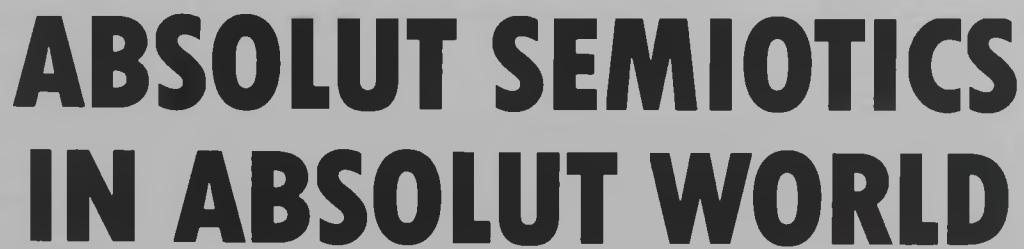


ХРИСТО КАФТАНДЖИЕВ

**ABSOLUT SEMIOTICS
IN ABSOLUT WORLD**



ХРИСТО КАФТАНДЖИЕВ



ТРЕТО ИЗДАНИЕ

НЕ СЕ ИЗНАСЯ

София • 2020
Университетско издателство
„Св. Климент Охридски“

1 93651

160.2 + 659.1

3

133639

БИБЛИОТЕКА - УНСС

Инв. №



120000133637

27
16.2

- © 2020 Христо Кафтанджиев
- © 2020 Антонина Георгиева, художник
- © 2020 Университетско издателство „Св. Климент Охридски“

ISBN 978-954-07-4959-4

БИБЛИОТЕКА
УНСС
СОФИЯ

СЪДЪРЖАНИЕ

Увод или за ползата от абсолютната водка	
и от семиотиката	7-13
Благодарности	14

I ПРЕДВАРИТЕЛНА ПРАГМАТИКА НА АБСОЛЮТА

1.1. Рекламната комуникация на водка Absolut в зависимост от използваните апели	16-21
1.2. Екстралингвистични и лингвистични елементи на водката	22,23
1.3. Реторичните елементи – метафоризираната бутилка	24-26

II АЛФАБЕТИКА НА АБСОЛЮТА

2.1. Парадигми и алфабети	30-37
2.2. Структуриране на алфаветите и парадигмите – система на опозициите	38-49
2.3. Инвариант/вариант	50-55
2.4. Знаци и знакови системи	56-61
2.4.1. Символните знаци	62-67
2.4.2. Иконичните знаци	68-77
2.4.3.1. Индексите. Знаковата система на тялото	78-87
2.4.3.2. Индексите. Вестемната знакова система	88-97
2.4.3.3. Индексите. Декоремната знакова система	98-103
2.4.3.4. Индексите. Хроматемната знакова система	104-109
2.4.3.5. Индексите. Знаковите системи на разстоянията (проксемите) и на пространствата	110-119
2.4.3.6. Индексите. Архитектурната знакова система	120-123

III СЕМАНТИКА НА АБСОЛЮТА

3.1. Език и реч	126-129
3.2. Означаващо и означавано	130-133
3.3. Стойност на знака	134-137
3.3.1. Семиотични стойности на водките	138-147
3.3.2. Семиотичните стойности на знаците. Знаковостта на Смирноф и Столичная	148-157
3.4. Означаващо – означаващо. Модели с три и четири променливи	158-165
3.5. Сема/Семема. Компонентният анализ	166-169
3.6. Семантичното поле	170-175
3.6.1. Падежната схема – агентите (кой)	176-181
3.6.2. Знаци за предмети – какво	182,183

3.6.3. Знаци за пространствени отношения (къде)	184-187
3.6.4. Знаци за времеви отношения (кога)	188-195
3.6.5. Знаци за начините на протичане на действията (как)	196,197
3.6.6. Знаци за количествени отношения – колко	198-203
3.7. Диахрония и синхрония (синтагми и парадигми)	204-209
3.8. Денотации и конотации	210-215
3.9. Семиозисът – развитието на знаковите системи	216-219
3.9.1. Семиозисът. Интертекстуалността	220-225
3.10. Тропите. Сравнения и метафори	226-233
3.11. Метонимии, хиперболи и литоти	234-241
3.12. Хиперболите и литотите	242-244

IV СИНТАКСИС НА АБСОЛЮТА

4.1. Синтаксис. Синтагми и текстове	248-255
4.2. Контекстът. Свързването на знаците със заобикалящата ги комуникативна среда	256-259
4.3. Кохеренции и кохезии – текстовите свързаности	260-265
4.4. Свързванията	266-275
4.5. Композицията – свързванията в иконичните текстове	276-283
4.6. Монтажът. Формалните свързвания в наратива	284-297
4.7. Интегрираната маркетингова комуникация (ИМК) – свързванията на маркетинговите комуникации	298-305
4.7.1. Интегрираната маркетингова комуникация. Фотографиите на Лебовитц – локалните и глобалните свързвания	306-310

V ПРАГМАТИКА НА АБСОЛЮТА

5.1. Прагматиката	312-319
5.2. Семиотичните интерпретации	320-323
5.3. Кодовете	324-329
5.4. Кодовете от гледна точка на промените им – диахрония на кодовете	330,331
5.5. Кодиране и декодиране	332-341
5.6. Класификации на кодовете	342-355
5.7. Редактиранията	356-359
Библиография	360-363
Резюмета на английски	364-379
Предметен индекс	380-394
Речник на семиотичните термини	395