

ГОДИШНИК
НА
МИННО-ГЕОЛОЖКИЯ УНИВЕРСИТЕТ
“СВ. ИВАН РИЛСКИ” – СОФИЯ

Том **57**
СВИТЪК IV: ХУМАНИТАРНИ И СТОПАНСКИ НАУКИ

ANNUAL
OF
UNIVERSITY OF MINING AND GEOLOGY
“ST. IVAN RILSKI” – SOFIA

Volume **57**
PART IV: HUMANITARIAN SCIENCES AND ECONOMICS



Издателска къща “Св. Иван Рилски”
Publishing House “St. Ivan Rilski”
София, 2014
Sofia, 2014

ISSN 1312-1820

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

доц. д-р Павел Павлов – главен редактор
доц. д-р Вяра Пожидаева – зам. главен редактор
проф. д-р Десислава Костова – председател на редакционен съвет
проф. д-р Йордан Кортенски – председател на редакционен съвет
проф. д-р Венцислав Иванов – председател на редакционен съвет
доц. д-р Антоанета Янева – председател на редакционен съвет
Кристияна Пенкова – секретар

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ на Свитък IV: Хуманитарни и стопански науки

проф. д-р Десислава Костова – председател
проф. д-р Валентин Велев
проф. д-р Добрин Тодоров
ст.пр. Венета Ангелова
гл.ас. Моника Христова

СЪДЪРЖАНИЕ

ХУМАНИТАРНИ И СОЦИАЛНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

Добрин Тодоров	Преводната философска книжнина в България през посттоталитарния период	7
Женя Стефанова	Особените правила за рекламиране в електронните медии	15
Ваня Серафимова	Конструиране на идентичност във виртуалната реалност	20
Руслан И. Костов	Пентагондодекаедрични и икосаедрични артефакти от античността: 3D петорна симетрия приложена към културното наследство	23

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Веселин Митев	Анализ на строителната активност в България през периода 2000 ÷ 2013 г. и прогнози за бъдещото развитие на показателя	28
Веселин Митев Лилия Тодорова	Българската минна индустрия през 2013 г. – перспективи, очаквания и прогнози	34
Емил Димов Митко Димов Весела Петрова	Теория и практика на съставянето на Държавния бюджет на примера на Република България	39
Юри Иванов Валентин Велев	Естествен монопол и ценова дискриминация: емпирично изследване	45
Валентин Велев Юри Иванов	Контролът върху водните услуги: състояние и перспективи	50
Юлия Атанасова Цветинка Христова Валентин Велев	Шистовият газ – енергийна панацея или ресурсно проклятие	54
Йорданка Ангелова Гергана Кулина- Радева	Разработване на модели за управление на балансиращи групи на балансиращ енергиен пазар в България	58
Юлия Илчева Мина Вълкова	Екологични рискове и екологична безопасност на стопанската дейност	65
Ивайло Николов	Изследване и анализ на възможностите за предоставяне на SAAS облачни услуги за текстообработка в WYSIWYG режим	71
Борислава Гълъбова	Проблеми на заетостта и безработицата в държавите от икономическата и валутна общност на Централна Африка	75
Борислава Гълъбова	Кризисни тенденции и проблеми пред развитието на земеделието в региона на Централна Африка	80

Алфред Майер	Предизвикателствата на ЕС, свързани със суровинния отрасъл и възможния принос на Източна и Югоизточна Европа	85
---------------------	--	-----------

ТРАДИЦИИ И ИНОВАЦИИ В ОБУЧЕНИЕТО

Майя Вацкичева Пламен Савов	Използване на възможностите на съвременните платформи за електронно обучение за създаване на курс по физика	90
--	---	-----------

Десислава Костова Весела Петрова	Предизвикателствата на новите професии	94
---	--	-----------

Милена Първанова Велислава Паничкова Маргарита Папазова Моника Христова	Разработване, апробиране и използване на нови учебни материали при обучението по специализиран чужд език в МГУ «Св. Иван Рилски»	97
--	--	-----------

Иванка Ставрева	Значими физически и интелектуални качества за специалисти в минно-добивната промишленост	104
------------------------	--	------------

Ваня Цолова	Изследване на взаимната детерминираност на психическата мобилизация и физическата активност	107
--------------------	---	------------

Соня Максимова	Методика на заниманията по аеробна гимнастика във висшите училища	111
-----------------------	---	------------

Юлия Илчева	Възможностите на инфографиката за самопроектиране на учебни материали като метод за развитие на професионалните компетенции	114
--------------------	---	------------

CONTENTS

HUMANITARIAN AND SOCIAL INVESTIGATIONS

Dobrin Todorov	Translated philosophical literature in Bulgaria during the post-totalitarian period	7
Zhenya Stefanova	The special rules for advertising in electronic media	15
Vanya Serafimova	Constructing identity in virtual reality	20
Ruslan I. Kostov	Pentagon-dodecahedral and icosahedral artifacts in antiquity: 3D five-fold symmetry applied to cultural heritage	23

ECONOMICS AND MANAGEMENT

Veselin Mitev	Analysis on the construction activity in Bulgaria during the period 2000 ÷ 2013 and prognosis on the future development of the indicator	28
Veselin Mitev Lilia Todorova	Bulgarian mining industry in 2013 - perspectives, expectations and prognosis	34
Emil Dimov Mitko Dimov Vessela Petrova	Theory and practice of compilation of State budget on basis of the example of Bulgaria	39
Yuri Ivanov Valentin Velev	Natural monopolies and price discrimination: empirical studies	45
Valentin Velev Yuri Ivanov	Control on water services: status and prospects	50
Yulia Atanasova Tvetinka Hristova Valentin Velev	Shale gas - energy panacea or resource curse	54
Jordanka Angelova Gergana Kulina- Radeva	Development of management models for balancing groups on the balancing energy market in Bulgaria	58
Julia Ilcheva Mina Valkova	Environmental risks and ecological safety in the business	65
Ivaylo Nikolov	Research and analysis capabilities to provide SAAS cloud services for word in WYSIWYG mode	71
Borislava Galabova	Problems of employment and unemployment in the countries from economic and monetary community of Central Africa	75
Borislava Galabova	Crisis-ridden tendency and problems in the agriculture development in some Central African countries	80

Alfred Maier	The raw material-related challenges of the European Union and the possible contribution of the East- and South-East Europe	85
---------------------	--	-----------

TRADITIONS AND INNOVATIONS IN EDUCATION

Maya Vatzkitcheva Plamen Savov	Using the possibilities of contemporary e-learning platforms to create a course in physics	90
---	--	-----------

Desislava Kostova Vesela Petrova	New professions challenges	94
---	----------------------------	-----------

Milena Purvanova Velislava Panichkova Margarita Papazova Monika Hristova	Development, approbation, and application of new educational materials in foreign language teaching for special purposes at the University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski"	97
---	--	-----------

Ivanka Stavreva	Significant physical and intellectual qualities for specialists in the mining industry	104
------------------------	--	------------

Vania Tzolova	Study of mutual determination of mental mobilization and physical activity	107
----------------------	--	------------

Sonya Maksimova	Methods of training of aerobic gymnastics in university education	111
------------------------	---	------------

Julia Ilcheva	The opportunities of infographics for self-projection of teaching materials as a method for improvement in professional competencies	114
----------------------	--	------------

ПРЕВОДНАТА ФИЛОСОФСКА КНИЖНИНА В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Добрин Тодоров

Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София

РЕЗЮМЕ. Това изложение стъпва върху разбирането, че преводната философска литература играе ключова роля в развитието на философстването в България – в частност през посттоталитарния период, доколкото предоставянето на родния ни език на върховите постижения на световната философска мисъл има огромен принос както за квалифицирането на специалистите във философстването, така и за задоволяване потребностите на любителите в него. Като осъзнават значимостта на преводаческата дейност за развитие на философската култура в страната ни голяма част от създателите и носителите ѝ полагат системни усилия за нейното редовно осъществяване и постепенно разширяване. Процесът по ускорено превеждане на стойностна задгранична философска книжнина, разгърнал се след краха на тоталитарния социализъм, допринася особено много за издигане нивото на философстване в страната и за нейното успешно интегриране в световната – най-вече европейска, философска култура. Благодарение на усилията на множество преводачи днес до голяма степен е наваксано натрупаното в по-далечното, а и в по-близкото минало, изоставане в усвояването на най-важните философски идеи, създадени зад граница, чрез предоставяне на роден език на съчиненията, в които те са оповестени.

TRANSLATED PHILOSOPHICAL LITERATURE IN BULGARIA DURING THE POST-TOTALITARIAN PERIOD

Dobrin Todorov

University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700, Sofia

ABSTRACT. This presentation is based on the understanding that the translated philosophical literature plays key role in the development of the process of philosophizing in Bulgaria – during the post-totalitarian period in particular as far as giving our native language up to the great achievements of the world philosophical thinking is immense contribution as to qualification of the professionals in philosophizing as to satisfying the needs of the amateurs in it. Realizing the importance of the translation activity for the development of the philosophical culture in our country large number of its founders and bearers make systematic endeavors to conduct and step by step enlarge it. The process of accelerate translation of valuable foreign philosophical literature, started after the crash of the totalitarian socialism, contribute a lot to raising the level of philosophizing in the country and integrating it in the world – especially the European philosophical culture. Thanks to the efforts of numerous translators today the accumulated in far and not so far past, backwardness in acquiring the most important philosophical ideas, originated beyond the national boundary, by giving the native language up to the works, where they could be found, is compensated to a great extend.

Отдавана известен факт е, че основата на всяка високо развита култура е писаното слово. Когато става дума за национална философска култура то има два източника – създадените на съответния език оригинални съчинения и корпусът от преведени на него произведения от задгранични мислители. За модерната философска култура в България втория източник е особено важен, доколкото кръгът на работещите на професионално ниво автори у нас е доста ограничен, респ. създадените от тях текстове са сравнително малко. Затова и преводната философска литература играе ключова роля в развитието на философстването у нас, доколкото предоставянето на родния ни език на постиженията на световната философска мисъл има огромно значение както за квалифицирането и успешната изследователска работа на специалистите във философстването, така и за задоволяване потребностите на любителите в него. В тази връзка може да се каже, че „един от съществени белези на модерната българска философска традиция“ е, че „тя започва като превод и до голяма степен се определя по този начин и до ден днешен“ (Захариев, Тодоров 2013: 91).

Като осъзнават значимостта на преводаческата дейност за развитие на философската култура в страната ни голяма част от създателите и носителите ѝ полагат системни усилия за нейното редовно осъществяване и постепенно разширяване. Трайна тяхна задача е създаването на обширен корпус от заглавия на значими работи на изтъкнатите мислители на човечеството. Ето защо почти веднага след основаването на самостоятелна национална държава започва работа по предоставяне на роден език на шедьоврите на философската класика и на особено влиятелните произведения на актуалните водещи фигури в международния идеен дебат в областта на философията. Преводаческа дейност на задгранична философска книжнина у нас се активизира особено през първата половина на 90-те години на XX век и продължава в началото на новото хилядолетие. Осъществяващите я имат намерението чрез нея да допринесат съществено за издигане нивото на философстване в страната и за успешното му интегриране в световната – най-вече европейска, философска култура.

Тук ще се спра върху някои особености на преведената на български език философска книжнина във времето след падането на тоталитарния комунистически режим у нас. Избирам този период както заради особено високата интензивност на осъществената в неговите рамки преводаческа дейност, така и поради възможността да се преценят непосредствено резултатите от нея в настоящето. Това изследване стана възможно след приключване на работата върху книгата ми *Философската книжнина на български език, издадена в България през „дългия XX век“*, в която представям сводна библиография на философските заглавия, публикувани у нас след Освобождението до наши дни. Емпиричните данни от книгата позволяват да бъдат очертани редица тенденции при представянето пред родна публика на чуждестранната философска литература през интересувания ме тук период. Тук ще засега и въпроси, при отговорите на които не е възможно да се използват количествено установими данни, но които са особено важни за навлизане в същността на темата: какви са *целите* и дългосрочната *стратегия* на преводачите, съставителите и коментаторите, съотв. издателите на разглежданите тип литература; какво е *предназначението* на публикуваните от издателите книги; какви са *основанията* за подбор на представените на родната публика мислители, съотв. техни схващания и конкретни произведения; каква е следваната издателска *програма* – открито заявена или неявно прокарвана, за популяризаторите на даден вид философска книжнина (изследователска, учебна, справочна и пр.). Установяването на определени предпочитания при популяризиране на създаденото в отделни периоди, мисловни направления и школи, конкретни автори и съчинения, дава възможност да се осмисли доколко последователна и целенасочена е била преводаческата работа на отделни лица или групи от съмишленици в българската философска общност.

При подбора на емпиричния материал се наложи да въведа някои ограничения. Поради практическа невъзможност да бъдат пълно регистрирани всички преводи на чуждестранни философски текстове през посочения период вземам предвид само по-обемните от тях, които са поместени в *самостоятелни книжни тела*: трактати, монографии с аналитичен характер, диалози, есета, коментари, популяризиращи изложения, учебници, справочни издания и др. В подборката включвам само авторски теоретични и есеистични работи, но не и литературни произведения с философско съдържание, като пренебрегвам и текстовете със забавен и хумористичен характер. Решавам трудния методически въпрос за определяне на един или друг текст като философски, като стъпвам върху личното си интуитивно разбиране за собствено философското му съдържание, без да предлагам експлицитно строго определение за предмета на философията. Все пак използвам и един формален критерий при категоризацията на текстовете като философски – принадлежността на техните автори към кръга на философите, определяна според присъствието им в специализираните справочни издания.

След инвентаризацията на регистрираните преводи според посочените показатели достигнах до кръг от 722 заглавия – нови или преиздадени от предходни периоди. От тях 657 са с изследователски характер, а 65 са учебни и

справочни издания. Техни автори са 301 мислители, вкл. съавторите, работили през различни епохи от историята на световната философия и съвременността. Книгите са публикувани от близо 100 издателства, като в някои случаи става дума за отпечатване на отделни текстове с философско съдържание, повече или по-малко случайно попаднали в издателската им програма, а в други представляват нейно ядро и придават смисъл на цялата им дейност. Още тук мога да констатирам, че с течение на времето значително се е подобри нивото на преводаческата, редакторската и коментаторската работа, вследствие от порасналата компетентност, а и от самовъзискателността на философите у нас, занимаващи се с нея. По правило преводите вече се правят от оригиналните издания, а не чрез посредничеството на други езици – най-вече руски, както нерядко се е случвало в предходни периоди. След средата на 90-те години на миналия век почти всички от визираните издания вече притежават атрибутите на професионалната работа, а не са набързо преведени текстове, които са оформени полиграфически как да е, каквито бяха много от публикуваните веднага след краха на тоталитарния режим книги от този вид. Понастоящем дейността по публикуване на чуждестранна философска книжнина у нас се обслужва от широка издателска мрежа, включваща както наличните към края на 80-те години на XX век издателства, така и множество новосъздадени.

