为“完美主义者”“跳水顶流”“天才少女”“中国骄傲”等。例如人民日报的《跳水女子单人 10 米台 全红婵陈芋汐包揽冠亚军》和《跳水女子十米台全红婵卫冕 努力将每一个动作做到极致》、路透社的《UPDATE 2-Olympics-Diving-China's Quan and Chen claim gold in women's synchronised 10m platform》和《Olympics-Diving-China's Quan wins gold in women's 10-metre platform》等报道,通过人物加赛事加成绩的报道模式,生动再现了比赛场景及赛后采访,塑造出全红婵年轻有实力,技艺精湛的运动员形象。媒体在报道时虽然强调了赛事的竞争性,但也突出了全红婵和陈芋汐两人惺惺相惜的情谊,使报道更具温情色彩。如湛江日报《为全红婵陈芋汐真挚友情点赞》中指出两人之间的竞争是非常正面的动力,是良性的竞争,彼此团结有爱、互相促进,共同成长;主流媒体以客观专业的报道破除了自媒体对两人友情不合的传言。

在巴黎奥运会比赛前期和后期,中外主流媒体大都将报道方向转为对全红婵的社会生活类议题的挖掘。在社会议题框架中,包括兴趣爱好、个性特征、饭圈乱象、娱乐新闻等,刻画出全红婵“喜欢玩偶”“爱吃零食”“乐观率真”“外向开朗”“不爱学习”“缺乏教育”等媒介形象。例如湛江日报《全红婵陈芋汐陈艺文结伴逛店撸猫店员全程无打扰,网友点赞》、湛江晚报《“湛江”全红婵参与合唱》、南华早报《Paris Olympics: China's gold-medal queen Quan Hongchan excited for brother's chicken》等报道,展现了全红婵在赛场外的真实生活,其媒介形象不再局限于单一属性的运动员身份,而是以一种性格丰富化、成长动态化的具体形象展现在受众视野之中。环球时报《Reporter in controversy for inappropriate remarks on Olympic champion Quan Hongchan》和南华早报《Critics of China Olympic diving queen Quan Hongchan slammed for 'uneducated idiot' insults》的两篇报道则聚焦于前南方日报记者对全红婵的不当言论引发争议事件,此记者批评全红婵不爱学习,将全红婵向外国运动员展示金牌时的行为描述为“古怪”和“缺乏教养”。这一言论立刻引起网友的批评和对媒体从业者专业性的质疑。主流媒体在报道时应该摆正位置,把握报道边界,注意话语分寸,同时不要过度

打扰运动员的日常生活，保护运动员的隐私权，这才是对运动员和中国体育最大的支持。

励志奋斗框架主要聚焦于全红婵的家庭背景、成长环境、训练日常等。例如湛江晚报《讲好全红婵的跳水故事》、人民网《Olympics | Feature: No magic, just sweat and tears for Quan's title defending journey》、南华早报《Paris Olympics: Quan Hongchan showered with dolls, nod to family's humble beginningsAU》，很多人都称全红婵为“天才少女”，但是她自己并不认可这种说法，表示获得金牌的背后是一遍一遍苦练得来的。这三年全红婵要面对身体发育所带来的竞技状态不稳定、心理压力等困难，因此她要付出更多努力，才能保持竞技状态。此类报道通过描写三年来全红婵所遇到的发育关阻碍，塑造了一个能吃苦、克服困难、为目标努力拼搏的运动员形象。

政治议题框架往往与赛事竞技框架紧紧交织，奥运赛场上运动员的一举一动不仅仅代表个人，更代表着国家的形象。例如湛江日报《全红婵启蒙教练郭艺：“祝红婵有出色发挥，为国争光！”》、湛江晚报《“希望把中国国旗升到最高，为国争光！”》，通过直接转述全红婵的赛后采访话语和采访全红婵的启蒙教练郭艺，表达了她为国争光、勇攀高峰的形象，充满爱国情怀和正能量。而部分国外媒体则借体育赛事将报道议题聚焦在政治、人权上进行负面报道，如德国媒体《图片报》在报道中发表“全红婵是被迫练习跳水的，三年没有见到过家人，为了金牌失去了自由”等言论。这些带有恶意曲解的言论正是在国家间意识形态分歧和利益竞争程度的影响下，造成其对报道国家的“先有理解结构”差异而导致的^[1]，透露出明显的意识形态偏见。而此类报道也在一定程度上塑造着国外受众对以全红婵为代表的中国运动员和中国国家形象的认知。综上，全红婵相关报道的四种框架相互重叠，打破了媒体的单一叙事，全红婵的形象愈加丰富和立体，实现了运动员媒介形象的多重建构。

表 12 中外主流媒体关于全红婵的报道框架统计表

报道框架	数量	比例
赛事竞技框架	80	51.9%
社会议题框架	46	29.7%
励志奋斗框架	22	14.5%
政治议题框架	6	3.9%

[1]黄河,李政,杨小涵.西方媒体奥运报道的议程网络特征及北京冬奥会传播对策——基于近6届奥运会新闻报道的语义网络分析[J].上海体育学院学报,2021,45(05):10-20.

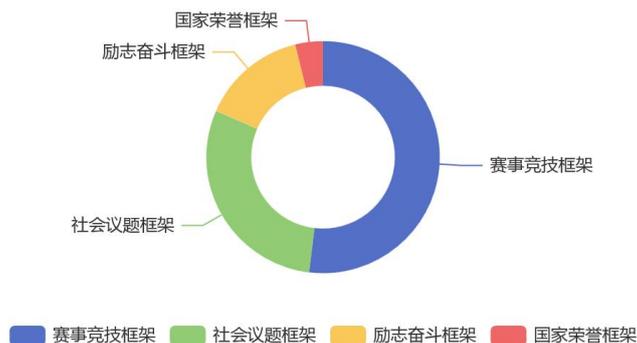


图5 中外主流媒体关于全红婵的报道框架统计图

3.4 全红婵报道的微观层次分析

在文本的微观层次分析中，本研究将研究焦点转移至对字、词、句的具体探讨上。本节分析将从两个维度深入展开，第一是从报道内容的高频词进行分析，第二是对报道的隐喻称谓词进行分析。

3.4.1 高频词

在新闻报道的语境下，词语作为意义传达与观点表述的基础元素，扮演着至关重要的角色。本节内容将聚焦于报道文本中的高频词语以及用于描绘运动员的特定形容词，以此作为切入点，深入剖析这些词语在构建全红婵媒介形象过程中所扮演的关键作用。具体而言，本研究通过对高频词语的细致考察，揭示中外主流媒体在全红婵相关报道中所持的立场及蕴含的情感倾向，从而进一步阐释词语选择对于塑造运动员媒介形象的重要性。

通过对新闻报道中的高频词语进行词频排列，提取到出现频率排列在前50的词语，如表13、图6和图7所示，可以发现赛事竞技的框架仍是中外主流媒体呈现的重点。与全红婵相关的高频词多为“奥运会”“olympic”“陈芋汐”“Chen Yuxi”“跳水”“diving”“巴黎”“paris”“金牌”“gold”“中国”“china”等。从这些词语中可以清楚的了解全红婵巴黎奥运会夺金的新闻事件，同时也塑造了其为国争光、祖国至上的爱国形象。在中外主流媒体的报道中，“中国”一词累计出现了540次，与之类似的高频关键词还涵盖了“中国跳水队”“中国队”以及“Chinese”。由此可见，中外主流媒体在阐述全红婵的身份背景时，倾向于频繁使用“中国”或“China”作为修饰语，以此来强调其国籍属性，彰显国家形象的正面特质。

表 13 主流媒体关于全红婵报道的高频词统计表

序号	高频词	词频	序号	高频词	词频
1	全红婵	3126	26	中国跳水队	214
2	奥运会	1273	27	水花	199
3	陈芋汐	1213	28	湛江	195
4	跳水	834	29	时间	186
5	巴黎	765	30	世锦赛	182
6	女子	686	31	赛场	172
7	金牌	620	32	搭档	170
8	中国	540	33	陈若琳	167
9	项目	538	34	中国队	156
10	比赛	471	35	迈合	150
11	运动员	430	36	直播	148
12	冠军	429	37	参加	144
13	动作	398	38	体育	143
14	双人	376	39	表现	143
15	决赛	370	40	第一	141
16	跳台	354	41	最终	138
17	奥运	349	42	消失	138
18	训练	329	43	成功	134
19	教练	305	44	组合	134
20	东京	303	45	领先	133
21	单人	261	46	粉丝	129
22	记者	235	47	拿到	129
23	选手	228	48	努力	126
24	夺得	218	49	发挥	122
25	夺冠	214	50	奥运冠军	121



图 6 国内主流媒体关于全红婵报道的高频词云图

解事实、重新解释事实^[1]。在全红婵巴黎奥运会报道中，主流媒体巧妙地运用了一系列隐喻性的称谓词汇，对全红婵的媒介形象进行了多维度的构建与呈现，旨在传达特定的意识形态和深层次的思想观念。有关全红婵的隐喻称谓词主要从职业形象、个性形象、社会形象三个方面进行分类，具体如表 15 所示。通过表格内容可以观察到，国内主流媒体在描绘全红婵的媒介形象时，所选用的称谓词汇大多蕴含褒义色彩，并带有一种积极且正面的导向作用；而部分国外媒体和媒体从业者对全红婵的形象描述中也带有贬义倾向。

在职业形象中，主流媒体通过“三金王”“跳水名将”“水花消失术”等词语展现了全红婵超高的竞技水平，刻画出实力强大的运动员形象，与报道中的高频词“金牌”“成功”“夺冠”等词不谋而合。但是部分国外媒体在全红婵夺冠后，使用带有负面倾向性的词语诋毁她，称其为“跳水机器”“童工”，这些隐喻称谓词充满了意识形态偏见，当中国运动员威胁或者影响到了自己国家运动员的名次时，部分西方媒体就会从政治体制和意识形态的角度对中国运动员展开攻击和质疑。

在个性形象中，主流媒体通过“天才少女”“别人家的孩子”“爱吃零食”“喜欢玩偶”等词语从生活类话题入手，展现了赛场外可爱纯真、真实率性的小女孩形象。同时部分媒体从业者如南方日报记者在直播连线时评论全红婵，用了“疯疯癫癫”等词语，甚至质疑她在比赛中的表现。他还提到全红婵不重视学习，称她“不跳水以后像个白痴一样”。这些话语激起了媒体在公众面前讨论运动员议题时的视角站位、新闻职业道德以及社会责任等媒介伦理规范的深刻反思。

在社会形象中，主流媒体聚焦于全红婵的成长经历、家庭背景，展现了一个从贫困家庭中走出来的懂事孝顺的女儿形象。而在社交媒体中，全红婵所引起的粉丝效应也十分显著，受众通过“全妹”“婵宝”“红姐”等称谓词表达了粉丝群体对全红婵的喜爱。综上所述，隐喻表达与媒介形象的构建之间存在着密切的联系。隐喻作为一种修辞手法，能够将大众日常中较为陌生或超出其认知范畴的词汇与内容，以一种更为生动、具体且易于理解的方式呈现出来。在全红婵媒介形象的塑造过程中，隐喻同样发挥了举足轻重的作用。

表 15 全红婵媒介形象的主要隐喻称谓词表

媒介形象	代表意义	具体称谓
职业形象	职业荣誉	三金王
		跳水“两小只”
		跳水名将
		跳水“顶流”
		跳台“双子星”

[1] 甘莅豪. 媒介话语分析的认知途径: 中美报道南海问题的隐喻建构[J]. 国际新闻界, 2011, 33(08): 83-90.

