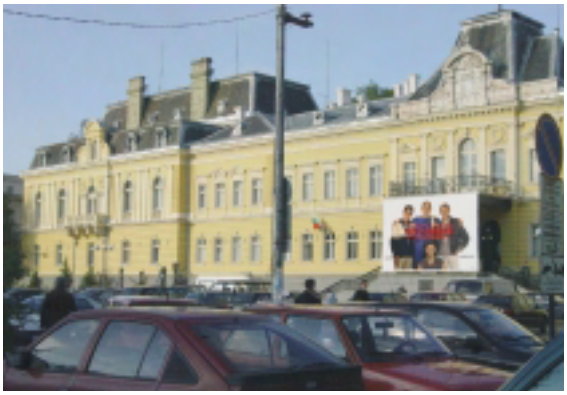
Програма за стипендианти
Resident Fellows Program

1

София като гледка / Sofia as a Sight



Визуален семинар / Програма за стипендианти 1
Visual Seminar / Resident Fellows Program 1



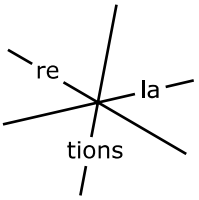


София като гледка / Sofia as a Sight

Лъчезар Бояджиев / Горещ визуален град
Luchezar Boyadjiev / Hot City Visual
Мила Минева / Да си измислиш София като гледка
Milla Mineva / Conceiving Sofia as a Sight

София / Sofia 2004





Визуален семинар
се осъществява в рамките на
relations – проект, инициран
от Федералната културна фондация,
Германия

Visual Seminar
takes place in the framework of
relations – a project initiated by
the Federal Cultural Foundation,
Germany





Проектът на Лъчезар Бояджиев е реализиран с подкрепата на /
The project of Luchezar Boyadjiev is supported by



© Институт за съвременно изкуство
Център за академични изследвания София
Авторите

Institute of Contemporary Art
Centre for Advanced Study Sofia
The Authors

ISBN 00000000000000000

Съдържание / Contents

Александър Кьосев
Alexander Kiossev **6-7**

Лъчезар Бояджиев. Горещ визуален град, 2003
Luchezar Boyadjiev. Hot City Visual, 2003 **9**

Ивайло Дичев. Делокализиращият поглед
(разместванията на Лъчезар Бояджиев)
Ivaylo Ditchev. The Delocalizing Gaze
(Luchezar Boyadjiev reshuffling the city) **17**

Людмила Димова. Мисля с очите си. Интервю с Лъчезар Бояджиев
Ljudmila Dimova. I think with my eyes. An interview with Luchezar Boyadjiev **27**

Мила Минева в разговор с **Александър Кьосев**
Milla Mineva in a conversation with **Alexander Kiossev** **73**

Мила Минева. Да си измислиш София като гледка
Milla Mineva. Conceiving Sofia as a Sight **82-83**

Стипендиантската програма към проекта **Визуален семинар** дава възможност на художници, дизайнери, фотографи, теоретици и критици на изкуството да разработят свой проект за период от 6 месеца като им предоставя месечна стипендия и ги осигурява с необходимите технически средства.

По този начин се прави опит за синтез на две различни задачи. Първата е свързана с традицията на центровете за академични изследвания в Европа и по света да канят за съответната академична година заедно със своите стипендианти-изследователи още и изтъкнати писатели, художници, музиканти, театрални дейци, журналисти и други. Тези автори получават краткосрочни, обикновено тримесечни степендии, посещават изследователските семинари, но в този тип програми не са задължени да разработят никакъв конкретен проект. Присъствието им в научната общност, обаче, обикновено се оказва изключително ползотворно: те мислят нестандартно и имат неочаквани хрумвания, което може да има евристичен ефект върху научната дискусия. Така научният екип става интелектуална общност, а самите автори, освен че печелят от тези дискусии, са в контакт с истински нови идеи в научния живот.

Втората задача е свързана с убеждението на хората от Визуален семинар, че творците в съвременното изкуство са също в състояние да разработят социално релевантни проекти (какъвто е и самият Визуален семинар) и че едно художествено произведение или художествен проект може да се вгради в колективна идейна рамка. По този начин стипендиантската програма обединява опита да се създаде интелектуална общност между художници и учени с амбицията творците и академичните представители да работят заедно и проектите им да се обогатяват взаимно. Това се отразява и на принципа на селекция – този модул на проекта Визуален семинар трябва да избере 8 стипендианта за две години (по двама на шест месеца), като минимум 25% от тях трябва да бъдат академични изследователи на съвременната визуална култура, а останалите – от всички творчески професии имащи отношение към социо-визуалната проблематика на София: съвременни визуални изкуства, архитектура и урбанистика, дизайн и фотография, други изкуства, които засягат визията на града и пр.

Първите степендианти на Визуален семинар бяха избрани от 8 членен експертен съвет през април 2003 г. – това бяха художникът **Лъчезар Бояджиев** и младата изследователка, работеща в областта на визуалната социология и културология **Мила Минева** (съответно с проектите ***Hot City Visual*** и ***Балканите като туристически гледки***). Участието им на изследователските сбирки на проекта НЕКСУС (най-големия проект на Центъра за академични изследвания София, подкрепил за три години 28 пост-докторанти), както и участието на членовете на НЕКСУС при презентациите на проектите на Бояджиев и Минева, демонстира, че схемата, по която работи Стипендиантската програма е обнадеждаваща.

Успехът се доказа и от втората селекция, която експертният съвет проведе през октомври 2003 г. при 14 конкуриращи се проекта. Този път конкурсът имаше тематични приоритети, свързани със специфични визуални аспекти на София. Бяха обявени темите ***Градът, културното наследство и носталгията*** и ***Образи на труда, образи на консумацията***. Като втора група стипендианти бяха избрани художникът **Красимир Терзиев** и театралната група **X-tendo**, чиито проекти ще представим в следващата публикация.

Александър Кьосев

The **Resident Fellows Program** of the **Visual Seminar** offers an opportunity for visual artists, designers, photographers, theoreticians and critics of art to develop a particular project for a period of 6 months. The program provides a stipend and a variety of needed technical equipment.

In this way the program attempts to synthesize two different tasks. The first task is related to the tradition of the centers for advanced studies in Europe and the world to invite for a given academic year several established writers, artists or musicians (sometimes these are theater people, journalists, etc.) jointly with their own research fellows. These receive short-term, usually three-month, fellowships, attend the academic research seminars but within this kind of program they are not expected to work on a specific project. Their presence in the academic community however, normally turns out to be extremely beneficial for these people have highly original ways of thinking and come up with startling ideas, that could have a heuristic effect on the scientific debate. Thus, the research team becomes an intellectual community while the artists themselves, outside of benefiting from the discussions, are in touch with the really innovative ideas in the life of science.

The second task is related to the conviction of the members of the Visual Seminar that the contemporary artists are also in a position to develop socially relevant projects (as is the Visual Seminar itself) as well as that an artwork or an artistic project could be incorporated within a collective conceptual framework. Thus, the Resident Fellows Program is the focus of the attempt to build up an intellectual community between artists and academic researchers with the ambition that both while working together mutually enrich their projects. This is reflected in the selection principle. The Resident Fellows module of the Visual Seminar must select 8 fellows in two years (two each six months) and at least 25% of these should be academic researchers of the contemporary visual culture. The remaining 75% are representatives of all creative professions that have affinity to the social and visual problems of the city of Sofia, to the contemporary visual arts, to architecture and urban studies, to design, photography and other of the arts that deal with visual themes, etc.

An 8-member committee selected the first two Resident Fellows of the Visual Seminar in April 2003. These are the artist **Luchezar Boyadjiev** and the young researcher **Milla Mineva** who works in the field of visual sociology and cultural studies (with the projects ***Hot City Visual*** and ***The Balkans as Touristic Sights***). Their participation in the research meetings of the NEXUS project (the largest project of the Center for Advanced Study Sofia that supported 28 post-doctoral fellows in 3 years), as well as the participation of the NEXUS members during the presentations of the Boyadjiev and Mineva projects demonstrated that the scheme of this Resident Fellows Program is very encouraging.

The success of the program was reconfirmed by the second selection of fellows. The Expert Board evaluated 14 competing projects in October 2003. The second round of applications was thematically oriented towards specific visual aspects of Sofia. Its themes are: ***The City, The Cultural Heritage and Nostalgia*** and ***Images of Labor, Images of Consumption***. The artist **Krassimir Terziev** and the theatre group **X-tendo** were selected. Their realized projects will be the subject of our next publication.

Alexander Kiossev

Лъчезар Бояджиев

Горещ визуален град, 2003

Проект за *Визуален семинар*
пролет – есен 2003

Визуален град –
1. особен вид визуално мислене и аналитично поведение от страна на художник /Л.Б./, взаимодействащ с интерфейса на град София;
2. продуктът/ите/ на това визуално мислене.

Процес:
Забелязвам, че интерфейсът на град София е различен в различни части на града.

В центъра е корпоративното лого, разположено високо горе по покривите на сградите и доминиращо визуалната среда. То е лъскаво, не носи конкретна информация и в смислов план е а-контекстуално, или по-точно е своя собствен контекст без връзка с продукта, който корпорацията предлага. Корпоративното лого управлява гигантски визуални пространства.

В кварталите извън центъра, но дори и в центъра на височината на един човешки ръст, доминира махленското лого. То е директно, стои в непосредствена близост до клиента/гражданин като се втърква в тялото и очите му. Махленското лого управлява пространството в радиус от 15-25 м и представлява визуално „препикаване“ на територия по махали, така както правят това уличните песове. Между махленското лого и бизнеса, който то промотира, няма дистанция. Махленското лого е грубо и не-стилно, но е витално и вулгарно.

Luchezar Boyadjiev

Hot City Visual, 2003

Project for *Visual Seminar*
Spring – Fall 2003

City Visual –
1. A specific kind of visual thinking and analytical behavior by an artist (L.B.) that is a form of interaction with the visual interface of the city of Sofia;
2. The product(s) of this kind of thinking.

Process:
I notice that the interface of the city of Sofia is different in the different parts of the city.

In the central parts of the city the corporate logo, which is positioned high above eye level on the roofs of the buildings, dominates the visual environment. It is shiny, does not have concrete information and in terms of semantics is voided of context or rather it is localized within its own context without a connection to the actual product that is offered by the particular corporation. The corporate logo commands gigantic visual spaces.

In the neighbourhoods outside of the center, even in the center at the level of the eyes, the dominant visual presence is of the neighbourhood logo. It is very direct and positioned in close proximity



Горещ визуален град (ГВГ), 2003
Новите квартали. ж.к. „Бийтълс 1А“ и детайл
Hot City Visual (HCV), 2003
The new neighborhoods. Housing Project “Beatles 1A” and detail

В междинната територия се намества трети тип присъствие в интерфейса на града. Това е българският билборд. Представлява промоция на местен бизнес с национални претенции. Пример – билбордовете за Карнобатска гроздова, Бисерна гроздова, Водка X-taz. Българският билборд отразява по нещо и от двата горни типа: а/ по форма – той е лъскав и привлекателен като корпоративно лого; б/ в мисленето и посланията си е вулгарен и конкретен като махленското лого. В този смисъл българският билборд е еднотипно явление като „поп-фолк“, „чалга“ и т.н.

Подобен вид троично разслоение се наблюдава също така и в архитектурната среда, която обаче се разполага по друг начин във времето – наслоенията от преди 1989 г. и т.н. Тази среда, особено офисното и жилищно строителство след 1989 г., обаче влияе върху интерфейса на града по начин, сходен с логото и билборда.

Процесуалната страна на проекта *Горещ визуален град* предполага натрупването на наблюдения и визуални коментари по поводи и начини, фиксирани в приложения *Дневник за произхода и същността на рамковия проект*. Тя е свързана с условието, че контекстът на стипендията е дискусионнен и дискурсивен, а не е ориентиран към създаването на единични художествени обекти.

Продукт:

А/
Същността на моя проект *Горещ визуален град* за Визуален семинар е реклама на махленски /семеен/ бизнес по корпоративен начин в публичното пространство на града. И обратното... Тук предвиждам три основни рекламни мероприятия:

1. *Бригадата на Стефан (и неговите зетьове)*. Тук се предвижда „реклама“ на Стефан и неговите зетьове, които работят в група, без да имат каквато и

to the client/citizen while rubbing itself visually in his/her body and eyes. The neighbourhood logo is commanding a space of 50 m in diameter and is actually a kind of visual “marking of the territory” as the stray dogs in the same neighbourhoods of Sofia are doing. There is no distance between the neighbourhood logo and the business activities it is promoting. The neighbourhood logo is rough, crude in style but it is very vital and vulgar.

The in-between visual territory is occupied by a third type of presence in the visual interface of the city. That’s the Bulgarian billboard. It is a kind of visual promotion of a local business that is pretending to have a national coverage with its activities. One example is the set of billboards of the kinds of grape brandy produced in the city of Karnobat in Bulgaria, the Pearl Grape Brandy, as well as the infamous billboards of the locally produced Vodka X-taz. The Bulgarian billboard is using something from both of the above-described types of visual presence: a/ it is shiny and attractive as the corporate logo in its visual form; b/ it is vulgar and concrete in its messages just like the neighborhood logo. In this sense the Bulgarian billboard is the same type of phenomenon as the so-called “pop-folk” music (the “chalga”) with its vulgar lyrics and vital, powerful music.

Such a triple layering of the city environment could also be observed in the architectural environment of the city, which however, is localized and positioned differently in terms of time – the leftovers from before 1989 and so on. This environment, especially the office and apartment building construction after 1989, is influencing the life of the city in a similar way to the way of the logo and the billboard.

The process aspect of the project *Hot City Visual* presupposes the accumulation of observations and visual commentaries of cases in ways exemplified in the attached *Diary of the origin and the substance of the frame project*. It is related to

да е формална организираност. Стефан и Зетьове са Рома, които аз познавам от повече от 15 години. Работил съм с тях и в СБХ, и в НГЧИ, когато Стефан беше на щат там. Сега Стефан и Зетьове работят от пл. Македония по ежедневни поръчки, когато ги има..., по поправка на покриви, пренос на неща, ремонт на паркет, пренос на произведения на изкуството и др. В рекламната среда такъв тип хора и като работа, и като етническа принадлежност отсъстват тотално. Идеята е – няма интегриране на България в Европа, без интегриране на Рома в България. Проектът цели стартиране на публичен дебат и насочване на общественото внимание по тези пунктове от живота.

2. *Моят Ключар (и Philips)*.

3. *Новите махали/квартали*...

Ограниченията в бюджета както и непредвидимото получаване на разрешения за излагането на визуалните продукти на проекта в публичното пространство, предполага наличието на резервни и смесени варианти. Ето защо са възможни корекции в заявените идеи!

Б/
Но, доколкото проектът е положен в контекста на Визуалния семинар с неговите дебати и академична среда на ежедневно присъствие на стипендианта-художник, той предвижда и продукт-като-процес реализация. Тук са вероятни две основни линии на работа:

4. *Гореща линия за визуални нередности* (телефонна линия за връзка с медии и хора).

5. *Примери – дневник на градския интерфейс*, уникална художническа книга в 1 екземпляр.

Тези две линии на работа не зависят от бюджетни ограничения, но са постоянно действащи. Целта им, особено

the pre-condition that the context of the fellowship is one of debate and discourse rather then one oriented to production of single art objects.

Product:

A/
The substance of my project *Hot City Visual* for the Visual Seminar is to build up an “advertisement campaign” for a certain neighbourhood (family) business in a corporate way within the public space of the city. And vice versa... Here I do envisage three basic promotional lines of action:

1. *Stephan’s Brigade (himself and his sons-in-law*). Here I plan an advertisement campaign for Stefan and his sons-in-law who work together in a group without actually having any kind of legal structure. Stefan and his sons-in-law are Roma whom I have known for 15 years. I have worked with them in the Union of Bulgarian Artists and the National Gallery for Foreign Art while Stefan was employed there. Now Stefan and his sons-in-law are working out of Macedonia Sq. in Sofia where they look for one-day odd jobs when available. They are fixing roofs and parquet, hauling art works and other stuff, etc. People like them in terms of work and ethnic identity of a minority group are missing entirely from the advertisement environment. The idea of the campaign is that there is no integration of Bulgaria in the EU without integration of Roma in Bulgaria. The project aims at starting a public debate and focusing the public attention on these aspects of life.

2. *My Key Maker (and Philips).*

3. *The new neighbourhoods*.

The limitations of the budget as well as the unpredictable process of getting permissions for public installment of the visual products of the campaigns presuppose additional and mixed variants of these ideas!

на *Гореща линия...* е да моделират ситуация на постоянно действаща връзка между Визуалния семинар, хората и медиите (отделни журналисти), които по този начин могат да бъдат стимулирани за присъствие на равни начала в семинара.

В/
Проектът предвижда публично показване на целия резултат както в градско, така и в галерийно пространство.

ГВГ, 2003. Новите квартали. ж.к. „Мила Родино“ (за патриоти), ж.к. „Мото-пфое“ (за бизнесмени) и детайли
HCV, 2003. The new neighborhoods. Housing Projects “Dear Motherland” (after the first words from the national anthem; for patriots) and “Moto-Phohe” (after the name of a car dealing company; for businessman), and details



B/
In as much as my project is positioned within the context of the Visual Seminar with its debate and academic context of daily work of the resident fellow artist, the project involves an additional element that is best described as “product-as-process”. Here I do envisage two lines of work/activity:

4. *Hot-Line for Visual Irregularities* to connect to people and the media.

5. *Samples – a Diary of the City Interface*, the whole Diary as artist’ book in edition of 1.

These last two lines of work do not depend on the budget limitations but are meant to function all the time. The aim, specifically of the *Visual Hot-Line*, is to construct a situation of a constant link and feed back between the Visual Seminar, the people and the media (individual reporters, columnists, etc.) who in this way can be stimulated to take part on an equal footing with the other participants in the seminar.

C/
The project foresees a public presentation of the whole process and results in both urban space and gallery space.