* * *

Процесът на превеждане на задгранична философска книжнина у нас след падането на тоталитарното управление като цяло е *стихийен*. За разлика от предходния период по това време липсват съгласуваност на национално ниво при нейния подбор, което в отделни случаи доведе до дублиране на преводи на едни и същи произведения¹. Отсъства централизирано одобрение на издателските планове на издателствата или наложена отвън специализация в даден вид литература: по проблематика и предназначение, или разпределение по автори и тематични области. В резултат от това книжния пазар е зает с многобройни издания на всякакви философски заглавия – класически и съвременни, стойностни и със съмнително качество. Така у изследователя на тази дейност днес се създава впечатление за *хаотичност* при подбора и последователността в представянето на българския читател на написаните в чужбина философски произведения. Същевременно тук следва да се отчете обстоятелството, че „процесът на рецепция на постиженията на духовната култура може да се регулира само частично“, а „издаването на едни или други книги на едни или други автори в дадена страна зависи най-вече от случайни фактори“, като „предпочитанията на издателите, подготовката на преводачите и научните редактори, възможностите за финансиране, достъпността на авторските права, вкусовете на читателите, преходните интелектуални моди и пр.“ (Тодоров 2001: 6). От тази гледна точка „би било свършено нереалистично да се очаква, а още по-малко пък да се изисква от издателите да спазват някаква наложена от учените с оглед на „съвременното състояние на научното изследване“ в дадена област последователност“ (пак там). Въпреки липсата на синхрон в работата на издателствата могат да се открият

определени общи насоки в работата на преводачите и издателите на задгранична философска книжнина от страната през разглеждания период.

В началото ще се спра накратко върху особеностите на няколко преводни философски поредици, тъй като чрез тяхното въвеждане и поддържане създателите им демонстрират най-ясно *намеренията* в своята дейност. Чрез целенасоченото и последователно издаване на определени видове философска книжнина те публично заявяват своите цели – било чрез самите заглавия на поредиците, било посредством присъстващите им описания във включените в тях книги или на сайтовете им в Интернет. Ще започна с най-неопределените като тематика поредици, в които философските текстове се представят редом с такива от *други области на културата*. Характерен пример в това отношение представлява библиотека „Касталия“ на издателство „ЛИК“, чието подзаглавие „Философия, изкуство, наука“ само по себе си ни казва, че в нея са включени творби на мислители от различни сфери на духовната дейност². Подобен е случаят с поредицата „Мъдростта на света“ на издателство „Любомъдрие“, която съдържа текстове на автори от различни епохи и с разнообразни занимания³, но отдели се и на философстване върху разни теми. Сходни изглеждат намеренията и на поддържащите библиотеката „Идеи“ на УИ „Св. Климент Охридски“⁴ и серията „Познай себе си“ на издателство „Кибеа“⁵, които не са изрично обговорени от създателите си, но с оглед на издадените в тях книги може да се заключи, че се стремят да представят философските заглавия, редом с такива от широката сфера на хуманитаристиката.

Сред поредиците от книги с по-категорично заявено философско съдържание се наблюдават няколко типа. На първо място тук следва да откроя тези поредици, в които се представят текстове просто от *областта* на философията, без да се посочва конкретизиращ ги белег. Такива са „Философска библиотека“ на издателство „ГАЛ-ИКО“⁶, поредицата „Философия плюс“ на издателство „Перо“⁷, философската поредица „ΕΙΔΟΣ“ на издателство „Слово“⁸ и серията „Логос“ на издателство „Критика и хуманизъм“⁹. Макар всяка от тях да има своя специфика създателите им са обединени от общото разбиране, че не е нужно да въвеждат проблемни, идейни, жанрови или други ограничения при подбора на включваните в поредиците заглавия. Това ги прави максимално отворени към публиката, която се очаква да включва не само професионално занимаващите се с философия, а и редови любители на философската спекулация от страната.

С по-ясно очертани граници при подбора на заглавията се отличават няколко поредици за философска книжнина, в които се поставя акцент върху популяризирането на философската *традиция* изобщо. Имам предвид най-вече серията „Класическо наследство“ на УИ „Св. Климент Охридски“ – впоследствие продължена в издателство „Захарий Стоянов“, чиито създатели включват в нея „преведени и снабдени с научен коментар класически текстове на най-изтъкнатите западноевропейски философи“¹⁰. Тази поредица се осъществява под научната редакция на проф. Исак Паси, като всяка книга от нея съдържа и коментарна студия на изтъкнатия български

философ, представяща делото и схващанията на съответния мислител. Серията се отличава както с високо качество на подбора на заглавията и преводите на текстовете, така и с много добро полиграфическо изпълнение на книгите. Сред тази група поредици си струва да бъде открояна и библиотеката „Философия и човек“ на издателство „Захарий Стоянов“, доколкото тя е плод на усилие за решаване на изрично поставена задача: библиотеката „има амбицията да хвърли светлина върху някои недостатъчно или съвсем неосветени територии на световната философска мисъл, да представи пред българския читател автори и творби, които жалонират цели епохи в развитието на човешкия дух. Чрез автори като Аристотел и Платон, Августин Блажени и Йоан Златоуст, мислители като Шопенхауер и Фройд, Унамун и Ортега-и-Гасет, Р. Якобсон и Владимир Пропп, Лосев и десетки други издателство „Захарий Стоянов“ иска да припомня постоянно на българския читател огромното интелектуално философско и естетическо наследство, създавано през хилядолетията“¹¹.

Голямото богатство на световната философска мисъл позволява от нея да бъдат подбирани конкретни видове идейни „съкровища“. Издателите на философска книжнина у нас използват тази възможност като се съсредоточават върху някои от тях. Един от важните критерии за подбор, от който те се ръководят в своята работа, е принадлежността на мислителите към определена *национална философска култура*. В това отношение впечатление правят две поредици – библиотеката „Философия на немския идеализъм“ на издателство „ЛИК“ и серията „Духовното наследство на Германия“ на издателство „Изток-Запад“. В първата от тях са включени както текстове на Й. Фихте – за първи път публикувани на български език – така и нови издания на вече достъпни за тукашната публика на родния ѝ език книги на И. Кант и Г. Хегел. Във втората отново са включени произведения на Фихте и Хегел, но само непревеждани преди в страната ни. Наличието на подобни поредици говори не само за индивидуалните предпочитания на съответните издатели към определен тип мисловност, но и за същественото влияние, което има немската философия върху българската философска култура. За наличието на подобно солидно въздействие на руската философия върху родната ни философска култура може да се съди и от поддържането на серията „Руска мисъл“ от издателство „Захарий Стоянов“.

През интересувания ни период сред поредиците от философски заглавия се открояват няколко, обособени на хронологичен признак. В тях акцентът се поставя върху постиженията на мислителите от определен *исторически период*. Такъв е случаят със серията „Антична философия“ на издателство „Планета 3“, където са публикувани както редица произведения на древни автори: Диоген Лаерций, Марк Аврелий Антонин, Платон, Теофраст, Цицерон и др., така и коментарни изследвания върху схващанията на мислителите от периода – например на Л. Де Крешенцо. За траен интерес към античната култура у нас говори и продължаването през посттоталитарния период на създадената още преди неговото начало библиотека за антична литература „Хермес“ на издателство „Народна култура“, в която се представя антична проза от различен вид, като философската съжителства редом с тази от

жанровете „историография, биография, епистолюграфия, сатира“¹².

Нуждата на преобладаващата част от днешните български философи, а и изобщо хуманитарни, от бързо навлизане в идейните търсения на чуждестранните философи от настоящето или близкото минало налага масираното превеждане на техните книги – първо на най-влиятелните, а след това и на не толкова значимите, но все пак достатъчно солидни автори. Това води до създаването на нарочни поредици в някои издателства, като библиотека „Съвременни философи“ на издателство „Евразия Абагар“ и библиотека „Философи на XX век“ на издателство „Наука и изкуство“. В първата са публикувани книги главно от немски и френски мислители: Х.-Г. Гадамер, П. Рикъор, Ж.-П. Сартр, М. Фуко, Ю. Хабермас, Е. Хусерл, М. Шелер и др. Във втората са включени предимно мислители от френска националност – С. дьо Бовоар, Ж. Дерида, А. Камю, К. Леви-Строс, Ж.-Ф. Лиотар, П. Рикъор, Ж.-П. Сартр, М. Фуко, но и съчинения на мислители от други европейски страни: Италия (У. Еко, Б. Кроче) и Испания (Х. Ортега-и-Гасет), както и от САЩ (Р. Рорти).

Важен критерий за обособяване на самостоятелни поредици в издаваната у нас през посттоталитарния период философска книжнина представлява *идейната ориентация* на включваните в тях автори. Иначе казано, принадлежността към определено мисловно направление или традиция е съществен признак за отнасяне от издателите на произведенията на конкретните философи към съответната поредица. В това отношение силно се открояват мислителите, принадлежащи към християнската духовна парадигма. На тях издателство „Критика и хуманизъм“ посвещава „Bibliotheca Christiana“, като в нея дори се обособяват две поредици. Поредицата „Ratio theologica“ има за цел „да запознае българския читател с първостепенните съчинения на християнското Средновековие, да срещне грамотния българин с фундаментите на един колкото близък, толкова и непознат свят, чийто основни ценности така или иначе присъстват в модерната европейска култура“¹³. В нея се представят някои от най-влиятелните произведения на християнската теология и философия, очертаващи контурите на европейското мислене, насоките на християнски ориентираната спекулация¹⁴. В другата поредица – „Spiritus Religiosus“, издателите представят „текстове, характерни за т.нар. популярно богословие на Средновековието. Чрез тях главно се разкрива за нас „странния“ символичен свят на средновековния християнин, неговите жизнено ценности, неговите чудеса и мистерии, надежди и тревоги“¹⁵. Цялата „Bibliotheca Christiana“ се издава под общата редакция на А. Николова, Ц. Бояджиев и Г. Каприев, като към тях впоследствие се присъединява и К. Янакиев. След време тази библиотека е продължена в издателство „Изток-Запад“, като и тук се обособяват две поредици: Series „Nova“ и Vita „Christiana“, които се поддържат от почти същите редактори, най-често явяващи се преводачи или редактори на преводите на текстовете¹⁶. Всички съчинения, включени в „Bibliotheca Christiana“, се превеждат на български за първи път.

Значимо място в преводната философска книжнина у нас през разглеждания период заемат поредиците, в които се поставя ударение върху дадена *проблематика*. В това

отношение типичен пример представляват няколко серии на издателство „Критика и хуманизъм“: „Етоси“, „Критическа теория“ и „Социална критика“. При всички тях прави впечатление, освен че включват книги, третиращи сходни въпроси, но и че техните автори са съвременни мислители: Х. Арент, Ж. Бодрияр, Р. Бърнстийн, Дж. Ватимо, Ж. Делюз, Р. Дуоркин, Ж.-Ф. Лиотар и др. От друга страна в очи се набива акцентът върху текстове, в които се осъществява критичен поглед върху социалната действителност и съществуването на човека през втората половина на XX и началото на XXI векове.

Голям дял в преводната философска книжнина през посттоталитарния период заема *учебната и справочна литература*. Тя има за задача както да улесни специализираното обучение по философия в българските средни и висши училища, така и да подпомогне популяризирането на философското знание сред по-широки обществени слоеве. Един от първите опити за представяне на значими мислители с техни влиятелни произведения пред учащите представлява нарочно създадената през 1991 г. от издателство „Критика и хуманизъм“ библиотека „Семинар 100+ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ“. Книгите от поредицата¹⁷ са с относително неголям обем, отпечатани са в малък формат и имат еднакво семпло оформление, което ги прави финансово достъпни и сравнително лесни за ползване от широка читателска аудитория. В началото на 90-те години на XX век е създадена философската библиотека „Семинар 333“, книгите от която се публикуват в издателската къща на МГУ „Св. Иван Рилски“. Замисълът на издателите на поредицата – Ц. Бояджиев, Н. Видева и А. Стаматов, е тя да „включва кратки, смислово завършени преводни, коментарни и авторски текстове из историята и теорията на европейската и българската философска култура“. Библиотеката е адресирана към разнообразна публика – „както към изкусените във философията читатели, така и до голяма степен до тези, които сега навлизат в идейните ъ лабиринти“, а подборът на текстовете и техния ограничен обем имат за цел да я направят „особено полезна и практична за обучението по философските дисциплини в средните и висши учебни заведения“. Първоначално поредицата просъществува около две години, като в нея се публикуват едва няколко заглавия¹⁸, но след време тя е възстановена и се поддържа вече цяло десетилетие¹⁹.

Плод на добре обмислено и последователно прокарано разбиране за начина, по който следва да се подпомага философското образование, е университетската философска поредица „Какво значи това?“ на издателството на Нов български университет. Нейните водещи – Л. Денкова и Х. П. Тодоров – подбират „кратки есета и малки студии“, между които „няма тематична или логическа връзка“, създадени са през „различни епохи, от автори с различна ориентация, различни по форма и жанр“, но отговарящи на „три прости изисквания“ – в тях „да се поставят и разискват важни философски въпроси, текстовете да са кратки и да са красиви по форма“ (Денкова, Тодоров 2011: 6). При избора на заглавие на поредицата те се ръководят от схващането, че „главната задача на философията е да задава въпроси“, което е „много по-важно от даването на отговори“ (пак там: 5), а за да се реши тя е нужно да се положи усилие по разясняване смисъла и значимостта на

философските термини, понятия и твърдения. Досега публикуваните в поредицата текстове – на Г. Лури, Т. Нейгъл, К. Чапек и др., се използват не само от студентите в посочения университет, но и от други читатели на философска литература от страната.

Освен чрез представяне на философските идеи пред учащите се посредством оригинални съчинения на световно известни мислители, те биват разпространявани и под формата на традиционния тип *учебници*, вкл. на чужди автори. В това отношение характерен пример представлява серията „Основен курс по философия“, която издателство „ЛИК“ заимства от немското издателство „Колхамер“. От оригиналната поредица, включваща пет тома, обаче са публикувани само три и така серията остава незавършена. Въпреки това наличните томове – „Философия на Античността“ на Ф. Рикен, „Философия на Средновековието“ на Р. Хайцман и „Философия на XVII и XVIII век“ на Е. Корет и Х. Шьондорф – бързо успяват да придобият популярност и сравнително активно се ползват в обучението по философия, главно във висшите училища от страната.