续表 15 全红婵媒介形象的主要隐喻称谓词表

媒介形象	代表意义	具体称谓
个性形象	职业能力	绝代双骄
		跳台双姝
		奥运双冠王
		完美主义者
		神同步
	外在形象	水花消失术
		复制粘贴
		神仙打架
		跳水机器
		童工
个性特点	天才少女	
	可爱纯真	
	别人家的孩子	
	假小子	
	爱吃零食	
社会影响	喜欢玩偶	
	不爱学习	
	疯疯癫癫	
	孝顺女儿	
	广州“叻女”	
社会形象	社交媒体	农家小妹
		全妹
		婵宝
		红姐

4 全红婵的媒介形象

新闻框架是媒介形象建构的基础。在媒介形象的建构中,大众媒介通过框架生产新闻,再现社会真实^[1]。而运动员的媒介形象建构,是体育新闻报道中重要的组成部分,深刻折射出每个时代大众媒体的机构特性与价值导向,映照出时代独有的风貌与特征。在本届巴黎奥运会的中外主流媒体报道中,全红婵的媒介形象建构越发多元化,既包括了其在赛场上的竞技表现,也涵盖了日常生活、训练情况、个人品质等多个方面,展现出不同的媒介形象特征。总的来说,中外主流媒体紧紧围绕职业角色、社会角色、个性特征来全方位立体化的塑造全红婵的媒介形象。

4.1 全红婵的职业角色形象

根据其职业特征,运动员可依据其参与体育活动的性质被分为两类:职业运动员与专业运动员。职业运动员以参与体育竞赛作为其职业生涯的核心内容,主要依靠在各类体育赛事中取得的优异成绩获取经济收益,这些收益是其维持日常生活的经济基础。专业运动员则多存在于实行举国体育体制的国家,他们在体育管理机构的统一安排下参与训练和竞赛,以争取国家荣誉为首要目标,无需承担相关费用,并且能够获得国家提供的经济补助。在中国,尽管运动员的职业化进程尚未达到西方国家的普及程度,但大多数运动员除了“运动员”这一身份外,并未涉足其他职业领域。运动员在训练、竞赛及相关活动中所展现的精神风貌和行为模式,共同塑造了其职业形象。因此,“运动员”也可视为其职业身份的标识。

4.1.1 勇夺奥运三金的天才少女形象

从东京奥运会 14 岁的全红婵一举夺冠,到巴黎奥运会又成功实现了奥运会女子单人十米台的卫冕,全红婵成为中国奥运历史上最年轻的三金王。中外主流媒体对全红婵的报道毫不吝啬夸奖,称赞其为“跳水神童”“天才少女”。从 7 岁第一次接触跳水,11 岁进入省队,14 岁便获得奥运冠军,全红婵极强的实力水平打破了媒体对女子跳水的常规报道。长期以来,新闻报道一直强调女性跳水运动员的轻盈、优雅和其他女性特质,将跳水塑造成一项适合性别的运动。在全红婵的案例中,如“苗条娇小,但是拥有非凡的跳跃能力、爆发力和核心力量。”

[1]张晓莺.论框架理论与媒介形象之建构[D].暨南大学,2008.

“立定跳远测试，她如小鹿般轻轻一跃，不到 1 米 2 的个子却跳出 1.76 米的好成绩。”媒体将报道话语聚焦于她非凡的运动能力、出色的弹跳力和爆发力。但全红婵在接受媒体采访时也回应了“天才少女”的称号，强调自己并不是所谓的天才少女，更多的是来自后天的苦练，这也立体展现了其谦逊低调的态度和竞技体育的艰辛。

4.1.2 赛场执着拼搏的国家英雄形象

在竞技体育赛事中，奖牌得主常被主流媒体塑造成国家英雄的形象。其中，金牌获得者在领奖台上目睹国旗升起、聆听国歌奏响的瞬间，极易激发国民的民族自豪感。因此，主流媒体在报道中往往会突出金牌得主身披国旗、亲吻奖牌等细节，以此彰显其民族归属感，并强化其作为国家英雄的象征意义。在塑造全红婵的媒介形象时，主流媒体普遍聚焦于其个人成就与国家培育两大维度进行深入报道。在个人成就的刻画上，拼搏精神、坚韧品质及爱国情怀等内在特质被置于核心位置，强化对这些主题的报道凸显了个人成功与内在精神激励、坚定信念之间的紧密联系，这与社会主流舆论导向高度契合。而从国家培育的角度出发进行叙事，则进一步丰富了报道的层次，强调了个人奋斗虽不可或缺，但更离不开举国体制所提供的全方位物质与精神支持。在报道过程中，主流媒体深入剖析了个人与国家之间的紧密关联，以运动员的励志奋斗故事为切入点，勾勒出国家发展的轨迹，从而反映出二者之间的内在联系。将全红婵天赋出众却仍自律训练、勇于追梦、持续自我超越的个人特质，升华为中国年轻运动员体育精神的象征与责任担当，展示了我国在体育领域取得的显著成就，进而凸显了国家整体体育实力的持续增强。

4.1.3 失去自由快乐的跳水机器形象

在东京奥运会这一全球瞩目的体育盛会上，年仅 14 岁的全红婵凭借打破世界纪录的卓越表现，一举夺得女子 10 米台跳水冠军，随即成为中外主流媒体关注的焦点。作为她首次亮相的国际大赛，东京奥运会对于全红婵而言是一个全新的起点，外界对她的了解几乎为零。三年后，全红婵再次站在巴黎奥运会赛场上，这次她成为了媒体笔下的夺金热门选手。但是部分国外媒体仍然老调重弹，对全红婵的形象进行刻意歪曲与误导，对她进行污名化报道，使得其媒介形象在受众眼中产生了认知性偏差。例如财经新闻、德国图片报等西方媒体说全红婵的年龄小，不该出现在奥运赛场，质疑中国培养跳水队员的长期封闭训练模式，认为全红婵失去了她这个年龄段应该拥有的自由和快乐。更有甚者，将这些言论上升到

了对中国体制的无端指责，无端控诉“中国体制缺乏人性，将运动员视作‘童工’，将其训练成‘金牌制造机器’”，并傲慢地宣称“这样的冠军，我们宁愿不要”。泰晤士报将全红婵出身的农村定义为“落后”，对中国农村的现实状况带有刻板印象，在不了解中国国情的情况下妄加置评。这一系列的负面报道充满了西方的意识形态偏见，通过对全红婵的负面报道来达到对中国国家体制和意识形态的批评。中国主流媒体立刻在第一时间做出回应，在国际组织平台和国际媒体上发表英文专访稿件，正面报道全红婵，国内主流媒体成功塑造了一个虽然年纪小却勇于奋斗、顽强拼搏的全红婵形象，着重展现了其纯真无邪、积极上进的性格特质，并非是部分外媒所歪曲描绘的“面无表情、失去自由与快乐的金牌制造机器”。此举旨在让更多的外国受众认识到一个真实、鲜活的全红婵。面对全球地缘政治、经济放缓和道德危机，这些话语性的努力展示了中国主流媒体通过奥运会保护民族认同和统一的坚定愿望。

4.2 全红婵的社会角色形象

在严谨的学术语境下，职业角色可被视作社会角色这一更广泛范畴中的一个具体分支。而本研究考虑到研究对象的特殊性，故将社会角色的探讨范围限定在除“运动员职业角色”之外的其他社会角色。依据角色获取方式的差异，可以将这些角色区分为先赋角色与自致角色^[1]。具体来说，先赋角色是基于血缘、遗传等先天或生理因素而形成的，例如，个体因生育而获得“父母”角色，或因出生而自然扮演“子女”角色。而自致角色则是个体通过自身活动和努力所获得的角色，如学历资格、职业身份等。

4.2.1 农村家庭出生的懂事女儿形象

在东京奥运会全红婵一跳成名后，她立刻成为了媒体笔下的焦点人物，媒体报道也迅速转向对其家庭背景、成长经历的挖掘，报道焦点也逐渐发生了转变。全红婵诞生于中国广东省湛江市的一个经济拮据的农村家庭，她的父母都是质朴的农民，依靠种植水果维持生计。“自家五个孩子，生活不宽裕，女儿去学跳水，或许能减轻家中负担，也有前途。”“小红婵听说去跳水，不用交学费，连被子都不用带，觉得真是好。当爸爸问她愿不愿意去学习跳水的时候，她点头，说愿意。”湛江晚报通过对全红婵的个人访谈、家庭背景以及采访其父母，一个懂事、纯真且孝顺的女儿形象栩栩如生地展现在受众面前，生动且充满温情，生动展现了全红婵作为“子女”的角色定位。赛场上全红婵被赞誉为“天赋异禀的选手”

[1]钟天云. 谈谈社会角色的扮演[J]. 企业家天地半月刊(理论版), 2007(8): 193.

和“跳水界的新星”，赛场外她同样是一个拥有丰富情感和孝顺的优良品德的懂事女儿，符合中国社会的传统价值观。相较于那些刻板、中性的表述，新闻报道中融入更多细节与情感的叙述更能激发读者的阅读兴趣与参与度。因此，全红婵故事中所映射出的社会现实及其家庭背景的质朴描绘，使得报道内容更加触动人心。主流媒体在关注赛场表现的同时，也将镜头转向了运动员的日常生活与家庭背景，既诉诸理性分析，又触动读者的感性层面，全方位地展现了全红婵作为运动员形象之外的“孝顺懂事的女儿”形象。

4.2.2 超高流量经济的体育明星形象

运动员的知名度及其所受到的关注度，会在品牌方和粉丝群体的推动下转化为商业价值与粉丝经济效应。当运动员具备了超越职业价值的附加价值时，体育明星的媒介形象便随之形成。全红婵因为其卓越的体育成绩、直率真实的性格受到了很多粉丝的喜爱，其本身的流量也产生了巨大的商业价值。例如全红婵巴黎奥运会上穿的丑鱼拖鞋、喜欢玩的乌龟对对碰玩具等都成了现实中热销的产品，其家乡迈合村也摇身一变成网红打卡地，为当地村民和商家带来了巨大的经济效益，带动了当地旅游业的发展。但同时全红婵也面临流量包围下饭圈文化的困扰。饭圈文化是一种依托偶像艺人和粉丝经济形成的青年亚文化，始于娱乐圈，近年来逐步向体育领域侵袭，甚至出现了愈演愈烈的非理性的追星行为。全红婵在夺冠后也常常被粉丝围堵，被日夜围观，自己及其家人的正常工作生活都受到了严重影响，遭遇隐私权、肖像权侵犯的困境。作为体育明星的全红婵虽然是公众人物，受到关注是在所难免的，但如果媒体和粉丝超越了边界，对公众人物的个人生活过度干扰，可能会被追究法律责任。

4.3 全红婵的个性特征形象

全红婵的个性特征形象多是通过自塑和他塑的视角进行建构的。例如在巴黎奥运会比赛前期和后期，主流媒体会对全红婵的教练、队友、家人等进行采访。此外，媒体还会采访全红婵本人，通过言语和行为的描写来展现其个性特征。

4.3.1 真实率性、敢于表达的新世代运动员形象

全红婵作为成长于互联网的一代，有着新世代运动员独特的个性特征。赛场上全红婵顽强拼搏、突破自我，而赛场下她真实率性、敢于表达。全红婵在夺冠后记者问她累不累时，她说：“这话问的，谁不累啊。”当被问到站在十米跳台

