

目录

总序	vii
前言	xi

绪论

第一章 引言	2
第一节 选题的价值和意义	2
第二节 本研究的基本观点	3
第三节 研究思路	3
第四节 研究方法	4
第五节 创新之处	4
第二章 中国对外传播研究现状综述	6
第一节 引言	6
第二节 对外传播研究	6
第三节 话语权研究	17
第四节 传播过程研究	18
第五节 中国对外传播研究存在的问题与展望	21

理论篇

第三章 话语与话语理论	23
第一节 国内外有关话语研究概述	23

第二节	话语研究的拓展	25
第三节	话语与现实之间关系的消解	26
第四节	话语理论中的霸权概念	28
第四章	话语实践中的意义互动与磋商	30
第一节	引言	30
第二节	话语实践的界面特征	30
第三节	话语互动的宏观表达	31
第四节	话语实践中的意义磋商机制	32
第五节	结束语	34
第五章	跨文化传播研究的话语建构视角	35
第一节	引言	35
第二节	跨文化传播的人类语言学传统：语言建构功能的显现	36
第三节	跨文化传播研究的话语分析视角	38
第四节	作为一种话语互动的跨文化传播研究	39
第五节	案例研究	41
第六节	结束语	44

实践篇

第六章	“一带一路”宣传片人际意义的多模态话语研究	46
第一节	引言	46
第二节	“一带一路”对外传播研究现状与多模态话语发展	47
第三节	理论框架建构	49
第四节	宣传片人际意义的多模态分析	50
第五节	反思与结语	55
第七章	北京和伦敦申奥宣传片中的意义类型与呈现	57
第一节	作为社会实践的话语	57
第二节	话语实践中的意义类型	58
第三节	北京申奥宣传片的意义类型分析	59

第四节	伦敦申奥宣传片的意义类型分析	61
第五节	分析与讨论	64
第六节	结束语	64
第八章	中国梦与话语权的建构	66
第一节	引言	66
第二节	研究设计	67
第三节	新华社对中国梦报道的话语分析	68
第四节	中国梦的传播与话语权建构	72
第五节	结语	74
策略篇		
第九章	中国特色话语体系的内涵与建构策略研究	76
第一节	引言	76
第二节	话语体系的界定	77
第三节	中国特色话语体系的提出以及时代内涵	77
第四节	中国特色话语体系研究的主要内容与方法	79
第五节	中国特色话语体系建构资源	81
第六节	中国特色话语体系的建构路径	81
第七节	结论	82
第十章	话语实践视角下的中国国际话语权的建构与传播	84
第一节	引言	84
第二节	话语权的提出	85
第三节	话语实践视角下的话语权的重构	86
第四节	中国的国际话语权建构	89
第五节	结束语	90
第十一章	中国特色对外传播话语实践模式的构建	91
第一节	引言	91
第二节	中国对外传播话语的类型	91

第三节 中国对外传播话语实践模式的建构	92
第十二章 中国对外传播话语的意义呈现模式	95
第一节 引言	95
第二节 话语意义表达与生产	95
第三节 中国对外传播话语中意义表达模式	97
第四节 中国对外传播话语中意义模式的构建	98
第五节 中国对外传播话语效果提升的路径	98
第六节 结论	100
结束语	101
后记	104