Сред преводната философска книжнина със *справочен* характер се откроява серията „Малка Оксфордска библиотека“ на издателство „Захарий Стоянов“, като в нея се поместват различни по тип книги. От една страна се публикуват въведения в определен вид философстване – обособени по хронологичен (например антично) или регионален (например индийско) белег²⁰. От друга страна се предлагат кратки изложения на основните идеи в някои мисловни направления (например будизмът)²¹. На трето място се представят в сбит вид схващанията на отделни мислители (например Ф. Ницше)²². Във всички тях се прави опит за популярно представяне – достъпно за широката публика – на смятани за влиятелни и значими възгледи от сферата на философията и теологията.

Създаването и поддържането на посочените поредици за философски книги в определени издателства обикновено са групови начинания, т.е. представляват резултат от усилията на общности от съмишленици, споделящи сходни разбирания за значимостта на едни или други типове текстове. Нерядко обаче популяризирането в страната на дадени мисловни направления, школи или национални традиции, както и на отделни мислители е резултат от целенасочени индивидуални усилия. Водени от своите лични предпочитания немалко професионални философи от страната се специализират в преводаческата си работа. Те се ангажират с последователното представяне творчеството на смятани от тях за особено значими автори. В това отношение те следват добрия пример на поне двама преводачи, работили основно през тоталитарния период – Ц. Торбов и Г. Дончев, които посвещават десетилетия на превода на основните произведения на И. Кант и Г. Хегел. Като техен ярък последовател днес може да се определи Ц. Бояджиев с огромния му труд върху превода на „Сума на теологията“ и „Сума против езичниците“ на Тома от Аквино и „Енеади“ на Плотин. Той „не просто включва превода в ежедневната си работна програма, но го формира като професионално умение и поощрява като академична ангажираност при младите си колеги“, така че постепенно около него „се ражда една общност от съмишленици, за които преводът

вече е органична част от изследователската работа в историко-философския процес“ (Стаматов 2012: 209).

Сред българските преводачи на философска книжнина са ясно изразени предпочитания към творчеството на даден мислител следва да се открият поне следните: М. Димитрова (З. Бауман), Г. Каприев (Анселм от Кентърбъри), К. Лозев (К. Попър), Т. Батулева (Ж.-П. Сартр), А. Колева (М. Фуко) и С. Йотов (Ю. Хабермас). Всеки от тях е превел поне по три съчинения на своя „кумир“, като обикновено ги съпровожда и с някакъв вид коментар за живота, делото и учението му, както и с пояснителни бележки към текстовете. Нерядко възгледите на предпочитания мислител са обект и на теоретично осмисляне в нарочни изследвания на учените-преводачи²³. Така се постига относителна специализация не само при превода, но и при осмисляне възгледите на представяните пред българската публика мислители от техните „застъпници“ у нас. Стига се до ситуация, в която преобладава системно и последователно творчеството на дадения автор формират своята професионална репутация в голяма степен благодарение на тази си популяризаторска дейност.

* * *

Що се отнася до критерия за открояване на конкретните чуждестранни мислители, най-масирано представени в съвременната българска философска култура, то за такъв смятам публикуването на поне по пет техни произведения. На този нестрог, но показателен за сериозно внимание към възгледите им индикатор, отговарят 34 автори. Сред тях могат да бъдат открити три неравномерни по броя на представителите си групи: автори от *Античността* и *Средновековието* (Августин, Анселм от Кентърбъри, Аристотел, Лао Дзъ, Платон и Тома от Аквино), философи от *XVIII и XIX векове* (И. Кант, Ф. Ницше, В. Соловьев, Г. Хегел и А. Шопенхауер) и мислители, работили основно през *XX век* (Р. Барт, З. Бауман, А. Бергсон, Н. Бердяев, П. Бурдийо, Ж. Дерида, У. Еко, Е. Канети, Е. Левинас, К. Попър, П. Рикър, Ж.-П. Сартр, М. Унамуно, Г. Флоровски, З. Фройд, Е. Фром, М. Фуко, Ф. Фукуяма, Ю. Хабермас, Е.-М. Чоран, Л. Шестов и К. Ясперс), като извън тях остава само Б. Паскал. Дори повърхностния поглед към тези имена вече говори, че издателите на философска книжнина у нас отдават най-голямо внимание на съвременните мислители, което не е изненадващо. Същевременно те проявяват интерес и към наследството на отделни – очевидно смятани за особено значими – автори, живели и в по-отдалечени от нашето време исторически епохи. Така въпреки акцента, който те поставят върху творчеството на философите от XX век, може да се заключи, че интересите на съвременните български издатели са *разнопосочни*, доколкото в ползрението им влизат автори, живели през всички основни епохи от развитието на световната философия. Същевременно става ясно, че се наблюдава целенасочено прицелване към съчиненията на конкретни мислители, съчиненията на които се публикуват системно с оглед максимално пълно представяне на техните възгледи.

Сред имената на световно признати философи от посочения списък може да се направи допълнителна конкретизация, за да се види кои от тях са най-интензивно преведени, респ. техните идеи най-системно са популя-

ризиран. Ако въведем още по-висок праг за броя на публикуваните съчинения от задгранични мислителители през посттоталитарния период – десет и повече – ще установим, че кръгът на особено предпочитаните сред тях включва десетина имена: Аристотел, Н. Бердяев, Ж. Дерида, И. Кант, Ф. Ницше, Ж.-П. Сартр, З. Фройд, Е. Фром, М. Фуко и А. Шопенхауер. Изглежда това са не само най-високо ценените, но и най-продаваемите автори сред философите и хуманитарите с философски идеи. Ако изобщо е възможно да се направи някакъв паралел между възгледите на тези мислителители, то най-общо може да се заключи, че техните предпочитания клонят към философското осмисляне на проблемите на човека. С две изключения – Аристотел и И. Кант – всички други в голяма степен пренебрегват характерните за метафизиката въпроси, като се интересуват главно от етически, естетически и философско-антропологически теми. Най-вече благодарение на тях в българската преводна философска книжнина силно са представени някои от водещите направления в модерната философска мисъл: философията на живота, персонализъмът, екзистенциализъмът, постмодернизъмът и философстването, повлияно от психоаналитичната идейна парадигма. За сметка на тях относително е пренебрегнато творчеството на мислителите, принадлежащи към британо-американската философска традиция, което е видно и от факта, че само един неин представител – К. Попър – има преводи на над пет свои съчинения през интересувания ни период у нас.

За особените предпочитания на българските издатели към определени задгранични мислителители може да се съди и по това дали те публикуват многотомни издания на произведенията им. Като цяло тя потвърждава засиленото внимание към творчеството на най-често издаваните у нас през посттоталитарния период философи. Така например в издателство „Захарий Стоянов“ се публикуват съчинения в по няколко тома на Аристотел, Н. Бердяев, Ф. Ницше, Е. Фром и А. Шопенхауер. Без съмнение най-голяма последователност при публикуване на многотомни поредици от произведения на предпочитан мислител се проявява от редакторите тъкмо в това издателство, доколкото те поддържат не само вече посочените, но и такива със съчинения на С. Киркегор, В. Соловьев и Л. Шестов. Явно този начин на популяризиране творчеството на смятани за особено значими мислителители е възприет от издателя не просто като печеливша търговска стратегия, но и като културна мисия.

Когато се прави опит за очертаване на кръга от философски мислителители, които са повлияли развитието на философската култура у нас през посттоталитарния период чрез преводи на техните произведения, трябва да имаме предвид не само най-често публикуваните от тях, но и тези, които са относително пренебрегвани. При внимателно вглеждане в списъка на отпечатаните текстове с философско съдържание през интересуваната ни епоха правят впечатление както редица отсъствия на важни имена от световната философска култура²⁴, така и символичното присъствие – с по един превод на тяхно съчинение – на други значими мислителители²⁵. Относителното пренебрегване на тези автори може да има различни причини: отсъствие на интерес към възгледите им, липса на желание и професионална готовност у преводачите да се заемат с превода на техните съчинения, съмнения у

издателите за пазарната реализация на книгите им и пр. Обаче каквито и да са основанията за подобно подминаване, то резултатът от него е без съмнение негативен – едностранчиво развитие на националната ни философска култура, представителите на която са лишени от възможност да се запознаят на родния си език с трудовете на някои особено влиятелни фигури в световната философска култура. За съществуването на подобен проблем си дават сметка отделни преводачи и издатели, които се стремят да запълнят дефицита от представени на българската публика на родния ѝ език текстове от световно известни мислителители. Такъв е случаят с двутомника с философски произведения на Дж. Бъркли, който според издателите и преводача му представлява „първият цялостен български превод на философските произведения на Бъркли“, като неговото публикуване ще позволи този „класик на субективния идеализъм и апологет на Християнската религия“ да „заеме достойното място, което му се полага в българската култура“ (Кулев 1992: 8).

За влиянието на даден чуждестранен мислител върху съвременната българска философска култура може да се съди и по достъпа до неговите съчинения, увеличен значително чрез тяхното преиздаване. Повторното издаване в рамките на периода на тези трудове говори, че те се смятат за особено важни от идейна или поне от комерсиална гледна точка. В това отношение се открояват два типа текстове. Едните имат световна известност и са се превърнали сами по себе си в *мерило* за най-високо ниво на философстване: „Изповеди“ на Августин, „За душата“ на Аристотел, „Утешението на философията“ на С. Боеций, „Протестантската етика и духът на капитализма“ на М. Вебер, „Писмо за толерантността“ на Дж. Лок, „Владетелят“ на Н. Макиавели, „Енеади“ на Плотин, „Нравствени писма до Луцилий“ на Сенека, „Коментар към Платоновия „Пир“ за любовта“ на М. Фичино, „Бягство от свободата“ на Е. Фром. Текстове от втория вид – „Съвременният социален конфликт“ на Р. Дарендорф, „Разбунтуваният човек“ на А. Камю, „Проповеди и трактати“ на Майстер Екхарт, „Изследване на историята“ на А. Тойнби, „Въведение във философията“ на К. Ясперс и др. – нямат такава слава, но явно се оценяват достатъчно високо от издателите, за да им се правят повторни издания, като в почти всички случаи това се прави от различни издателства. Ако се съди по показателя честота на издаване на едни и същи произведения на дадени автори, то първенството би следвало да се даде на тези, които са били преиздавани най-често: по три пъти през разглеждания период са публикувани „Фрагменти на любовния дискурс“ на Р. Барт, „Дао де цзин“ на Лао Дзъ и „Воля за власт“ на Ф. Ницше. Безспорни първенци в това отношение са съчиненията на Ф. Ницше „Тъй рече Заратустра“ и „Светът като воля и представа“ на А. Шопенхауер, които са издавани по четири пъти при това в различни преводи – на М. Белчева и Ж. Николова-Гълъбова на първото, респ. К. Папазова, П. Градинаров и Х. Костова-Добрева на второто.

Като показател за трайно въздействие на преводите на конкретни текстове върху развитието на националната ни философска култура през посттоталитарния период може да се разглеждат повторните им публикации, макар те да са осъществени в предходни периоди. Публикуването на подобни преводи говори и че те не са загубили качеството

си, за да се налага да бъдат заменяни от по-нови. Става дума преди всичко за вече наложили се преводи, направени през тоталитарната епоха: „За поетическото изкуство“ на Аристотел от А. Ничев, „Животът на философите“ на Диоген Лаерций от Т. Томов, „Към себе си“ на Марк Аврелий Антонин от Б. Богданов, „Мисли“ на Б. Паскал от А. Сталева и Л. Сталева, основните съчинения на И. Кант и Г. Хегел от Ц. Торбов и Г. Дончев, „Трактат за човешката природа“ на Д. Хюм от В. Лаптев и др. Като рядко изключение трябва да се разглеждат новите издания през посттоталитарния период на преводи, осъществени в годините преди налагането на тоталитарния режим у нас: „Сократовият метод“ на Л. Нелсон от Ц. Торбов, споменатия превод на „Тъй рече Заратустра“ от М. Белчева и най-вече няколко фототипни издания на книги от библиотеката „Безсмъртните мисли на ...“, поддържана в края на 30-те и началото на 40-те години на миналия век и включваща фрагменти от съчинения на Ф. Волтер, Р. У. Емерсън, Н. Макиавели, М. Монтен, Ф. Ницше, Б. Паскал, Ж-Ж. Русо, А. Шопенхауер и др.

* * *

Този кратък преглед на някои тенденции в практиката по превеждане на философска книжнина у нас през посттоталитарния период няма да е пълен, ако не се кажат няколко думи и за разликите в начините на работа на отделните преводачи. Тук в очи веднага се набиват както характерните разминавания в използваната лексика, така и стилистиката на тяхната реч – израз както на различната степен на владеене на чуждия език, така и на собственото тълкуване на схващанията на превеждания автор, въплътено в техните преводи. Особено ясно тези концептуални и терминологични различия между преводачите се открояват при превода на трудовете на даден автор или дори на едно и също негово произведение от различни преводачи.

Сред българската преводаческа колегия на философска книжнина от посттоталитарния период съществува неявен консенсус относно разбирането, че „всеки превод е коментар“, а „преводите на философски текстове – най-вече“ (Денков, Тодоров 1993: 7). Нейните представители обаче се разминават в подходите си при определяне задачата на преводаческата дейност и способите за нейното осъществяване. Най-общо казано могат да се открият две преводачески стратегии, които условно наричам *буквалистка* и *разкрепостена*. Преводачите на философска книжнина, които следват първата от тях се опитват максимално точно да предават възгледите на съответния автор чрез пълно придържане към лексиката на оригиналния текст дори ако това предполага да бъдат използвани необичайно звучащи на български език слова. Пример за такъв тип преводаческа работа представляват преводите на Р. Теохарова на няколко произведения на С. Киркегор, в които се възкресяват за живот архаични български думи в опит чрез тях да се предаде специфичния дух от оригиналните текстове на мислителя. Изборът на подобен прием е резултат от съзнателно прокарваното убеждение, че преводачът трябва „да остане колкото се може по-верен на автора и пълнокръвието на текста макар и със съзнанието за провокативността и предизвикателството към читателя“ (Теохарова 1991: 3). Това усилие за най-точно предаване нюансите на

авторското слово чрез буквалното следване на оригиналния текст, често води до възпрепятстване възприемането на превода му от читателя, който не познава в детайли мисленето на дадения философ. Използването на такава преводаческа стратегия носи в себе си заплахата от претенциозност и маниерност на изказа, които вместо да подпомогнат, по-скоро затрудняват читателя при разбирането на съответните текстове.