上往下看有什么感觉说，她说：“没啥感觉。”当记者要教她用英语讲“拿捏”时，她说：“不用了，我不想知道。”率真耿直的个性表达打破了中国运动员长久以来在镜头面前固定的话语体系，作为00后的全红婵敢于在镜头面前做自我，表达自己真实的想法，她通过个性化的语言表达，为受众呈现出与众不同的运动员形象认知。这种独特的自我表达不仅塑造了一个具有差异化的运动员媒介形象，还持续激发着受众的浓厚兴趣，并吸引更多的关注。同时，媒体还会深挖全红婵的兴趣爱好，比如爱吃零食、爱打游戏、喜欢玩偶、不爱学习等标签也让受众从侧面了解了全红婵生活态的一面。但是部分媒体从业者却拿这些标签大做文章，如前南方日报的记者在直播时称全红婵“在别人拍摄的视频里疯疯癫癫的，给人家德国的运动员展示金牌”，“不跳水以后就像个白痴一样”。这些具有明显恶意和诋毁的话语引发网友众怒，同时也激起媒体在公众面前讨论运动员议题时的媒介伦理规范的深刻反思。这些赛场之外的真实表达及兴趣爱好也立体化的塑造了全红婵的个性特点，让受众看到了独属于新世代运动员的生动与鲜活。以全红婵为代表的中国年轻运动员向世界展现出的率性真实的松弛姿态，正是今日中国开放包容、自信自强的缩影。

4.3.2 勤奋昂扬、刻苦训练的青年榜样形象

大众传媒具备社会地位的赋予功能。个人或团体一旦经由媒体广泛报道，便可能在特定时期内成为公众关注的焦点，从而获得较高的名望和社会地位。我国青少年群体规模庞大，且许多青少年在较早的年龄就开始接触网络。但由于他们的世界观、人生观和价值观尚未完全形成，因此在面对网络中良莠不齐的信息时，往往缺乏足够的辨识能力，容易受到外界影响。基于此，全红婵这个在举国体制下通过刻苦训练改变自身命运，走出贫困家庭，实现自我价值的青年榜样形象应运而生。在媒体的报道中，出生于农村家庭的跳水运动员全红婵是一位能力超群、勤奋刻苦、通过自身努力改变命运的中国青年。从东京奥运会决赛一跳惊天下、创造466.20的女子10米台世界最高分以来，全红婵在巴黎奥运周期的三年中也经历了生长发育关的阻碍。东京奥运会之后，全红婵的207C变得不稳定，要么近乎完美，要么一泻千里，一个动作得分就可以相差20分，这也一度成为了全红婵的噩梦。在这种情况下，女性跳水运动员在青春期的身体变化不断被质疑，被认为是在以胜利为导向的体育体系中出现的一种破坏和功能失调的信号。面对剧烈的身体变化，全红婵在教练的指导下努力克服心理和生理上的困难，通过加大训练量，控制饮食来调节自己，以保持自己的竞争力。无论是克服高难度动作，还是突破“发育关”，全红婵这一路走来即便是有再多不易，但还是专注自己、面对自己，然后战胜自己，这也进一步刻画出青年榜样的媒介形象。

4.4 中外主流媒体所塑造的全红婵媒介形象比较

4.4.1 媒介形象的相同点

本研究通过分析中外主流媒体关于全红婵的报道,发现两者在塑造全红婵媒介形象时的相同点体现在以下两个方面:第一,全红婵的媒介形象大部分以正面积极为主,中外主流媒体对其报道多为赞扬褒奖。第二,中外主流媒体对全红婵的正面报道多将焦点聚焦在赛事竞技和励志奋斗的报道议题上。

通过分析中外主流媒体的报道话语,发现两者虽然语言不同,但是都表达了对全红婵超凡实力、卓越表现的认可,以及对她不懈奋斗、勇于自我超越的体育精神的颂扬。中外主流媒体在报道上展现出共通之处,其原因可归结为以下两点:第一,主流媒体通过正面塑造运动员形象并引导公众树立积极的价值观,是其履行社会责任的必然要求,也是媒体报道应遵循的基本原则之一。全红婵所展现的优秀品质与社会主流价值观高度契合,其形象在推动全社会形成积极健康的价值观念方面具有重要意义。第二,鉴于全红婵的运动员身份,其形象塑造的核心应聚焦于“运动员”这一职业角色,这也使得媒体的正面报道多围绕赛事竞技和励志奋斗的报道议题展开。一个融合了职业角色、社会角色以及个性特征的立体多维的全红婵形象,将成为国内外受众了解中国运动员的重要窗口。全红婵的形象不仅展现了国家形象、民族精神和时代精神,还成为社会主义核心价值观、民族精神和时代精神的有力传播者。综上,正是由于中外主流媒体都有对美好品质和正确价值观的共同追求,使得不同政治体制下的中外主流媒体在塑造全红婵媒介形象时达成上述共性特征。

4.4.2 媒介形象的不同点

中外主流媒体在塑造全红婵媒介形象过程中也存在不同,两者的不同点体现在国内主流媒体对全红婵的媒介形象以正面宣传为主,并将其融入了媒体“建设体育超级大国”的叙事中。而部分国外主流媒体对全红婵媒介形象带有批评诋毁之意,其负面报道多将焦点聚焦在政治议题和社会议题上。

国内主流媒体对全红婵进行媒介形象构建时,多将其塑造为“跳水天才”“体育英雄”等,而部分国外主流媒体会用“跳水机器”“童工”“失去自由”等负面词语呈现全红婵形象。中外主流媒体报道差异性的原因主要有意识形态、社会文化以及新闻理念这三方面。在意识形态上,对于奥运会等全球媒介事件,不同意识形态的国家在新闻生产上存在不可弥合的鸿沟,其新闻生产深受国家利益的

影响^[1]。而运动员媒介形象的塑造会受到意识形态等政治环境的影响，这种差异在国内外新闻报道中普遍存在。国内主流媒体与国外主流媒体分别处于不同的意识形态背景之下。中国秉持社会主义意识形态，而西方多为资本主义意识形态。国家体制的差异导致中外媒体在新闻报道中做出不同的选择，而意识形态的不同也决定了两者在面对同一事件时呈现出不同的报道倾向。在社会文化上，不同文化模式下的新闻框架，对同一范畴的建构会呈现出迥然不同的意义和价值^[2]。中国主流媒体深受儒家文化中责任感与民族意识等优秀传统文化的影响，因而在报道中着重呈现运动员为国争光、捍卫国家荣誉的形象。相比之下，西方社会对个人权利和自由的高度重视，呈现出与我国截然不同的社会文化背景。在此基础上，西方媒体为了吸引受众注意力，常通过强调自由和人权、放大冲突等手段进行新闻报道，从而实现吸引受众的目的。在新闻理念上，社会主义背景下的国内主流媒体体现出与西方不同的特性，新闻工作必须坚持党性原则，媒体在政治上与党中央保持高度一致^[3]。在中国，媒体与政治之间的联系较为紧密，国内主流媒体通常被视为党的宣传工具，承担着传播思想和引导舆论的重要使命。因此，在报道全红婵时，国内媒体多采用正面且中立的视角，着重展示中国年轻运动员的才华与自信，致力于塑造青年榜样的形象。相比之下，尽管西方媒体常以“客观公正”自居，但其报道不可避免地受到国家政治体制、文化背景等多方面因素的制约，因而并不存在绝对的“客观公正”。西方媒体在报道全红婵时会隐晦地展现出西方国家意识形态的表达和对中国运动员的刻板印象，以及对全红婵报道的政治性、社会性和争议性议题的呈现。

[1]张麟,薛文婷,孟满庆.我国国际体育赛事的西方媒介话语建构及其应对策略——以《纽约时报》北京冬奥会报道为例[J].北京体育大学学报,2023,46(02):117-128.

[2]肖伟.新闻框架论:传播主体的架构与被架构[M].北京:中国人民大学出版社.2005,88.

[3]沈正赋.习近平关于新闻舆论工作重要论述:逻辑起点·发展脉络·理论内核[J].现代传播(中国传媒大学学报),2018,40(11):77-85.

5 主流媒体运动员形象报道存在的问题

通过深入分析主流媒体关于全红婵的新闻报道,发现媒体对以全红婵为代表的运动员媒介形象报道时存在以下问题。同时,为获取多元化的受众反馈,本章采用深度访谈法,选取了八位具有代表性的中青年受众进行半结构化访谈。以获取不同职业领域的受众对全红婵媒介形象报道的看法。受访对象群体涵盖体育记者:A1、A2;体育新闻专业学生:B1、B2;运动员:C1;法律从业者:D1、D2;体育爱好者:E1。访谈提纲的设计充分考虑了受访对象的职业背景特征:针对体育记者和体育新闻专业学生,访谈内容主要围绕媒体行业采访规范与报道规范展开;针对运动员,偏重其作为媒体的被访者如何看待媒体的采访与报道;针对法律从业者,以他们对于媒体报道时的涉及到的法律规范作为重点;针对体育爱好者,以观看报道中受到媒体采访影响与感受为主。所有受访对象信息均经过匿名化处理,且相关访谈内容均已获得使用授权。

5.1 媒体报道话语存在夸大化和煽情化

大型体育赛事的媒体呈现影响着运动员个人形象营造,也事关国家形象的塑造。通过对巴黎奥运会周期中全红婵的相关媒体报道进行分析,从整体上看,体现了运动员成绩出色、勇夺金牌、为国争光的特征,即赛事竞技框架和政治议题框架,同时也塑造其自身辛苦付出、克服困难,与搭档相互支持、默契配合的励志奋斗框架。但是出于体育明星的影响力和媒体的自身利益,部分媒体对运动员的报道没有把握好竞技态和生活态的尺度,存在夸大化和煽情化的问题,媒体的公信力和权威性受到冲击。在赛事竞技框架中,媒体通过夸大全红婵在自我实现方面的能力来合理化她的成就。如湛江晚报在《从农家小妹到奥运“三金王”》中写到贫困女孩全红婵知道妈妈出车祸后,想要通过挖掘自己的跳水天赋来改变自己 and 家人的命运。“‘我要赚钱给妈妈治病!’从此,全红婵多了一个梦想。她明白,好好跳水、取得佳绩就是自己赚钱的途径。而且拿到金牌,还能为国争光。”媒体将全红婵的实用主义目标取向转化为爱国主义,将她的家庭承诺转化为对国家的忠诚。这种话语实践适用于集体主义的中国背景,在这种背景下,小家庭单位构成了国家繁荣的基石。而在励志奋斗框架中,媒体则使用了带有煽情色彩的话语来引导受众对全红婵的评价,突出了她努力背后的道德含义。如南华早报在《Paris Olympics: Quan Hongchan showered with dolls, nod to family's humble beginningsAU》就动情地写道:“As she paraded through her victory lap after clinching gold in the 10 metres platform final, fans showered Quan with stuffed

toys. She loved dolls from a young age but, aware of her family's financial struggles, maturely avoided the subject. "Other kids could buy snacks, her mother Feng Lingmei said. "[They] had everything." (当她在 10 米跳台决赛中夺得金牌后, 在胜利的一圈游行时, 粉丝们纷纷向全红婵投掷毛绒玩具。她从小就喜欢洋娃娃, 但意识到家庭的经济困难, 她成熟地避开了这个话题。"其他孩子可以买零食," 她的母亲冯玲妹说, "(他们) 什么都有。") 这段描述在一定程度上刻画出全红婵纯真充满童心的女孩形象, 削弱了她作为顶尖运动员的身份和成就, 无形中强化了受众对其的同情和怜悯。全红婵从一个农家女孩变成了一个体育英雄, 以及她坚定的奉献精神和责任感, 为民族主义情绪提供了最好的燃料。