Лъчезар Бояджиев

Следпроектни бележки

Работейки върху проекта *Горещ визуален град* разбрах, че имам отношение на любов/омраза към визуалната среда на София и най-вече към рекламните ѝ аспекти. Като че ли причините са от порядъка на съдържанието, стила и/или количеството на всички тези обяви, билбордове, транспаранти, плакати и т.н. Нямаше обаче причина, свързана с наслада от многоцветността и енергията, независимо от хаоса на тази среда, така различни от онова, което имахме преди 1989 г. Няколко сериозно теоретични думи ми се въртяха в главата като, например, производители, консуматори и клиенти; критически художествени практики, развлекателна индустрия, формиране и информиране; вкус, стил, включеност и изключеност; презентация и не-презентация и т.н. Все едно, не ус-

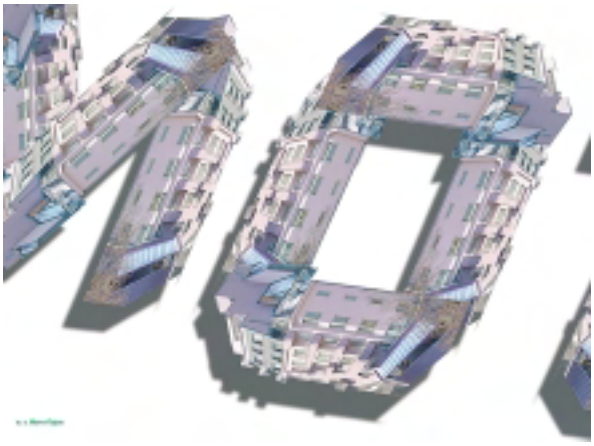
Luchezar Boyadjiev

Post-project Notes

Working on the Hot City Visual I realized that I have a love-hate relationship with the visual environment of Sofia, mainly with its advertisement strata(s). It seemed to be based on reasons having to do with the content, the style, or the quantity of all those announcements, billboards, signs, posters, and so on. None had to do with the enjoyment of the brightness and energy, though chaotic of that environment, so much different from what we had before 1989... A number of seriously theoretical words like producers, consumers and customers; critical art practices, entertainment, formation and information; taste, style, inclusion and exclusion; representation and misrepresentation, etc. were always on my mind. Yet, I couldn’t find an all-encompassing term that







пявах да намеря този обобщаващ термин, който лесно и просто да обясни с какво се занимава *Горещ визуален град*, особено в критическите и, надявам се, социално значимите му аспекти като част от *Визуалния Семинар* и неговия по-обхватен контекст и приоритети.

Едва след публичното представяне (през м. октомври-ноември 2003 г. в София) на проекта, в един вечерен разговор пред чаша бира в характерна, опърпана берлинска кръчма, нещата получиха онази яснота, която търсех. Дали заради английския език, на който говорехме, или поради интерактивния контекст между два „приятелски“ проекта, не знам. Причината бе, че Инес Каперт, ръководител на проекта *Интервюта* (с изразителното подзаглавие *Мислейки в диалог*), който е част от програмата *relations* така, както и Визуален Семинар, спомена почти случайно термина

makes it simple to explain what is it that Hot City Visual, as part of the Visual Seminar with its wider context and agenda, is dealing with, especially in its critical and hopefully, socially relevant aspects.

It was only after the public presentation of the project (October-November 2003, Sofia) and during a late-night talk over a glass of beer in a typically run down Berlin pub that things were put in the perspective I was looking for. Maybe the reason was the English language we spoke, maybe it was the interactive atmosphere between the two friendly projects. However, Ines Kappert, the Project Leader of the Interview Project (significantly subtitled “Thinking in Dialogue”), which is part of the *relations* program as the Visual Seminar is, almost by accident dropped the term *consumer identity*. I think the term is part of her theoreti-

консуматорска идентичност (consumer identity). Този термин е част от нейния теоретичен дискурс и научни интереси. В контекста на моя проект обаче, терминът предизвика две неща: а/ зададе му по-широка, но точна перспектива; б/ припомни ми рекламния „лозунг“ на един голям магазин тип ЦУМ в САЩ от началото на 1980-те, който имах „привилегията“ да посещавам едно време.

Тогава SIMS имаше магазини (може и още да ги има) в Ню Джърси и Ню Йорк. Те предлагаха модни и изискани дрехи на достъпни цени, с което веригата се поставяше в пазарната ниша между бутиците и ЦУМ-овете за ширпотреба. Рекламният им девиз бе „Един образован консуматор е най-добрият ни клиент“. Клиентите на SIMS съвсем не бяха богати хора, но девизът ги ласкаеше по следния начин: „Може и да не пазарувам на Пето Авеню, а в SIMS, но причината за това е, че съм „образован“ и добре си правя сметката!“ SIMS имаше най-стилните торби за покупки, направени от черна хартия със сребърни букви за девиза...

Визулната среда на София е онзи оперативен контекст, в който се конструира и се налага масово и мощно един тип пост-комунистическа консуматорска идентичност, напълно в съгласие с развитието на българското общество напоследък – та нали в пазарната икономика консумацията е дори по-важна от производството! Работейки върху *Горещ визуален град* обаче, си дадох сметка и за това, че: а/ в този град почти не е останало свободно пространство за какъвто и да било различен от консуматорския тип публична идентичност (или индивидуална идентичност, доколкото толкова идентичности не са рекламирани, или пък са невидими и т.н.), което ме кара да „се хвана за художественото си оръжие“; б/ повечето от жителите на София в най-добрия случай са само клиенти, но не дотам „образовани“, като има малко икономически стимули за промяна в положението; в/ жителите на София, които трябва да развият в себе си и „да са“ тази идентичност, все още не са, а и не биха могли да бъдат икономически значими консуматори (поради бедност), въпреки че това се очаква от тях, а и те го очакват от себе си, доколкото тъкмо в това се състоеше обещанието за богат живот и общество, което трябваше да мотивира същите тези хора, за да се примиряват с трудностите на прехода след 1989 г.

cal discourse and interests. In the context of my project the use of the term did two things: a/ put it in a much wider yet focused perspective; b/ reminded me of the slogan of a shopping mall in the US from the early 1980ies which I had been “privileged” to go to once upon a time.

SIMS had outlets (maybe still has) in New Jersey and New York that offered fancy but off-the-rack clothing at very affordable prices thus positioning itself in the market niche between the boutique and the mass-appeal department store. Its promotional slogan/logo was: “An educated consumer is our best customer”. The SIMS customer was not rich by any means but the logo made him/her feel flattered nonetheless, as in: “The reason I don’t shop on Fifth Avenue is not because I am poor, the reason I shop in SIMS is that I am “educated” and savvy!” SIMS had the most stylish shopping bags made of black paper and the logo stenciled in silvery lettering...

The visual environment of Sofia is the operative context where a certain type of post-communist consumer identity is being constructed and forcefully, massively imposed in full accordance with recent developments in Bulgarian society – in a market economy consumption is even more important then production, right? However, working on Hot City Visual made me realize that: a/ in this city there is little space left for any other kind of public identity (or private identity, for so many identity ways are not being promoted, are invisible, etc.) and it makes me “jump to my artistic arms”; b/ most of the people in Sofia are at best only customers, not really “educated”, and there are few economical incentives to change the status quo; c/ people in Sofia who are to develop and “be” that kind of identity are not yet and could not be economically relevant consumers (due to poverty), although this is expected of them, they expect it of themselves because that was the promise for an affluent society, which had to motivate the same people to put up with the hardships of the never-ending transformation after 1989.

The visual environment of Sofia is based on the cultivation of desire, consumerist desire(s), as any advertisement context is. Desire for certain goods but the bottom line is that it’s

Визуалната среда на София е дефинирана от култивирането на желание, консуматорско желание(я), както всеки друг рекламен контекст. Желание към определени стоки и т.н., но основното е, че това е желание към определен стандард на живот, стандард за това да си Европеец (повече по слухове, отколкото след дебат) и т.н. В действителност този стандард никакъв не се вижда и дори дългоочакваното членство в ЕС през 2007 г. едва ли ще промени нещо. Така се появява фрустрация и тя става все по-видима. Фрустрацията е предизвикана от незадоволени желания. И независимо от това доколко убедително психоанлитичната теория ще твърди, че всичко това е на добро, защото желанието се засилва с постоянното отлагане на консумацията му, аз не мога да се освободя от усещането (в контекста на София), че градът преживява травматично déjà vu. И градът, и страната още помнят един друг вид фрустрация, също предизвикана от постоянно отлагане на косумацията на желания „обект". Печално известното обещание за светло комунистическо бъдеще бе основният мотивиращ механизъм за субектите (хората) на реалния социализъм през цялото време на неговото изплъзващо се от контрол (и всъщност, кратко) съществуване. Тогавашната фрустрация бе предизвикана от това, че независимо какво точно казваше или правеше Партията, хората виждаха с очите си и усещаха с телата си, че обещаната утопия на комунизма никога не идва. Тя бе нещо като линията на хоризонта – отдалечава се със същата скорост, с която човек се приближава към нея. Въпреки теорията, в края на 1989 г. бе останало малко желание независимо от продължителното отлагане... може би някъде има носталгия, но това е различно нещо.

Сега съществува образът на консуматорска идентичност, но няма реална консуматорска идентичност в София, поне не още. Може би така и трябва да бъде, не знам. Не мисля, че някой знае, защото досега не е имало общество, което да е поело по този уникален път към развито капиталистическо общество – през социализма (както това става в страните от Източна Европа напоследък).

desire for a certain standard of living, standard of being European (as imagined rather then discussed) and so on. This kind of standard is in reality nowhere near in sight and even the much-expected EU membership in 2007 is not going to change much. So, a feeling of frustration is settling in and it is becoming more pronounced. That is frustration caused by unfulfilled desires. No matter how convincingly psychoanalytical theory will claim that it is for the better because acceleration of desire is based on the constant postponement of consumption, I can't help having the feeling (in the context of Sofia) that the city is experiencing a traumatic déjà vu. The city and the country still remember another type of accelerating frustration because of the constant postponement of consumption of the desired "object". The infamous promise of the glorious communist future used to be the main "carrot and stick" mechanism for motivating the subjects (people) of real socialism during its spiraling out of control (and actually, short lived) existence. The frustration then was caused by the fact that no matter what the Party said or did, people could see with their eyes and feel with their bodies that the promised utopia of communism was never drawing any nearer. It was like the horizon line – receding with the same speed, as you are approaching it. Disregarding theory, at the end of 1989 there was very little desire left in spite of the prolonged postponement... maybe now there is nostalgia but that's different.

Now there is the image of consumer identity but no consumer identity in Sofia, yet. Maybe that's how it should be. I do not know. I do not think anyone knows for there has never been a society that has chosen to take this unique road to a developed capitalist society – via socialism (as societies in Eastern Europe are doing lately).


tel

Делокализиращият поглед
(разместванията на Лъчезар Бояджиев)

Ивайло Дичев

Художникът днес не е онзи, който създава, а онзи, който размества. Леонардо и Шекспир в най-добрия случай биха били производители на декоративен кич, в най-лошия – идеолози, укрепващи вярата в системата. Още през 50-те и 60-те години ситуационистите се озовават в тази задънена улица - светът е препълнен със значения, няма вече природа, която да ваеш. Алтернативите, които те предлагат са две: отклоняването (détournement) на господстващия семиотически ред и конструирането на ситуации.

Отклоняването се практикува още от дадаистите (взимаш Мона Лиза, рисуваш мустачки). Конструирането на ситуации придава един тотализиращ елемент. Основно произведение на изкуството е самият живот, който се организира като съпротива срещу доминиращия знаков ред. Само че какво е животът? За разлика от своите предходници (Вагнер, Толстой, Богданов...) ситуационистите не вярват в мистичната субстанция на субекта. Сцената, на която ще разиграват своите отклонявания може да е само онова, което материално свидетелства за живеенето, градът. Тоталното зрелище, което ни устройва властта е разположено в пространството, в пространството ще се разставят и формите на съпротива.

Кой град? Градът, който опасват с магическа бразда и който може да се развали само ако се изоре тя на обратно... Божият град като морална и утопична задача... градът на побрати-

The Delocalizing Gaze
(Luchezar Boyadjiev reshuffling the city)

Ivaylo Ditchev

The artist of today is not the one who is creating but the one who is reshuffling signs. Leonardo and Shakespeare would be at best producers of decorative kitsch, at worst – ideologists who are fortifying the trust in the system. Already in the 1950ies and 1960ies the Situationists found themselves in this impasse – the world is overflowing with meanings; there is no more nature that one can model. They offered two alternatives: the detouring (détournement) of the dominating semiotic order and the construction of situations.

The detouring has been practiced ever since Dada (you take the Mona Lisa, you paint a moustache). The construction of situations provides a certain totalizing element. The main work of art is life itself that is being organized as resistance to the dominating symbolic order. But what is life? Unlike predecessors as Wagner, Tolstoy and Bogdanov, the Situationists did not believe in the mystical substance of the subject. The stage they were to perform theirs detouring could only have been the material trace of living, the city. The total spectacle which power is organizing for us is enfolding in space, resistance will have to unfold in space as well.

What do we call a city? The city they surround with a magic furrow and which can be undone only if the furrow is ploughed in reverse; the City of God as a moral, utopian task; the city of fraternization, the collective feeding ritual founding the inhabitants' fraternity; the city that is constructing triumphal arches to welcome the ruler which it is to "wed"; the temple-city, the market-city, the privilege-city...

Since the middle of the 19th century the city is encompassing man with an ever-

ГВГ, 2003. Конят – визуална нередност 1
HCV, 2003. The Horse – Visual Irregularity 1

мяването, общото хранене, основаващо братството на обитателите му... градът, който строи арки, за да посрещне владетеля, за който се „венчава“... градът-храм, градът-пазар, градът-привилегия...

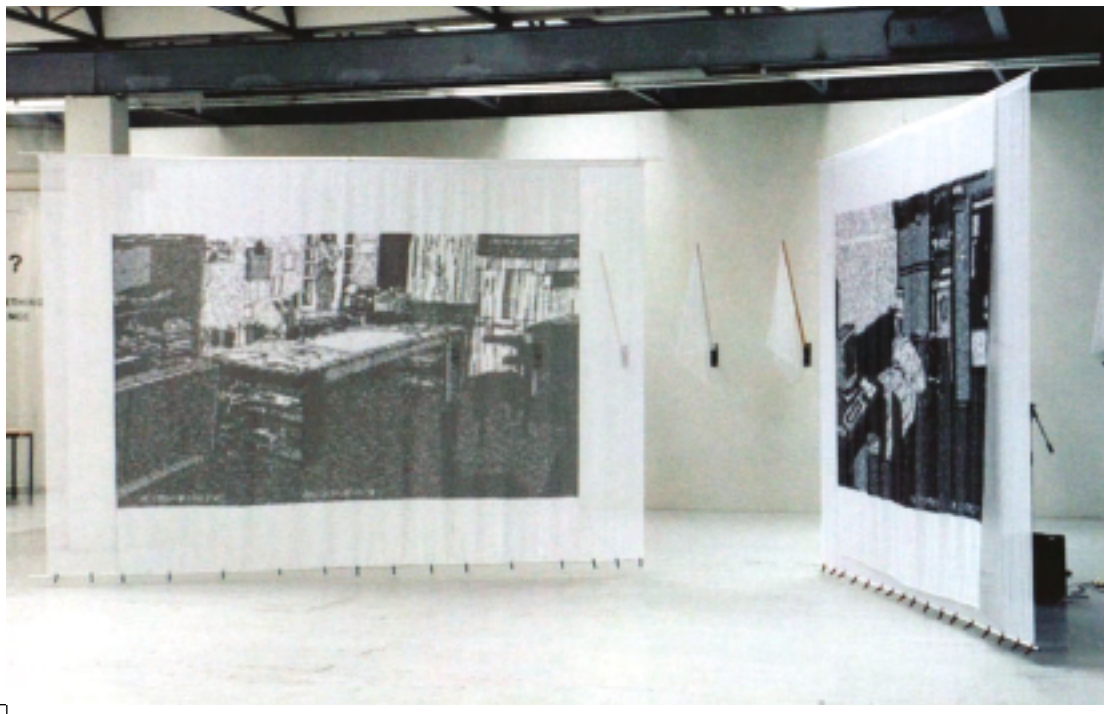
От средата на 19 век градът обкръжава човека с все по-плътна стена от виртуални образи: под това разбирам, че тук присъстват изображения на неща, за които знаем, че са другаде. Неокласиката, неоготиката, необарока, неовизантинизма на градостроителството, имащо за цел да легитимира новите форми на държавност са нагледен пример за това: тук, в модерния (по тогавашните разбирания) град е цитиран архитектурен стил от друга епоха, навяващ традиция, стабилност и т.н. Вземете рекламата, вземете все по-бързо сменящата се мода на дрехи, коли, вещи, имената на ресторантите и екзотичните храни, които се сервират в тях... – все повече другост се инжектира в градското пространство. Такава е самата дефиниция на градско:

denser wall of virtual images. By this I mean images of things we know to be located elsewhere. The Neo-Classical, Neo-Gothic, Neo-Baroque or Neo-Byzantine styles in urban construction that were meant to legitimize the new forms of statehood are good examples for that: here, in the modern city, you read architectural quotations from other epochs suggesting tradition, stability and so on. Take advertisement, take the ever faster changing fashion for cloths, cars, goods, names of restaurants and the exotic cuisine served there... – ever more otherness is injected into the city space. Here is the very definition of urbanity itself: a space saturated with otherness (The city is the motherland of the foreigner, says Montesquieu). So, adding a virtual dimension to the city spectacle intensifies the very city principle: ever more otherness per square inch.

The city is a total spectacle and as Guy Debord used to insist, spectacle signifies passivity; the spectacle is a kind of a social relation, which transforms the

Движимости. Моята стая, 1998
Инсталация: Българияавангард. Кюнстлерверкстат Лотрингершрасе, Мюнхен, Германия, април – май 1998

Movables. My Room, 1998
Installation view: Bulgariaavantgarde. Kuenstlerwerkstatt Lothringerstrasse, Munich, Germany, April – May 1998





ГВГ, 2003. Президент АД – визуална нередност 2
HCV, 2003. President AG (joint-stock company) – Visual Irregularity 2

пространство, наситено с другост (Градът е родината на чужденеца, казва Монтескьо). Значи прибавянето на едно виртуално измерение към градското зрелище интензифицира самия градски принцип: все повече другост на единица пространство.