Прилагащите втората стратегия преводачи на философска книжнина у нас през разглеждания период се движат в широки граници при опита си да предадат на съвременен български език специфичната за дадения автор терминология и така да направят идеите му достъпни за читателя. При това далеч не всички от тях се опитват непременно да улесняват усвояването на текстовете за сметка на тяхното изкуствено опростяване. Така например Д. Денков и Х. Тодоров – преводачи на сборника „Същности“, включващ текстове на М. Хайдегер – заявяват, че „никъде не е речено, че философията трябва да ни свиква на лесноразбираемост и да е просто четиво, което да ни отвлича“ (Денков, Тодоров 1993: 7). Все пак повечето от преводачите, придържащи се към по-свободно боравене с оригиналните текстове, смятат за неизбежно преследването на по-голяма тяхна четивност, посредством търсене на близост с езиковата практика на днешния читател. Така например преводачът на Аристотеловите „Категории“ И. Христов защитава „необходимостта за превод по смисъл“, като посочва нуждата „значението на многозначната гръцка дума се схваща според конкретния контекст, в който функционира“ (Христов 1992: 29). С подчертана умереност при намесата в авторския текст се отличава и подходът на преводача на „Енеади“ на Плотин – Ц. Бояджиев, който се води от стремежа „да се съхрани, доколкото това е възможно, съдържателната интензивност на текста, без при това да се прибегва до използването от някои обяснително разширяване на фразата“, но същевременно оказва абсолютно неизбежната помощ на читателя в усилието им да се ориентира в сложното учение на автора, като си позволява „много малко на брой тълкувания на особено трудни за разбиране пасажки, както и неизбежното отправяне към по-важни цитирани от Плотин места у неговите предшественици“ (Бояджиев 1996: 9-10).

* * *

Накрая искам да завърша с признателност към стореното от значителна част от професионалните философи у нас – занимаващи се с преводаческа дейност – както и на множество български преводачи без базова философска квалификация, които вършат всеотдайно работата на преводача – винаги „изтощителна и неблагодарна“, често споходани от „минути на съмнение и слабост, на отчаяние и отказ от всичко“ (Лозев 1994: 253). Благодарение на техните усилия днес като цяло е задоволена практическата нужда на интересувалите се от философия у нас от запознаване в оригинал с възгледите на особено значимите задгранични мислители. Вече до голяма степен е наваксано натрупаното в по-далечното, а и в по-близкото минало, изоставане в усвояването на най-важните философски идеи, създадени зад граница, чрез предоставяне на роден език на съчиненията, в които те са оповестени. Въпреки че тази дейност не се смята за

особено престижна, тъй като ангажира вниманието, което иначе би могло да бъде съсредоточено върху написването на оригинални авторски текстове, мнозина философи от страната я вършиха и вършат с вътрешното убеждение за нейната голяма значимост. В редица случаи успоредно с преводаческата и редакторската си работа те се заемат и с обговаряне на издаваната книжнина от чуждестранни автори. Подготовката на съпътстващи информационно-разяснителни текстове има за цел да подпомогне читателя, но отнема доста време и предполага продължителна предварителна работа. Крайният резултат от техните усилия си струва – днес професионалистите и любителите на философията в страната разполагат с един повече или по-малко пълен свод от най-значими произведения на световната философия, представени пред българския читател на родния му език.

Литература

- Бояджиев, Цочо 1996, Въведение //Плотин, *Енеади*, кн. 1, София: „Софи-Р“.
- Денков, Димитър; Тодоров, Христо П. 1993, От преводачите //М. Хайдегер, *Същности*, София: „ГАЛ-ИКО“.
- Денкова, Лидия; Тодоров, Христо П. 2011, Повторете в себе си много пъти думата мъдрост //К. Чапек 2011, *Критика на думите* (Петдесет и две неделни проповеди), София: НБУ.
- Захариев, Ясен; Тодоров, Христо П. 2013, Преводът и формирането на философския език в България //Български философски преглед, бр. 3.
- Кулев, Стефан 1992, Преговор //Дж. Бъркли, *Философски произведения*, т. 1, София: „Шамбала“.
- Лозев, Камен 1994, За Стивън Тулмин и неговия „Космополис“ //С. Тулмин, *Космополис*, София: „Калъс“.
- Стаматов, Атанас 2012, За преводите //Български философски преглед, бр. 2.
- Теохарова, Радосвета 1991, Предговор //С. Киркегор, *Болка за умирање*, Варна: ИК „СТЕНО“.
- Тодоров, Христо П. 2001, За функцията на философията //В. Дилтай, *Същността на философията*, София: „ЕОН-2000“.
- Христов, Иван 1992, Въспителна студия //Аристотел, *Категории*, София: „Наука и изкуство“.

Бележки

1. Такъв например е случаят с емблематичното съчинение на А. Шопенхауер „Светът като воля и представа“, появило се в преводи на П. Градинаров, Х. Костова-Добрева и К. Папазова.
2. Тук автори са най-различни мислители: Аристотел, М. Бахтин, А. Бергсон, И. Гюте, В. Дилтай, А. Камю, В. Кандински, И. Кант, Ф. Кафка, Леонардо да Винчи, Ф. Ницше, Новалис, Прокъл Диадох, П. Рикъор, Ж-П. Сартр, Тома от Аквино, П. Флоренски, Ф. Шатобриан, У. Шекспир, О. Шпенглер, К. Ясперс и др.
3. Такива са А. Айнщайн, Р. Арон, С. Боеций, Ибн Халдун, Г. Лукач, М. Мерло-Понти, Л. Нелсон, В. Соловьев и др.
4. Тук откриваме книги на Н. Абаняно, Ж. Льо Гоф, А. Тойнби, Е. Фром и др.

5. В нея са включени текстове от Аристотел, Н. Бердяев, Й. Винкелман, С. Киркегор, А. Лосев, Ф. Ницше, В. Розанов, В. Соловьев, И. Тен, М. Унамуно и др.
6. В нея са публикувани съчинения на Аристотел, Н. Бердяев, Х.-Г. Гадамер, И. Кант, М. Хайдегер, К. Ясперс и др.
7. В нея се открояват преводите на няколко книги от Л. Колаковски.
8. Тук впечатление прави предпочитанието към книги от съвременни автори като Б. Ръсел, К. Ясперс и др.
9. Там са поместени текстове на Г. Хегел, М. Мамардашвили, Ц. Тодоров и др.
10. Виж сайта в Интернет на УИ „Св. Климент Охридски“.
11. Виж сайта в Интернет на ИК „Захарий Стоянов“.
12. Вж. публикуваната във всяка книга от поредицата бележка за нейната жанрова ориентация.
13. Вж. първата книга от поредицата „Spiritus Religiosus“ – Хуго от Сен Виктор, папа Инокентий III 1992, За суетата на света; За презрението към света, София: „Критика и хуманизъм“, с. 182.
14. Става дума за съчинения на Тертулиан, Анселм от Кентърбери, Тома от Аквино, Сигер от Брабант, Бонавентура и др.“.
15. Вж. бел. 26.
16. В този вариант на библиотеката са публикувани съчинения на А. Августин, А. Велики, С. Боеций, Плотин, Тома от Аквино и др.
17. В нея са публикувани текстове на Ф. Ницше, Е. Хусерл, З. Фройд и др.
18. Става дума за книги на Л. Вала, Дж. Пико делла Мирандола, Тома от Аквино, Ю. Хабермас и А. Велер.
19. Досега в поредицата са публикувани произведения на Аристотел, Боеций от Дания, В. Винделбанд, Х. Йонас, П. Кристелер, А. Лосев, Дж. Пико делла Мирандола, Б. Паскал, Х. Рикерт, М. Фичино, Н. Хартман и Е. Хусерл.
20. Вж. Дж. Аннас 2007, *Античната философия*, София, „Захарий Стоянов“ (прев. К. Герганова) и Сю Хамилтън 2006, *Индийска философия: кратко въведение*, София, „Захарий Стоянов“ (прев. К. Герганова).
21. Вж. Д. Къун 2002, *Будизмът: кратко въведение*, София, „Захарий Стоянов“ (прев. К. Герганова).
22. Вж. М. Тенър 2006, *Ницше*, София, „Захарий Стоянов“ (прев. Д. Валентинова).
23. Такива са например случаите със С. Йотов, Г. Каприев и К. Лозев.
24. Става дума за М. Бахтин, Ш. Бодлер, Я. Буркхарт, В. Вунд, Ф. Волтер, Ксенофонт, Г. Лайбниц, Ж. Ламетри, Г. Лесинг, Д. Лукач, Т. Масарик, Е. Мах, М. Монтен, Ш. Монтескьо, Ф. Паулсен, Т. Хобс, П. Холбах, Ф. Шелинг и др.
25. Има предвид Ф. Бейкн, Г. Башлар, В. Бенямин, М. Бубер, С. Булгаков, А. Бърлин, Дж. Вико, В. Винделанд, Л. Витгенщайн, Р. Декарт, У. Джеймс, Р. Емерсън, Р. Ингарден, Х. Йонас, Т. Карлайл, Р. Колингууд, Дж. Мур, Д. Остин, Х. Рикерт, Х. Спенсър, И. Тен, П. Тилих, Н. Хартман, Д. Хюм, А. Швайцер, М. Шелер, Ф. Шлайермахер и др.

Статията е рецензирана от проф. д-р Ат. Стаматов и препоръчана за публикуване от кат. „Философски и социални науки“.

ОСОБЕНИТЕ ПРАВИЛА ЗА РЕКЛАМИРАНЕ В ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ

Женя Стефанова

Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София

РЕЗЮМЕ. Правната рамка на рекламирането в електронните медии е изградена на няколко нива. От една страна, основна част от нормативните изисквания са заложи в Закона за радиото и телевизията, който съдържа общи и особени правила за излъчването на търговски съобщения. Общите правила за рекламиране на Закона за радиото и телевизията следва да се тълкуват в единство с общите правила за сравнителна и подвеждаща реклама в Закона за защита на конкуренцията и относно нелоялните търговски практики – в Закона за защита на потребителите. Особените правила за рекламиране се съдържат както в Закона за радиото и телевизията (напр. относно децата и дейности с потенциално неблагоприятно въздействие върху човешкото здраве и обществото, като: цигари и тютюневи изделия, лекарствени продукти и лечения, алкохолни и спиртни напитки, хазарт, стоки и услуги, чието производство или търговия подлежат на лицензионен или разрешителен режим), така и в специалните на Закона за радиото и телевизията закони като Закона за здравето, Закона за лекарствени продукти в хуманната медицина, Закона за тютюна и тютюневите изделия, Закона за хазарта и др. Към правната рамка следва да се добавят и правилата, приети по реда на саморегулацията в медийния бранш, както и общите административни актове на Съвета за електронни медии. Многообразната нормативна уредба поставя сериозни предизвикателства пред правоприлагането, поради което заслужава да бъде обект на цялостен анализ. Настоящото изследване се фокусира върху особени правила за рекламиране относно цигарите и тютюневите изделия и алкохолните и спиртните напитки.

THE SPECIAL RULES FOR ADVERTISING IN ELECTRONIC MEDIA

Zhenya Stefanova

University of Mining and geology "St. Ivan Rilski" 1700 Sofia

ABSTRACT. The legal framework of advertising in electronic media is built on several levels. On one hand, a major part of the statutory requirements are laid down in the Radio and Television Act, which contains general and specific rules for broadcasting of commercial communications. The general rules for advertising included in the Radio and Television Act should be interpreted in unity with the general rules concerning comparative and misleading advertising in the Protection of Competition Act and those concerning unfair commercial practices – in the Consumer Protection Act. Special rules for advertising can be found in the Radio and Television Act (e.g. concerning children and activities with potential for negative effects on human health and society such as cigarettes and tobacco, medicines and treatments, spirits and alcoholic beverages, gambling, goods and services whose production and trade are subject to licensing or authorization), and also in special legal acts such as the Health Act, the Law on Medicinal Products in Human Medicine, Tobacco and Tobacco Products Act, Gambling Act and etc. The legal framework consists also the rules adopted under the process of self-regulation in the media industry, as well as general administrative acts of the Council for Electronic Media. Diverse regulations pose serious challenges to law enforcement and therefore merit a thorough analysis. This study focuses on the special rules for advertising on cigarettes and tobacco products and spirits and alcoholic beverages.

Нормативните правилата за излъчване на търговски съобщения са установени в Закона за радиото и телевизията (ЗРТ)¹. ЗРТ е специален закон, който регламентира специфичната дейност на доставчиците на медийни услуги, включително – излъчването на търговски съобщения. Въз основа на легалните дефиниции за „аудио-визуално търговско съобщение“ (чл. 73, ал. 1 от ЗРТ), „търговско съобщение в радиоуслугата“ (чл. 73, ал. 2 от ЗРТ) и за „скрито търговско съобщение“ (чл. 75, ал. 2 от ЗРТ), може да се изведе родовото понятие за "търговски съобщения в електронните медии". Освен дефиниции, ЗРТ установява общи изисквания към съдържанието на търговските съобщения в електронните медии (чл.75, ал. ал. 5, т. 1-5, чл. 77, чл.80 от ЗРТ), както и редица специални правила за рекламиране в зависимост от обекта или адресата на рекламиране - напр. относно децата, цигарите и тютюневите изделия, лекарствени продукти и лечения, алкохолните напитки, хазарта, стоките

и услугите, чието производство или търговия подлежат на лицензионен или разрешителен режим. В допълнение на това, ЗРТ обособява четири форми на търговски съобщения - реклама, спонсорство, телевизионен/радио пазар и позициониране на продукт, за които установява специфичен правен режим – (чл.74, раздели I, II, III, IV и V от ЗРТ).

Правила за рекламиране по ЗРТ следва да се тълкуват в единство с общите правила за сравнителната и подвеждащата реклама според чл. 12 от Закона за защита на конкуренцията², както и с правилата за нелоялните търговски практики в чл. 68б и сл. от Закона за защита на потребителите³. В допълнение, правният режим на алкохола и спиртните напитки и на тютюна и тютюневите изделия обхваща и регулацията на Закона за здравето⁴ и Закона за тютюна и тютюневите изделия⁵.