媒体报道时的夸大和煽情性话语强化了受众对全红婵媒介形象的刻板印象, 也会造成西方媒体对中国未成年体育明星刻板印象的误读, 存在运动员形象塑造单一等问题。例如德国图片报和财经新闻等西方媒体也在此基础上“做文章”, 基于刻板印象将全红婵曲解为“被洗脑”“童工”“过度工作”和“没感情的跳水机器”等, 充满意识形态偏见。受访对象体育记者 A1 认为: “我觉得媒体在报道未成年运动员时, 应该更多地展现他们真实的成长状态。每个运动员都有自己的特点, 报道应该突出他们的个性, 展现出符合他们年龄的气质。现在有些媒体报道读起来太官方了, 还有些记者在采访报道时将全红婵预设为一个缺乏见识、天真幼稚的孩子形象, 却忽略了她已经是一名在女子跳台项目中具有统治力、经过多场世界大赛和其他场合锻炼的顶尖运动员。这样的报道反而容易让国外媒体产生误解, 他们可能会借此炒作, 说什么我们的青少年又被'洗脑'了。这种刻板印象的传播, 对我们未成年运动员的国际形象传播其实是很不利的。”因此为塑造更为立体生动的运动员形象, 媒体要涉及对于运动员竞技态与生活态报道的平衡, 避免语言的夸大和煽情化, 不能受缚于刻板印象之困, 要以开放包容的内心、善于发现的眼睛去捕捉每一个值得讲述的、多元的好故事。同时, 针对特定议题, 主流媒体对运动员媒介形象应进行个性化报道、精细化传播, 也要以跨文化的视角打造运动员的魅力形象, 从而提升中国体育的整体形象。

5.2 选择性报道存在揭示与隐匿的问题

在新闻报道的语境下, 媒体的选择性报道常常成为引发争议的焦点。新闻的客观性和真实性是新闻行业的首要原则, 但在实际践行此原则的过程中, 媒体往往会对大量争议性信息与事件进行选择性的报道, 这实则体现了其中“隐匿”或“揭示”的媒介伦理问题。这种选择性报道不仅关乎信息的传递方式, 而且深刻影响着最终呈现给受众的媒体报道内容, 进而折射出媒体的立场与价值取向。

（1）赛事竞技议题的话语分寸

对媒体而言，运动员的竞技成绩、赛场表现直接关系到赛事采访的方式与问题。受访对象体育记者 A2 说：“在新闻采编实践中，我们媒体内部其实形成了一种默契——对待未成年体育明星，报道基调还是要以积极正面为导向。这并不是说要刻意美化或者回避问题，而是要在坚持新闻真实性的基础上，更多地考虑如何保护这些年轻运动员的身心健康。毕竟他们正处于成长的关键期，过度的舆论压力可能会影响他们的发展。所以在选题和报道角度上，我们都会特别谨慎，力求在新闻价值和社会责任之间找到平衡点。”以陈芋汐、全红婵二人为例，二人在巴黎奥运会的表现都令观众惊叹，状态的起伏、成绩的变化也正是竞技体育魅力的一部分。例如央视新闻《全红婵/陈芋汐：金牌之上》一文就提供了合理关切运动员竞技成绩的范例，通过联合采访两位优秀年轻运动员，态度不偏不倚，打破了唯金牌论，把握住了媒体话语尺度，传递了正向的价值观。

但部分媒体记者在向运动员提问时，问出了不专业、泛娱乐化甚至冒犯的问题，引起网民争议。例如巴黎奥运期间，全红婵在结束巴黎奥运会跳水女子 10 米台比赛后接受记者采访时，被一名记者提问：“你知道‘拿捏’用英语怎么讲吗？”全红婵回答：“不知道”。记者继续追问：“我教你好不好？”随后记者遭到了全红婵的拒绝：“不用了，我不想知道。”在赛事竞技的报道中，记者的提问偏离了揭示真相、反映公众关切的新闻采访核心，这样的采访无法实现对于运动员媒介形象建构的良好扩充。同时，这种不恰当的提问形式缺乏对运动员的尊重和理解，忽视了运动员的情感需求，其采访引发的舆论争议还可能对全红婵的心理健康和公众形象造成负面影响。因此，在竞技体育中，记者应当将错误提问和无效提问隐匿，注重采访报道的话语分寸，更多揭示有关运动员的动人时刻与故事才是对运动员更恰当的诠释。同时，媒体在报道时的用词也应有所考量，例如，注重体育竞技的刺激和激烈性的媒体，往往会以夸张和血腥的词汇塑造体育比赛的激烈场景，给受众强烈的视觉冲击。如“痛宰”“横扫”“绝杀”“统治”“霸权”等词语的使用实则偏离了友谊第一，比赛第二的体育精神。因此主流媒体在进行采访和报道时，其提问方式和词语使用应该尤为审慎且经过深思熟虑，提出真正有价值有意义的问题，以避免不当言辞。

（2）娱乐生活议题的过度窥探

巴黎奥运会期间，以运动员娱乐生活议题为报道点的新闻往往成为媒体报道的焦点。例如九派新闻（湖北长江日报报业集团的新媒体平台）转载发布了网友拍摄的视频，视频中，全红婵夺得金牌回国正值休假期间，来到实体店买苹果手机。这对运动员的日常生活而言是超出界限的过度窥探。对于运动员隐私权的保护，媒体在报道时需要考虑其内含的自然人隐私权属性与作为体育专业人士的专

门属性。受访对象法律从业者 D1 表示：“运动员的隐私权是一项重要的民事权益，但长期被传播过程中的娱乐化倾向冲淡。运动员的言行举止在社交媒体、自媒体营销号的切片短视频‘玩梗’中传播，一些观众也对此津津乐道，热度快速增长。整套‘娱乐’‘幽默’的传播链路下来，隐私权等严肃考虑被消解，导致各方很少意识到其中隐患。”

主流媒体的记者作为与运动员直接的对话人，心中应该明确树立起职业道德规范，清晰自己在采访的时候什么问题是可以涉及和讨论的，明确采访时的话语分寸和问题边界。尤其针对未成年运动员群体，鉴于其心智发展尚未达到成熟阶段，在巴黎奥运会筹备周期内，众多记者对未成年运动员的采访策略普遍展现出简洁性、直接性以及亲切性的特征。这一做法旨在规避外界可能产生的过度解读与误解，同时，也体现了对未成年运动员心理与情感需求的一种尊重与保护。通过此类采访方式，记者们不仅能够有效传递信息，还能在确保运动员身心健康、隐私权、肖像权与名誉权不受侵犯的前提下，促进公众对运动员正面形象的认知与理解。但当有的记者对全红婵提出：“你累不累？”“你知道‘拿捏’的英语怎么说”时，也反映出采访的失焦问题，将报道重点放在了运动员的学识、喜好和娱乐生活上。受访对象体育爱好者 E1 也表示：“这种问题听得我都生气，记者多问点有意义的问题或者是让运动员早点休息比什么都强。现在有些采访，净问些没营养的问题，既浪费大家时间，又给运动员增加负担。”因此，媒体在构建采访问题框架时，应展现出高度的专业性和深远的意义，规避与主题无直接关联的问题，减少为引流等不良目的而进行的捕风捉影、恶意引导，更加精准地掌控媒体话语的适度性，确保报道的聚焦和准确。

5.3 媒体追求流量效应引发次生舆情

在当前社会，人们对运动员媒介形象的解读多遵循“编码—解码”理论框架。在此过程中，主流媒体作为信息编码的主体，受到客观条件和主观情感的双重制约，对信息进行整合与编排，并通过新闻报道的形式呈现出来。受众则在此基础上对报道进行意义解读，理解其客观内涵，并在此过程中形成特定的价值观念与精神期待^[1]。观察当前主流媒体对运动员的报道倾向，发现媒体着重展现出运动员们坚韧不拔、执着拼搏的精神风貌，为大众树立起良好的青年榜样形象，同时也满足了受众崇拜少年英雄以及了解其背后成功故事的心理需求。然而，通过分析全红婵的相关报道发现，部分主流媒体也存在追求“流量效应”，却忽视了后续可能引发的次生舆情，以及这些舆情对运动员媒介形象造成的反噬。

[1] 彭翠, 王梦园, 张可心. 传播符号学视域下体育明星媒介形象的建构路径——以跳水运动员全红婵为例[J]. 海河传媒, 2024, (04): 31-37.

例如巴黎奥运会结束后,全红婵给妈妈在线下店购买苹果手机这一事件引发九派新闻的转载报道,此视频一经发出后,立刻引起网友的讨论。部分网友认为全红婵作为奥运冠军和公众人物,购买苹果手机的行为是对国产品牌的不尊重,甚至被进一步解读为不爱国。随着事件在网络上的发酵,部分网友的负面言论引发了其他网友的跟风或极化反应,形成一边倒的舆论氛围。一些网友更是在未经核实的情况下,仅凭个人喜好或偏见就对全红婵的行为进行评判,甚至进行了人身攻击和网暴,而争论点主要聚焦在手机品牌的选择问题上。具体而言,一小部分网友错误地将这一私人消费决策与爱国情感相联系,进而错误地认为购买苹果手机的行为即代表不爱国。这种基于错误前提的论断,不仅体现在情绪化的语言表述中,更隐含着一种道德绑架的逻辑。这种解读方式显然是忽略了个人消费选择的自由性和多样性,将个人消费与爱国情怀直接挂钩。此类言论不仅偏离了理性讨论的范畴,更对全红婵的个人形象与公众声誉造成了不应有的负面影响,引发次生舆情。

在对运动员形象报道的解读过程中,受众可能出现误读或受到误导,进而导致其对该运动员形象的认知不够全面,最终形成偏见^[1],产生以偏概全的主观解读。从受众群体多样化解读偏差的角度,受众群体在文化背景、价值观念、认知水平等方面的差异都会导致对于同一信息的解读往往存在偏差。这种偏差可能导致信息的误传、误解甚至误读,进而引发不必要的争议和冲突。不同受众对于运动员的行为、言论和形象有着不同的期望和解读,当这些期望与实际情况不符时,就容易产生负面舆论和情绪,对于运动员的媒介形象产生认知性的偏差。未成年体育明星作为公众人物,其行为确实会受到更多关注,但他们的私人生活领域不应被媒体过度报道,也不应该被大众强行解读。

在网络空间中,匿名性和群体性的特征为运动员的负面舆情特别是网络暴力的滋生提供了温床,而当媒体对运动员的报道存在偏差或误导时,部分网民会迅速集结形成群体,共同对运动员本人进行抵制和批判。尤其对于尚未形成健全的心理防御机制的未成年运动员而言,这些行为不仅会严重损害其合法权益,还对其心理造成了极大的伤害。受访对象法律从业者 D2 表示:“网络上发酵的舆情会影响运动员的情绪心态,也会影响其日常训练,进而影响他们的比赛,这是一个连续的过程。”过度的舆论压力可能导致运动员产生焦虑、抑郁等心理问题,影响其训练和比赛状态;而长期的负面报道则可能损害其形象和声誉,进而影响其未来的职业发展,如可能使得运动员在事业可以再登一个高峰的年纪,提早选择退役等,形成一系列负面的连锁反应。受访对象体育新闻专业学生 B1 表示:“优秀的未成年运动员未来路还长,他们的职业生涯才刚刚起步。从现在的年纪

[1]伊国豪. 体育明星媒介形象的建构与影响研究[D]. 浙江师范大学, 2020.