Градът е тотално зрелище, а както настоява Ги Дебор, зрелище означава пасивност – зрелището е такова обществено отношение, което превръща зрителя в покорен консуматор на значения. Срещу това съпротивата е само една: отклоняване на мощните потоци от знаци за конструирането на ситуации, с които човекът ще обърка тоталното зрелище, ще създаде сам неочаквани семиотически контексти, ще си присвои наново отнетото от властта пространство.

Какво точно имат предвид ситуационистите когато говорят за конструиране на ситуации днес е трудно да разберем, основното е, че те са не-зрелище. Властта ти устройва триумфални

spectator into a submissive consumer of meanings. There is only one way to resist: the detouring of the mighty streams of signs in order to construct situations through which the individual will disturb the total spectacle, will create unexpected semiotic contexts and re-appropriate the space that has already been expropriated by power.

What exactly did the Situationists have in mind when they were talking about constructing situations is rather hard to comprehend today. The main thing though is that these are non-spectacles. Power is staging triumphal arches and fields of Mars, however instead of being stoned with reverence, you are drawing around idiotic zigzags and try to pee somewhere in the shadows.

The urban reshufflings of L.B. are thinkable only in the context of the total spectacle, in a world that has been filled

арки и марсови полета, но наместо да се вцепениш от благоговение, ти описваш идиотски зигзази наоколо и по възможност се изпикаваш в някоя сянка.

Разместванията на Л.Б. са мислими само в контекста на тоталното зрелище, на един свят, изпълнен до край със значения. В резиденцията на швейцарския посланик надникват дигитализирани войници, цигани, скитащи кучета. Преди век това би могло да прилича на критико-реалистична акция – суровата социална реалност е отразена от художника-хуманист и поставена в поучителна рамка.

В работите на Л.Б. няма никаква социални внушения, понеже самите социални слоеве не са в отношение на йерархия – няма кой на кого да съчувства. Просто един ден посланикът се е озовал в София – дали с помощта на Суис еър или компютъра, все едно. Едните са тук, другите там – въпросът не е в това, кои са по-щастливи и кои по-нещастни, а в съвършено произволния начин, по който те се различават.

Пространствата се артикулират по съвършено нов начин. Наместо да се ограждам, да се изолирам, да трупам пера и сламки в гнездото на своя интимен мир, днес аз правя колкото се може повече пробойни в него: най-интимното, най-моето пространство е онова, в което са пробити най-много екрани, рамки, прозорци, т.е. пространството, наситено с най-много другост. Принципът на града е пренесен в частната сфера, самото частно пространство е почнало да се самодефинира като съжителство на другости. Или казано с езика на една по-ранна работа на Л.Б., интимното ми пространство е онова, в което се прожектирани образи на друго пространство, в което съм живял. Психологически погледнато това е буквално така, винаги несъзнателно търсим в новия дом следи от стария, откъдето се появява странният неуют (който Фройд нарича das Unheimliche) от забравени инфан-

up with meanings. There are digitized soldiers, Roma people and stray dogs peering through the windows of the residence of the Swiss Ambassador to Sofia. A century ago this would have been considered a critical-realist action – the harsh social reality is being reflected and framed in didactics by the humanist artist.

There are no social suggestions in the works of L.B. for the very social layers are not in a position of hierarchy. There is nobody to sympathize with anybody else. One day the Ambassador turned up in Sofia, whether via Swiss Air or the computer, it doesn't really matter, it's as simple as that. Some are here, others are there and the question is not about who is happier and who is unhappier, but about the arbitrary way in which they are differentiated.

Spatiality is articulated differently. Instead of isolating myself with fences, instead of piling up feathers and straws in the nest of my private world, today I am piercing its walls with as many openings as possible. The most intimate, the most "mine" space is where there are the most screens, frames, windows, etc., i.e. it's the space saturated with as much otherness as possible. In other words, the city principle has been transferred in the private sphere; the private is urbanized, it becomes coexistence of otherness. Or to use the language of an earlier work by L.B., my intimate space is the space where images are projected from some other space where I used to live. That is how things are seen by psychology. In a new home we are always unconsciously looking for traces of the old one and that is the source of the strange un-coziness (which Freud calls das Unheimliche) caused by forgotten infantile fears and suppressed desires. The literalization of the memory, its projection on a semi-transparent screen, abolishes the dramatic tension between memory and forgetfulness. The time (of forgetting, of remembering) is curtailed and the two spaces coexist one next to the other.

тилни страхове и потиснати желания. Буквализацията на спомена – прожектирането му върху полупрозрачен екран – снема драматичното напрежение между памет и забрава. Времето (на забравяне, на припомняне) е съкратено, едно до друго стоят едното пространство и другото. Един такъв депресивен сюреализъм.

Нека подчертая: тук не става дума за илюзия. Едно пълно пренасяне в другото пространство, каквото ни се случва в холографските шоута по панаирите или под каската на компютърните симулатори е част от зрелището. Естетиката, която художникът търси, е в буквализацията на едно-пространствеността, в това, че ни изправя пред безвремието.

Постлокалното общество ти дава възможност непрекъснато да бъдеш другаде. В интимното пространство на стаята ти е инкрустиран екрана на ТВ или компютъра, където се случват разни политически, научни, интимни и пр. неща. Седиш на масата с едни хора, а говориш по телефона със съвсем други. Търсиш най-екзотичния туристически мизансцен, за да почувстваш, че не си от тук. Преобличаш се в нова мода, заобичваш нови звуци, нови храни. Една такава непрекъсната разсеяност, раздвояване.

В това е и самият смисъл на прогреса. Фройд казва, ето на, дъщеря ми, която е в Америка, може във всеки момент да ми се обади по телефона. И това е прогрес. Но нали тъкмо прогресът – парната машина, корабите и т.н. – е направил така, че тя да се отдели от мен и да живее на хиляди километри? Значи предприятието е двусмислено: от една страна прогресът разделя, от друга свързва новополучените фрагменти. Ако не е фрагментиран светът, пространството ще си остане разделено на големи, неартикулирани буци (Фройд и дъщеря му живеят щастливи заедно), ако пък техническите средства не позволяваха нова, фрагментарна заедност, то светът би се атомизи-

You may see it as a kind of depressive surrealism.

Let me make it clear: this is not about illusion. A full transfer into the other space, as can be experienced in holographic shows at theme parks or under the helmet of the computer simulator, would still be part of the spectacle. The aesthetic the artist is searching for is in the literalization of the single-spaced-ness, in the shock of the curtailing of time.

The post-local society provides you with opportunities to be constantly elsewhere. In the intimate space of your bedroom there is the TV or computer screen where various political, scientific, intimate, etc. events take place incessantly. You sit at a table with some people talking on the phone to others. You look for the most exotic touristic stage in order to feel you are at home from elsewhere. You hunt for signs of the newest fashion; you fall in love with new sounds, and new food... Such a continuous absent-mindedness, or rather split-mindedness.

We are here at the heart of progress. Freud says, take my daughter, she is in the US, but she could call me any time over the phone. And this is progress. But wasn't progress itself – the steam engines, the ships... – at the origin of the separation between father and daughter at thousands of miles? The undertaking is rather ambiguous: on one side progress is separating us, but on the other it is connecting the newly formed fragments. If the world would not be fragmented then space would have remained a pile of huge unarticulated lumps (Freud and his daughter are happily living together); however, had technical means not provided for a new kind of fragmented togetherness, then the world would be as atomized as Hanna Arendt is describing it in the totalitarian society (the two are irreversibly separated). Since L.B. does not want to waste our time, he is expressing this complex concept through the instantaneity of the "cut and paste" command.

рал така, както го представя Хана Арендт в тоталитарното общество (двамата са разделени безвъзвратно). И понеже Л.Б. не иска да ни губи времето, той изразява тази сложна мисъл чрез мигновеното: cut – paste.

Разцепвайки се на фрагменти ти се изплъзваш от мястото, на което могат да те хванат, преодоляваш санкцията. Там където те търсят, ти вече не си, проецирал си желанието върху друг аз. Колкото повече се освобождава човек, толкова повече фрагменти. В края на процеса – пълният колапс на пространството, всичко е проникнало във всичко на принцина на ризома, всеки е едновременно навсякъде, т.е. никъде. В тази точка вече няма смисъл да се говори за санкция, понеже всеки се е озовал едновременно на двата ѝ края, оказал се е и санкциониран и санкциониращ, и палач и жертва. Това е точката утопия. Става така, че никога от нищо не си разделен, но и никога с нищо не си необратимо свързан; не си мъртъв, но не си и истински жив.

До утопията на монопространството може да се стигне както през високата технология на първия свят, така и през ентропията на третия. Т.е., както през разделяне, регламентиране, артикулиране, така и през поглъщане, имитиране, двусмислие. В първия случай субектът държи процеса под все по-голям контрол, символизиран, примерно, от жезъла на дистанционнното управление, който му дава възможност да запира все по-бързо от екран в екран; във втория той е все по безсилен да спре нахлуващите в света му обяви по дърветата, нарисувани фланелки, комшийски купони. Това, разбира се, следва от двусмисления характер на желанието, което едновременно иска санкцията и иска да я преодолее. Излишно е да се казва, че двата процеса текат едновременно, т.е. ако горе, по върховете на сградите се разгръщат все по-индивидуализирани рекламни кампании, долу, в подножията им се утаява все по-дълбока визуална тиня.

By dissolving into fragments you are slipping out of the place where they can get you, in order to avoid sanction. You are no longer where they are looking for you; you have projected desire onto another self. The freer you are, the more the fragments. At the end of the process there is the total collapse of space, everything has infiltrated everything else according to the rhizome principle. Everybody is simultaneously everywhere, i.e. nowhere. At this point, the word “sanction” has no longer any meaning, because everyone has found him/herself at both of its ends – s/he is at the same time sanctioned and sanctioning, executioner and a victim. That is the point utopia. You are never separated from anything but you are never fatally linked to anything either; you are not dead but you are not really alive either.

One can get to the utopia of mono-space through the high technology of the first world, as well as through the entropy of the third world, i.e. as much via division, regulation, and articulation, as via interiorization, imitation, ambiguity. In the first instance the subject is keeping the process under ever increasing control that is symbolized, say, by the scepter of the remote control which makes it possible for him to zap ever faster from screen to screen; in the second instance the subject is evermore powerless to stop the avalanche of announcements on the trees, stenciled T-shirts or neighbors’ parties from invading his/her world. You find here the very ambiguous core of desire, which at the same time asks for the sanction and wants to avoid it. Needless to say the two processes are simultaneous, i.e. if high up on top of the buildings ever more specific advertisement campaigns are unfolding, then down there low in the gutter, an ever-deeper visual mud is being deposited.

The reshufflings of L.B. are following the Nietzschean logic: what is shaking should be shoved away. If the locations in the world surrounding us are irreversibly sticking together, he is there to give a hand in order to get rid of the last



Въобще нямя нищо зле, ако София се получи
нещо – естествена урбанистична ситуация.

HCV, 2003. Detail – it wouldn't be half bad if there would be a more natural urban situation in Sofia



Разместванията на Л.Б. следват логиката на Ницше: онова, което се клати, трябва да бъде бутнато. Ако местата в света около нас неудържимо се слепват, той дава едно рамо, за да се срутят последните диференциращи принципи. Вземете хоризонтала. По ниските, достъпни за човешка ръка места се лепят самодейни реклами – колкото по-нагоре се качвате, толкова повече ви са нужни стълби, разрешителни и мащаби; с височината се качва и цената. Горе – скъпо, долу – евтино, най-горе всесилните корпорации, най-долу – кварталният занаятчия. Натуралният захилен циганин се озовава върху фасадата, запазена за жанрови транснационални красавици, кварталният ключар се озовава на мястото на Филипс.

Разместването, което Л.Б. прави, разкрива условността на тази уж физическа реалност. Не сме ли си представяли до скоро, че е някак естествено да има сакрални места, тържествени места, търговски места, интимни места? Християните са обръщали гробовете си на изток, мюсюлманите са се въздържали да уринират в посока на Мека, а геомантите са ориентирали къщите си според земния магнетизъм. Един ден някой е сложил икона в салона си, друг монтирал тоалетната си чиния без компас... После идва Л.Б. и от анонимно прозорче на Народното събрание някой простира пране си, а над Президенството грейва реклама Президент АД. Всичко е възможно, особено когато всичко е виртуално – впрочем това е още един буквализъм, защото „виртуален“ значи „възможен“.

Сега разбираме защо Л.Б. се е пристрастил към компютъра до степен да рисува с него пловдивски къщи. Той е самата форма на смешението, компютърът е колапсът на пространството. И тук става дума не за монументалните илюзии, строени от властта с помощта на пари, техника, идеология, а за една любителска, почти детска игра – артистът краде Царя освободител от неговия кон, поставя гвардейци пред ключаря не за да изкаже някакви ве-

remaining principles of differentiation. Take the horizontal. At the accessible to the human hand locations on the lower street level people are pasting self-made advertisements. The higher you go the more you need ladders, permissions and scale; with height the prices get higher as well. High up – expensive, down there – cheap; high up are the all-powerful corporations, at the lowest level is the neighborhood craftsman. The natural grinning Roma end up on the façade usually reserved for the transnational beauties; the neighborhood key maker is taking over the place of the Philips logo.

The reshufflings performed by L.B. are revealing the arbitrariness of this seemingly physical reality. Didn't we think until recently that it is somehow normal that there should be sacral places, festive places, market places, and intimate places? Christians oriented their graves to the East, Muslims avoided urinating in the direction of Mecca, geomancers adjusted houses according the earth's magnetic field. Then, one day somebody put an icon in his living room, while somebody else installed the toilette bowl without the benefit of the compass… Then there came L.B. and out of an anonymous window on the Parliament building somebody hung his/her laundry, while on top of the Presidential office building they lit a new neon sign "President AG". Everything is possible especially when everything is virtual. By the way, you have here another literalism because "virtual" means "possible".

Now we understand why LB has become so addicted to the computer that he is even using it to draw the houses of the Old City of Plovdiv from life. The computer is the very form of confusion; it is the collapse of space. I am not talking here about monumental illusions built up by power with a lot of money, equipment and ideological investment. I am talking about an amateur, almost childish game – he can steal the figure of the Tsar Liberator off his horse, he can put guards of honor in front of the key maker's "office" not to convey some

лики идеи, а просто за да разбърква местата. Целесъобразност без цел.

Нужни ли ни са различни пространства, за да бъдем хора? Няма ли заедно с колапса на пространствата да изчезне и желанието, мотивирано, както казва Лакан, от забраните, от другостта?

Не знам дали дигиталният пантеизъм на Л.Б. има критически потенциал. В известен смисъл няма по-малко критичен – в традиционния модернистки смисъл на тази дума – автор; спомнете си работата, в която той беше изчислил колко е струвала неговата творческа персона на чуждестранни спонсори. Основният му метод е да инсценира депресията, отсъствието си – ето вижте, две пространства се сблъскват, мене ме няма. Но пък това, че ме няма, може да се тълкува като обвинение срещу света, който не ми е оставил място. Тази апория, която днес знаем, че няма отговор.

Проблемът на ситуационистите, е, че зрелището се е разляло по цялата социална сфера. То не е просто дифузно, по израза на Дебор, в смисъл разпръснато на фрагменти, а рефлексивно, в смисъл интериоризирано. Зрелището е навсякъде, защото навсякъде човекът се самоинсценира – вижда се в образи, роли, сюжети (включително този на борещия се със зрелището конструктор на ситуации). Защото проблемът не е изпълването на действителността със значещи предмети, а в превръщането ѝ в обект на всевиждащ поглед. Проблемът е културният паноптикум. Русоисткият благороден дивак се е оказал в контекста на телевизионна игра, където най-естественият ще получи голямата награда. В този смисъл „играта на всичко е възможно“ говори не толкова за света, колкото за променения начин, по който го виждаме: не като реален, а като възможен.

glorious idea, but just in order to confuse the places. Purposefulness without purpose.

Do we need different spaces in order to be human? Isn't the collapse of space going to trigger the disappearance of desire as well, which is, as Lacan says, motivated by prohibition, by otherness?

I do not know if the digital pantheism of L.B. has a critical potential. In a way, there is no less critical artist, in the traditional modernist sense of the word. You just need to recall his work where he calculated the exact cost of his creative persona to foreign sponsors. His main method is to stage depression, his own absence – look, there are two colliding spaces but I am not here. On the other hand, the "I am not here" might be interpreted as an accusation against a world that has left no room for me. It's the aporia we know now to have no answer.

The problem of the Situationists was that the spectacle spilled over the whole social sphere. It is not just diffuse, as Debord has it, in the sense of being scattered around in fragments. It is reflexive in the sense of being interiorized. The spectacle is everywhere because the human is self-staging himself everywhere. S/he is seeing him/herself in images, roles, and narratives (including the narrative of the constructor of situations who is struggling with the spectacle). Because the problem is not in the saturation of reality with meaningful objects, but rather its transformation into an object of the all-seeing gaze. The problem is the cultural panopticum. The noble savage of Rousseau found himself in a TV game where the most natural one will get the big prize. In this sense, in playing "everything is possible" we speak not so much about the world, as about the new way in which we see it: not as a reality, but as a possibility.

София, юли / Sofia, July 2003



Лъчезар Бояджиев:

Мисля с очите си

Интервю на Людмила Димова

(първа публикация: сп. ЛИК-БТА, 1/2004, София)

Всяка епоха не само сънува следващата, но сънувайки, се стреми към пробуждане. Тя носи в себе си своя край и го разкрива – както вече е знаел Хегел – с хитрост.

Валтер Бенямин, *Париж – столицата на XIX столетие*

Людмила Димова: *Горещ визуален град* е озаглавен прочитът на софийската градска среда, с който Лъчезар Бояджиев участва във Визуалния семинар, организиран от Институт за съвременно изкуство – София, Центъра за академични изследвания София и *relations* – проект на Федерална фондация за култура, Германия. Разговаряме с художника за нашенските визуални нередности и балканското изкуство. Започваме разговора хаотично – от някаква точка в бъдещето, когато Лъчезар Бояджиев ще е в Карслруе и ще участва в проекта на Борис Гройс, наречен The Post-Communist Condition относно актуалната ситуация на изкуството и културата в Източна Европа. Когато този текст излиза, бъдещето е вече минало. Но засега сме още в София през есента, а художникът току що е заселил своя *Горещ визуален град* в стерилните зали на галерия АТА център. По стените – фотомонтажи на софийски улици и сгради, текстове, чертежи, колажи. На екран под звуците на *Една българска роза* се усмихват Стефан и неговите зетьове, застинали за снимка. Аз на свой ред се засмивам пред изображението на жилищни блокове, подредени чинно като букви на легендарното All you need is love – това

ГВГ, 2003. (парламентарно) Пране 1 – визуална нередност 3
HCV, 2003. (parliamentary) Laundry 1 – Visual Irregularity 3

Luchezar Boyadjiev:

I think with my eyes

An interview by Ljudmila Dimova

(First published in LIK-BTA Magazine, 1/2004, Sofia)

Every epoch not only dreams of the next one but while dreaming it is striving to wake up. The epoch is ripe with its ending and is revealing it with clairvoyance, as Hegel already knew it.