I. Правният режим на търговските съобщения съгласно ЗРТ

1. *Принцип за отговорността на доставчика на медийна услуга за съдържанието на излъчените търговските съобщения.*

Търговските съобщения, излъчвани в радио и/или телевизионните програми, обикновено са рекламен продукт, в чието създаване медията не участва. Рекламните материали се предоставят на оператора от трето лице (рекламна агенция или пряк рекламодател), в готов за излъчване вид, т.е. както като технически завършен продукт, така и като продукт, с уредени авторски и сродни права. Въпреки това, според ЗРТ юридическата отговорност за съдържанието на излъчените търговски съобщения е за доставчиците на медийни услуги. Това е така, защото ЗРТ разглежда търговските съобщения като неделима част от програмата на телевизионния/радио оператор, за която той отговаря в цялост. Правното основание на административно-наказателната отговорност на телевизионния/радио оператор за излъчените търговски съобщения е чл. 17, ал. 1 от ЗРТ, във връзка с чл. 2, ал. 2 от ЗРТ. Според посочените текстове телевизионният/радио оператор отговаря за съдържанието на медийната услуга като цяло, т.е. заедно с включените в нея търговски съобщения. Следователно, радио/телевизионният оператор, като административноотговорно лице, носи юридическа, административно-наказателна отговорност за излъчените търговски съобщения в радио/телевизионната си програмата⁶.

Заложената юридическа отговорност - както за програмното съдържание (разбирано като съвкупност от предавания, подредени от самия радио/телевизионен оператор в програмна схема), така и за излъчените търговски съобщения, задължава доставчиците на медийни услуги да упражняват контрол върху съдържанието на всяко търговско съобщение, което е заявено за излъчване в програмите им. Тази директна юридическа отговорност, предвидена на доставчиците на медийни услуги, за продукт, който им е предоставен от трети лица, е причината в общите условия или в индивидуалните типови договори доставчиците на медийни услуги да си запазват правото едностранно да откажат да излъчат търговско съобщение, за което смятат, че е незаконосъобразно, както и едностранно да наложат промяна в предложен рекламен материал.

Доколкото търговските съобщения са част от съдържание на медийната услуга като цяло, то те следва да са съобразени с принципите на радио/телевизионна дейност, заложи в чл. 6, ал. 2 и ал. 3 от ЗРТ (за обществените оператори) и в чл. 10, ал. 1 от ЗРТ (за обществените и за търговските оператори), които намират съответна приложимост.

2. *Общи правила относно съдържанието на търговските съобщения*

Раздел I на Глава IV от ЗРТ съдържа общи забрани относно съдържанието на търговските съобщения като цяло, а именно: забранено е да засягат човешкото достойнство; да съдържат дискриминационни послания или държавните символи (герб, знаме и химн на Република България); да насърчават поведение, което застрашава

човешкото здраве или безопасността или което сериозно засяга опазването на околната среда; да съдържат порнография; да подтикват към насилие, към поведение, което нарушава обществения ред общоприетите морални норми; да включват участие на гласовете и образите на действащи журналисти - водещи на новини.

Следва да се добавят и разпоредбата на чл. 75, ал. 3 от ЗРТ, според която производителите на стоки и доставчиците на услуги не могат да оказват влияние върху редакционното съдържание; правилото на чл. 75, ал. 4 от ЗРТ, според което в търговските съобщения не трябва да се използват техники, действащи върху подсъзнанието; изискването на чл. 78 от ЗРТ доставчиците на медийни услуги да уреждат включването на търговски съобщения в медийните услуги с писмени договори.

Към законовата регулация следва да се приложат и правилата на саморегулацията, въведени чрез Националния съвет за саморегулация⁷. На основания чл. 76, ал. 2 от ЗРТ доставчиците на медийни услуги се задължават да спазват нормите на Етичния кодекс на българските медии, разработен от Фондация "Национален съвет за журналистическа етика", и Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация". А според чл. 126г. на ЗРТ на доставчик на медийни услуги, който не изпълни в срок решение на Етичната комисия към Фондация "Национален съвет за журналистическа етика" и/или Сдружение "Национален съвет за саморегулация", се налага имуществена санкция в размер от 2000 до 5000 лв.

На общо основание тези ограничения се прилагат и по отношение на търговските съобщения за алкохол и спиртните напитки и за тютюна и тютюневите изделия.

II. Правен режим на търговските съобщения за алкохолни и спиртни напитки

1. *Правен режим на търговските съобщения на алкохолни напитки по ЗРТ*

Разпоредбата на чл. 75, ал. 7 от ЗРТ въвежда общо правило, че търговските съобщения за *алкохолни напитки* не трябва да са насочени специално към деца и не могат да насърчават прекомерната употреба на такива напитки. В допълнение към това, чл. 88 от ЗРТ въвежда ограничения относно рекламата и телевизионният пазар за алкохолни напитки. Този вид търговски съобщения не трябва да:

1. бъдат насочени конкретно към деца или, в частност, да представят деца, употребяващи тези напитки;
2. правят връзка между употребата на алкохол и по-високи постижения или управлението на моторни превозни средства;
3. създават впечатлението, че употребата на алкохол допринася за социален или сексуален успех;
4. съдържат твърдения, че алкохолът има терапевтични качества или че има стимулиращ или успокояващ ефект, или че може да решава лични конфликти;
5. насърчават прекалената употреба на алкохолни напитки или да представят въздържанието или умереността в отрицателна светлина;

6. подчертават, че високото алкохолно съдържание е положително качество на напитките.

Съгласно чл. 81 от ЗРТ търговските съобщения за стоки и услуги, чието производство или търговия подлежат на лицензионен режим съгласно чл. 9, ал. 1, т. 2 от Закона за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност или за чиято реклама се изисква разрешение, могат да бъдат включвани в медийни услуги само след представяне на съответния лиценз или разрешение.

Търговските съобщения за алкохол са обект на регламентация и в Решение № 234 от 25 октомври 2011 г. на Съвета за електронни медии относно Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата, разработени от СЕМ и Държавната агенция за закрила на детето. Според т. 29 от Критериите доставчиците на медийни услуги не допускат предоставяне за разпространение на предаване или форми на търговски съобщения, с изключение на филми, сериали и други кинематографични произведения, насочени към деца или в които има участие на дете, или има дете, което употребява алкохолни напитки, и не се насърчава прекомерната употреба на такива напитки.

В допълнение на това Закона за здравето (ЗЗ) въвежда специални правила за рекламата на алкохол и спиртни напитки, разбирана като един от видовете търговски съобщения, дефинирани в ЗРТ.

2. Особените правила за реклама на алкохолни и спиртни напитки според Закона за здравето

Понятие за „спиртни напитки“. ЗЗ дели алкохолните напитки на спиртни, вино и бира (§ 1, т. 17 от ЗЗ). Въведена е императивна забрана за пряка реклама на спиртни напитки (чл. 55, ал. 1 от ЗЗ). Според дефиницията за „спиртни напитки“ в § 1, т. 18 от ДР на ЗЗ спиртните напитки са течности, предназначени за консумация, които съдържат най-малко 15 обемни процента етилов алкохол. Процентното съдържание е обозначено на етикета на продукта.

Административно-наказателната практика на СЕМ дава насоки относно опитите да се заобиколят строгите правила за рекламиране на спиртни напитки, чрез използването на една и съща търговска марка както за спиртните напитки, така и за ниско-алкохолните напитки. Нискоалкохолните напитки съдържат по-малко от 15 обемни процента етилов алкохол и често се наречат „mixed drink“. В случаите, огато се рекламира нискоалкохолна напитка и в рекламния клип се показва етикет или бутилка, то тогава трябва ясно и четливо да бъде изписано, че става въпрос за „mixed drink“ или друго подходящо обозначение, напр. 12 % алкохол. Според съдебната практика преценката дали е налице реклама на нискоалкохолна напитка или на спиртна се прави въз основа на това какво и как се вижда в рекламното послание, а не какво принципно пише на етикета на бутилката, която се продава в търговската мрежа.

Понятие за „пряка реклама“. Според §1, т. 19 от ДР на ЗЗ "пряка реклама" е всяка форма на търговско послание, съобщение или препоръка, която цели популяризирането на алкохолните напитки и/или консумацията им, чрез използване на самите напитки или на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение.

От административно-наказателната практика на СЕМ може да се изведе разбирането, че според регулатора рекламната цел се осъществява посредством: използване (показване) на самите напитки (бутилки); или на действия, свързани с тяхното консумиране, производство и разпространение. Затова, често в рекламните клипове на алкохол марката (което често е и името) на напитката да се поставя върху сандъци (като в рекламите на водка „Аляска“).

Съгласно § 1, т. 20 от ДР на ЗЗ "непряка реклама" е всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва *наименование или марка* на алкохолна напитка, както и фирма или марка на производител на алкохолни напитки *върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки*. Според ЗЗ пряката реклама на вино и бира е позволена, но по отношение на спиртните напитки е възможна само непряка реклама.

Правила за непряка реклама на спиртни напитки и за пряка/непряка реклама на вино и бира. Според чл. 55, ал. 2 от ЗЗ непряката реклама на спиртни напитки и пряката/непряка рекламата на вино и бира не може:

1. да е насочена към лица под 18-годишна възраст, както и да се излъчва в предавания или да се публикува в печатни издания, предназначени за тях;
2. да използва лица под 18-годишна възраст като участници;
3. да свързва употребата на алкохолни напитки със спортни и физически постижения или с управление на превозни средства;
4. да съдържа неверни твърдения относно полза за здравето, социално или сексуално благополучие или да представя въздържанието или умереността в отрицателна светлина.

Времени ограничения за непряката реклама на спиртни напитки. Според чл. 55, ал. 2 от ЗЗ непряката реклама на спиртни напитки не може да се излъчва в радио- и телевизионни предавания *преди 22,00* часа.

Следователно, в рекламен клип на спиртна напитка (с повече от 15 % алкохол) не може да се показват напитките, бутилките; пиене на напитката; наливане на напитката; как се произвежда и разпространява. Непряката реклама на спиртни напитки може да се излъчва между 22:00 и 6:00 часа. В непряката реклама на спиртни напитки може да се споменава/показва, както името или фабричната марка на спиртна напитка, така и името или фабрична марка на производител на спиртни напитки, но върху продукти и стоки, които не са спиртни напитки (не може да се показва бутилка с етикет), при това - като се спазват времените ограничения. Тези ограничения не вадат за рекламите на вино и бира. За тях пряката реклама е позволена (могат да

бъдат излъчвани клипове, съдържащи показване на напитки, чаши с напитката, бутилки, консумация и т.н.), освен това рекламата може да бъде излъчвана без ограничения във времето. За рекламата на вино и бира се прилагат общите правила за реклама на алкохолните напитки

III. Правен режим на търговските съобщения за тютюн и тютюневи изделия

1. Правен режим на търговските съобщения за тютюн и тютюневи изделия съгласно ЗРТ

ЗРТ съдържа обща императивна забрана на всички форми на търговски съобщения за цигари и други тютюневи изделия. Съгласно чл. 75, ал. 6 от ЗРТ се забраняват всички форми на търговски съобщения за цигари и други тютюневи изделия. В допълнение към това в чл. 82, ал. 2 от ЗРТ е въведена забрана да бъдат спонсори на медийни услуги или предавания лица, чиято основна дейност е производството или продажбата на цигари и други тютюневи изделия. Относно позиционираното на продукти в чл. 84, ал. 3 от ЗРТ е предвидено, че предаванията не трябва да включват позициониране на цигари или тютюневи изделия или позициониране на подобни продукти и предприятия, чиято основна дейност е производството или продажбата на цигари и други тютюневи изделия.

Търговските съобщения за тютюн и тютюневи изделия са обект на регламентация и в Решение № 234 от 25 октомври 2011 г. на Съвета за електронни медии относно Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата, разработени от СЕМ и Държавната агенция за закрила на детето. Според т. 30 от Критериите доставчиците на медийни услуги не допускат предоставяне за разпространение на предаване или форми на търговски съобщения, с изключение на филми или сериали, за цигари и други тютюневи изделия, насочени към деца, или в които има участие на дете, или има дете, което употребява цигари или други тютюневи изделия.

2. Особени правила за рекламиране съгласно Закона за тютюна и тютюневите изделия

ЗТТИ въвежда ограничения относно рекламирането на тютюн и тютюневи изделия. ЗТТИ въвежда специални дефиниции за „тютюн“ и „тютюневи изделия“. Според §1, т.1 от ДР на ЗТТИ "тютюн" е земеделска култура, произведена от тютюневи семена. "Тютюн" е също така тютюневи листа, обрани в техническа зрелост, изсушени, както и неизсушени едролитни тютюни. Съгласно §1, т.4. от ДР на ЗТТИ "Тютюневи изделия" са всички продукти за пушене, дъвчене, смъркане и орална употреба, доколкото те са дори частично произведени от тютюн. Следователно, понятията се отнасят до растетнието тютюн и нямат отношение към негови заместители. (Затова и специалният режим за тютюн и тютюневи изделия не обхваща електронните цигари, в които няма тютюн.)

Според чл. 35 от ЗТТИ рекламирането на тютюн и тютюневи изделия е забранено. Според чл. 35, ал. 2 от ЗТТИ се забранява рекламирането на тютюн и тютюневи

изделия в радио- и телевизионни предавания. Според §1, т.10 от ДР на ЗТТИ "рекламиране" означава: „всяка форма на съобщение, което има за цел популяризиране на тютюнево изделие“. Въпреки това, тази специална дефиниция не може да бъде възприета по-широко от колкото „реклама“ по ЗРТ, най-малкото защото в §1, т.11 от ДР на ЗТТИ е въведена специална дефиниция за „спонсорство“. "Спонсорство" по смисъла на §1, т.11 от ДР на ЗТТИ е „всяка форма на публичен или частен принос към осъществяването на мероприятие, дейност или насочен към лице, който има за цел или за свой пряк или непряк резултат популяризирането на тютюнево изделие“.

Разпоредбата на чл. 35 от ЗТТИ допуска две изключения. Първо, съгласно чл. 35, ал. 1, т. 1 от ЗТТИ допустимо е рекламирането на територията на предприятия, където се произвеждат тютюн или тютюневи изделия, и обектите, в които се извършва търговия с тютюн и тютюневи изделия. Второ, съгласно чл. 35, ал. 1, т. 2 от ЗТТИ допустимо е **използването на търговска марка**, когато в рекламата не участват лица под 18 години и тя не е предназначена или насочена към тях. Изрична забрана е въведен за места или мероприятия, на които достъпът на лица под 18 години е забранен. На практика, текстът на чл. 35, ал. 1, т. 2 от ЗТТИ се използва от производителите на тютюневи изделия за осъществяването на косвена реклама – чрез популяризирането на търговска марка във връзка със събития, които не са свързани с тютюневи изделия. Напр. конкурси за красота под марка Мерилин⁸, която е и марка на цигари; създаването на песен с наименование Mr. King⁹ и др. Тези дейности обаче могат да попаднат под ударите на законодателството срещу подвеждащата реклама¹⁰.