到二十多岁，他们至少能参加两届奥运会，潜力是巨大的。但是现在有些媒体和网友过早地把他们推到聚光灯下，让他们承受网络暴力，这对他们的心理成长很不利。而且这种压力可能会影响他们的竞技状态，甚至缩短运动寿命。这不仅他们个人的损失，更是国家体育事业的损失。我们应该给他们一个更健康的成长环境，让他们能够安心训练，在未来更长的运动生涯中为国家争取更多荣誉。”

在当今融媒体时代，网络暴力与谣言传播的速度之快、范围之广，令人咋舌。一旦运动员在赛场或日常生活中出现失误或争议行为，就可能迅速成为网络舆论的焦点。媒体这种过度的曝光与征讨，尤其对于尚未形成稳定心理机制的未成年运动员来说，无疑是巨大的挑战。因此，媒体应承担起相应的责任，在进行运动员的新闻报道时，需充分考量受众的接受度与适配性，并致力于构建完整、全面的运动员媒介形象。此外，应加强对网络舆论的引导与监督，遏制极端言论及盲目跟风行为的扩散。受众在解读运动员报道时，也应基于充分的认知与理解进行解码，避免主观臆断，以免对运动员的形象产生误读。

5.4 媒体追求经济效益忽视社会效益

主流媒体兼具社会性和商业性的双重特质，这一双重属性在我国新闻行业中体现为“事业性质与企业化管理”的外在模式。随着社会主义市场经济体制的不断深化，运动员在国际国内体育赛事上屡创佳绩、为国家赢得荣誉的同时，也吸引了众多企业与赞助商的目光，他们看中了这些年轻运动员在消费时代所蕴含的潜在市场价值，意图借助其广泛的社会影响力，实现经济效益与社会效益的双重提升。而媒体也在其中发挥了重要作用。运动员从形象塑造到“人设”构建，媒体的编排与报道也在不断地根据特定时期的伦理价值和消费符号，塑造、打破、重建着体育明星的社会标签。社会角色期许与自我呈现趋同促成了体育明星人设生产的过程，而体育明星人设的泛娱乐化传播是后现代集体狂欢的产物，其商品化过程也是媒体、商界和体育界等共同作用的结果。

在新闻阅读习惯碎片化、移动化的当下，受众往往更倾向于接受轻松、有趣的内容，而非严肃、有深度的长报道，“能够快速吸引眼球”成为信息受到更大关注的重要原因之一。在受众需求变化的影响下，媒体和记者往往更倾向于选择更简短、直接，争议性内容进行报道，以获得更大的经济效益。但这也在潜移默化中主导着媒体娱乐资本的价值走向，而忽视了自身承担着引导舆论的社会导向功能。例如巴黎奥运会期间，时为《南方日报》的一位记者在网络直播时对全红婵进行批评，认为她“不跳水后就像白痴一样”，之后相关词条多次登上微博热搜，引发争议。该记者缺乏对全红婵的尊重且对其塑造了负面的刻板印象，有损

运动员的媒介形象。同时随着新媒体的快速传播，会更大程度地放大、扩散这些不实的、负面的信息，加剧社会性歪曲，产生负面的社会效益。同时，该记者也未能以客观、公正、尊重的态度报道和评论运动员，而是使用了贬低和歧视性的语言，违反了新闻伦理准则，损害了新闻行业的公信力和形象。在此过程中，随着媒体公开报道内容的增加，运动员也被置于更为透明的环境，面临更多潜在的争议和指责。受访对象运动员 C1 表示：“说实话，现在的感觉和以前完全不一样了。在还没拿到成绩的时候，我的生活特别单纯，每天脑子里想的都是训练的事——哪个动作还不够标准，要怎么改进才能提高成绩。那会儿虽然累，但是心里很踏实。可现在不一样了，自从拿了奖牌，感觉自己的生活突然被放在了放大镜下。记者们对我的个人经历、生活习惯都特别感兴趣，什么都想挖。我理解大家的好奇心，但有时候真的希望能有更多属于自己的空间。”受访对象体育新闻专业学生 B2 也表示：“现在媒体对运动员的包装方式，跟八九十年代相比真是天差地别。那时候的运动员虽然年纪也不大，但生活相对单纯很多。媒体关注的基本就是比赛成绩，其他方面很少过问。现在的年轻运动员就不同了，哪怕还没成年，就得开始接代言、跑通告，想方设法维持曝光度。这些商业合作背后，其实都有品牌方的考量。这种变化对年轻运动员来说既是机遇，也是挑战。”

实际上，未成年体育明星蕴含着多元化的价值特征，衡量其私密信息，既具有自然性，还具有体育领域的专门性与专业性；衡量其媒介形象和空间边界，既具有作为公众人物的公众特性和商业性，又有别于一般公众人物，如娱乐明星。运动员之所以处于公共空间之中，是由于他们参与了体育竞赛，而非出于自身意愿主动离开私密环境，这一过程体现了他们在一定程度上被置于公众视野之下。而运动员的个人权益也与国家体育事业发展息息相关。同时，与成年的运动员相比，媒体在对未成年运动员进行新闻报道时，更应考虑对其尚未成熟的心智以及长远运动生涯的保护。因此，媒体也更应在媒体融合时代报道时注重经济效益和社会效益的统一，考虑未成年体育明星的媒介形象、竞技成绩、竞赛风格、运动生涯等多重因素，在公共性、社会性和商业性中寻求平衡。

6 主流媒体建构运动员媒介形象的启示

随着媒体融合的不断发展,面对信息传播高度互动化的当下,如何做好运动员媒介形象报道、如何克服泛娱乐化报道倾向,避免由于刻板印象形成的引导式报道,是主流媒体和新闻工作者亟需明确的一系列问题。基于巴黎奥运会全红婵的相关新闻报道,本研究提出主流媒体建构运动员媒介形象的启示。

6.1 媒体站位:合理报道,塑造生动立体形象

大型体育赛事不仅是运动员竞技水平的展示平台,也是国家形象塑造的重要窗口。运动员的媒介形象不仅影响着自身发展,更关乎国家的切实利益和文体面貌。因此,主流媒体在报道运动员时,应以个性化、正能量的话语表达建构立体、生动的运动员形象,避免夸大化和煽情化报道,关注竞技态与生活态的统一。竞技态体现运动员在赛场上的竞技水平和精神风貌,而生活态则展现运动员的个人性格、生活态度和价值观。通过合理报道,从而塑造出一个全面、立体而亲切的运动员形象。以全红婵为例,主流媒体在报道其竞技成就的同时,也深入挖掘了其成长经历、性格特点、训练生活等方面的内容。这种多元化的报道方式不仅让观众看到了全红婵在赛场上的风采,更让观众了解了其背后的努力和付出,从而增强了观众对运动员的认同感和共鸣。

同时,主流媒体在塑造运动员形象时,也需避免陷入过度曝光、神话化和刻板印象的误区,充分了解其职业生涯和个性特点,寻找新的报道角度,从小处着眼讲述新故事,刻画出运动员的立体画像,打破原有的刻板印象束缚。此外,媒体应强化社会责任感,从新闻报道的价值选取入手,明确新闻生产的价值导向,形成报道价值导向的检查机制,让新闻报道服务于客观事实的重现,而非受众的刻板认知,真正挖掘那些人性闪光的好故事。在报道运动员时,媒体应注重保护其隐私权和成长空间,避免将其过度商业化或政治化,警惕西方媒体对我国运动员的误读和曲解,通过客观、真实的报道内容和丰富、鲜活的报道语态,展现我国运动员的多元魅力。

6.2 舆论引导:尊重隐私,倡导理智理性支持

由于运动员社会身份的特殊性,主流媒体在践行信息传播、满足公众知情权这一基本报道职责的过程中,更需审慎地平衡运动员个体权益的维护与面向公众的适度曝光之间的界限,确保在有效传递必要信息的同时,不侵犯其合法权益及

个人隐私。但部分媒体在流量的驱动下,往往忽视可能由此引发的“回声室效应”,进而对运动员的身心健康及长远的职业生涯发展产生不利的影 响。陈力丹指出,“媒介逼视实质上是对私人领域过度公开的报道行为。这种行为给被报道个体带来了他们本不应该承受的压力,同时也造成了大众传媒的功能失调,是新闻媒体社会角色的错位^[1]。”因此,在报道运动员时,主流媒体应避免过度渲染和曝光其私生活,直接或间接为其制造不必要的舆论压力。

例如九派新闻通过转载网友视频,对全红婵买苹果手机的私人领域进行公开报道,引发部分网民错误地将个人消费行为与爱国情感相联结,对运动员提出逾越道德层面的不合理要求。因此,在体育新闻报道泛娱乐化的时代环境中,主流媒体立场的理性与鲜明尤为重要。如环球时报《喜爱不应变成骚扰 流量必须守住边界》和湛江晚报《别让非理性“打卡”吹散了热爱》两篇报道通过强调尊重公众人物的个人生活领域及隐私权的重要性,以平视、客观、公正的角度进行新闻生产,从而引导公众的关注点更聚焦于运动员的奋斗轨迹与专业技能之上。同时,主流媒体还应当承担起积极正面引导的责任,坚持新闻真实性原则,对新闻素材需要进行严格的核实和甄别,倡导受众理性理智支持,避免公众对此类事件进行过度解读与无根据的延伸,以及将主观偏见强加于运动员的可能,从而遏制极端言论与盲目跟风行为的发生。

6.3 流程监管: 违规处理, 建立信息沟通渠道

在运动员媒介形象建构中,主流媒体应承担社会责任,规范自身的报道行为,把握好对运动员社会身份、个性特征的内容报道尺度,强调正面导向,鼓励和传播积极的社会价值观和体育精神,维护好新闻行业的公信力和运动员的媒介形象,严格遵守新闻伦理准则,以客观、公正、尊重的态度进行报道和评论。同时,主流媒体在获取新闻素材时,应通过正规的渠道和方式,不进行未经许可的采访、拍摄和转载;报道时应避免社会性歪曲,尊重运动员,不使用贬低和歧视性的语言;对报道内容进行严格审核,以确保报道的真实性、客观性和合法性。

在“人人都有麦克风”的时代,新闻从自上而下的传播模式转为交互性传播模式。在传统新闻制作流程中,对于新闻内容的核实至关重要,而如今很多自媒体从业者缺乏辨别、核实新闻价值的专业技能、渠道与意识,极易“跟风”做出侵害他人隐私权的直播、跟拍等行为。因此,主流媒体应建立严格的报道流程监管机制,对为获取流量而过度曝光运动员生活的行为进行处理,并跟进结果,提升公众对媒体行业的信任度。针对运动员的报道,媒体应避免将焦点从其体育成

[1]陈力丹,王辰瑶.《“舆论绑架”与媒体逼视——论公共媒体对私人领域的僭越》[J].新闻界,2006:17.

就转移到外貌、学识等非本质特征上,注重人文关怀和尊重运动员的意愿和情感需求,这样才能更好地传递信息、反映真相、服务公众。同时,主流媒体应与当地政府、体育管理部门、公安部门等建立良好的信息沟通渠道,加强对自媒体和媒体从业者的监管力度,及时发现、纠正和处理涉及运动员隐私权侵犯的行为。对于新闻失实和越权等现象,相关部门应予以严厉打击和惩罚,以维护新闻报道的准确性和公正性;将侵犯公众人物权益的内容扼杀在传播早期,这也是保护运动员隐私的有效手段。

6.4 议题选择:把握分寸,提升记者职业素养

记者的新闻专业素养及其报道中的议题抉择,对于运动员媒介形象能否得以客观且生动地展现于受众面前起着重要作用。故而,强化记者的职业素养显得尤为关键。史蒂夫·威尔斯坦在《美联社体育新闻报道手册》中对体育记者提出了明确要求:“实地采访不可或缺,需频繁与运动员、教练员及其周边人士交流,细致观察,详尽记录细节。”此外,“还需强化写作训练,精进写作技巧,拓宽知识边界,增强批判性思维能力^[1]。”因此,主流媒体在报道运动员时,应当审慎把握报道尺度,通过深入细致的采访与独具匠心的写作,刻画出既真实又多维的运动员形象。

此外,记者要加强自我约束,提升其体育素养与专业素养,精心选择报道议题,提升大型体育赛事的报道深度。记者还应恪守职业道德准则,严格规范报道行为,清醒认识并警惕极端娱乐化倾向,坚决抵制虚假新闻与有偿新闻,确保报道内容能够客观、真实地反映运动员的形象。对此,媒体机构和记者自身都应努力寻找流量和质量的平衡点。对于媒体单位而言,在为参与赛事报道的记者制定绩效指标时,不应将流量视为唯一或关键要素,要鼓励高质量、有人文关怀的好稿件,激发记者挖掘好故事的积极性,给予他们充分的探索和报道空间。对于记者自身来说,要在纷繁芜杂的流量世界中保持定力,不断修炼自身的本领与报道领域的专业修为,保持对相关赛事、国际竞争格局的关注和积累,与包括运动员和教练员、运动队在内的报道对象保持联系与沟通;同时,也要对高质量的内容有所坚持,自己为自己制定标准。其次,作为大型体育赛事报道的记者,不仅要锤炼自身的新闻采编技能,还应深入了解体育运动的文化内涵和历史背景,从而能够在报道中更准确、细致地传递出体育赛事的精神与美学价值,以提升自身的体育审美能力。记者在报道议题选择时,也不应仅局限于单纯的比赛结果与娱乐化内容,而是要通过更加深入的分析、反思和文化解读,使新闻报道在受众中产

[1] 史媛媛. 中美报纸女性运动员形象报道研究[D]. 大连理工大学, 2019.