Walter Benjamin, *Paris, the Capital of the 19th century*

Ljudmila Dimova: *Hot City Visual* is the title of the interpretation of the Sofia urban environment that is Luchezar Boyadjiev's contribution to the Visual Seminar organized by the Institute of Contemporary Art – Sofia, the Center for Advanced Study Sofia and relations, a project initiated by the Federal Foundation for Culture, Germany. I am talking with the artist about our visual irregularities and the art of the Balkans. We start this talk chaotically, from some point in the future when Luchezar Boyadjiev will be in Karlsruhe, Germany to take part in a project by Boris Groys titled The Post-Communist Condition that is dealing with the current situation of art and culture in Eastern Europe. When this interview is published the future will have become the past already. However, we are still in Sofia, it's the fall and the artist has just installed his *Hot City Visual* in the sterile space of the ATA Center. On the walls there are photomontages of Sofia streets and buildings, texts, diagrams, collages. Stefan and his sons-in-law are captured smiling in a photograph next to the video projection with the sounds of the popular 1970ies song *One Bulgarian Rose*. I am chuckling at the image of a group of apartment blocks duly arranged as the words from the lyrics of the legendary All You Need is Love, that's the artist' plan for a new housing project Beatles 1A. Maybe the artist is trying to reclaim the city as he ones knew it, loved and then lost in the chaos and the

е жк Бийтълс 1А. Може би художникът се опитва да си върне града, такъв какъвто го е познавал, обичал и после изгубил в хаотичността и агресията на прехода. Усещане за интимност и сантимент. В галерията е делнично, авторът снима своите работи, а фоторепортерката Бистра – него.

Лъчезар Бояджиев: За проекта на руския куратор Борис Гройс в Центъра за изкуство и медийни технологии в Карлсруе написах текста *Отмъщението на хедонизма*. Той изследва откриването на малките радости в живота след падането на тоталитаризма, напипването на границите на свободата - много често под формата на цитиране на западни модели, които се вземат повърхностно и извън контекста, често с най-вулгарните им примери. Отношението ми е не толкова критично, поскоро аналитично. По-добре е хората и обществото сами да напипват границите на толерантността, отколкото някой отгоре да им налага забрани. Хедонистичното *отмъщение* не се измерва само с телесната свобода, а и с нивото на хаос в обществото в процес на несвършващ преход.

Л.Д.: И с нивото на агресия.

Л.Б.: Агресията е част от нещата, тя произтича от цялото състояние на прехода. Зависи от какъв ракурс ще погледне човек на живота и на визуалната среда. Агресията, която виждаме във визуалната среда на София, е значително по-безобидна от тази на организираната престъпност и на онова, което не съвсем правомерно наричат първоначално натрупване на капитала. В прехода се появяват огромно количество ниши, в които се случват всякакви нередности, не само визуални.

Л.Д.: В рамките на проекта ти имаше гореща линия за визуални нередности. Какъв беше отзвукът?

Л.Б.: Горещата линия се изразяваше в наличието на електронна поща и на телефон за приемане на сигнали. Целта

aggression of the transformation. There is a feeling of intimacy and sentiment. It's everyday activity in the gallery; the artist is photographing his works while our reporter Bistra is photographing him.

Luchezar Boyadjiev: I am writing a text titled *The Revenge of Hedonism* for the project of the Russian curator Boris Groys from the ZKM center in Karlsruhe, Germany. It's investigating the discovery of the small pleasures of life after the fall of totalitarianism, the groping of the edges of freedom, very often as a quotation of Western models that had been taken at face value, out of context and in their most vulgar samples. My attitude is analytical rather then critical. It's better when people and society are left on their own to grope the dimensions of tolerance rather then when somebody high up is imposing restrictions on them. The hedonistic *revenge* is not measured by the new freedom of the body alone but also be the level of the chaos in the society that is undergoing a never-ending process of transformation.

L.D.: And by the level of aggression too?

L.B.: The aggression is part of it all. It follows from the whole situation of change. But it depends on how you look at life as well as the visual environment. The aggression I see in the visual environment of the city of Sofia is a lot less threatening than the aggression of the organized crime and of that, which is not quite rightly called "initial accumulation of capital". A huge amount of niches have been constructed during the period of transformation and all sorts of irregularities are happening there, not just visual ones.

L.D.: There was the *Hot line for visual irregularities* within your project. How did this go on?

L.B.: The hot line consisted of the availability of an e-mail address and a telephone number for complaints. The goal was not so much to define irregularities because anyone can see those as long

беше не толкова да се набелязват нередности, защото тях всеки може да ги види, стига да му посочиш някакви параметри. Функцията на горещата линия беше да се привлече вниманието към гледането като акт, като отношение към града и към виждането на неща, които засягат конкретно твоя живот, вкус, статут – как си представен в този град. Най-големи поддръжници на горещата линия бяха медиите. Изпращах им прословутата картинка на бившия Партийния дом с окаченото пране, придружена с един въпрос *Виждате ли София?* Най-великолепна беше реакцията на вестник „Дневник“, разказана ми от Румяна Червенкова. В мига, когато в пощата се изсипало всичко това, в редакцията настанало брожение: *кой е забелязал прането, да изпратим фотографите*. Докато полека лека не се наложило усещането, че има някаква провокация.

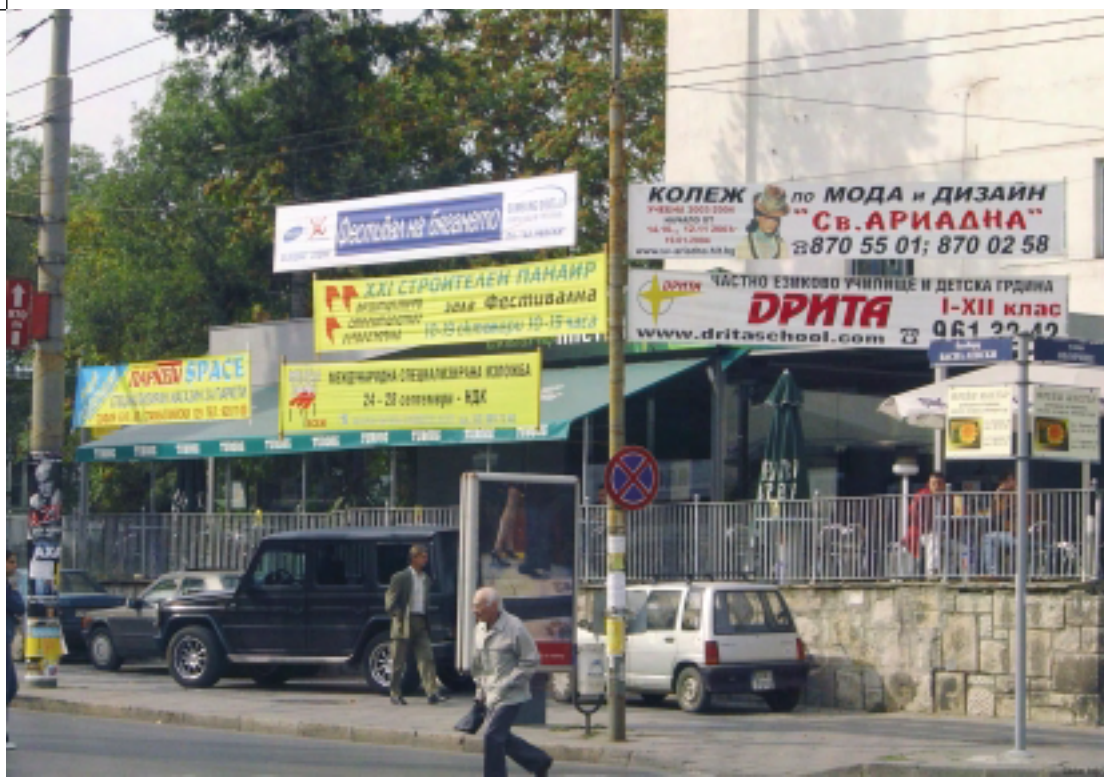
Л.Д.: Художникът като репортер. И като flaneur – има нещо беняминовско в изследователското ти отношение към града.

Л.Б.: Не се виждам като репортер. Интересът ми към София, града, в който съм роден и живея, не датира от април миналата година, когато кандидатствах за стипендия към семинара и трябваше да формулирам проекта *Горещ визуален град*. През пролетта на 1998, за да спечеля малко пари, правех графичния дизайн на рекламата на една фирма. Тогава с шефката на фирмата се наложи да отидем до онова, което тя наричаше паркинга пред БНБ. Когато стигнахме, се оказа, че за мен това е съвсем друго място – паркингът пред Националната художествена галерия. Дадох си сметка, че за различните типове хора: тя – бизнесдама, аз – художник, градът е съвсем различен в своите означения. Само допреди 10 години за всички това беше площадът пред мавзолея и там се ходеше на пръсти. Наблюдението ми не бе аналитично, то се появи интуитивно, като реакция. След това направих проект, наречен *Home/Town*, (1998) или *Дом/град*. В него

as some guidelines are provided. The function of the hot line was to attract the attention to the very act of looking as a kind of attitude to the city and to seeing the actual things that are a matter of concrete concern for your life, taste, and status in terms of how you are being represented in this city. The bet support for the hot line came from the media. I was sending them the notorious postcard with the image of the laundry hanging on the facade of the former building of the Central Committee of the Bulgarian Communist Party (now the offices of the Parliament members) together with a question *Do You see Sofia?* Roumiana Tchervenkova from the Dnevnik Daily told me about the reaction it triggered in their editorial offices and it's most glorious. The moment when all of that poured in her In-box there was uproar in the office: *Who got that laundry? Let's send our photographers there, etc.* Eventually they figured it out that there must be some kinds of a PR catch there.

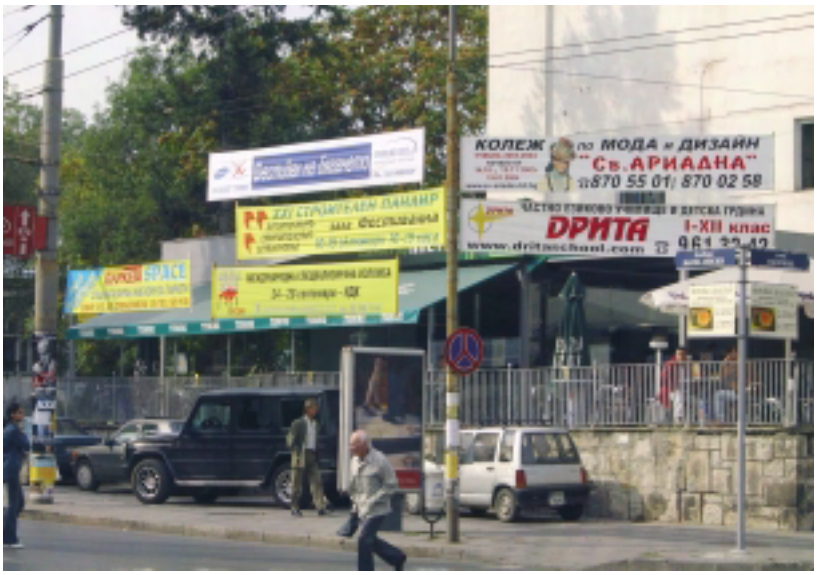
L.D.: The artist as a reporter. And as a flaneur, there is something from W. Benjamin in your investigative approach to the city.

L.B.: I do not actually think of myself as a reporter. My interest in Sofia, the city where I was born and live, was not born in April 2003 when I applied for a fellowship with the Visual Seminar and had to formulate the project *Hot City Visual*. Actually in the spring of 1998 I was doing the graphic design for the advertisement brochure of one company in order to earn some money. Once with the boss of the company we had to go to a place she referred to as *the parking lot in front of the National Bank*. When we got there it turned out that for me this is a completely different place, the parking lot in front of the National Art Gallery. I realized then that for two different kinds of people, herself a business lady, and myself – an artist, the city is totally different in its inscriptions. Until only 10 years ago that place was the square in front of the mausoleum for all of us and we all tiptoed there. So, this realization was not analyti-

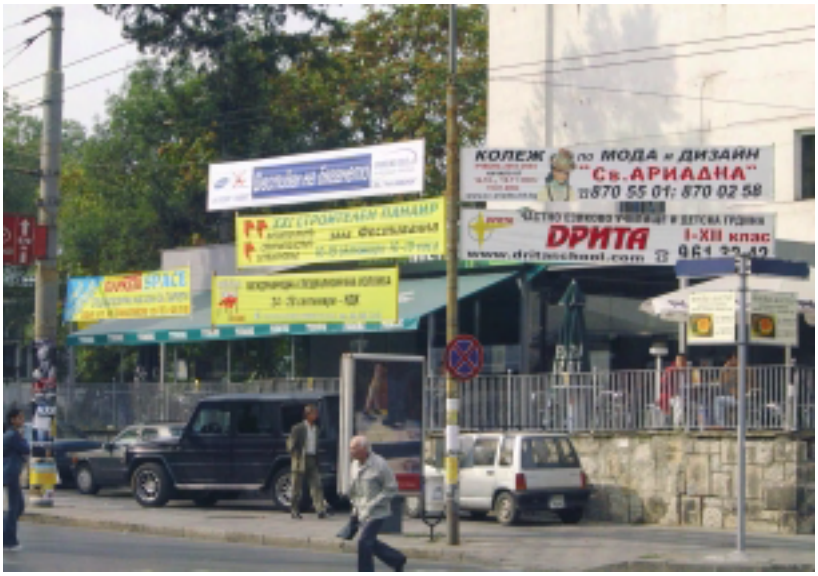


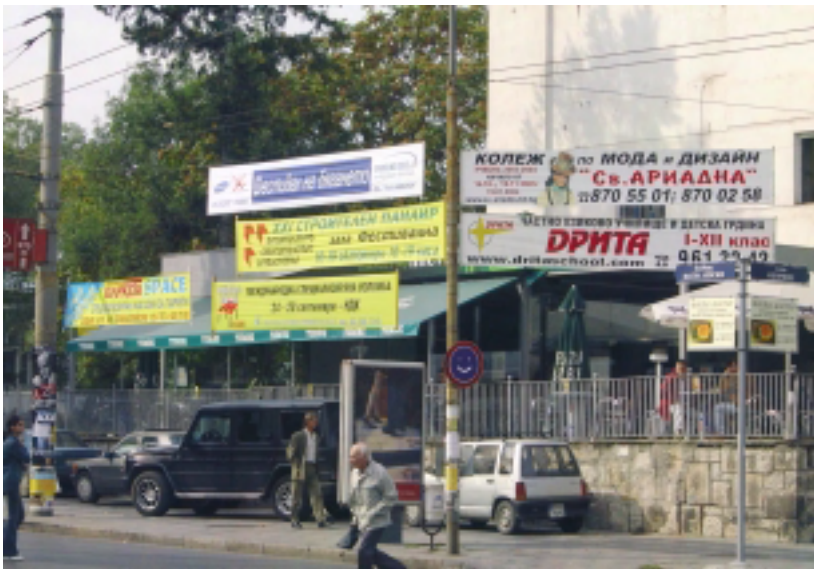
по съвсем недигитален начин колажирах малки снимки от интериора на апартамента, в който живея, върху поголям формат снимки от екстериора на града. Малките интериорни фотографии изглеждат като билбордове, разположени на различни места в градското пространство. Така си мислех, че си връщам *визуалното притежание* спрямо града, в който съм израснал и който сега е различен. През 1999 се появи цикълът *Вътре/ вън и отново вътре*, посветен на бившия швейцарски посланик в София – г-н Руф. Великолепен човек, беше станал част от културната сцена в София, от време на време правеше изложби в своята резиденция на ул. Шипка. Изложбата ми се състоеше от дигитални графики на същия съвсем прост принцип – голямоформатни снимки на интериора на резиденцията, в които са вкарани снимки на съвсем друга реалност, взети от всекидневници, или на моя апартамент. Резиденцията е лично пространство, при това чужда територия, но внедрена в София. Същевременно тя беше отворена, както се казва user friendly, и предоставяше място за срещи, вкючително и на политици, които иначе трудно биха се

cal, it just happened as a reaction, by intuition. Later I made a project titled *Home/Town* (1998) based on this event. In a very non-digital manner I collaged for this work small photos of the interior of my apartment over larger size photographs from the exterior of the city. These small interior photos end up looking like billboards positioned in different locations around the city space. I thought I was re-claiming my *visual possession* of the city where I grew up and which is different now. Then in 1999 there was the cycle *In/Out, in again...* which is dedicated to the then Swiss Ambassador to Sofia Mr. Gaudenz Ruf. A marvelous man, he had become part of the cultural scene of Sofia and was organizing from time to time one-artist shows in his private residence on Shipka St. My show there consisted of digital prints based on the same simple principle – in the large size photographs of the interior of the residence I implanted digitally photographs from an entirely different set of reality, photos taken from the daily newspapers or photos from my apartment. The residence is a private space, and legally a foreign territory, though "implanted" in Sofia. At the same time



ГВГ, 2003. Гатанка – има нещо нередно в този град. Какво е то и кой е виновен?
HCV, 2003. Riddle – there is something wrong in this city. What is it and who is to blame?









Дом/Град, 1998. Детайл и инсталация: Развлечение и оцеляване, Таксиспале, Инсбрук, Австрия, февруари – април 1999
Home/Town, 1998. Detail and installation view: Leisure and Survival, Taxispalais, Innsbruck, Austria, February – April 1999



Лъчезар Бояджиев / Калин Серапионов. **Съвсем (не)възможно**, 1998 (От битака до бутика)
Видео инсталация: Négociations, C.R.A.C., Сет, Франция
Luchezar Boyadjiev / Kalin Serapionov. **Quite (im)possible**, 1998 (From the Flea Market to the Boutique)
Video installation: Négociations, C.R.A.C., Céte, France





Вътре/вън и отново вътре..., 1999. Инсталация: Резиденция, Посолство на Швейцария, София, юли 1999
In/Out, in again..., 1999. Installation view: Swiss Embassy Residence, Sofia, July 1999

събрали на едно място. Графиките бяха основани върху преливането на две пространства с различен статут – по смисъла и символиката си, но които физически са едно и също.