Следователно, разпоредбата на чл. 35 от ЗТТИ позволява рекламиране на тютюневи изделия чрез търговска марка – чл. 35, ал. 1, т. 2 от ЗТТИ. Тази законова възможност се използва от производителите на тютюневи изделия при спонсориране на спортни, промоционални и други публични събития. Нарушенията на ЗТТИ се санкционират от министъра на икономиката.

По отношение на доставчиците на медийни услуги законът е по-рестриктивен. Съгласно чл. 75, ал. 6 от ЗРТ търговските съобщения за тютюн и тютюневи изделия са забранени. В търсене на разумния баланс, обичайно правило е че, телевизионните оператори не се санкционират за отразяване на събития, на които не са организатори, ако в тях е допусната статична реклама. Така е решено и в становище на Националния съвет за радио и телевизия от 2000 г., в което е прието че при отразяване на събитие, неорганизирано от самата медия, тя не може да се намесва, когато има статична реклама, но може да избягва подобни внушения със смяна на гледната точка и др.

Според чл. 35, ал. 3 от ЗТТИ рекламирането на тютюн и тютюневи изделия в пресата и в други печатни издания и чрез услугите на информационното общество се допуска само за публикации, които са: 1. предназначени изключително за професионалисти в областта на търговията с тютюн и тютюневи изделия или за лица, чийто основен предмет на дейност е производството или търговията с тютюн и тютюневи изделия; и 2. отпечатани

или публикувани в трета държава и не са предназначени за пазара на държава - членка на Европейския съюз, и на други държави - страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство.

Според чл. 35, ал. 4 от ЗТТИ друга реклама на тютюн и тютюневи изделия в пресата и в други печатни издания и чрез услугите на информационното общество е забранена (специална дефиниция в § 1, т. 12 от ДР на ЗТТИ¹¹, която на практика обхваща интернет медиите).

В чл. 35, ал. 5 се въвежда забрана на спонсорирането от лица, чийто основен предмет на дейност е производството или търговията с тютюн и тютюневи изделия, на: 1. радио- и телевизионни предавания; и 2. събития или дейности, които се провеждат в няколко държави - членки на Европейския съюз, и в други държави - страни по Споразуме-

нието за Европейското икономическо пространство, или имат по друг начин трансграничен ефект.

IV. Заключение

Анализът на правната уредба на рекламирането на алкохолни и спиртни напитки, както и на тютюна и тютюневите изделия посредством електронните медии показва завишено ниво на превантивност с оглед осигуряване на защитата на обществения интерес. Нормативната уредба е последователна и гарантира постигане на заложените от законодателя цели.

Статията е препоръчана за публикуване от кат. „Философски и социални науки“.

¹ Обн., ДВ, [бр. 138](#) от 24.11.1998 г., посл. изм. бр. 19 от 5.03.2014 г.

² Обн., ДВ, [бр. 31](#) от 13.04.2007 г., посл. изм. и доп., бр. 18 от 4.03.2014 г.

³ Обн., ДВ, [бр. 102](#) от 28.11.2008 г., посл. изм. бр. 15 от 15.02.2013 г.

⁴ Обн., ДВ, [бр. 99](#) от 9.12.2005 г., посл. изм. бр. 30 от 26.03.2013 г.

⁵ Обн., ДВ, [бр. 70](#) от 10.08.2004 г., посл. изм. бр. 1 от 3.01.2014 г.

⁶ Така в Решение № 6404 /24.10.2013 г. на Административен съд – София - град, X Касационен състав и в Решение № 3426/11.07.2011 г. на Административен съд – София - град, VIII Касационен състав.

⁷ <http://www.nss-bg.org/>

⁸ http://frognews.bg/news_11690/Spomenat_za_Merilin_vazkrasna_v_Plovdiv/

⁹ http://signal.bg/view_article.php?article_id=5794; в специален доклад на СЕМ са констатирани нарушения на ЗРТ във връзка с музикални клипове съдържащи марки „Кинг“ и „Мерилин“ – www.cem.bg;

¹⁰ Виж. РЕШЕНИЕ № 3072/03.01.2012 на Върховния административен съд, петчленен състав;

¹¹ "Услуга на информационното общество" е услуга, извършена възмездно или безвъзмездно от разстояние, по електронен път и по изрично изявление на получателя на услугата, като:

а) "от разстояние" означава, че услугата е извършена, без страните да се намират едновременно на едно и също място;

б) "по електронен път" означава, че услугата е изпратена и получена по предназначение чрез устройства за електронна обработка (включително цифрово компресиране) и съхраняване на информация, като услугата изцяло се осъществява чрез използването на проводник, радиовълни, оптически или други електромагнитни средства;

в) "по изрично изявление на получателя на услугата" означава, че услугата се предоставя при изрично заявяване на желание за ползване от страна на получателя.

КОНСТРУИРАНЕ НА ИДЕНТИЧНОСТ ВЪВ ВИРТУАЛНАТА РЕАЛНОСТ

Ваня Серафимова

Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски“, 1700 София

РЕЗЮМЕ. Този текст, който се занимава с Дюи и неговата теоретична представа за навик-импулс-характер, се опитва да покаже, че конструиране на идентичност, на личностна идентичност, във виртуалната реалност е възможно. Т.е. в тази реалност е възможно да се създават личности, които влияят и променят реалността, както тя влияе и променя тях, в опозиция на теза, която твърди, че виртуалното пространство на интернет е място на унификация.

CONSTRUCTING IDENTITY IN VIRTUAL REALITY

Vanya Serafimova

University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia

ABSTRACT. This text is based on Dewey's theoretical understanding of habit – impulse – character tries to show that the constructing of identity, personal identity, in the virtual world is possible. In fact in this reality it is possible to be created personalities who impact and change the reality as much as the reality impacts and changes them – that understanding opposes the one stating that the virtual reality of internet is a place where the unifying mechanisms are active.

Този текст няма претенцията да е аналитичен, напротив, той е по-скоро реферативен и основната му цел е да се превърне в една от възможните интерпретации на връзката социална среда – личностна идентичност – промяна на социалната среда или как е възможно личността да конструира социална реалност, която е конструирала нея, да разбере възможно ли е навикът да е този обяснителен механизъм; ако да, къде е мястото на въображението и импулса. И в малко по-специализирания курс на изследването – възможен ли е навикът като работещ механизъм във виртуалната реалност. Тези питання са причината да се спра върху текст на Дюи, който тематизира връзката импулс – навик – характер. Т.е. би се превърнал в директен отговор на поставените по-горе въпроси, ако успее да каже кое е онова, което запазва интегритета на личността в определена социална реалност, възпроизвеждайки тази реалност, и в същото време е условие за възможност личността да твори промяна.

На първа стъпка обаче все пак имаме нужда от работни понятия за социализация и виртуална реалност. Това ще даде посока на реферирания текст в желаната посока.

Дефинирайки социализацията като процес на усвояване на норми и едновременно с това като процес на стратегическо целеполагане да изградя себе си като идентичност, предпоставям наличието на форма на заедност, която задава правилата, както и възможността да се преживявам като идентичен и различен именно в рамките на тази социалност. "Да знам кой съм аз предполага, че знам къде се ситиуирам. Моята идентичност се определя от ангажиментите и идентификациите, които определят рамката или хоризонта, в който мога да се опитам да преценявам във всеки случай кое е добро или

ценно, какво следва да се стори, или какво приемам и какво не приемам. С други думи, моята идентичност е хоризонтът, в който мога да заемам позиция" (Тейлър. 2003: 35). Нещата могат да добиват смисъл за нас само доколкото сме част или сме вписани в рамка, и доколкото сме част от общност и притежаваме идентичност. Самите рамки обаче не са нещо статично и са действителни, само доколкото такива процеси на идентификация ги потвърждават. Тук ще се спра на интерпретацията за социализация на Мъри Мърфи, който пише въведението към „Човешката природа и поведение“ на Джон Дюи. Всъщност, казва той, това е онази възможност, която се дава на безпомощното дете да стане действителен член на групата и това се постига с научаването на „навици“ или определен начин на поведение, които са „утешителни за задоволяване на нуждите“. И както ще каже самият Дюи малко по-нататък в изследването си: „Има инстинктивна мъдрост в склонността на младите да пренебрегват ограниченията на средата. Само така те могат да открият собствената си сила и да научат различията в различните видове ограничения на средата“ (Дюи. 2001: 161). Тази тема у Дюи е тясно свързана с моя изследователски интерес, който търси интерактивната страна на процеса на социализация и в този текст намира именно такива механизми, които позволяват взаимното проникване на средата и конструирането на личностна идентичност в процеса на социализация. Това ще видим малко по-нататък, а сега ще се спра и на второто понятие, за което вече казах, че се нуждаем от работно определение – виртуална реалност.

Съвсем накратко, приемам да наричам виртуална реалност онази социалност, която не се различава по никакъв начин от реалната реалност, освен по това, че

комуникацията в нея е компютърно опосредена, в този смисъл не е физическа и общуването не е лице-в-лице. Това не означава, че в тази реалност няма правила и граници, напротив, нейни специфики обаче са гъвкавостта и бързината, с която се променя, т.е. времето добива различни измерения, а миналото се оказва не толкова далечно, за предполага отлагане на опит. Дали навикът в смисъла на Дюи е механизъм, който маже да работи в тази реалност и да е също толкова ефикасен, когато става въпрос за възпроизвеждането на виртуалността, от една страна, и в същото време да е удържа личността в нейната цялост, ще видим по-долу. Сега следва да се спрем на понятието за навик, което Дюи изработва.

За Дюи „навик“ е понятие, в което са включени елементи, които психолозите често разделят - включва поредица от действия, следващи някакво указание, той води до задоволяване на нуждите; и буквално казано е енергия, впрегната за постигане на определена цел. Навиците според него са социални не само по произход, но и защото са споделени. „Всеки човек се ражда бебе, а всяко бебе е зависимо - от първия дъх, който поема, и от първия вик, който издава – от вниманието и от изискванията на другите. Тези други не са хора изобщо, със съзнания изобщо. Те са общества с навици и същества, които поради цялото си уважение към своите навици, и дори само поради тази причина, се оказват с ограничено въображение. По природа животът е налагащ се, настойчив, самосъхраняващ се.” (Дюи. 2001: 73) Дюи отнася към „навика“ не само очевидни поведенчески феномени, но и моделите на вербално поведение, които конституират езика на групата, както и начините на възприемане, класифициране и мислене, често пъти въплътени в структурата на самия език, характерен за членовете на групата. В този смисъл, именно навиците или обичаите ни позволяват да действаме в средата, както и да определяме същата тази среда, в която действаме. „Навиците са начин на използване и усвояване на средата, при което средата има думата точно толкова, колкото и функциите и навиците” (Дюи. 2001: 42).

Какво означава това и как навиците, които удържат социалността са и условие за възможност за нейната промяна, ще видим малко по-нататък?

Ползвайки понятието навик в неговия широк смисъл Дюи го описва като човешка дейност, повлияна от минали дейности, т.е. той е придобит, наследен, той е минала опитност, той винаги действа, макар и смекчено. Навиците са способности, умения, те са усещане за реалност. Навиците ни формират цял живот, макар че се превръщат в характерна черта на определено действие, в доминираща такава случайно или рядко. Ако навиците не функционираха трайно във всяко наше действие, характерът нямаше да е възможен. „Щеше да има само букет, при това несвързан, от изолирани действия. Характерът е взаимно проникване на навици. Ако всеки навик съществуваше в изолирано отделение и функционираше, без да въздейства или да търпи въздействие от други, не би съществувал характер. Т.е. поведението би било лишено от единство, бидейки само редопологане на несвързани реакции на отделни ситуации. Но след като обкръженията се припокриват, след като ситуацията са непрекъснати, а отдалечените едно от друга съдържат

сходни елементи, непрекъснато продължава постоянна взаимна промяна на навиците. Човек може да се издаде с поглед или с жест. Характерът може да бъде разгадан посредством индивидуалните действия” (Дюи. 2001: 59). Т.е. характер, личност, според Дюи, е онова название, което даваме на работещото взаимодействие на навиците или онова следствие от „взаимно проникващи се навици”, което в неговата теоретична рамка означава, че навиците не са напълно обособени същности, а могат да се съчетават, да взаимодействат, да се борят помежду си и така да се усилват. „Всички навици са изисквания за определен тип дейност; и те конституират личността. В което и да е смислено значение на думата воля, те СА воля. Те формират нашите действителни желания и ни снабдяват с работещи способности. Те управляват намеренията ни, определяйки кои ще се проявят и ще бъдат силни кои ще преминат от светлина в сумрак” (Дюи. 2001: 49).

Но какво се случва, когато социалната среда се промени и навиците престават да носят успеха, който са ни носили до сега? Тогава, казва Дюи, е най-добрият момент за създаване на нови навици, т.е. създаването на нов набор от умения и овладяването им, които да ми позволят да живея в тази социална среда отново. Това е моментът, в който ползваме разума си, т.е. можем да обмисляме и рефлексираме. Така че, „докато действа навикът, докато няма конфликт, няма повод за размисъл – всъщност действието е автоматично и не изисква мисъл. Но когато нещо се обърка – когато навикът престане да действа, тогава трябва да се мисли” (Дюи. 2001: 11) Не поставяме всички навици накуп под съмнение, а само онези, които са предизвикали кризата, останалите продължаваме да приемаме на доверие и продължаваме да използваме като подръчни инструменти за усвояването на нови навици, които да решат кризата. Все пак трябва да удържаме и това настояване на Дюи за морал при промяната на правилата, т.е. да го правим отговорно с оглед на бъдещето. Друго, което трябва да имаме предвид е невъзможността да променяме навика пряко – това винаги се случва през промяната на условията и предметите, които имат влияние върху него, които привличат вниманието и влияят върху осъществяване на желанието. „Най-доброто, което можем да направим за идните поколения, е да им предадем невредима и с нараснало значение средата, правеща възможно поддържането на навиците на почтения и изискан живот... Да мислиш другояче означава да си въобразяваш, че в пустинята могат да се отгледат цветя, или в джунглата да се движат автомобили. И двете неща могат да се случат, и то без чудо, само след като джунглата и пустинята се променят” (Дюи. 2001: 46 - 47).

За да разберем която и да е промяна обаче Дюи ни призовава да се обърнем към естествените наклонности. И тук въвежда импулса, за да обясни как навикът може да бъде съхранен и работещ само ако стане личен, т.е. уникално преживян от индивида. Началото на индивидуалността на съзнанието според Дюи се поставя от импулса, който в последствие се превръща в навик: „Това начало се развива и укрепва в наблюденията, преценките, изобретенията, които се опитват да трансформират средствата така, че един различен, отклоняващ се импулс да може сам на свой ред да се превъплъти в обективен навик”

(Дюи. 2001: 95). Всъщност именно импулсите са онези, които предполагат, те са в основата на отклонението, те дават насока на старите навици и променят качеството им. „[Импулсите] са средства за преобразуването на съществуващата социална възможност в лична способност, те са средства за преустройващо развитие” (Дюи. 2001: 102).