生更长久的影响力，并推动体育文化在社会中的传播与发展。最后，记者还应坚守正确的舆论导向，减少泛娱乐化、夸大其词及煽情化新闻的报道，从而避免运动员负面形象的传播，促使其媒介形象报道向更加积极、健康的态势发展，并真正发挥出新闻报道对公众认知、社会舆论和文化引导的积极作用。

7 结论

学者于德山在分析我国运动员媒介形象时说：“运动员媒介形象反映着当代媒介文化的组成因素与运作特征，成为一种重要的时代镜像^[1]。”运动员并非仅仅是体育竞技舞台上的参与者，他们更是承载着教化意义，作为人类优秀品质与价值观的杰出代表与展示者。鉴于此，主流媒体作为时代风貌的记录与传播者，肩负着不可推卸的责任与使命，应当充分利用自身的传播效能，为运动员媒介形象的构建与传播开辟道路、创造机遇。主流媒体应大力倡导与传播积极向上的体育文化，树立丰富、立体而多层次的年轻榜样媒介形象，推动体育运动在大众层面的广泛传播与发展，复兴并弘扬中华体育精神及奥林匹克文化的精髓。

本文通过研究巴黎奥运会期间中外主流媒体对跳水运动员全红婵的相关报道，解决了中外主流媒体通过怎样的框架塑造全红婵的媒介形象；巴黎奥运会报道中全红婵呈现出怎样的媒介形象，并比较中外主流媒体所塑造的全红婵媒介形象的异同点；主流媒体对运动员形象报道中存在哪些问题以及建构运动员媒介形象的启示这四个问题。得出具体结论如下：

一是巴黎奥运会期间中外主流媒体对全红婵的报道，运用臧国仁的框架理论全方位多角度的展现了全红婵的媒介形象。从宏观层次分析来看，报道主题种类繁多，涵盖面广，涉及政治、体育、生活、经济和法律这五类主题；报道体裁涉及消息、通讯、评论和专题报道；报道倾向以赞扬和中立态度为主，也涉及主流媒体对报道所引发的媒介伦理问题的批评立场及部分国外媒体的负面报道。从中观层次分析来看，报道来源以自采为主，转载多为地市级主流媒体综合央级主流媒体的新闻内容；报道框架涉及赛事竞技、社会议题、励志奋斗和政治议题四种类型。从微观层次分析来看，报道文本通过强调高频词突出强化重点形象；同时通过“跳水顶流”“天才少女”“别人家的孩子”“跳水机器”等隐喻称谓词传达形象内核，强化形象特征。二是全红婵在巴黎奥运会报道中呈现出多种类型的媒介形象。从职业角色形象来看，主要有夺得奥运三金的天才少女形象、赛场执着拼搏的国家英雄形象和失去自由快乐的跳水机器形象。从社会角色形象来看，主要有农村家庭出生的懂事女儿形象和超高流量经济的体育明星形象。从个性特征形象来看，主要有真实率性、敢于表达的新世代运动员形象和勤奋昂扬、刻苦训练的青年榜样形象。同时，本研究比较了中外主流媒体所塑造的全红婵媒介形象的异同点及分析产生原因。相同点主要体现在中外主流媒体对全红婵的报道多为赞扬褒奖并且正面报道多聚焦在赛事竞技和励志奋斗的报道议题上。不同点体现在国内主流媒体对全红婵的媒介形象以正面赞扬为主，而部分国外主流媒体对

[1]于德山. 30年来我国运动员媒介形象分析[J]. 体育与科学, 2009, 30(04): 73-78.

其媒介形象有负面报道且多聚焦在政治议题和社会议题上；中外主流媒体报道存在差异性主要有意识形态、社会文化和新闻理念这三方面的原因。三是巴黎奥运会期间，主流媒体对以全红婵为代表的运动员媒介形象报道中还存在一些问题，主要有媒体报道话语存在夸大化和煽情化、选择性报道存在揭示与隐匿的问题、媒体追求流量效应引发次生舆情、媒体追求经济效益忽视社会效益。四是根据前文的研究结果及问题，得出主流媒体建构运动员媒介形象的如下启示：在媒体站位上要合理报道，塑造生动立体的运动员形象；在舆论引导上要尊重隐私，倡导理性支持打卡；在流程监管上要处理违规行为，建立信息沟通渠道；在议题选择上要把握分寸，提升记者职业素养。

本研究受限于学术能力与学术积累，仍存在一些不足。首先，尽管本文努力涵盖不同类型中外主流媒体对全红婵的报道，但在社交媒体和自媒体内容的选取上，仅聚焦于具有代表性的负面报道，这在一定程度上限制了研究样本的全面性。其次，由于巴黎奥运会与本研究开展的时间间隔较短，难以对全红婵所处的社会和舆论环境进行全局性与历史性的深入分析。最后，理论基础不够扎实，在运用文本分析方法时，对具体报道文本的解读尚显不足，未能达到更为深刻的分析层次。今后本研究将扩大研究范围，增加对比样本，以期得出较为全面的研究结果。

参考文献

中文学术专著:

- [1] 黄旦. 传者图像:新闻专业主义的构建与消解[M]. 复旦大学出版社, 2005.
- [2] 肖伟. 新闻框架论:传播主体的架构与被架构[M]. 北京:中国人民大学出版社. 2005, 88.
- [3] 喻国明. 一个主流媒体的范本[M]. 上海:复旦大学出版社, 2004:34.
- [4] 臧国仁. 新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论述 [M]. 台北:三民书局, 1999:51.
- [5] 周翔. 传播学内容分析研究与应用[M]. 重庆:重庆大学出版社, 2014:217.

中文学术期刊论文:

- [1] 蔡骐, 曹慧丹. 焦裕禄:媒介形象的建构与发展[J]. 新闻记者, 2013, (04):58-63.
- [2] 蔡骐, 刘嘉佳. 中国 Z 世代的媒介形象建构及其反思[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2023, 37(03):142-148.
- [3] 曹晋. 体育明星的媒介话语生产:姚明、男性气质与国家形象[J]. 新闻大学, 2007, (04):143-152.
- [4] 曾庆锴. Z 世代体育主题国际传播初探[J]. 新闻战线, 2023, (16):50-52.
- [5] 陈力丹, 王辰瑶. 《“舆论绑架”与媒体逼视——论公共媒体对私人领域的僭越》[J]. 新闻界, 2006:17.
- [6] 丁莉. 媒介融合背景下郑州城市形象跨文化传播研究[J]. 新闻爱好者, 2018, (09):71-74.
- [7] 范红, 何佳雨. Z 世代体育精神的新内涵与新传播策略设想[J]. 新闻战线, 2023, (19):39-42.
- [8] 范红, 何佳雨. 冬奥运动员形象塑造与“Z 世代”体育传播研究——以新生代花样滑冰国际巨星羽生结弦为例[J]. 对外传播, 2021, (12):35-37.
- [9] 费雯俐, 童兵. “海派时尚文化”的媒介镜像:上海城市形象对外传播的优化策略[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(09):28-33.
- [10] 风笑天. 独生子女:媒介负面形象的建构与实证[J]. 社会学研究, 2010, 25(03):177-198+245-246.
- [11] 甘莅豪. 媒介话语分析的认知途径:中美报道南海问题的隐喻建构[J]. 国际新闻界, 2011, 33(08):83-90.
- [12] 何绍辉. Z 世代青年的形成背景与群体特征[J]. 中国青年研究, 2022, (08):14-20.
- [13] 黄河, 李政, 杨小涵. 西方媒体奥运报道的议程网络特征及北京冬奥会传播对策——基于近 6 届奥运会新闻报道的语义网络分析[J]. 上海体育学院学报, 2021, 45(05):10-20.
- [14] 黄婷, 林建君. 女性运动员媒介形象呈现研究[J]. 体育文化导刊, 2018, (04):153-158.

- [15]黄子婷. 新媒体语境下体育明星的媒介形象建构与传播[J]. 东南传播, 2023, (10):14-18.
- [16]李春玲. 社会经济变迁中的 Z 世代青年: 构成、观念与行为[J]. 中国青年研究, 2022, (08):21-27.
- [17]林小榆, 李新欣. 跨文化传播视域下奥运会运动员的国家形象塑造——以 2016 里约奥运会中国运动员为例[J]. 北京体育大学学报, 2018, 41(02):40-45.
- [18]刘静, 邓秀军. 明星运动员媒介形象的全媒体塑造策略研究——以李娜的“大满贯”参赛经验为例[J]. 武汉体育学院学报, 2013, 47(09):19-22.
- [19]刘天旭. 浅论体育明星的媒介形象塑造[J]. 东南传播, 2018, (09):48-51
- [20]陆晔. 香港中文报纸中的中国内地新闻: 新闻文本的框架研究[J]. 新闻大学, 1998, (02):45-48. 1998. 02. 011.
- [21]马春燕. 传媒视角下公共人物社会功能探析——以运动员形象为例[J]. 新闻爱好者, 2018, (09):84-86.
- [22]毛娜, 蔡骐. 框架与话语: 解析主流报纸对大学生村官的媒介形象建构[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2021, 50(04):131-137.
- [23]潘忠党. 架构分析: 一个亟需理论澄清的领域[J]. 传播与社会学刊, 2006(1):17-46.
- [24]彭翠, 王梦园, 张可心. 传播符号学视域下体育明星媒介形象的建构路径——以跳水运动员全红婵为例[J]. 海河传媒, 2024, (04):31-37.
- [25]沈杰. Z 世代: 时代与社会多重规定性的建构[J]. 中国青年研究, 2022, (08):5-13.
- [26]沈正赋. 习近平关于新闻舆论工作重要论述: 逻辑起点·发展脉络·理论内核[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(11):77-85.
- [27]宋宗佩, 韩凤月, 白亮, 等. 女运动员媒介呈现与中国国家形象构建研究[J]. 广州体育学院学报, 2016, 36(06):12-14+22.
- [28]孙彩芹. 框架理论发展 35 年文献综述——兼述内地框架理论发展 11 年的问题和建议[J]. 国际新闻界, 2010, 32(09):18-24+62.
- [29]孙发友, 陈旭光. “一带一路”话语的媒介生产与国家形象建构[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2016, 37(11):163-167.
- [30]田绍慧, 郝亚堃. 巴黎奥运会期间主流媒体舆论引导经验[J]. 中国记者, 2024, (09):51-53.
- [31]万晓红, 周榕. 中国体育国际形象调查报告(2016)[J]. 武汉体育学院学报, 2016, 50(11):5-11.
- [32]王海英. 我国归化运动员媒介形象塑造价值与经营管理[J]. 冰雪体育创新研究, 2023, (18):31-33.
- [33]王明枫, 李芳, 金秋龙. 网络媒体冬奥会报道中的女性运动员形象呈现研究[J]. 成都体育

学院学报, 2023, 49(01):74-80.