С Калин Серапионов сме правили различни проекти, свързани с града. Например прочутия филм в две части *От бутика до битака*, който се прожектира на два монитора. Кадрите текат едновременно – вляво от битаците по София и уличните пазари, вдясно от бутиците на Витошка. Видеоколажът визира стратификацията на града – двете крайности в навиците за пазаруване на хората, които живеят в този град, и съответно в поведението на продавачите, които в контекста на битака са много по-отворени и по-често влизат в преговори с купувачите. Битаците са живата реална икономика. За разлика от бутиците, чиито собственици не искаха да ни пуснат вътре, страхуваха се. Всичко там е много студено, дисциплинирано, както е в глобализиращата се икономика.

Имам и други работи, свързани с града. Манифеста 4 във Франкфурт на Майн преди година стана повод да откликна на предложението на куратorите да намеря себе си в този град. Той е максималното общо място на Европа – финансов център, възстановен след войната, със значими исторически забележителности и много силни художествени институции. Нито много голям, нито много малък, има оживено летище – кръстопът на Европа в реалния смисъл на думата. Връзката ми с града съвсем не бяха сградите и околната среда, а конкретните хора. От страниците на два местни вестника бяха предложени по 100 евро на всеки, който се обади на определен телефон и направи уговорка с художника да позира за половин час с цел групов видеопортрет. Във филм от 80 минути събрах над 30 жители на Франкфурт, с които течеше обикновен разговор. Това е друг вид връзка с един град. Подобни проекти с различни сценарии, базирани на интервюта с реални хора, съм правил през 2001 в Ли-

this residence was quite open and as they say a user friendly space which offered a regular meeting place, also for politicians who otherwise would never be caught dead in one and the same place. My prints were based on the conjugation between two spaces that are different in terms of meaning and symbolism but are physically continuous.

Together with Kalin Serapionov, my friend and colleague, we have made a number of city related projects. For instance, the well known two channel video film titled *Quite (im)possible*, (1998) but otherwise known as *From the boutique to the flea market*. The two parts are projected simultaneously on two monitors. On the left-hand side is the footage from the flea markets and open-air markets of Sofia while on the right-hand side are the boutiques on Vitosha Blvd. That's a video collage work which is referring the stratification of the city, the two opposite ends in the shopping habits of the inhabitants of Sofia, as well as in the behavior of the salespersons. In the context of the flea markets these are much more open and willing to bargain with the customers. The flea and street markets are the live and real economy. As opposed to that, the owners of the boutiques often would not even let us in, maybe because being afraid of I do not know what. Everything in the boutiques is quite cold and disciplined as it is in the globalized economy.

I have other city-related works as well. Manifesta 4 in 2002 in Frankfurt was the context where I responded to the call of the curators for artists to find themselves in this particular city. Frankfurt is the typical average European city and place. It's a financial center reconstructed after WW 2; it has significant historical sites and very strong contemporary art institutions. It's neither too big, nor too small; it has the busy airport, which is truly the crossroads of Europe. However, my contact with Frankfurt was not consumed through the buildings or the environment. It was rather the concrete people that I was after. I offered on the job pages of

върпул и през септември 2002 в Монреал. Наистина връзката с Бенямин, която ти посочи, според мен се изразява в това, че аз мисля с очите си, пълзя с очите си. Пълзящ подход към градската среда, който я опипва. Нещо откликва в мен. Тя е безкраен източник на вдъхновение и сюжети.

Л.Д.: А къде е тук подривната дейност, за която говориш?

Л.Б.: В случая се основава върху логиката на проекта, по-точно на аналитичната му част. Когато се концентрирах върху рекламния контекст на София, си дадох сметка, че той се разделя рязко на два основни слоя с един междинен, който носи особености и от двата. Основните слоеве са разграничени във вертикалната йерархия – висок и нисък. Високият са корпоративните реклами и лого, които се разполагат по върховете на сградите като корона върху главата на нашата обична, растяща и нестареещa столица. Те владеят гигантски градски пространства по същия начин, по който навремето лозунгите *Да живее БКП!* Но са безкрайно неконкретни, разчитат на това, че човек веднага разпознава логото, макар че то не препраща към реалната стока. Във визуален план тези билбордове са изключително шикарни, стилистически много добре изчистени, великолепно изпълнени. Ниският слой са махленските реклами – те са съвсем близо до тялото на гражданина, държат се като махленски кучета. Периметърът им на въздействие е от 20 до 50 м, веднага става ясно каква услуга или продукт предлагат. Тези реклами са доста вулгарни, закачени с груби гвоздеи и изпълнени с подръчни средства, с размазани букви, груби стилистически. Но те са виталната част на града, рекламират реалните неща, които се предлагат и потребяват в живота на града. Корпоративните реклами като правило предлагат продукти по джоба на малък кръг жители на София. Те апелират към много по-висок стандарт, който все още не е реалност в тази страна.

two local newspapers 100 Euro to everyone who calls a certain phone number and makes an appointment with me, the artist, to pose for half an hour with my goal being the creation of a group video portrait of Frankfurt people. Finally, I collected portraits of over 30 people from the city in an 81 minutes long film. The film is a mosaic of talks with the models. That's a different kind of relating to a given city. Under slightly different scenarios I have done other similar projects based on interviews with real people such as the project in Liverpool in 2001 and in September 2002 in Montreal. There is indeed a link to Benjamin that you pointed out but I think it's in the fact that I am thinking with my eyes, I am crawling with my eyes. That's a kind of a crawling approach to the city environment, a crawling exploration by visually touching the city. Something clicks in me then. The city is an endless source of inspiration and themes for me.

L.D.: But where is here the subversive activity you are talking about?

L.B.: In this case it is rooted in the logic of the whole project, more specifically, in its analytical part. When I concentrated on the advertisement context of Sofia, I realized that it is clearly divided into two main layers with a middle layer that has features typical for both of the other two. The two main layers are defined in a vertical hierarchy – there are high and low layers in the visual context. In the high end (level) are the corporate advertisement and logos that are located on top of the buildings as a crown over the "head" of our beloved, "ever growing, never aging" capital city. These are commanding visually huge urban spaces much in the way the socialist propaganda slogans of the type of *Long live the Bulgarian Communist Party!* were doing in the past. However, the corporate visuals are infinitely abstracted. They are relying on the immediate recognition of the logo although it does not refer to a concrete commodity. Visually these billboards are extremely posh and stylish, clean and splendidly executed. The low end (level)

Междинният слой е контекстът, в който се реализира моят проект като реално присъствие на билборда в града. Този слой представя местния бизнес с национални претенции. Неговият визуален език има нещо от вулгарността на махленската реклама, а като изпълнение – от шикарността на корпоративната – такива са билбордовете на *Водка X-taz*, *Карнобатска гроздова*, *Бисерна гроздова ракия*. При тях качественият продукт се съпоставя с „качественото" женско тяло. Според израза на Александър Кьосев, образът на жената в публичното пространство на София е образ на публична жена. Защо е така? Вероятно защото се предполага, че градът е от мъжки род, обществото ни е патриархално, а мъжете са основните потребители на алкохол. Един куп безумия, свързани и с поощряващата функция на някои чуждестранни фирми, предлагащи женско бельо. Клиентите в случая са сред женската публика, но кой знае защо жените, изобразени на билбордовете, са също публични. Такива реклами на западни фирми в Западна Европа не могат да се появят.

Л.Д.: Какво се случва с тези рекламни волности, когато ги погледне художник?

Л.Б.: Моят проект представляваше реклама на махленски/семеен бизнес по корпоративен начин. Първоначално имах две идеи, но успях да реализирам само едната. Тази, която не успях да осъществя, засяга моя махленски ключар. На покрива на „Пирогов" преди години имаше червен кръст, който сега е заменен от логото на Филипс – един от примерите за визуална нередност доколкото там няма знак, че това е болница. Разбирам, че корпорацията е спонсор и че болницата и пациентите няма да оцелеят без нейната апаратура. Но можеха да запазят поне кръстчето. Казах си, щом като има Филипс, защо да няма и моят махленски ключар? Ще платим нещо на „Пирогов" и ще рекламираме на високо корпоративно ниво махленския бизнес. Не се получи най-вече поради бюджетни ограничения.

is occupied by the neighbourhood advertisement, which is positioned right next to the body of the city dweller. The neighbourhood ads are behaving like the stray dogs. Their range of operation is 20 to 50 m and they are quick to make clear what kind of service or a product is being offered for consumption. These ads are quite vulgar, pinned on walls and doors with simple nails, executed by hand with the simplest and cheapest means possible. The lettering is horribly rough; the style is rude to say the least. But these are the vital part of the city; they are advertising real stuff, the stuff offered, sold and consumed in the actual life of the city. As a rule, the corporate ads are promoting goods that are within consumer reach of a very small part of the city population. They appeal to a rather higher standard of living/consuming that is not yet a reality in this country.

The middle level (layer) is the context of my project as a real presence in the city. This layer is occupied by ads of the local business with nation wide aspirations. Its visual language has incorporated something from the vulgarity of the neighborhood ads (content) while it is as posh as the corporate ads wherever execution and style are concerned. Such are the billboards of the X-taz Vodka brand, the Karnobat Grapa brand, the Pearl Grapa brand, etc. In these cases the quality product is being compared/ associated “by default” with the “quality” female body. According to the brilliant definition of Alexander Kiossev, the image of the woman in the public space of Sofia is an image of a “public” (as in “freely available”) woman... Why is this so? Is it possible because in Bulgarian the word “city” has a male gender status while we know our society to be a patriarchal one and man are the main consumer target for alcoholic beverages? A pile of nonsense (or too much sense) related also to the urging/arousing function of some foreign companies that are offering/promoting lingerie. In this case the target consumer/client is female but somehow the women on such billboards are also visualized as “freely available”.

Във всеки квартал има по един ключар. Ключарският бизнес по махали е много развит в София. Ключарят на моята махала е много, много добър. И въпреки, че точно затова няма голяма конкуренция, аз искам да го рекламирам още за да разгърне бизнеса си в други махали — интермахленски бизнес! Може би така един ден той ще стане Ключарят на София! Ще направим корпоративно ключарство!

There is a key maker in every neighborhood. The neighborhood key making business is quite developed in Sofia. My neighborhood key maker is very, very good. Although because of that he doesn't have big competition, I still want to advertise him so that he can enlarge his business to other neighborhoods and have an inter-neighborhood business! Maybe this way he will become The Key Maker of Sofia one day! He will start a corporate key making business!



ГВГ, 2003. Моят махленски ключар и Philips
HCV, 2003. My neighborhood key maker and Philips

С една дума — искам в своя проект за корпоративен подход към рекламата на махленския бизнес да помогна (макар и временно) махленското ло на моя ключар върху покрива на 6-ти ден спешно Пирогов в момента е в моя махала. Така ще мога да си мисля за ключаря си винаги, защото това (всеки) ще виждам от мястото, от което се виждат и Philips и всички други бизнес те борят по цялия свят!

In one word, in my project for corporate approach to the advertisement of the neighborhood business, I want to place (although temporarily) the neighborhood logo of my key maker on top of the roof of "Pirogov", the Emergency Health Care Hospital, which is also located in my neighborhood. Thus I will always be able to think about my key maker because that (on the right hand side) is what I can see from my room. There is already the logo of Philips up there and look how they are doing their business all over the world!


PHILIPS
КЛЮЧАР

Това, което се получи, е още по-драстично, защото визира не лого – думи и знаци, а конкретни хора. Избрах за пример на семеен бизнес (друга дума за махленски бизнес) хора, които не са просто бедни, безработни и с трудно живеене в този град, а са маргинални по всички показатели. Защото са представители на етническо малцинство – на ромите в София. Виждаме ги из целия град, но те отсъстват напълно от рекламната среда. Сякаш не са нито купувачи, нито производители, а освен това образът им в медиите е изцяло негативен. Забелязал съм, че в българските медии се пише за ромите по същия начин, по който за българите в европейските медии. Струва ми се, че докато отношението на българските медии не се промени, шансовете за реална интеграция на България в ЕС са малки, защото са равни на шансовете за интеграция на ромите в България.

Насочих се към семейния бизнес на Стефан Методиев, който е ром, човек над 50-те. Познавам го от 15 години, беше общ работник в СБХ. Няма български художник или скулптор, чиито работи Стефан да не е примъквал от една в друга зала на Шипка 6 . Оттам идва тренингът му в сферата на хамалската работа. Както сам казва: *Аз съм сред вас повече от 28 години*. Никога не съм имал проблем с това дали той е или не е сред нас. Аз просто го познавам и от време на време му предлагам работа – поправка на покрив, пренареждане на паркет, боядисване на стаи. Това е реалният тип услуга у нас – хората си помагат срещу минимално заплащане. Събрах Стефан и неговите зетьове, направих им качествена фотография в професионално студио. След това възникна проблемът къде в градската среда да бъде поставен гигантският билборд. Повърхността му е много шикарна, абсолютно рекламна, съдържанието – изключително провокативно, вниманието се насочва към малцинствена група, отсъстваща от публичното пространство. С всички възможни въпроси, които произтичат от това – негативни реакции, идентифи-

It is highly unlikely to find anything of the sort in a Western European city advertisement.

L.D.: What happens with this advertisement promiscuity when an artist takes a look at it?

L.B.: My project is in substance an advertisement campaign for a small neighbourhood/family business in a corporate way. Initially I had two ideas but I was able to realize only one of them. The one I could not do concerns my neighborhood key maker. Years ago on the roof top of Institute Pirogov, the Emergency Health Care Hospital in Sofia that is located near to where I live, there was a neon light red cross sign. Now it's been replaced by the neon logo of the Philips Corporation. That's one of my best examples for a visual irregularity for there is no indication that this is a hospital whatsoever. I understand that the corporation is a sponsor and both the hospital and its patients will not survive without the donated equipment. But they could have at least saved the red cross sign. I thought if there is Philips there might as well be my neighborhood key maker's logo as well. We could pay Pirogov and we would advertise the neighbourhood business on a high corporate level. It did not work out due largely to budget limitations. What I was able to realize though, turned out to be rather more challenging and radical because it did not concern logos, words nor signs but concrete people. I chose to sample a family business (another word for neighbourhood business) of people who are not only poor, unemployed and have a hard time making a living in this city, but who are marginal in every respect. That's because they belong to the Roma ethnic minority in Sofia. One can se them all over the city but Roma people are totally absent from the advertisement environment. It's as if they are neither consumers nor producers and besides, their media representation is completely negative. I have noticed that Bulgarian media covers the Roma in the same way Bulgarian nationals are written about in the European



Аз те искам за М4, 2002. Проект за Манифеста 4.
Детайли и инсталация: Манифеста 4,
Франкенщайнер Хоф, Франкфурт, Германия,
май – август 2002
I want You for M4, 2002. Project for Manifesta 4.
Details and Installation view: Manifesta 4,
Frankensteiner Hof, Frankfurt, Germany,
May – August 2002

кации, някои политици се привидяха в този билборд и т.н. Първата ми мечта беше билбордът да се закачи на НДК. Преговорите ми отнеха около два месеца. Накрая „М-тел“, който държи хоризонталните позиции високо горе, отказа със специално решение на борда на директорите. Мисля си, че се поуплашиха, може би заради кметските избори или им е твърде рано за такава идея. Надявах се, че фирмата с най-крупен принос във визуалната среда на България, която включва маргинални лица и обикновени хора в своите рекламни кампании, ще откликне. Алтернативата, която намерих – фасадата на Националната художествена галерия, се оказа дори по-подходяща. Тя е едновременно рекламен и художествен контекст, бивш дворец, централно градско пространство, което е проблематично, тъй като мавзолеят не е заместен с нищо. Там е паркингът, където

media. I think that if the attitude of the Bulgarian media does not change the chances for real integration of Bulgaria in the EU are slim because they are equivalent to the chances for Roma integration in Bulgaria.

I focused on the family “business” of Stefan Metodiev, a Roma person in his 50ies whom I know for 15 years since the time he worked for the Union of Bulgarian Artists. There is hardly a Bulgarian painter or sculptor whose works have not been hauled by Stefan from one to another exhibition space in the building on 6, Shipka St. That’s where Stefan got his training to haul heavy stuff around. In his words: *I am among you for more than 28 years*. I never had a problem with his being or not among us, whoever we are. I just know him and when I can I find some job for him – to repair somebody’s roof, to rearrange the parquet floor, to



се въртят голям брой роми, извършващи дейности, различни от тези, които Стефан и неговите зетьове предлагат. За съжаление билбордът стоя по-кратко, отколкото беше предвидено, не зная по какви причини. Но предизвика нужното внимание, ако се съди по публикациите. Във вестниците се появиха цели страници за хамалите на площад Македония.

Л.Д.: Провокираш в някакъв смисъл медиите и тяхното отношение към малцинствата.

Л.Б.: Този проект в социално-критическите му измерения има точно такава функция. Да е като светкавица на фотоапарат, моментен проблясък, който осветява недобре видими части от живота или конкретни хора. И би трябвало в по-далечна перспектива да води до промяна на отношенията. Намирам напълно в реда на нещата да се лансира позитивен образ на ромското малцинство.

paint some walls, etc. That's the real type of service offered in Bulgaria, people are helping each other for minimal pay. I got together Stefan and his sons-in-law and took a high quality photograph of them in a professional studio. Then there was the problem of where exactly in the city to put up the huge billboard. Its surface is very posh, completely advertisement like, whereas the content is extremely provocative since attention is directed to a minority group that is missing from the public space. There are all sorts of issues coming out of this action – negative reactions, identifications, some politicians saw themselves in this billboard, and so on. My first idea/wish was to put up the billboard on the faHade of the largest building in the city, the National Palace of Culture. It took me two months to negotiate. Finally the M-tel Corporation, the mobile phone operator that owns the huge horizontal spots high up on the roof, rejected my proposal with a special decision of the Board of Directors. I think they were frightened a

Л.Д.: Нарекъл си го *визуален дневник*. Дневникът предполага нещо лично, интимно. Искаш да си върнеш изгубения град.

