

# في تحليل الخطاب

د. حاتم عبيد



# الالفهرس

7	المقدمة
8	١ . تحليل الخطاب بين انعدام اللحظة التأسيسية وتعدد الرواقد
23	٢ . تحليل الخطاب بين توحد الرؤية والتباس الحدود
33	٣ . لبنات أولى في معلم منيف
41	الفصل الأول
	السينوغرافيا ودورها في تأويل النصوص
41	تمهيد
43	١ . في كفايات التأويل
48	٢ . في تعريف السينوغرافيا
52	٣ . توظيف السينوغرافيا في تحليل الخطاب
59	٤ . الخطاب التقديمي والسينوغرافيا
65	الأنموذج الأول : سينوغرافيا السيرة الذاتية الفكرية في مقدمة الكتاب النقدي
74	الأنموذج الثاني : سينوغرافيا الرسالة في مقدمة الكتاب المدرسي
78	كتاب جديد / عالم جديد / سينوغرافيا جديدة
83	كتاب صديق / تلميذ صديق
86	رسالة في رد الاعتبار / رد الاعتبار إلى الرسالة
91	الفصل الثاني
	مدخل إلى الإيطوس: رهان المعنى من خلال تشكيل صورة الذات في الخطاب
91	تمهيد
93	١ . الإيطوس عند «أرسطو»
103	٢ . الإيطوس في الدراسات الحديثة
104	٣ . الإيطوس في مصنفات الخطابة الجديدة

٤ . الإيتوس في الدراسات اللغوية والتداولية : إعادة الاعتبار للذات المتكلمة	106
٥ . الإيتوس من الخطابة إلى تحليل الخطاب الخاتمة	116 127
الفصل الثالث العلامة التجارية: من تعريف المنتوج إلى تصنيع المعنى	131
١ . عصر العلامات التجارية	131
٢ . العلامات التجارية : مصاعب التعریف والتاریخ	132
٣ . أسماء العلامات التجارية وتشكلها	134
٤ . أطوار العلامة التجارية	140
٥ . في وظائف العلامة التجارية	145
الفصل الرابع العلامة التجارية: مشروع طموح في شعار متواضع	155
تمهيد	155
١ . الشعار لغة مركبة	158
٢ . الشعار وهوية العلامة	168
٣ . الشعار مصدر هوية ومصدر خطاب	175
٤ . تجديد الشعار بين المظهر والجوهر	191
خاتمة	198
الفصل الخامس الصورة الإشهارية بين المقاربة السيميائية والمقاربة الحجاجية	201
تمهيد	201
١ . رولان بارت وبلاحة الصورة	204
١ . الرسالة اللغوية	205
٢ . الصورة التعبينية	208

210	٣ . الصورة الإيحائية
214	أ . سيميولوجي الصورة أم سيميولوجي اللغة؟
216	ب . في علاقة النص بالصورة
221	II . أمبرتو إيكو وسيميولوجي الصورة
223	١ . التصنيف العام
224	٢ . التصنيف الخاص
229	III . من بلاغة الصورة إلى بلاغة الحجاج في الصورة :
	المقاربة الحجاجية للصورة الإشهارية
232	١ . الإنتاج الحجاجي للصورة الإشهارية
233	٢ . التلقّي الحجاجي للصورة الإشهارية
237	خاتمة
239	أهم المراجع المعتمدة في هذا الكتاب