- [34]王宇荣, 项国雄. 留守儿童媒介形象的差异化建构——基于新闻、评论文本的分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(06):17-23.
- [35]夏倩芳, 张明新. 新闻框架与固定成见:1979-2005年中国大陆主流报纸新闻中的党员形象与精英形象[J]. 新闻与传播研究, 2007, (02):29-41+95.
- [36]许向东. 一个特殊群体的媒介投影——传媒再现中的“农民工”形象研究[J]. 国际新闻界, 2009, (10):42-45.
- [37]姚治兰, 王宇辰, 彭莉. 视频社会化背景下我国知名运动员个体形象塑造思考[J]. 体育文化导刊, 2023, (05):43-50.
- [38]于德山. 30年来我国运动员媒介形象分析[J]. 体育与科学, 2009, 30(04):73-78.
- [39]于越. 主流媒体关于青年志愿者报道框架研究——以《人民日报》和《中国青年报》抗击新冠疫情报道为例[J]. 传媒论坛, 2023, 6(18):35-38.
- [40]张麟, 薛文婷, 孟潇庆. 我国国际体育赛事的西方媒介话语建构及其应对策略——以《纽约时报》北京冬奥会报道为例[J]. 北京体育大学学报, 2023, 46(02):117-128.
- [41]赵敬, 潘冰. 主流媒体面向 Z 世代的传播策略[J]. 新闻战线, 2023, (15):38-40.
- [42]钟天云. 谈谈社会角色的扮演[J]. 企业家天地半月刊(理论版), 2007(8):193.

中文硕博论文:

- [1] 崔雪纯. 杭州亚运会报道中的女性运动员形象呈现[D]. 武汉体育学院, 2024.
- [2] 达锦慧. 体育新闻中女性运动员的媒介形象建构研究[D]. 首都体育学院, 2024.
- [3] 盖姣伊. 《中国青年报》女性运动员形象研究(2012-2021)[D]. 北京外国语大学, 2022.
- [4] 高晨旭. 文化记忆视域下女性运动员媒介形象变迁研究[D]. 辽宁师范大学, 2022.
- [5] 郝博文. 框架理论视域下谷爱凌媒介形象的研究[D]. 首都体育学院, 2022.
- [6] 黄昕. 框架分析视角下“官二代”媒介形象建构研究[D]. 苏州大学, 2014.
- [7] 黄燕萍. 近年来我国媒体对农民工形象的呈现[D]. 广西大学, 2007.
- [8] 贾婷婷. 主流媒体中谷爱凌媒介形象的研究[D]. 兰州财经大学, 2023.
- [9] 李明睿. 网络新闻中我国女性奥运参赛者媒介形象嬗变研究[D]. 湖南师范大学, 2021.
- [10] 李泽. 我国归化运动员媒介形象研究[D]. 武汉体育学院, 2023.
- [11] 马梦蝶. 新浪网冬奥会报道(2002-2018)的中国女性运动员媒介形象变迁研究[D]. 成都体育学院, 2021.
- [12] 孟彤玥. 奥运会报道中女性运动员形象呈现研究[D]. 东北财经大学, 2022.
- [13] 明雪. 奥运会知名女运动员媒介形象呈现研究[D]. 贵州民族大学, 2024.
- [14] 彭瑜婷. 框架理论视域下中国“00后”运动员的媒介形象研究[D]. 武汉体育学院, 2022.
- [15] 史媛媛. 中美报纸女性运动员形象报道研究[D]. 大连理工大学, 2019.
- [16] 王梦瑶. 表征理论下明星运动员媒介形象对比研究[D]. 郑州大学, 2018.

- [17]王巍.《人民日报》冬奥会新闻报道研究(1980-2010)[D].北京体育大学,2011.
- [18]吴丽娜.新华网杭州G20峰会专题中的国家形象报道框架研究[D].新疆大学,2017.
- [19]谢京弦.《纽约时报》俄乌冲突报道的框架研究[D].南昌大学,2023.
- [20]熊嘉宝.青春律动与媒介镜像:《中国青年报》“年轻”运动员形象建构策略[D].湖北大学,2023.
- [21]徐嘉遥.北京冬奥报道中我国运动员媒介形象研究[D].湖南大学,2023.
- [22]杨亚田.《人民日报》中国女性运动员媒介形象变迁及成因研究(2000-2022)[D].河北经贸大学,2024.
- [23]伊国豪.体育明星媒介形象的建构与影响研究[D].浙江师范大学,2020.
- [24]于星雅.归化运动员媒介形象的他者建构与自我建构[D].山东大学,2023.
- [25]余娟娟.西方主流报媒冬奥会报道的新闻框架研究[D].武汉体育学院,2018.
- [26]张晶.中国国际传播媒体国家形象建构策略演进研究[D].山东大学,2023.
- [27]张彤.“央视体育APP”2020年东京奥运会报道策略研究[D].西安体育学院,2022.
- [28]张晓莺.论框架理论与媒介形象之建构[D].暨南大学,2008.
- [29]张志达.主流媒体青少年犯罪报道研究[D].东华大学,2022.

外文学术专著:

- [1]阿什德著,邵志择.传播生态学:文化的控制范式[M].华夏出版社,2003.
- [2]爱德华·S.赫尔曼,诺姆·乔姆斯基.制造共识:大众传媒的政治经济学:the political economy of the mass media[M].北京大学出版社,2011.
- [3]莫斯可 文森特,加拿大 Mosco Vincent.传播政治经济学[M].华夏出版社,2000.
- [4]英格尔哈特, 罗纳德.现代化与后现代化——43个国家的文化、经济与政治变迁[M].北京:社会科学文献出版社,2013.
- [5] Kosicki, G. M. & McLeod, J. M.,“Learning from Political News: Effects of Media Images and Information -Processing Strategies”, in Kraus, S. (ed.), Mass Comamunication and Po-litical Information Processing,[M]. NJ, Erlbaum, Hillsdale, 1990,69-83.

外文学术期刊论文:

- [1] Entman,R.M. Framing:Towards clarification of a fractured paradigm[J]. Journal of Co-mmunication,1993:43(4), 51-58.
- [2] Gamson W A , Croteau D , Sasson H T .Media Images and the Social Construction of Reality[J].Annual Review of Sociology, 1992, 18:373-393.
- [3] Gamson,W.A.News as framing:comments on graber.American BehavioralScientist[J].198 9:33(2),157-161.
- [4] Gitlin,T. The whole world is watching : mass media in the making & unmaking of the

newle-ft : with a new preface[J]. Foreign Affairs, 1980:6-7.

- [5] Robin West. A Strange but Familiar Foe: North Korea's Media Image and PublicImagination[J]. Asian Perspective,2017,41(4).

外文硕博论文:

- [1] AlKahtani, A., The Post September 11 portrayal of Arabs, Islam and Muslims in The Washington Post and The New York Times: A comparative Content Analysis Study[D]. Wash-ington, DC, Doctoral Dissertation of Howard University, 2002.
- [2] Bowen, H. E., Images of Women in Tourism Magazines Ad-vertising: AContent Analysis of Advertising in Trav-el&Leisure Magazine from 1969 to 1999[D].City of College Station, Doctoral Dissertation of Texas A & M University, 2002.
- [3] Kreiner, K., The Age of Supermen: Fascism, Democracy and the Perception of the Heroic in the Mass Media, 1914-1945[D]. New York, Doctoral Dissertation of New York, 2003.
- [4] Moffitt, K. R., Images of Black Male Athletes in British and American Newspapers, 1990 -1999: A Comparative Content Analysis[D].Washington, DC, Doctoral Dissertation of Howard University, 2001.
- [5] Rainbolt, W. R., Images of Journalism in American Films[D].1946 1976, New York, Doctoral Dissertation of The State University of New York, 2004.

附件

时间	标题	来源
2024-06-19	湛江籍跳水名将全红婵即将出征	湛江晚报
2024-06-19	全红婵入选征战巴黎奥运会公示名单	湛江日报
2024-07-04	希望去参加比赛的都能站上最高领奖台	湛江晚报
2024-07-08	全红婵跳水短视频获网友点赞	湛江晚报
2024-07-09	PREVIEW-Olympics-Dominant Chinese divers vie for golden sweep in Paris	路透社
2024-07-11	湛江籍跳水名将全红婵出镜	湛江晚报
2024-07-14	China tries to go for 8-for-8 sweep in diving gold at the Paris Olympics	美联社
2024-07-15	希望把中国国旗升到最高，为国争光！	湛江晚报
2024-07-15	Nation's diving supremacy seems set to continue in Paris	中国日报
2024-07-23	湛江籍跳水名将全红婵上榜	湛江晚报
2024-07-23	中国跳水队备战奥运会最后冲刺全红婵飞抵巴黎进行训练	湛江日报
2024-07-24	国际跳水舞台上的佼佼者	湛江晚报
2024-07-25	Paris Olympics: 5 athletes to follow on social media, from Quan Hongchan to Margie Didal	南华早报
2024-07-28	全红婵接受央媒采访：我希望中国选手都能站上最高领奖台	湛江日报
2024-07-28	And three years later, the Olympics continue to exploit children	财经新闻
2024-07-30	全红婵启蒙教练郭艺：“祝红婵有出色发挥，为国争光！”	湛江日报
2024-07-30	奥运会主题影片点赞全红婵——“她惊艳了全世界”	湛江日报
2024-07-31	全红婵陈芋汐谈第二次参加奥运会	中国新闻社
2024-07-31	18岁陈芋汐和17岁全红婵，连续两届奥运夺金	中国新闻社
2024-07-31	谷爱凌为跳水“两小只”加油打气	中国新闻社
2024-07-31	Chen Yuxi and Quan Hongchan's dominant dive seals Paris Olympic gold	环球时报
2024-07-31	Olympics-Diving-China's Quan pleasantly surprised by Olympic ski champion Gu after winning gold	路透社
2024-07-31	UPDATE 2-Olympics-Diving-China's Quan and Chen claim gold in women's synchronised 10m platform	路透社
2024-07-31	Sleeping' Chinese divers maintain perfect Paris Olympics record	法新社
2024-07-31	Olympics-Diving-China's Quan and Chen take gold	路透社

	in women's synchronised 10m platform	
2024-07-31	Paris Olympics: Haughey, China's diving star Quan, triathlon - 5 things to know for day 5	南华早报
2024-08-01	(巴黎奥运)全红婵/陈芋汐:不止“水花消失术”	中国新闻社
2024-08-01	巴黎奥运会跳水女双 10 米台决赛全红婵/陈芋汐以绝对优势夺冠	湛江日报
2024-08-01	(巴黎奥运)谷爱凌遇见跳台双姝:我和她们感同身受	中国新闻社
2024-08-01	(巴黎奥运)全红婵/陈芋汐跳水双人 10 米台强势夺冠	中国新闻社
2024-08-01	陈芋汐/全红婵一路领先 女子双人十米台, 奥运七连冠	环球时报
2024-08-01	Fangirl moment': China's top divers star-struck as Eileen Gu gatecrashes Paris Olympics	南华早报
2024-08-01	World No 1 Wang sent packing in shock loss	南华早报
2024-08-01	Young athletes dazzle in pool, on two wheels	中国日报
2024-08-01	China's Chen Yuxi/Quan Hongchan win women's synchro 10m platform	人民网
2024-08-01	展精湛技艺 显青春风采(五环大视野)	人民日报
2024-08-02	陈芋汐/全红婵:女子双人十米台摘金	人民日报
2024-08-02	记者探访 10 米跳台克服恐高问题勇敢跨出第一步	湛江日报
2024-08-02	Paris Olympics: China's Quan Hongchan, Chen Yuxi Nail The Synchronised Dive And How	CNN
2024-08-02	Chinese diver's Olympic triumph shines spotlight on hometown flame trees	中国新闻社
2024-08-03	真的很难不喜欢全红婵	湛江日报
2024-08-03	湛江籍跳水奥运冠军何冲与全红婵、陈芋汐一起打气呐喊“中国队,加油!”	湛江日报
2024-08-04	“广式”松弛感全红婵的丑鱼拖鞋火了!	湛江日报
2024-08-05	北京时间明晚 9 点,巴黎奥运会女子单人 10 米跳台决赛全红婵迎卫冕之战	湛江日报
2024-08-05	全红婵女单 10 米跳台决赛冲金	湛江晚报
2024-08-05	薪火相传 延续光荣与梦想(奥运观澜)	人民日报
2024-08-06	全红婵上榜	湛江晚报
2024-08-06	女单 10 米跳台半决赛全红婵以第一的成绩晋级决赛	湛江日报
2024-08-06	China's Quan Hongchan, Chen Yuxi lead the way in Olympic 10-meter diving	美联社
2024-08-06	Olympics-Diving-China's Quan dominates 10m platform semi-final	路透社
2024-08-07	全红婵成功卫冕	湛江晚报
2024-08-07	巴黎奥运会跳水项目女子 10 米跳台决赛全红婵	湛江日报