Л.Б.: Разглеждам визуалната среда на София като контекст. Зад нея се крият най-различни интереси, човешки истории, много пари. Всичко, което се произвежда за тази среда, е дело на художници, печатари, дизайнери, бизнесмени, носачи, много хора си печелят хляба от нея. Но тя ме интересува най-много заради това, че отразява едно към едно, като в право огледало състоянието на обществото и на този град. Което е безкрайно енергетично, но и безкрайно хаотично.

Л.Д.: Шизофренно дори.

Л.Б.: Да. Не се знае накъде върви, какви са приоритетите. Смятаме, че всички закони, които се приемат в партньорство с ЕС, са окей . Но точно сега и тук, където седим и си приказваме, те не важат. Ние сме изключение от тях и можем да си намерим сто извинения и оправдания.

Л.Д.: Горещ визуален град – напомня за Маршал Маклуън и неговото разграничение hot/cool медиум. Топлият медиум ангажира само едно от сетивата и е хипнотичен като сила на въздействие.

Л.Б.: Рекламната среда в София се оказа изключително гореща, за разлика от германските градове, където няма толкова реклама. Можем да сравняваме с американските от типа на Ню Йорк. Макар че билбордовете в Америка като правило са разположени покрай магистралите, а не в самата градска среда. Софийската визуална среда е гореща в сравнение със сивотата преди 1989. Тя е безкрайно привлекателна и много интересна, но това не означава, че я приемам като напълно естетична.

Л.Д.: Допада ми предложението ти за ново урбанистично планиране – идеята за ж.к. Бийтълс 1А.

bit maybe because of the upcoming mayoral elections or else, it's too early for them to commit to such an idea. I was hoping that the company with the most significant and substantial input in the visual environment of the country, the company that involves marginal faces and ordinary people in their advertisement campaigns would respond. But I found an alternative location, the facade of the National Art Gallery, and it turned out to be even more suitable. That building is at the same time part of the advertisement and the artistic context, a former Tsar's palace, located in a central urban space that is quite problematic because the Georgi Dimitroff Mausoleum located there and demolished few years ago, has not yet been replaced by anything. That's where is that parking lot and there are a lot of Roma doing stuff there that is quite different from what Stefan and his sons-in-law are involved with.

Unfortunately, the billboard stayed up for less time than planned for I do not know what reasons. But it did attract the attention I counted on, if the media coverage is an indication. There were even full page stories in the newspapers about other colleagues of Stefan, the other Roma who offer to haul heavy stuff for you on the edges of Macedonia Sq. in Sofia.

L.D.: In a way you are challenging the media and their attitude towards the minorities.

L.B.: In its social and critical aspects that's what the project is meant to do actually. It's supposed to be like a flash from a photographic camera, a momentary lightening that is pouring light on some invisible aspects and niches of life or on some concrete people. In a long-term perspective it should work towards a change of attitudes. I think it's completely adequate to promote a positive image of the Roma minority.

L.D.: You have defined your project as a *visual diary*. A diary presupposes some-



ГВГ, 2003. (парламентарно) Пране 2 – визуална нередност 4
HCV, 2003. (parliamentary) Laundry 2 – Visual Irregularity 4

Л.Б.: Предложенията са три. В жк Бийтълс сградите би трябвало да се конфигурират според думите All you need is love. Другият комплекс за по-патриотично настроени граждани се нарича Мила Родино, а третият е за предприемчиви лица – Moto-Pfohe по името на корпорацията. Идеята е обратна на тази за Стефан и неговите зетьове. Виждаме как корпорациите навлизат в малките квартали посредством своите щабквартири – лъскави офисни сгради, които изглеждат много странно сред разпадащите се панелки. Аз предлагам да се гледа една стъпка напред и самите жилищни комплекси да бъдат по-тясно обвързани с присъствието на корпоративното лого и на някои други думи и изрази със статут на емблеми. Един жилищен комплекс, направен по този начин, предлага по-естествен начин на обвързване между корпоративната и махленската реалност.

Л.Д.: Твоето участие в изложбата *В дебрите на Балканите*, която Рене Блок организира в Касел, беше любопитно.

Л.Б.: В Кунстхале Фридерицианум, където на всеки пет години се провежда Документа, се представиха 88 балкански художници с над 120-130 произведения – от живопис до видеоинсталации и пърформанси. Моят проект беше да

thing private and intimate. You actually want to claim back the city you have lost.

L.B.: I deal with the visual environment of Sofia as with a context. There are a lot of various interests hidden there, a lot of human stories, and a lot of money. Everything that is produced for this kind of urban environment is the work of artists, printers, designers, businessman, and handyman. A lot of people earn their living there. But this environment interests me mainly because it reflects a 100% as if in a mirror the current state of society as well as of this city. And that state of affairs is endlessly energetic as well as endlessly chaotic.

L.D.: Even schizophrenic.

L.B.: Yes. There is no clear direction, no clear priorities. For instance, we agree that all new legislature introduced in partnership with the EU is good. However, right here and now while we are sitting and talking we may say this legislature does not apply. We are an exception and we could provide loads of very good excuses and explanations.

L.D.: *Hot City Visual*, it reminds me of Marshall McLuhan and his distinction between hot/cool medium. The hot medium involves only one of the senses and is hypnotic in its impact.

L.B.: The advertisement environment of Sofia turned out to be extremely hot in difference to most German cities for instance where there are much less advertisements. We may compare it to American cities of the New York type although as a rule the billboards in the US are located along the highways and not so much inside the cities. The Sofia visual environment is very hot when compared to the grayness of the city before 1989. It is infinitely attractive and very interesting though I do not mean to say that I find it aesthetic.

L.D.: I like your suggestion for new urban planning of the housing projects, the idea for the housing project Beatles 1A.

обединя със средствата на пърформанса вътрешното, нефизическо пространство на изложбата. Развеждах посетителите, обяснявайки им контекста на Балканите и как конкретните произведения се свързват с този контекст. Обикновено един тур продължаваше 4-5 часа. След първата седмица вече нямах време дори за обяд, непрекъснато идваха хора, които искаха да ги развеждам. Беше пърформанс, защото зависеше не чак толкова от знанията ми, които безспорно са повече от тези на куратора и посетителите, а от адреналина, който се натрупва и започва да се движи из тялото при комуникация с посетителите. Обикалях напред-назад из историята и културата на Балканите, етническите общности, религиите, днешната политическа реалност.

Л.Д.: През 2003 година в Австрия и Германия бяха организирани мащабни изложби на балкански художници. Това радва, но и смущава. Не се ли крие зад романтичните заглавия *Кръв и мед*, *В дебрите на Балканите* поредният опит да се вкара балканската екзотика в гето? Защо отново се налага етническата формула?

Л.Б.: Не става въпрос за политика. Балкански изложби има поне от 1998 насам и много от тях са провокирани от тук. Те са резултат от естествен процес на взаимно опознаване на художниците и художествените сцени на Балканите, от натрупване на самочувствие, инфраструктура и амбиция за излизане от гетото. Изложби като тази в Касел, а преди това във Виена и Грац, идват след натиск оттук и интерес оттам. Не е гетоизация, защото огромната част от участниците вече са познати на западната публика с други работи и не като балкански художници. Много известни автори от този регион, включвам себе си, Недко Солаков, Айше Еркмен от Турция, Анри Сала от Албания и още 20-30 имена, сега са сложени от кураторите в пакета балканско изкуство. Това е резултат от по-сериозен интерес към Балканите изобщо. Съвременното изкуство се явява цивилизационен агент.

L.B.: There are actually three suggestions. In housing project Beatles 1A the apartment blocks should be configured along the words/lyrics of All You Need is Love. The other housing project is meant for more patriotic minded city dwellers and it's called Dear Motherland, after the first lines of the lyrics of the national anthem. The third suggestion is for the housing project Moto-Pfohe after the name of the car distributing company. The idea is a reversal of the one concerning Stefan and his sons-in-law. One can see how in Sofia the corporations are infiltrating the neighbourhoods by locating there their headquarters, shiny office buildings that appear very strange among the falling apart concrete panel apartment blocks. I suggest we should think ahead of time and to link up closer the housing projects with the presence of the corporate logos and other words or idioms with the status of emblems. A housing project arranged like that is a suggestion for a more natural way of synchronizing the corporate and the neighbourhood reality...

L.D.: Your participation in the exhibition *In the Gorges of the Balkans* curated by René Block in the Kunsthalle Fridericianum in Kassel, Germany was quite interesting.

L.B.: Kunsthalle Fridericianum is the place where once every five years they do the Documenta shows. In this exhibition there were 88 artists from all over the Balkans with more than 120-130 works ranging from paintings to video installations and performances. The substance of my project was to unite the inner, non-physical space of the exhibition by means of performance. I was taking the visitors on guided tours while explaining the contextual background of the Balkans and the way the concrete works of art are relating to that. Normally a full tour lasted about 4-5 hours. After the first week of the show I did not even have time for lunch, there were all the time people coming and asking to be taken around. That project was basically a performance because it depended not so







Турове – Schadenfreude, 2003. Ежедневни турове за посетители (пърформанс, 11 – 18 ч.) в изложбата „В дебрите на Балканите“, Кунстхале Фридерицианум, Касел, Германия, септември – ноември 2003
Schadenfreude Guided Tours, 2003. Daily guided tours for visitors (performance, 11am – 6 pm) around the exhibition “In the Gorges of the Balkans”, Kunsthalle Fridericianum, Kassel, Germany. September – November 2003

much on my knowledge, which is no doubt more substantial than that of the curator or the visitors alike, but on the flaw of adrenaline that is accumulating and starts floating around the body in direct communication with the visitors. I was navigating back and forth the history and the culture of the Balkans, the ethnic communities, religions, and the current political reality.

L.D.: In 2003 there were several exhibitions of contemporary art from the Balkans organized in both Austria and Germany. That’s a cause for joy as well as for disturbance. I wonder if romantic titles such as *Blood and Honey* and *In the Gorges of the Balkans* are not actually covering up the newest attempt to squeeze the Balkan exoticism in a ghetto? Why once again is the ethnic formula being applied?

L.B.: I do not think it has to do with politics. There have been Balkan contemporary shows around at least since 1998 and the Balkans organized many of those. They are the result of a natural process of mutual recognition of artists and artistic scenes on the Balkans, of the accumulation of self-confidence, infrastructure and ambitions to get out of the ghetto. Shows like the ones in Kassel and before that in Vienna and Graz, come after pressure originating here and interest originating there. That’s not ghettoization because the Western art audience already knows most of the artists with other works and not as Balkan artists. Many well-known artists from the region, here I would mention Ayse Erkman from Turkey, Nedko Solakov, Anri Sala from Albania, and myself, as well as at least 20 or 30 other names are now put by the curators in the Balkan Art package. That’s a result of a more serious interest for the Balkans as a whole and contemporary art functions as an agent of civilization. Its message is: *These artists you already know actually come from the Balkans. See them together with many younger artists and some less known works produced 20 years ago in ex-Yugoslavia where there had been a strong conceptual scene*.

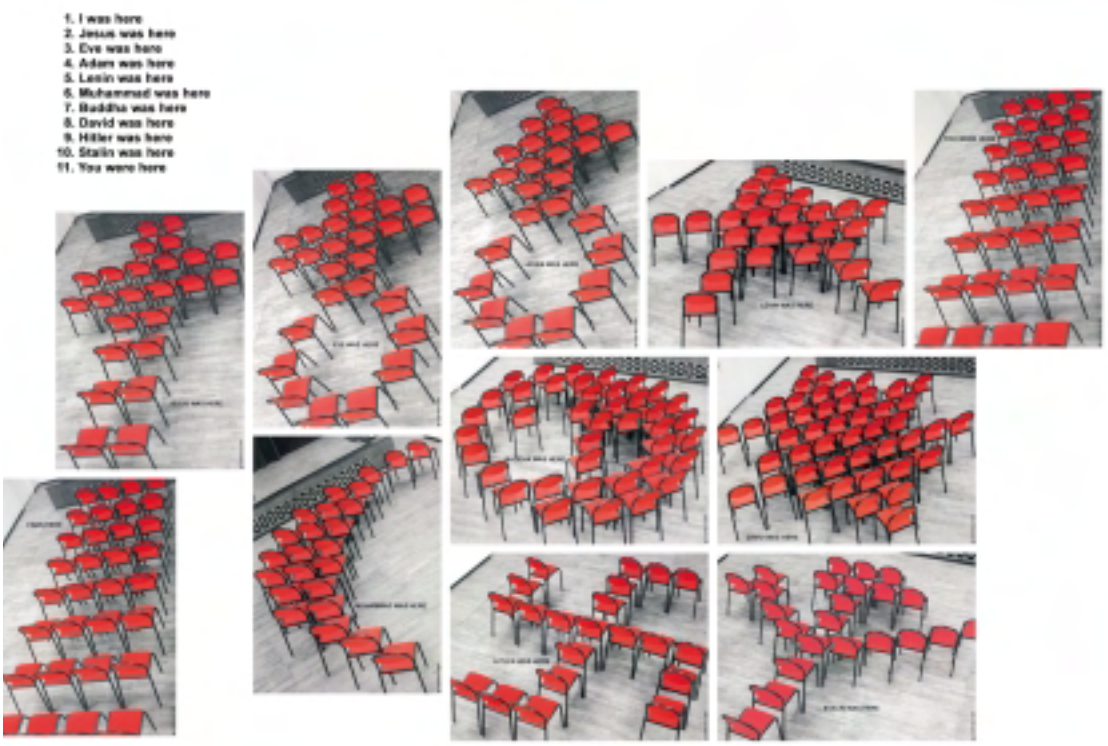
Посланието му е: *Тези известни художници всъщност произлизат от Балканите. Вижте ги заедно с много други помлади автори, с не чак толкова известни работи, правени преди 20 години в бивша Югославия, където съществуваше силна концептуална сцена*.

От гледна точка на професионализма това са проекти на легендарни куратори. За всеки от тях – австриеца Петер Вайбел заедно с американеца Роджър Кановър и словенката Еда Чуфер в Грац, швейцареца Харалд Зееман във Виена и германеца Рене Блок в Касел – изложбите са изключително предизвикателство. Конкуренцията кой ще направи изложба с повече смисъл и красота беше голяма. Всяка от трите има своите плюсове и минуси. Те са различни, независимо че участниците в голямата си част са едни и същи. *Мед и кръв* във Виена на Харалд Зееман е направена на базисно ниво, защото кураторът е такъв – реагира на сложни, концептуално обусловени работи с очите си и много бързо хваща смисъла. В резултат се получава изложба с изключително силен визуален удар, много концентрирана. Едва след това мислиш за различните аспекти на историята, културата и т.н. Изложбата в Касел е с повече въздух, не цели такъв удар в очите, а много по-балансирано и разгърнато съотнасяне към сложния контекст на Балканите в исторически, културен и политически план. А целта на първата изложба в Грац беше да се представи усещането за базар. Това означава в сравнително малка зала да има три видеофилма или два цикъла фотографии. Звукът от видеопроизведенията се смесва. Получава се усещане, че си отишъл в събота на битака.

В известен смисъл тези проекти са мода, никой не може да понесе още много изчерпателни изложби на съвременно изкуство от Балканите. Интересът се дължи и на факта, както много точно го формулира Кирил Прашков, че Балканите са и за известно време ще продължат да бъдат единствената свободна от Европа европейска част. Къ-

From the point of view of professionalism these are all projects of legendary curators. For each one of them – Peter Weibel (Austria) together with Roger Conover (USA) and Eda Cufer (Slovenia) from the show in Graz; Harald Szeemann (Switzerland) from the show in Vienna; and René Block (Germany) from the show in Kassel, these projects were exceptional challenges. The competition about who will make a more meaningful and more beautiful show was incredible to observe. Each one of the three shows had its merits and faults. They are different although many of the artists are the same. *Blood and Honey* of Harald Szeemann in Vienna was made on some very basic and guttural level because that's the kind of person the curator is. He was responding to complex conceptual works with his eyes only while grasping immediately the point of the work. As a result he did a show with a powerful visual impact, a very concentrated show. It's only later that one can think about the various aspects of history, culture and so on. The show in Kassel was with more air, it did not aim at such a punch across the eyes but rather at a balanced and unfolding relation with the complex Balkan context in its multi layered history, culture and politics. The aim of the first show in Graz was to reconstruct by means of art works the feeling of being in a bazaar. That means to put in a relatively small space three video works or two cycles of color photographs. The sound of the video projections is mixing. One gets the sensation of going to the flea market on Saturday.

In some way these projects are a trend indeed but it's passing for nobody can tolerate more extensive shows of contemporary art from the Balkans. The interest is largely due to the fact, according to the sharp definition given by Kiril Prashkov, that the Balkans are and will be for some time to come the only Europe free part of Europe… Where hedonism is still possible, where there are not so many strictly defined rules, where one can enjoy the homemade brandy and many other things that will



дето все още са възможни хедонизмът, липсата на строго установени правила. Където можеш спокойно да се наслаждаваш на домашната ракия и на други неща, които с неизбежното унифициране постепенно ще изчезнат. До каква степен това ще бъде унификация, е друг въпрос. И дали след 2007 г., когато ни приемат в ЕС, ще изчезне етикетът балканско. Но пък истина е, както отбелязва Мария Тодорова в своята книга *Балкани. Балканизъм* и както ми се налага непрекъснато да обяснявам, че ако за другите страни на полуострова определението балкански е имало в различни периоди позитивен или отрицателен смисъл, за България този проблем не съществува. Планината, дала името на региона, е тук, няма как да избягаш от нея. И това дава други преимущества: отнасям се спокойно към факта и ми е много лесно да навържа всички останали към балканския контекст, независимо от техните желания. Заглавието на моя проект в Касел включваше и в английския му вариант една немска дума, която не може да се преведе точно – Schadenfreude. Означава злорадство, но и нещо повече – удоволствие,

gradually disappear with the unavoidable unification. It's another question what will be the level of unification; and yet another one whether the Balkan label will disappear as well. However, it's true too, as Maria Todorova mentions in her book *Imagining the Balkans* and something I had to bring up all the time, that unlike other countries from the region that had a variety of positive and/or negative connotations for the Balkan definition throughout time, for Bulgaria there was no such problem ever. The mountain that gave the name to the peninsula is right here and there is no way one can bypass that. But this provides for other advantages: I take things rather easy and it's quite easy for me to link up all the other artists to the Balkan context disregarding their wishes or thoughts. The title of my project in Kassel had even in its English version a German idiom that is hard to translate correctly. It's Schadenfreude, which means gloating and a lot more – it means to take pleasure in the misfortune of your friend or neighbor. It's rather relevant on the Balkans. So, in Kassel I was playing with all of that and abusing the fact that the other artists were not there.