Освобождаването им, казва Дюи, е само възможност. Това е шанс, който отваря пред въображението път за действие. Моралният корелат на освободеният импулс всъщност твърди авторът не е самото действие, а начинът, по който това действие ще бъде предприето, т.е. „размишление за начина, по който да се използва импулса за обновяване на нагласата и за преобразуване на навика... Импулсът е необходим, за да събуди мисълта, да подбуди рефлексията и да съживи вярата... Мисълта се ражда като двойник на импулса във всеки момент на спъване на навика. Но ако не се подхранва, тя бързо умира, а навикът и инстинктът продължават своята гражданска война.” (Дюи. 2001: 161).

Мисълта и рефлексивността тематизира и Милена Якимова през интересната теза за самообективацията като основа на рефлексивността и условие за възможност да бъде субект в процес на комуникация. Тя се опира на Мийд, който възприема трикомпонентната схема на Дюи импулс – навик – рефлексивно действие, за да изгради собствения си теоретичен конструкт аз – мен, където „аз” е енергийното начало, той е действащият енергиен аз, който обаче се нуждае от посредничеството на „мен”, за да навлезе в собствения си опит. Как? „Човешкото същество има способност да репрезентира, т.е. да замества фази от действието със символи. Символната репрезентация овъншнява и обективира фазата от действието, поставяйки я в общия обег на партньорите в ситуация на взаимодействие – посредством символната репрезентация фазата от действието ми се обективира, както за другия, така и за мен (вж. Мийд 1997: 129, 134-139). Тъкмо тази способност за самообективирание е в основата на рефлексивността – на способността да възприемам себе си като стимул за реакциите на другия, а чрез това – на способността да заемам перспективата на другия към мен... Само посредством това „мен” „азът” може да навлезе в собствения си опит” (Якимова. 2010: 244-245). Именно сомообективацията е времето, в което спираме, за да се огледаме, за да потърсим разрешение на проблема или кризата, времето, в което да си дадем сметка, че

имаме възможност да променим навик, което неизбежно води до промяна на мен, на средата.

В заключение ще си позволя да цитирам отново автора на въведението към изследването на Дюи, който много семпло успява да предаде важноста на Дюи и това му изследване за хуманитаристиката, като обобщава намерението му в две кратки изречения, които разбира се биха останали неразбрани, ако не познаваме теорията му за навика. А именно: „Твърдението, че импулсът направляван от разсъдъчно мислене, дисциплиниран чрез методите на науката, би могъл и трябва да преправи, в буквален смисъл, не само индивида, но и цялата социална структура, е било още по-радикално, особено ако се разглежда на фона на теорията на естественото право и социалдарвинистките аргументи за свещеността на *статуквото*, които все още изобилстват по времето на Дюи” (Дюи. 2001: 22). В този смисъл, да ползвам теоретичния конструкт на Дюи, за да осмисля едно време, което далеч не е статично, една реалност, в която няма нищо реално, доколкото не е физическо, е задължително и никак не е трудно, защото това всъщност се оказва работа с инструменти, които са прецизни и остри. Навикът все още може да обясни възпроизвеждането на която и да е социалност, а импулсът и въображението - промяната в нея. Процесът на конструиране на личностна идентичност в термините на Дюи предполага постоянна игра с границите в процеса на усвояване на навици. Дано, както призовава Дюи, го правим отговорно, за да оставим на поколенията здрава и значима среда.

Литература

- Тейлър, Ч. 2003. *Изворите на Аза. Формирането на модерната идентичност*. Сонм., София.
- Дюи, Дж. 2001. *Човешката природа и поведение*. ИК „Критика и хуманизъм”. София.
- Якимова, М. „По следите на „себе си”” В: Социологически проблеми – извънреден брой, 2010.

Статията е препоръчана за публикуване от кат. „Философски и социални науки”.

PENTAGON-DODECAHEDRAL AND ICOSAHEDRAL ARTIFACTS IN ANTIQUITY: 3D FIVE-FOLD SYMMETRY APPLIED TO CULTURAL HERITAGE

Ruslan I. Kostov

University of Mining and Geology "St. Ivan Rilski", 1700 Sofia; rikostov@yahoo.com

ABSTRACT. Regular pentagon-dodecahedral and icosahedral artifacts (two of the five regular Platonic solids) from the Antiquity period, made of mineral substance or metal (bronze, gold), are found in many museums and collections. It is assumed that these objects, along with other similar regular geometric objects copy the crystal habits of minerals in nature. Their function is subject of discussion. An overview is made for the pentagon-dodecahedral artifacts and all the known icosahedral artifacts are listed. The pentagon-dodecahedral artifacts (symbol of the universe) occur primarily as hollow bronze (in Europe) or gold (in Southeast Asia) objects with circular holes on the 12 faces and small spherical knobs on their vertices. The icosahedral artifacts (symbol of water) are most often made of transparent quartz (rock crystal), faience or serpentinite (their faces often inscribed with Greek letters). Report of the five-fold symmetry and the corresponding presence of 12 faces or vertices in the artifacts target their possible interpretation to astronomical (calendar and zodiacal) symbolism and function.

ПЕНТАГОНДОДЕКАЕДРИЧНИ И ИКОСАЕДРИЧНИ АРТЕФАКТИ ОТ АНТИЧНОСТТА: 3D ПЕТОРНА СИМЕТРИЯ ПРИЛОЖЕНА КЪМ КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

Руслан И. Костов

Минно-геоложки университет "Св. Иван Рилски", 1700 София; rikostov@yahoo.com

РЕЗЮМЕ. Правилни пентагондодоекаедрични и икосаедрични артефакти (две от петте правилни тела на Платон) от античната епоха, направени от минерално вещество или метал (бронз; злато) са установени в редица музеи и колекции. Приема се, че тези артефакти, наред с други подобни правилни геометрични обекти имитират кристалните форми на минералите в природата. Тяхната функция е предмет на дискусия. Направен е обзор на пентагондодоекаедричните изделия и е съставен списък на икосаедричните такива. Пентагондодоекаедричните артефакти (символ на вселената) се срещат главно като кухи бронзови (в Европа) или златни (в югоизточна Азия) изделия с кръгли отвори по 12-те стени и малки топчета по върховете. Икосаедричните артефакти (символ на вода) се срещат най-често направени от прозрачен кварц (планински кристал), фаянс или серпентинит (стените често надписани с гръцки букви). Петорната симетрия и геометрично съответното наличие на 12-те стени или върха при артефактите насочват тяхната възможна интерпретация към астрономична (календарна и зодиакална) символика и функция.

Introduction: five-fold symmetry in minerals and the Platonic solids

Crystals with pseudo five-fold symmetry or five-fold cluster composition are reported among different minerals (Kostov, Kostov, 1988; 1999). Quasicrystals with five-fold symmetry were synthesized (Shechtman et al., 1984) and the first mineral species with such symmetry was found in nature – the mineral icosahedrite (Bindi et al., 2011).

Five-fold pattern symmetry can be observed on prehistoric Neolithic pottery from the near East and the Balkans and later on – on Minoan and Mycenaean seals. The Greek philosopher Plato (427-347 B.C.) described in his dialogue "Timaeus" (Plato, 53c) regular polyhedra, which are later named "the five Platonic bodies" – five regular polyhedra with equal in form and size faces: tetrahedron (4 faces; it looks like a three-sided pyramid), cube or hexahedron (6 faces), octahedron (8 faces),

pentagon-dodecahedron (12 faces) and icosahedron (20 faces). Regular solids are three-dimensional forms all of whose edges have the same length and all of whose faces have the same shape. These geometric bodies are linked in ancient philosophy to the corresponding 5 elements of nature: fire, earth, air, universe (cosmic soul) and water (Fig. 1). In Plato's dialogue "Phaedo" the earth is described as a ball "made of twelve pieces of skin" (Plato, 110b). Plato believed the five solids to be the atomic shape of the corresponding elemental fire, air, earth, water and universe (cosmic spirit). According to the XIII book of Euclid's "Elements", three of the five regular solids must be attributed not to Plato, but to the Pythagoreans, and the rest two of them – to Theaetetus (c. 415-369 B.C.). Both regular pentagon-dodecahedral and icosahedral forms as artifacts in antiquity may copy typical for pyrite crystals forms: irregular pentagon-dodecahedron {210} in the first case, or the

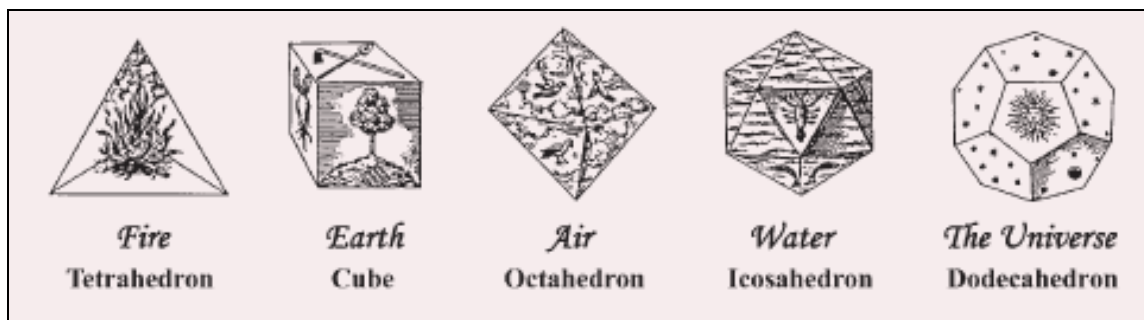


Fig. 1. The five Platonic solids in Johannes Kepler's "Harmonices Mundi", Book II (1619), according to ancient Greek philosophy (used in his geometric cosmology)

combination of octahedron {111} and irregular pentagon-dodecahedron {210} – in the second case (Kostov, 1993). The rest Platonic bodies as artifacts may also have some corresponding to crystal habits of minerals shape, for example: tetrahedrite for the tetrahedron; magnetite, fluorite and diamond – for the octahedron; pyrite, galena, halite and fluorite – for the cube or hexahedron.

In Scotland (mainly in Aberdeenshire) are found stone rounded ornamented (cut with small knobs) balls with geometric patterns, some of them corresponding to the Platonic bodies and also with a 5-fold symmetry (including dodecahedron with 12 faces, a form with two opposite hexagons, each surrounded by six pentagons with 14 faces and icosahedron with 20 faces). For example, the Ashmolean Museum at Oxford University exhibits five different rounded stones with regularly spaced bumps. All these balls are dated from the Late Neolithic to Bronze Age (~II-I mill. B.C.; predating Plato) and their number is estimated between four-five hundred specimens (Mann, 1914; Marshall, 1976/77; 1983). The high points of each bump mark the vertices of each of the regular polyhedra. It has been conjectured that such artifacts were used: (1) in some sort of game or for amusement, (2) for magical or religious ceremonies, (3) mounted or tied to rods and used as weapons (stone mace) or (4) as trade weights.

Pentagon-dodecahedral artifacts

In several mainly west and central European countries (United Kingdom, Belgium, France, Germany, Luxembourg, The Netherlands, Switzerland, Italy, Austria, Hungary and Croatia, with the greatest number discovered in the west of Germany and in France), during archaeological research, are found bronze hollow dodecahedra (from a crystallographic point of view – regular pentagon-dodecahedra) related in age to Roman times, their number estimated above 100 samples (de Saint-Venant, 1907; Saint-Michel, 1951; Déonna, 1954; Duval, 1981; Artmann, 1993; Hill, 1994; Nouwen, 1994; Guggenberger, 2000; 2013; with corresponding therein references; Fig. 2; Table 1A). They have circular opening usually of different diameter on each face of the artifact, as well as small spherical knobs on their vertices. Also, in most cases on the faces are observed small incised concentric circles, arranged around the circular hole. The size of the artifacts varies 4-11 cm. Their purpose and utilization is under discussion: for example – heads of scepters, or sticks of command; heads of maces; linings sprinklers; chandeliers for candles of various sizes; gauge measuring cylinders of various sizes; caliber for coin blanks; instrument for playing, a kind of

dice; with an as-part against a species of rod tapered tip graduated on which would be drawn hallmarks; toys, without specifying; masterpiece for control (measure) (de Saint-Venant, 1907; cit. after Déonna, 1954). Additionally some other hypothesis are listed: connection to the zodiac (Artmann, 1993); optical rangefinder for the army or dioptron (Sparavigna, 2012a; 2012b), clinometer (Meréaux-Tanguy, 1975) candle- or flower stands, finger ring-size gauges or even a toy to throw and catch on a stick or some sort of oracle.

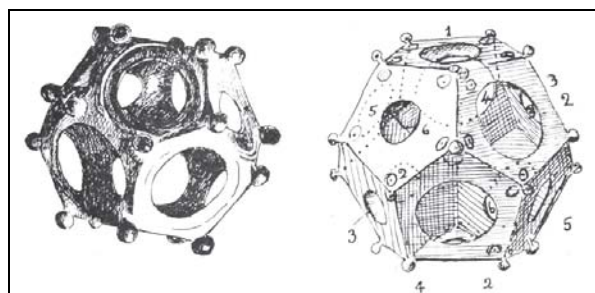


Fig. 2. Examples of "Roman dodecahedron" (de Saint-Venant, 1907, pl. 1: left – from Reims N38; right from Membrey N26)

The earliest dodecahedra, dated about 500 B.C., made from stone (soapstone – steatite), are supposed to be of an Etruscan origin (Lindemann, 1896, cit. after Artmann, 1993). In a single case, in Switzerland (Geneva), a silver pentagon-dodecahedron with lead core has been found and described, the faces inscribed with the 12 zodiacal names (Cervi-Brunier, 1985).

Metallic gold pentagon-dodecahedral artifacts are discovered in south-east Asia. The polyhedral gold bead from Khao Sam Kaeo, in eastern peninsular Thailand, is stylistically identical to those from Oc Eo in the Mekong Delta (Vietnam), and to numerous similar beads from other Pyu sites in Myanmar (Bennett, 2009). Several of the gold ornaments recorded in private collections around Khao Sam Kaeo, including the characteristic pentagonal polyhedral gold beads, have also been found in local private collections and also bear strong similarities to the finds from Oc Eo (because of the 12 faces, they are supposed to be linked to some sort of astronomical or astrological significance; Spagnoli, 2004).

In some cases, the dodecahedra are made of solid rock or mineral, as in the case with the artifact in the Varna Archaeological Museum in Bulgaria (probably a Roman die; together with another cubic and typical to Roman times bone die on display; Haralambieva, 2006).