	巴黎摘金 乡亲们港城鼓劲	
2024-08-07	(巴黎奥运)全红婵蝉联冠军:水花消失,“水花”惊起	中国新闻社
2024-08-07	女单10米跳台决赛上演巅峰对决全红婵夺冠	湛江日报
2024-08-07	(巴黎奥运)全红婵跳水10米台成功卫冕 陈芋汐获得银牌	中国新闻社
2024-08-07	中国体育代表团再添一金(赛场速递)	人民日报
2024-08-07	Who is Quan Hongchan? China's teen diving queen has 3 Olympic golds, loves Eileen Gu, toysAU	南华早报
2024-08-07	Quan and Chen in see-saw battle for diving gold	南华早报
2024-08-07	Olympics-Diving-China's Quan's thoughts turn to food after winning 10-metre platform gold	路透社
2024-08-07	UPDATE 2-Olympics-Diving-China's Quan wins gold in women's 10-metre platform	路透社
2024-08-07	Perfectionist Quan wins third Olympic diving gold at age 17	法新社
2024-08-07	Olympics-Diving-China's Quan wins gold in women's 10-metre platform	路透社
2024-08-07	Update China extend Olympic diving domination with Quan's 10m repeat gold	德新社
2024-08-07	Chinese diving prodigy wins third Olympic gold at age 17	法新社
2024-08-07	Triumphant dive adds to glory in pool	中国日报
2024-08-07	Olympics Day 11: Sensational Quan retains diving title, multiple new records created	人民网
2024-08-07	Olympics Feature: No magic, just sweat and tears for Quan's title defending journey	人民网
2024-08-07	Olympics China's Quan retains women's 10m platform title at Paris Games	人民网
2024-08-08	全红婵“水花消失术”出境当范例	湛江晚报
2024-08-08	国际奥委会官博发视频回顾跳台跳水百年历史全红婵“水花消失术”出境	湛江日报
2024-08-08	跳水女子十米台全红婵卫冕 努力将每一个动作做到极致(五环大视野)	人民日报
2024-08-08	迈合村因“婵宝”出圈各地游客争相打卡“冠军之家”	湛江日报
2024-08-08	跳水女子单人10米台 全红婵陈芋汐包揽冠亚军(五环之光)	人民日报
2024-08-08	讲好全红婵的跳水故事	湛江晚报
2024-08-08	广州塔再为全红婵亮灯	湛江晚报
2024-08-08	全红婵赛后遇惊喜:哥哥也来了兄妹俩用雷州话对话,助攻推广鲜美湛江	湛江日报
2024-08-08	全红婵在巴黎现场接受何冲采访“没有很完美,	湛江日报

	还可以做得更好”	
2024-08-08	全红婵人气十足各级媒体报道引起广泛关注和强烈反响	湛江日报
2024-08-08	Paris Olympics: China's diving domination leaves rest playing catch up, Team GB boss says	南华早报
2024-08-08	Paris Olympics: Quan Hongchan showered with dolls, nod to family's humble beginningsAU	南华早报
2024-08-08	Praise for work ethic of china's diving unit	南华早报
2024-08-08	Chen lauded for her coaching skills	南华早报
2024-08-08	Quan doesn't make a splash, scoring perfect 10s to take gold	中国日报
2024-08-09	Chinese athletes in Paris face unsporting obstacles	中国日报
2024-08-10	全国妇联官微发布推文全红婵夺冠背后：家庭是她最大的后盾	湛江日报
2024-08-10	央视新闻官微发布推文《“00后”奥运报告来了》为全红婵陈芋汐真挚友情点赞	湛江日报
2024-08-10	新华社官微发布众人围在街边电视机前看全红婵决赛的视频引发热议“婵宝让更多人关注跳水”	湛江日报
2024-08-10	China Completes Historic Clean Sweep of Golds in Olympic Diving	CNN
2024-08-11	全红婵自评 85 分认为还可做得更好	湛江日报
2024-08-11	中国体育报官微发文点赞全红婵	湛江日报
2024-08-11	暖心瞬间 真情传递（奥运纵横）	人民日报
2024-08-12	她真是“完美主义者”！	湛江晚报
2024-08-12	英跳水健将详解全红婵“水花消失术”	湛江日报
2024-08-12	全红婵告别巴黎奥运会我会继续加油的！下个赛场见！	湛江日报
2024-08-12	游客争相打卡迈合村	湛江晚报
2024-08-12	REVIEW-Olympics-Diving-China completes golden sweep but rivals are catching up	路透社
2024-08-13	红婵一跳惊天下	湛江日报
2024-08-13	全红婵家乡成文明打卡地冠军故事鼓舞追梦者奋勇前行	湛江日报
2024-08-13	出镜畅谈巴黎奥运经历和感受全红婵想吃家乡菜	湛江日报
2024-08-13	Thousands turn China hometown of Olympics teen dive queen Quan Hongchan into tourist hub	南华早报
2024-08-13	China Olympic hero Pan would swap gold for quiet life, Quan Hongchan besieged at airport	南华早报
2024-08-13	Olympics spurs debate: can China be a 'sports powerhouse' by letting market hone athletes?	南华早报
2024-08-13	Olympic Champion Quan Hongchan spurs unprecedented surge in turtle toy sales	环球时报
2024-08-13	China's Olympic gold medal map: Which provinces	环球时报

	lead the pack?	
2024-08-14	从湛江走出来的奥运冠军	湛江日报
2024-08-14	“国风版”全红婵闪亮登场	湛江晚报
2024-08-14	China's Extreme Fan Culture Makes Olympic Gold a Mixed Blessing	纽约时报
2024-08-14	Cool-headed Pan disbands 'fan group'	环球时报
2024-08-14	True cost of fame hits home for heroes of Games	南华早报
2024-08-15	全红婵陈芋汐陈艺文结伴逛店撸猫店员全程无打扰, 网友点赞	湛江日报
2024-08-16	Reporter in controversy for inappropriate remarks on Olympic champion Quan Hongchan	环球时报
2024-08-16	Champions' starting pointAU	环球时报
2024-08-16	250 million react online as China Olympic hero closes supporters club over toxic fan culture	南华早报
2024-08-16	China's Extreme Fan Culture Makes Olympic Gold a Mixed Blessing	纽约时报
2024-08-17	Diving champion giving a Midas touch to hometown	中国日报
2024-08-19	从农家小妹到奥运“三金王”(一)	湛江晚报
2024-08-19	Critics of China Olympic diving queen Quan Hongchan slammed for 'uneducated idiot' insults	南华早报
2024-08-23	微镜头·习近平总书记接见第三十三届奥运会中国体育代表团“祖国和人民为你们骄傲”	人民日报
2024-08-23	中国体育代表团取得我国参加夏季奥运会境外参赛历史最好成绩 团结一心 顽强拼搏 奋勇争先 不负使命	人民日报
2024-08-23	Beyond the Spotlight: Story of China's youngest three-gold Olympic medalist Quan Hongchan	中国新闻社
2024-08-26	迎来追星热潮	湛江晚报
2024-08-26	从农家小妹到奥运“三金王”(二)	湛江晚报
2024-08-26	内地奥运健儿代表团抵港 香港特区政府举办欢迎晚宴	人民日报
2024-08-27	Place of pilgrimage: China agency offers US\$8 tour of dive queen Quan Hongchan's hometown	南华早报
2024-08-29	The forgotten village transformed by an Olympic cash cow	泰晤士报
2024-08-29	Village strikes gold following young diver's Olympic glory	泰晤士报
2024-08-29	Who are the Chinese Olympians visiting Hong Kong? Pan Zhanle, Quan Hongchan among group	南华早报
2024-08-31	从农家小妹到奥运“三金王”(三)	湛江晚报
2024-08-31	Mainland Chinese divers, swimmers make a splash with Hong Kong crowd amid city visit	南华早报

2024-08-31	Whirlwind second day for delegation	南华早报
2024-09-03	Capital of plastic shoes' embraces innovation, deepens R&D	中国日报
2024-09-04	畅叙家国情怀 传递精神力量（人民论坛）	人民日报
2024-09-04	内地奥运健儿代表团在澳门开展多项交流活动——讲述拼搏故事 展示自信风采	人民日报
2024-09-07	从农家小妹到奥运“三金王”（四）	湛江晚报
2024-09-14	从农家小妹到奥运“三金王”（五）	湛江晚报
2024-09-18	喜爱不应变成骚扰 流量必须守住边界	环球时报
2024-09-21	从农家小妹到奥运“三金王”（六）	湛江晚报
2024-09-23	别让非理性“打卡”吹散了热爱	湛江晚报
2024-09-23	“湛将”全红婵参与合唱	湛江晚报
2024-09-23	“湾区升明月”二〇二四大湾区电影音乐晚会唱响澳门	人民日报
2024-09-28	从农家小妹到奥运“三金王”（七）	湛江晚报
2024-10-02	《我爱你中国》MV 发布全红婵参与录制	湛江日报
2024-10-08	全红婵“簪花妆造”游赤坎老街	湛江晚报
2024-10-09	China museum criticised for 'ugly' diving star statue with pronounced belly button	南华早报
2024-10-14	从农家小妹到奥运“三金王”（八）	湛江晚报
2024-10-16	奥运冠军全红婵等归队训练	湛江晚报
2024-10-19	从农家小妹到奥运“三金王”（九）	湛江晚报
2024-10-28	从农家小妹到奥运“三金王”（十）	湛江晚报
2024-11-04	从农家小妹到奥运“三金王”（十一）	湛江晚报
2024-11-09	从农家小妹到奥运“三金王”（十二）	湛江晚报
2024-12-10	讲述全红婵不平凡的成长故事	湛江晚报
2024-12-26	新华社体育部评出“2024年中国十佳运动员”湛江籍跳水名将全红婵榜上有名	湛江日报
2024-12-29	China dive queen's brother declines US\$28 million contracts to focus on helping farmers	南华早报
2024-12-31	全红婵和陈芋汐获评 2024 体坛榜样年度最佳组合	湛江日报