което изпитваш от нещастието на твоя приятел или съсед. Актуално за Балканите. В Касел играех с всичко това, възползвах се от факта, че другите художници ги нямаше. Иван Мудов, млад български автор, се представяше с видеофилм *Един час предимство*, в който той обикаля с колата си в продължение на 1 час около паметника на Левски, възползвайки се от правото си на предимство. Свързах неговата работа с видеопроизведението на хърватката Сандра Стерле: възрастна жена – самата преоблечена художничка, обикаля около вековно дърво в центъра на зелена полянка. Коментар за невъзможността да избягаш от традицията, за силата на фолклорната култура, която се движи в цикли.

Опитвах се не толкова да деконструирам клишетата в съзнанието на посетителите, а по-скоро да дам нещо допълнително. Да им кажа, че тези произведения не са просто естетическа повърхност, зад тях е възможно да бъдат ви-

Столове и символи. Проект за мирна съвместна идентификация, 1995/2001. 11 дигитални графики. Инсталация: „Кръв и мед. Бъдещето е на Балканите“, Колекция „Ессл“, Клостернойбург/Виена, Австрия, май – септември 2003
Chairs and Symbols. Project for peaceful co-identification, 1995/2001. 11 digital prints. Installation view: Blood and Honey. Future's in the Balkans, The Essl Collection, Kolosterneuburg/Vienna, Austria, May – September 2003





Нео-Голгота, 1994. Инсталация: „В търсене на Балкания“, Нова галерия – Музей Йоанеум, Грац, Австрия, октомври – декември 2002
Neo-Golgotha, 1994. Installation view: In Search of Balkania, Neue Galerie am Landesmuseum Joanneum, Graz, Austria, October – December 2002

For instance, the young Bulgarian artist Ivan Moudov was showing the video film *One Hour Priority* where he is circling for an hour around the Vassil Levski monument in Sofia abusing his right of way in the round about traffic of that square. I linked him up with the video projection of the Croat artist Sandra Sterle where an elderly woman, the artist herself dressed up, is running around a ages old tree in the center of a green opening somewhere in the woods. These are both works about the impossibility to get away from tradition, be that as it may the binding force of history, or the force of the folkloric culture, which is moving in circles by definition.

I was not really trying to dismantle the clichés inscribed in the consciousness of the visitors in the show but rather to provide something extra, to tell them that these works are not just an aesthetic surface and there is a lot to be seen there. I was interpreting the show as a vehicle of knowledge.

L.D.: Your personal professional geography is quite rich; you have made shows

дени много и сложни неща. Интерпретирах изложбата като инструмент за познание.

Л.Д.: Личната ти география е доста богата, правил си изложби къде ли не – от Сао Пауло до Ню Йорк, Истанбул, Квангджу и Стокхолм. Занимава ли те още разширяването на границите?

Л.Б.: Не мога да кажа, че физическите граници са се разширили, малко е трудно, поради обстоятелството, че земното кълбо е такова, каквото е. Но за сметка на това се върви в дълбочина. През януари в Болоня има панаир на галерии, комерсиално мероприятие, което иска да профилира художници от Югоизточна Европа. По препоръка на Харалд Зееман ме канят за индивидуално представяне.

Л.Д.: Налага ли се да правиш компромис като художник?

Л.Б.: Бих го направил. В комерсиален план съм почти 90% неуспешен. Казано другояче, аз продавам всичко, проблемът е, че почти никой не го купува. В България съвсем никой, но и навън работите ми трудно се купуват. Това се дължи на самите тях, а може би и на моето неумение да се справям с контекста. Комерсиалната реализация в САЩ и Западна Европа зависи от връзките със силни галерии. Аз работя с галерии, но като че ли досега не съм намерил онази, която да може да продава моите работи. А що се отнася до компромиса, ако знаех как да го направя, за да продам поне част от работите си, бих го направил. В този смисъл не ми се налага да правя компромиси. Това, което ми се налага да направя в момента, е да избера онези от моите работи, които имат по-голям шанс да се продадат. Като се замисля, видеофилмчето за Стефан и неговите зетьове, билбордът и дигиталният отпечатък представят една друга реалност за западното око, но по много позитивен и привлекателен начин. Така че, ако мисля за продаването само по себе си, вероятно би трябвало да предложа Стеallover – from Sao Paulo to New York, Istanbul, Gwangju and Stockholm. Are you still interested in widening the limits?

L.B.: I would not say that the physical limits are widening. It's a bit difficult for the globe is what it is. But I think I am going in depth. In January 2004 there will be a commercial art fair in Bologna that will be profiling artists from South-East Europe. Harald Szeemann suggested me for a one-artist presentation there.

L.D.: Do you have to compromise as an artist?

L.B.: I would. I am nearly 90 % unsuccessful in market terms. In other words, I am selling everything but the problem is that few people are buying. Nobody in Bulgaria at all but even in other places my works are hard to sell. It may have to do with the works themselves, or with my inability to handle this context. The commercial realization in the USA or Western Europe depends on contacts with strong galleries. I do work with some galleries but it seems that until now I have not found the gallery that would be able to sell my works. As far as comprising, if I knew how to do it in order to sell at least some of my works, I would do it. In this sense do not have to compromise. What I must do now is to select these works of mine that would have a better chance of being sold in Bologna. Now that I think of it, the film with Stefan and his sons-in-law, the billboard and the digital print are representing a kind reality that is unfamiliar to the Western eye but in a very positive and attractive way. So, if I have to think about selling as such, I should probably take Stefan and company. However, at this point I do not want to part with these works, I want them in Bulgaria for a while longer.

L.D.: Your project *GastARTbeiter* from 2000 is emblematic for the life of the contemporary artist from Eastern Europe today and his/her attempts to synchronize the local reality with the western context.

фан и компания. Но засега не ми се иска да се разделям с тях, иска ми се да постоят още малко в България.

Л.Д.: Твой проект от 2000 г. Г*астАРТ-байтер*, е знаков за битието на днешния източноевропейски художник в опита му да съвмести родните реалии със западния контекст.

Л.Б.: Проектът се основаваше на запазена от мен документация колко пари са потрошени за кариерата ми, като изключвам продажбите на произведенията – само пари, изхарчени за хотели, транспорт, производствени разходи, които не виждам. Аз виждам само дневните, които са малко и като правило се харчат на място, а не в София. Та този проект визираше един проблем от живота на съвременния художник. На практика от 1991 (годината, която определям като начало на професионалната ми кариера) за пръв път имах доходи в България – стипендията от *Визуалния семинар*. Обикновено за такава стипендия човек може да кандидатства в някои други части на света. Така че ситуацията на гастАРТбайтера продължава. Между другото, това е една от най-показваните ми работи през последните 2-3 години.

Л.Д.: Как усещаш границите между теб и западната публика?

Л.Б.: Все по-малко се усещат. С течение на времето големите разлики изчезват, остават породените от народопсихологията, колкото и неточно да е понятието. Ситуацията на един швейцарски художник, дошъл тук за изложба, и на един български художник, който се представя в Касел, е еднаква – същото ниво на разбиране и неразбиране. Разликите изчезват, защото интересите на художниците в Източна Европа вече не са фокусирани само в миналото преди 1989. Престанахме да се оплакваме, а се концентрирахме върху конкретни неща.

L.B.: This work is based on the documentation I have saved about how much money was spent on my career, excluding sales of works, only money for hotels, transportation of works, production costs, and so on expenses that I do not see as physical money. I only see and touch the per diem money which is very little anyway and is spent there, not in Sofia. So, it's a project/work about one of the problems in the life of a contemporary artist. In practice my fellowship stipend from the Visual Seminar is the first artistic income I have had in Bulgaria ever since 1991 (the year I consider to be the beginning of my professional career). Normally one can apply for such a fellowship outside of Bulgaria. So the gastARTbeiter situation still goes on. By the way, that's one of my most often exhibited works in the last 2-3 years.

L.D.: How do feel the borders between yourself and the Western art audience?

L.B.: I feel them less and less. With time passing the big differences are vanishing, only those generated by the so-called collective psychology remain, no matter how imprecise this concept is. The situation of a Swiss artist who has come to Sofia to do a project is identical to that of a Bulgarian artist showing in Kassel. There is identical level of understanding and/or misunderstanding. The differences are disappearing because the artists in Eastern Europe are no longer focused only on the pre-1989 past. We seemed to have stopped complaining and are concentrating on concrete issues.

София, ноември / Sofia, November 2003


БРИГАДАТА
НА СТЕФАН
/и затворе/

ГВГ, 2003. Бригадата на Стефан (и зетьове).
Образ за билборд
HCV, 2003. The Brigade of Stefan (and sons-in-law).
Image for a billboard

ГВГ, 2003. Бригадата на Стефан (и зетьове). Подготвителна рисунка
HCV, 2003. The Brigade of Stefan (and sons-in-law). Preparatory drawing

ГВГ, 2003. Бригадата на Стефан (и зетьове). Билборд на фасадата на НХГ
(бившия Царски дворец), София, октомври 2003
HCV, 2003. The Brigade of Stefan (and sons-in-law). Billboard on the facade of the
National Art Gallery (former Tsar's Palace), Sofia, October 2003

ГВГ, 2003. Бригадата на Стефан (и зетьове). Детайли
HCV, 2003. The Brigade of Stefan (and sons-in-law). Details









Изглед об ул. "Граф Игнатиев" преди ул. "Славейков" /южна страна/

ГВГ, 2003. Детайли. Работният „офис“ на моя махленски ключар с гвардейци
HCV, 2003. Details. My neighbourhood key maker’s “office” of operations with Guards of Honor

ГВГ, 2003. Изглед от ул. „Граф Игнатиев“ преди пл. „Славейков“ (южна страна)
HCV, 2003. View of Graf Ignatiev St. before Slaveikov Sq. (south side)



ГВГ, 2003. Пране в софийски заден двор
HCV, 2003. Laundry in a Sofia backyard





ГВГ, 2003. Откриване на изложбата в АТА център / ИСИ, София, 15 октомври 2003
а/ Любен Дилов-син – кандидат-кмет, Стефан, внучката на Стефан и художникът
б/ Маргарита Бояджиева
HCV, 2003. Opening of the exhibition in ATA Center / ICA, Sofia, October 15th, 2003
a/ Lyuben Dilov Jr. – mayoral candidate, Stefan, Stefan’s grand-daughter and the artist
b/ Margarita Boyadjieva



ГВГ, 2003. Инсталация:
АТА център / ИСИ, София,
октомври – ноември 2003
HCV, 2003. Installation views:
ATA Center / ICA, Sofia,
October – November 2003



ГВГ, 2003. Супер! Супер!
(Бригадата на Стефан). Видео
(инсталация и кадри),
4:30 мин.
АТА център / ИСИ, София,
октомври – ноември 2003
HCV, 2003. Super! Super! (The
Brigade of Stefan). Video,
(installation and stills),
4:30 min. ATA Center / ICA,
Sofia, October – November
2003





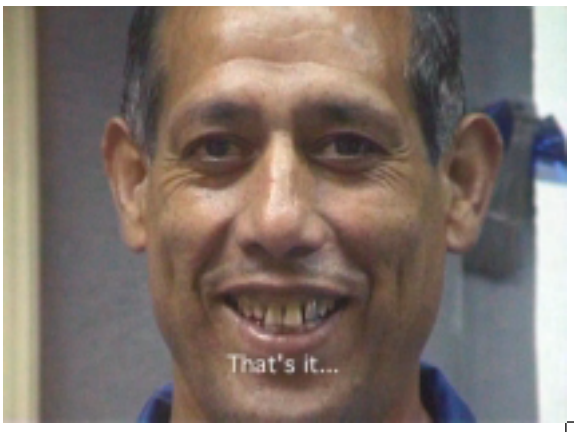











That's it...



ГВГ, 2003. Детайли. Изследване на пространството: разполагане на корпоративни лого в централната градска част и на корпоративни клонове в покрайнините на града
HCV, 2003. Details. Space studies: distribution of corporate logos in the central city space and of corporate outlets in the outskirts of the city



ГВГ, 2003. Детайли. Живот в сянката на монументите или как да използваме „празните“ рудименти от миналото, за които никой не иска да мисли
HCV, 2003. Details. Life in the shadow of the monuments or how to make use of the “empty” rudiments from the past that nobody cares to think about




ГОРЕЩА ЛИНИЯ
т. (+2) 987 2181
за визуални
нередности
VISUAL HOT-LINE
(+2) 987 2181



ГВГ, 2003. Детайли. Гореща линия за визуални нередности (Виждате ли София?). Заявяване и отговори на електронна поща <vis_sem@hotline.com>
HCV, 2003. Details. Hot line for Visual Irregularities (Do you see Sofia?). Announcement and replies to e-mail address <vis_sem@hotline.com>






КЛЮЧАР
КЛЮЧАР



Или ето тук ↑. То наистина плаче за кафе-
спирка докато се казявам, а после ме
откарват във Philips да ме пичнат и
затварят.

ГВГ, 2003. Детайли. Реди-мейд визуална нередност. Билбордове от рекламната кампания на българската водка X-taz, София, март 2003

HCV, 2003. Details. Ready-made Visual Irregularity. Billboards from the advertisement campaign of the Bulgarian produced Vodka X-taz, Sofia, March 2003 (Or this one here... I would surely have an accident while I am leering and then they are going to have to take me to Philips and patch me up)





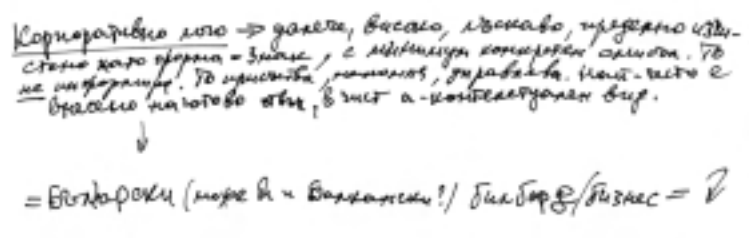
ГВГ, 2003. Детайли. Анализ на рекламната среда
HCV, 2003. Details. Analysis of the advertisement environment

Като резултат движението на погледа по повърхността на града наподобява по
полет на пеперуда, само дето е още по скрито манипулиран.

a/ As a result, the movement of the gaze along the city interface is similar to the flight of a butterfly except it is more secretly manipulated.



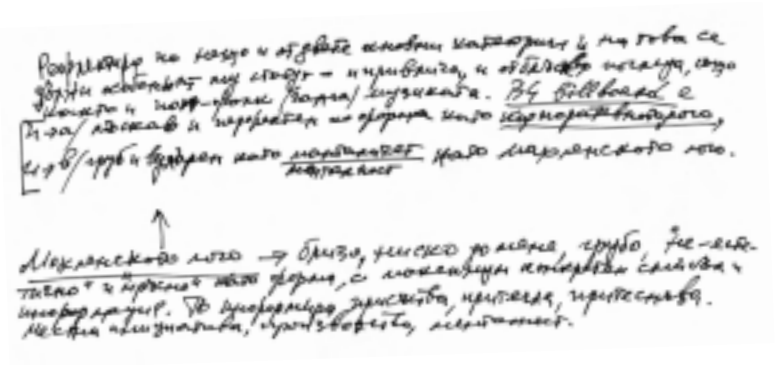


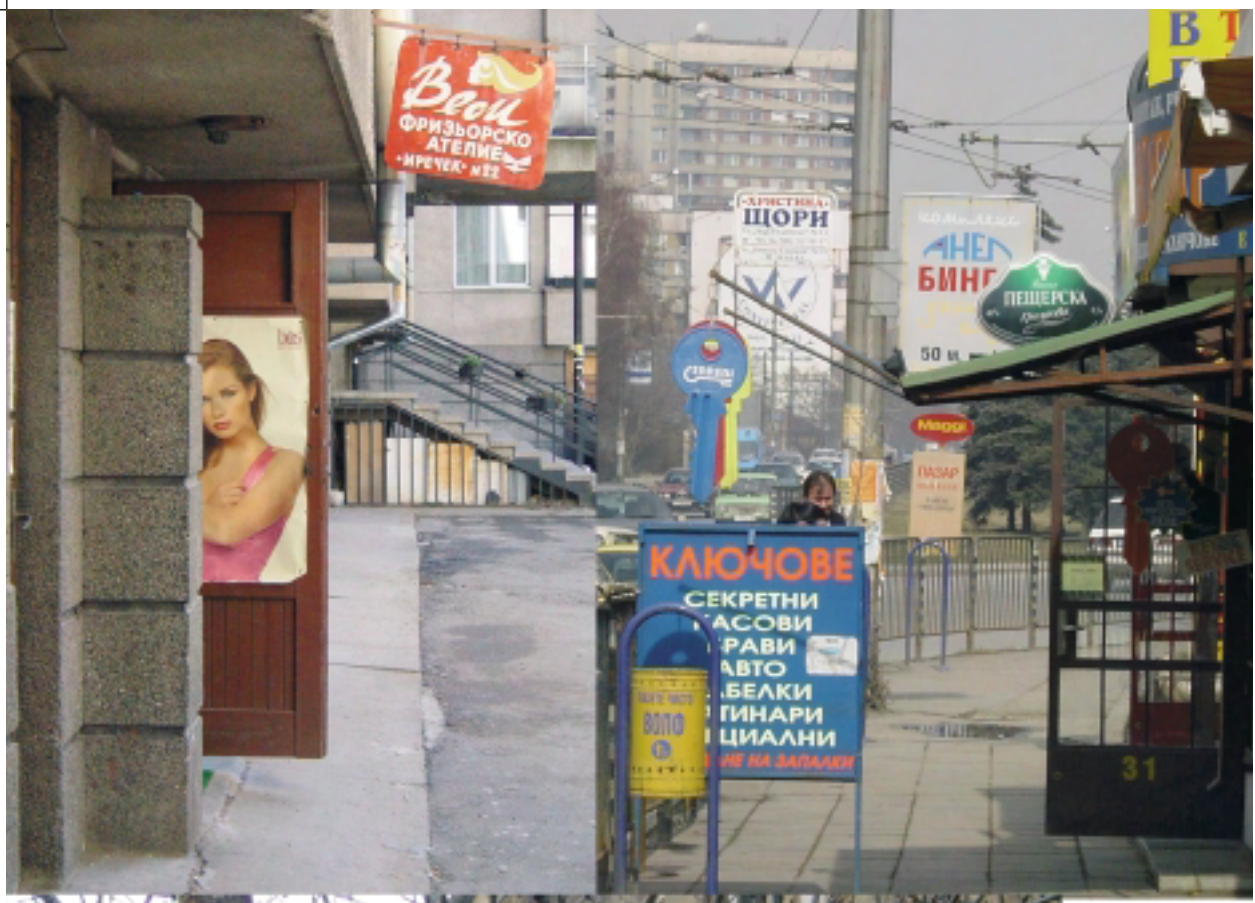


b/ The corporate logo – it is far away, high up, shiny, extremely clear as form = sign, with a minimum of concrete meaning. It does not inform. It is just there, it reminds, it dominates. Most often it is imported in already existing and a-contextual form.
c/ Bulgarian (may be Balkan as well?) billboard / business.



d/ It is reflecting something from both the two main categories and that's where its special status comes from – it both attracts and repels the gaze in mush the same way as pop-folk ("tchalga") music. The BG billboard is: a/ glossy and perfect in form as the corporate logo; b/ rude and vulgar in mentality as the neighborhood logo.
e/ The neighborhood logo – it is near, it is low next to me, it is rude, it is "non-aesthetic" in form, with maximum concrete meaning and information. It informs, it is there, it attracts, it disturbs. Local initiative, production, mentality.