Table 1. Regular pentagon-dodecahedral (A) and icosahedral (B) as artifacts in Antiquity (data from references and Internet)

Country/Region	Museum	Age	Notes	Material/Size
A				
Italy	-	1000-900 B.C. or ~500 B.C.	Etruscan; Monte Loffa, with markings on the faces	soapstone
Italy (2 samples)	Perugia, Museum of Antiquities	~5-4 c. B.C.	Etruscan; mounted on bronze sticks	bronze
Europe	>100 samples	1st - 4th c.	Roman period; hollow;	bronze
Switzerland	Geneva, Cathédrale Saint-Pierre	3rd-4th c.	Roman; Genf, inscribed zodiacal signs	silver; lead core; 297 grammes
USA	Arthur M. Sackler Museum; 1992.256.199	c. 300-500	Roman; inscribed letters	garnet; 5.6 cm
France	Troyes, Musée	Roman times	France; incised figures in Latin count (I to XII)	bone
Bulgaria	Varna, Historical Museum	Roman times	Roman die	stone; ~3 cm
SE Asia	-	5 th c. B.C.- 5 th c.	Mekong River; other places	gold
France	Musée Guimet	2 nd c.	Southern China; hollow beads	gold (2 samples)
B				
Germany	Bonn, Rheinisches Landesmuseum	Roman times	Arloff, hollow	bronze; ~8 cm
Sweden	Stockholm, Medelhavsmuseet	Ptolemaic Period	Egypt: Ptolemaic Period - Roman Period; inscribed with Greek letters	faience, brown (?); stone, glazed (?); stone
France	Paris, Louvre; I 1532	323-30 B.C.	Egypt: Ptolemaic Period - Roman Period; inscribed with Greek letters	steatite
USA	New York, The Metropolitan Museum of Art; 10.130.1157	2nd c. B.C.–4th c.	Egypt: Ptolemaic Period - Roman Period; inscribed with Greek letters	serpentine; 2.7 x 3 x 2.8 cm
USA	New York, The Metropolitan Museum of Art; 10.130.1158	2nd c. B.C.–4th c.	Egypt: Ptolemaic Period - Roman Period; inscribed with Greek letters	serpentine; 3.2 x 3.8 x 3.4 cm
USA	New York, The Metropolitan Museum of Art; 10.130.1159	2nd c. B.C.–4th c.	Egypt: Ptolemaic Period - Roman Period; inscribed with Greek letters	faience; 4.5 x 4.9 x 4.7
USA	New York, The Metropolitan Museum of Art; MMA 37.11.3	2-3 c.	Roman; inscribed with Greek letters	faience; green, 6.2 cm
Egypt	Kharga, New Valley Museum; inv. N843	1st c. (?)	Egypt; Dakhleh Oasis; inscribed with Egyptian divine names in Demotic letters	limestone; 5x6 cm
Egypt (2 icosahedra)	Cairo museum	-	Egypt; inscribed with Greek letters	steatite or faience
United Kingdom (4 icosahedra)	London, British Museum; EA 59732; AES 1911.0617.40	Greco-Roman period	Egypt; inscribed with Greek letters (1 pink; 1 greenish, 2 brown)	faience, serpentine, steatite, and/or calcite
[Christie's; 2003]	-	1st/2nd c.	Egypt; inscribed with signs	faience, green; 5.2 cm
United Kingdom	Birmingham, University of Birmingham; ECM552	-	Greek die; inscribed with Greek letters	stone, brown; 5.2x5.7 cm
United Kingdom	London, British Museum	1st c.	inscribed with Greek letters	stone; ~7.62 cm
United Kingdom	London, British Museum; GR 1923.0401.1184	1st/2nd c.	Roman; inscribed on 2 faces with X and I	rock crystal; 1.7x1.5 cm
France	Paris, Louvre	-	Egypt; inscribed with Latin letters and Roman numerals	rock crystal
France (Corsica)	Aléria, Museum	-	Roman	rock crystal
Italy	Arezzo, State Archaeological Museum	1st c.	Roman; feminine grave near Arezzo	rock crystal; ~2.8-3.0 cm
Turkey	Istanbul Art Museum	-	Greek or Roman	rock crystal
Serbia	Belgrade	3 rd c.	Roman, Castrum Novae	rock crystal; 5.5x4.7cm
SE Asia	-	5 th c. B.C.- 5 th c.	Mekong River; other places	gold

Rock crystal deformed (irregular) pentagon-dodecagonal spindle whorls (?) of the Merovingian period (6th century) are known from: Rhenen Donderberg grave 413 (Leiden Rh 413), fitted on to a Carolingian bone spindle rod from Dorestad, Leiden; Alfriston grave 65, c. 500-560, Lewes Castle Museum (hexagons and not pentagons on the two opposite sides); and from Jerusalem, "Tomb of the Prophets" (Merovingian?), BM 49/11-27/13. Most of the initial pentagon faces display additional facets forming trigonal and tetragonal faces, probably after a new faceting (see also Babelon, 1902; p. 11, Fig. 8, Mayence museum).

Icosahedral artifacts

Artifacts with five-fold symmetry displaying isosahedral habit (morphology) are known also in Antiquity. They are made mainly from rock crystal and faience (Western and Central Europe; Roman Empire) or serpentinite (Egypt; Ptolemaic Egypt – Roman times) (Table 1B).

A unique icosahedron was found at Qaret el-Muzzawaqa in the 1980s and is now housed in the New Valley Museum at Kharga (probably dated to the 1st century). In contrast to other icosahedra, known from Graeco-Roman Egypt, this one is not inscribed with Greek or Latin letters or numbers, but with 20 Egyptian divine names in Demotic, thus adapting Egyptian concepts to a Greek form. The piece provides striking evidence for the mixing of cultural traditions in Dakhleh Oasis in the Roman Period. The polyhedron was presumably used in an oracular procedure intended to establish which deity would provide help to the petitioner (Minas-Nerpel, 2007).

Of interest is the rock crystal icosahedron, found in SE Europe at the Roman town Castrum Novae (dated from the reign of emperor Septimius Severus to the last third of the 3rd century) at Čezava (Vasić, 1992). The quartz icosahedron is interpreted as a magical object, related to the corresponding philosophical and mystical teachings (including the Neo-Pythagoreans) from the end of the 2nd and beginning of the 3rd century. Similar rock crystal artifacts are known from some other places and museums (Table 1B).

A single case of Roman hollow bronze icosahedron is known from Arloff (Bonn, Rheinisches Landesmuseum), also with small spherical knobs on the vertices, as well as concentric circles on the curvilinear triangular faces. Another similar in shape metallic object, but from Medieval times, is a gold icosahedral artifact from India, with gold letters on the faces (on display by Sotheby).

To the list of artifacts of regular pentagon-dodecahedral and icosahedral shape (Table 1) one can add also the case with an artifact from Ptolemaic Egypt with rhombic dodecahedral form {111}, also inscribed with Greek letters (as 2 letters are on one face, this point to the representation of numbers 1 to 12 by the letters in the Greek numeral system). The {111} form is typical for garnet crystals and in certain cases the shape of such artifacts may also copy minerals in nature. Typical cubes from bone are more common among Roman dice, but there are a few of them made of colourless glass (from Cyprus; Metropolitan Museum of Art; MMA 74.51.332) or quartz (rock crystal; British Museum 1923,0401.1187; 1923,0401.1198). Rock crystal dice as a combination of {100} and {111} forms are also known from the British Museum (1886,0401.1718). Four sided (tetrahedral)

black dice with two of four corners marked in white are known from Mesopotamia.

Conclusions

The pentagram as a single side of a pentagonal dodecahedron is closely associated with the so-called golden section, which the ancient Greeks believed to have powerful mystical and aesthetic properties both. The dodecahedron was a form with enormous significance for the Neo-Pythagoreans as representation of the atomic shape of the universe (or cosmic spirit), with the twelve pentagonal faces corresponding to the signs of the zodiac. Most researchers accept the hypothesis that the ancient bronze dodecahedra were ritual or oracle tools, on occasion used as divinatory dice.

The existing and new lists of pentagon-dodecahedral and icosahedral artifacts, as well as new finds, are base for further on study on the utilization of these objects both from a practical and philosophical point of view: comparison of European and Asian cases; five-fold symmetry symbolism in different religious systems; calendar and zodiacal importance.

The main material for the pentagon-dodecahedral hollow artifacts is metal (bronze in the European area in Roman times and gold in South-East Asia). As an analog to the symbolism of the five Platonic bodies, the element "wood" is among the 5 major elements in Chinese philosophy and Feng Shui systems with corresponding green colour.

The main material for the icosahedral artifacts is quartz (transparent rock crystal), faience and probably serpentine. The icosahedral form corresponds to the element "water" in both Greek and Eastern symbolic systems. Water is symbolized by clear quartz (rock crystal).

The close resemblance of irregular pentagon-dodecahedral yellow pyrite crystal with metallic luster to the bronze or gold regular dodecahedral artifacts is evidence that ancient people tried to copy nature. Thus, the clear water is symbolized by rock crystal, and the metallic shining pyrite crystals – by bronze alloys or gold. The utilization of discussed artifact is open for discussion with stress on their probable astronomical (calendar and zodiacal) symbolism and significance.

References

- Artmann, B. 1993. Roman dodecahedra. – *The Math. Intelligencer*, 15, 2, 52-53.
- Babelon, E. 1902. *Histoire de la Gravure sur Gemmes en France*. Société de Propagation des Livres d'Art, Paris, I-XX, 262 p., XXII pl.
- Bennett, A. T. N. 2009. Gold in early Southeast Asia. – *ArchéoSciences*, 33, 99-107.
- Bindi, L., P. J. Steinhardt, N. Yao, P. J. Lu. 2011. Icosahedrite, Al₆₃Cu₂₄Fe₁₃, the first natural quasicrystal. – *Amer. Mineral.*, 96, 928-931.
- Cervi-Brunier, I. 1985. Le dodécaèdre en argent trouvé à Saint Pierre de Genève. – *Zeitschrift für Schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte*, 42, 3, 153-156.
- de Saint-Venant, J. 1907. *Dodécaèdres perlés en bronze creux ajouré de l'époque gallo-romaine*. Mazerou, Nevers, 52 p.

- Déonna, W. 1954. Les dodécaèdres gallo-romaines, ajourés et bouletés. A propos du dodécaèdre d'Avenches. – *Bulletin de l'Association Pro Aventico*, 16, 18-89.
- Duval, P.-M. 1981. Comment décrire les dodécaèdres gallo-romaines en vue d'une étude comparée? – *Gallia*, 39, 2, 195-200.
- Euclid. 1956. *The Thirteen Books of the Elements*. Vol. 3. Books X-XIII. Dover, New York, 560 p.
- Guggenberger, M. 2000. Etwas Gewisses hievon zu bestimmen waere ein Gewagtes 260 Jahre Dodekaeder-Forschung. – *Veröffentlichungen des Tiroler Landesmuseums Ferdinandeum*, 80, 67-84.
- Guggenberger, M. 2013. The Gallo-Roman dodecahedron. – *The Mathematical Intelligencer*, 35, 4, 56-60.
- Haralambieva, A. 2006. Horn and bone artifacts from the Roman baths in Odessos. – *Proc. People's Museum Varna, XLII (LXII)*, 39-63 (in Bulgarian).
- Hill, C. 1994. Gallo-Roman dodecahedra: a progress report. – *The Antiquaries' Journal*, 74, 289-292.
- Kostov, I., R. I. Kostov. 1999. *Crystal Habits of Minerals*. Bulgarian Academic Monographs, 1. Pensoft Publishers and Prof. Marin Drinov Academic Publishing House, Sofia, 415 p.
- Kostov, R. 1993. The pentagondodecahedron – Earth and mineral dimensions. – *Priroda [Nature]*, 42, 1, 52-58 (in Bulgarian).
- Kostov, R. I., I. Kostov. 1988. On the fivefold cluster symmetry. – *Cryst. Res. Technol.*, 23, 8, 973-977.
- Lindemann, F. 1896. Zur Geschichte der Polyeder und der Zahlzeichen. – *Sitzungsber. der Math.-Phys. Klasse der Kgl. Bayerischen Akad. der Wiss.*, 26, 625-783.
- Mann, L. M. 1914. The carved stone balls of Scotland: A new theory as to their use. – *Proc. Soc. Antiq. Scotland*, 48, 407-420.
- Marshall, D. N. 1976/77. Carved stone balls. – *Proc. Soc. Antiq. Scotland*, 108, 40-72.
- Marshall, D. N. 1983. Further notes on carved stone balls. – *Proc. Soc. Antiq. Scotland*, 113, 628-646.
- Meréaux-Tanguy, P. 1975. Le dodécaèdre: mesureur d'angle? – *Kadath*, 13, 28-32.
- Minas-Nerpel, M. 2007. A demotic inscribed icosahedron from Dakhleh oasis. – *The Journal of Egyptian Archaeology*, 93, 1, 137-148.
- Nouwen, R. 1994. Les dodécaèdres gallo-romains ajourés et bouletés. Histoire et problèmes. – *Bulletin de l'Institut archéologique liégeois (BIAL)*, 106, 85-108.
- Perdrizet, P. 1931. Le jeu alexandrine de l'icosaedre. – *Bulletin de l'Institut Français Arch. Orient.*, 30, 1-16.
- Plato. 2008. *Timaeus and Critias*. Penguin Classics, 176 p.
- Saint-Michel, L. 1951. Situation des dodécaèdres celto-romains dans la tradition symbolique pythagoricienne. – *Bulletin de l'Association Guillaume Budé: Lettres d'humanité*, 3 ser., 4, 92-116.
- Shechtman, D., I. Blech, D. Gratias, J. W. Cahn. 1984. Metallic phase with long-range orientational order and no translational symmetry. – *Physical Review Letters*, 53, 1951-1953.
- Spagnoli, M. 2004. Sui dodecaedri d'oro di Oc-èò. – *AION*, 64, 1-4, 247-255.
- Sparavigna, A. C. 2012a. Come convertire una scatola di carone in un telemetro. – *Converter & Cartotecnica*, 86-88.
- Sparavigna, A. C. 2012b. Roman dodecahedron as dioptron: analysis of freely available data. – <http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1206/1206.0946.pdf>
- Vasić, M. 1992-1993. Icosahedron of quartz crystal from Castrum Novae (Čezava). – *Старинар [Starinar]*, XLIII-XLIV, 167-176.

Статията е рецензирана от проф. д-р Ат. Стаматов и препоръчана за публикуване от кат. „Минералогия и петрография“.