Веош
ФРИЗЬОРСКО АТЕЛИЕ
ЩОРИ
ПЕЩЕРСКА
КЛЮЧОВЕ
СЕКРЕТНИ
ЛЕГИНАРИ
ЦИАЛНИ
ПАЗАР
31


СТОМАТОЛОГ
БЕЗ БОЛКА
СТАМБОЛИЙСКИ 28
048831073
EUROCONTACT Plus Ltd.
Translation Agency
ПРЕВОДИ
ЛЕГАЛИЗАЦИЯ
УЛ. „КАЛОЯН“ №8, ЕТ. 5, ОФИС 42
тел./факс: 989 30 89, 988 15 71/242
GSM 088 373 602, eurocon@tradel.net
(в сградата на ПРИНЦЕС КОРЕКОМ)





ГВГ, 2003. Детайли.
В махалите тялото на човека буквално се „втърква“ във визуалната среда. Махленското лого доминира пространството около човека в диаметър от 20-50 м, като, подобно на уличен пес, го „препикава“ визуално
HCV, 2003. Details. In the neighborhoods the body of a person is literally “rubbing” off the visual environment. The neighborhood logo is dominating the space around the person in a 20-50 m diameter and just like a stray dog is visually “marking” its territory


ЕДНА ГОДИНА
без
Владамир Маринов
ТРИФОНОВ
Обичаме те!

ГВГ, 2003. Детайли. Всеки може да закачи всичко в София, стига да плати на собственика на фасадата. Некролози като билбордове на фасадата на Парламента, бивш Партиен дом
HCV, 2003. Details. Anybody can hang anything in Sofia, as long as you can pay the owner of the facade. Obituaries as billboards on the facade of the Parliament Office building, former headquarters of the Central Committee of Bulgarian Communist Party



LUCHEZAR BOYADJIEV

1957 Born: October 12th in Sofia, Bulgaria
1975/80 National Art Academy, Sofia
1992 **Works in Kunsthaus-Horn** with a grant from KulturKontakt – Wien, Austria
1993 **Works in New York** with a grant from The Getty Grant Program, CA, USA
1996 **Works in Wachtberg/Gars-am-Kamp**, Austria with a grant from KulturKontakt
1997 **Works in Wachtberg/Gars-am-Kamp**, Austria with a grant from KulturKontakt
Works in The Fabric Workshop and Museum, Philadelphia, USA. Artslink grant from The Open Society Institute, New York, USA
2003 **Resident Fellow / Visual Seminar**, Center for Advanced Studies and Institute of Contemporary Art, Sofia
2004 **Artist in Residence, Couvent des Recollets-Paris**, Mairie de Paris, Paris, France *

One Person Exhibitions:

2004
Roma in Sofia, One-artist stand in *The Balkans – a Crossroad to the Future*, Arte Fiera, Bologna, Italy (C)

2003
Hot City Visual, project for Visual Seminar, ICA at ATA Center, and interventions in the city, Sofia (C)

2002
In/Out..., Center for Advanced Studies, Sofia

2001
E-Face 2000 /web version/ www.halle-fuer-kunst.de/luchezar/ www.halle-fuer-kunst.de/web/. Halle_für_Kunst, Lueneburg, Germany (curator Heike Munder)
Knoll Gallery, Vienna (C)
The Chairs..., *Globale Positionen* in Der Standard Daily, Nov.-Dec. 2001, Museum in Progress, Vienna
Artist View / Luchezar Boyadjiev, ArtMargins - Web, www.artmargins.com/content/artist/boyadijev.html

2000
Remont Gallery, Belgrade, Serbia, YU (C)
E-FACE 2000, ArtMediaCenter TV Gallery, Moscow

1999
Reachable(s), CIX Gallery, Skopje (C)
@e-face.show, Ata Center for Contemporary Art, Sofia (C)
In/Out..., in again, at the Swiss Embassy Residence, Sofia

1998
Small Talk 1, Institute of Contemporary Art, Sofia
Revolution for All, Holden Gallery, MMU, Manchester, UK

1997
I love Jesus – Souvenir Shop, former Bulgarian Embassy, Cetinje, Montenegro, YU (curator Iara Boubnova)
Cover Version 2, Hohenthal und Bergen Galerie, Cologne, Germany
Up and Down. Back and Forth, 68 Hope Street Gallery, VP'97, Liverpool, UK
Gallery by Night, Studio Gallery, Budapest (a project with Roza El-Hassan), (curator Barnabas Bencsik)

1995
The Fountain of Europe, National Gallery for Foreign Art, Sofia
Astrologic, Ata-Ray Gallery, Sofia

1994
The Fountain of Europe: Doubletake, Center for Curatorial Studies – Museum, Bard College, Annandale-on-Hudson, NY, USA (curator Vasif Kortun)

1993
Hohenthal und Bergen Galerie, Munich, Germany (C)
Luchezar Boyadjiev (solo stand with Hohenthal und Bergen Gallery), KUNSTRAI'93, Amsterdam, The Netherlands (curators Edy de Wilde, Saskia Bos, Henk Visch) (C)

1992
Festigung des Glaubens – installations, IFA Galerie, Berlin, Germany (curator Barbara Barsch) (C)
Crucifixion for the Fisherman – 150 drawings, Lessedra Gallery, Sofia

Group Exhibitions:

2003
Stralenfeger / newspaper for homeless in Berlin, special issue, Berlin (curator Andreas Schlaegel)
In the Gorges of the Balkans, Kunsthalle Fridericianum, Kassel, Germany (curator René Block) (C)
Video Screening 04, Galerie Martin Janda_Raum Aktueller Kunst, Vienna; Galerie der stadt Schwaz, Schwaz, Austria; VTO, London; ZERO Arte Contemporanea, Piacenza, Italy; Kurimanzutto, Mexico City; etc. (curator Andreas Huber)
Blood & Honey / Future's in the Balkans, The Essl Collection, Klosterneuburg/Vienna (curator Harald Szeemann) (C)
Phodar Biennial, City Art Gallery, Pleven, Bulgaria (C)
Mors Impossibilis, Irida Gallery, Sofia (curator Boris Kostadinov)
Bound/less Borders, Goethe Institute Inter Nationes, Bucharest; Thessalonica (Greece); on trucks, streets of Sofia (with ICA-Sofia); Rieka (Croatia); etc.
Sofia Film Fest / Digital Weekend, Red House, Sofia
Export-Import, Sofia Art Gallery, Sofia (curator Maria Vassileva) (C)

2002
VHS, Section 13-UBA, Shipka 6 Gallery, Sofia
Self-Portrait, Borusan Art Center, Istanbul (curator Beral Madra) (C)
Vision – Image and Perception, C3 Foundation and Mxcsarnok/Kunsthalle Budapest, Budapest (curator Miklos Peternak) (C, CD ROM)
In Search of Balkania, Neue Galerie am Landesmuseum Joanneum, Graz, Austria (curators Peter Weibel, Roger Conover, Eda Cufer) (C)
Balkan Art '02, Center for visual culture *Golden Eye*, Novi Sad, Serbia, Yugoslavia (curator Sava Stepanov) (C)
5th Cité des Ondes – Champ Libre, Craig Pumping Station, Montreal, Canada (curator: Stephen Kovats),
Kunstsommer Wiesbaden 2002. 40 Years of Fluxus Festival. International Networks, Karstadt Technikhaus, Wiesbaden, Germany (curators René Block, Rirkrit Tiravanija)
Girls and the Sea. An Exhibition of the 8th of March Group of female artists, Bulart Gallery, Varna, Bulgaria (curator Maria Vassileva)
Conflicts and Dialogues, 3rd Festival *August in Art*, City Art Gallery, Varna, Bulgaria (curator Roumen Serafimov)
Budapest Box, Ludwig Museum, Budapest (curators Katalin Timar, Dora Heguy, Roza El-Hassan)
Manifesta 4, Frankfurt, Germany (curators Iara Boubnova, Nuria Enguita Mayo, Stéphanie Moisdon Trembley) (C)
Reconstructions, 4th International Biennial, Cetinje, Montenegro, YU (curators Iara Boubnova, Andrei Erofeev, etc.) (C)
An Artist who does not speak English is not an artist, Tallinna Kunstihoone (Tallin Art Hall), Tallinn, Estonia
Bound/less Borders, Goethe Institute Inter Nationes, Belgrade, Cetinje, Sarajevo, Skopje (curator Biljana Tomic, for BG – Iara Boubnova) (C)
Micro-Festival of Digital Culture and Debate, Sofia (curator Iliyana Nedkova)
Graphica Creativa'02, Jyvaeskylae Art Museum/Jyvaeskylae Centre for Printmaking, Jyvaeskylae, Finland (C)
The Collective Unconsciousness, MIGROS Museum für Gegenwartskunst, Zurich, Switzerland (curator Heike Munder)

2001
Konverzacija (A Short-Notice Show), Museum of Contemporary Art, Belgrade (curators B. Andjelkovic, B. Dimitrijevic, D. Sretenovic) (C)
Escape, The Tirana Biennial, Tirana, Albania (Artistic Director Giancarlo Politi), (C)
Tenantspin / Superchannel Webcast, FACT, Liverpool, UK, www.superchannel.org/Home/Channels/SPIN/Crossing_Over_Communities.rm/player.html
VideoJune. Videoscreening 03, ZERO Arte Contemporanea Gallery, Piacenza, Italy
An Artist who does not speak English is not an artist, Knoll Gallery, Budapest (C)
Motel Jezevo, Jezevo Detention Center (near Zagreb), Croatia (curator Nada Beros) (C)
Small Talk, Museum of Contemporary Art, Skopje (artistic/curatorial project) (C, CD ROM)
Hybrid Dwellings, Arsenal Gallery, Bialystok, Poland (curator Denise Carvalho) (C)
Do not Look at Me with This Tone, Section 13-UBA, Shipka 6 Gallery, Sofia
Reality Watch_ICA, Municipal Art Gallery, Rousse, Bulgaria (curator Iara Boubnova)
Correspondences, IFA Galerie, Berlin / Stuttgart / Bonn (curators Barbara Barsch, Suzana Milevska) (C)
Perfect Match, Main Shopping Center (*...% Sex Up* at LISCA Lingerie Shop), Skopje (curator Suzana Milevska) (C)

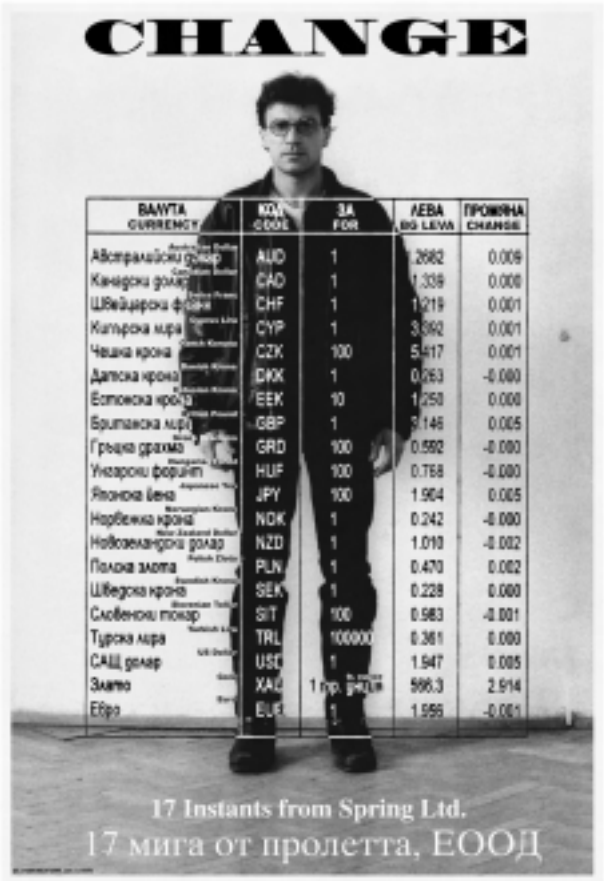
2000
Leseraum, Secession, Vienna (a project by Roza El-Hassan) (C)
I Love Art Video, Videonight at Wacken Theater, Strasbourg, France (curators: Karine Vonna & Georges Cezanove of Le Forum Itinérant, Strasbourg; Christian Bernard of MAMCO, Geneva; Pascal Neveux of Art Center, Sélestat; George Heck of Vidéo les beaux Jours; Le-maillon / Théâtre de Strasbourg)
Virtual Urban, at www.arthouse.ie/exhibitions/vu/index.html, (a web project by Aisling O' Beirn / Marjetica Potrc)
COMMUNICATION, Aschersleber Kunst- und Kulturverein, Aschersleben, Germany (curator Hans Knoll) (C)
At Room Temperature, Studio of Ivan Moudov, Sofia (curator Dessislava Dimova)
After the Wall, Museum of Contemporary Art – Ludwig Museum, Budapest; Hamburger Bahnhof, Berlin
Négociations, CRAC-SOte, Séte, France (curators Bernard Marcadé, Nicolas Bourriaud)
cooperativ – Kunstdialoge Ost-West, Stadthaus Ulm, Ulm, Germany (curator Friederike Kitschen) (C)
La Folie Archive(s) – contribution; *La Ville, le Jardin, la Mémoire 1998-2000*, Villa Medici, Rome (curators Laurence Bossé, Carolyn Christov-Bakargiev, Hans Ulrich Obrist) (C)
ArtMoscow '2000 (with TV Gallery, Moscow), Central House of the Artist, Moscow (C)
Pro@Contra – MachineMachy, ArtMediaCenter TV Gallery, Moscow (curators Alexei Isaev, Olga Shishko, Tatiana Goruchevа)
100 days – no exhibition, Salzburger Kunstverein, Salzburg, Austria (curator Hildegund Amanshauser) (CD ROM)
L'Autre moitie de l'Europe. Social Reality / Existence / Politics, Galerie nationale du Jeu de Paume, Paris (curators Victor Misiano, Lorand Hegyi, Anda Rottenberg) (CD ROM)
Worthless (Invaluable), Moderna Galerja, Ljubljana, Slovenia (curator Carlos Basualdo) (C)

1999
Interstanding 3 – Beyond the Edge, 6th Annual Show of SCCA-Tallin, Rotermann Art Center, Tallin, Estonia (curator Ando Keskkula)
On Demand, Galerie Fotohof, Salzburg, Austria (C)
publi©domain, Fototriennale '99, Graz, Austria (curators Werner Fenz, Ruth Maurer) (C; CD ROM)

After the Wall: Art and Culture in Post-Communist Europe, Moderna Museet, Stockholm (curators Bojana Pejic, David Elliott) (C)
TEMP-Balkania, Kiasma Museum of Contemporary Art, Helsinki http://www.savanne.ch/balkania/chair/index.html
Always Already Apocalypse, The Institute for Earthquake Engineering and Engineering Seizmology, Skopje; Yildiz Sabanci Kultur Merkezi at the 6th Istanbul Biennial, Istanbul (curator Suzana Milevska) (C)
Project END, Interspace, Sofia (CD ROM)
Videoarchaeology, Ata Center for Contempoarary Art, Sofia (curators Boris Kostadinov, Zhivka Valiavicharska) (CD ROM)
Turning the Page, Apolonia'99, Sozopol, Bulgaria (curator Dessislava Dimova) (C)
Recipes, Institute of Contemporary Art, Sofia (curator Maria Vassileva)
Communication Front, Old Turkish Bathhouse, Plovdiv, Bulgaria (curators – Foundation *Art Today*, Plovdiv)
Leisure and Survival, Taxispalais, Innsbruck, Austria
(curator Silvia Eiblmayr)
Translocations. (new) media/art, Generali Foundation, Vienna (curator Georg Schollhammer)
Inventing a People. Contemporary Art in the Balkans, National Gallery for Foreign Art, Sofia; ArtExpo Foundation, Bucharest; Macedonian Museum of Contemporary Art, Thessaloniki, Greece; Art Box, Kavala, Greece; Contemporary Art Center of Larissa, Larissa, Greece (curator Andre Rouille) (C)

1998
Onufri'98. Permanent Instability, National Art Gallery, Tirana, Albania (curator Edi Muka)
Money/Nations, Shedhalle, Zurich, Switzerland (curator Marion von Osten) (C)
Revolution/Terror, ISEA'98, Manchester-Liverpool, UK (curators Charles Esche, Eddie Berg, Iliyana Nedkova) (C)
Revolting, Temporary Media Lab, Manchester, UK (curator Micz Flor)
Bulgariaavantgarde. Kraeftemessen II, Kuenstlerwerkstatt Lothringerstrasse, Munich, Germany (curator Iara Boubnova, concept Haralampi G. Oroschakoff) (C)

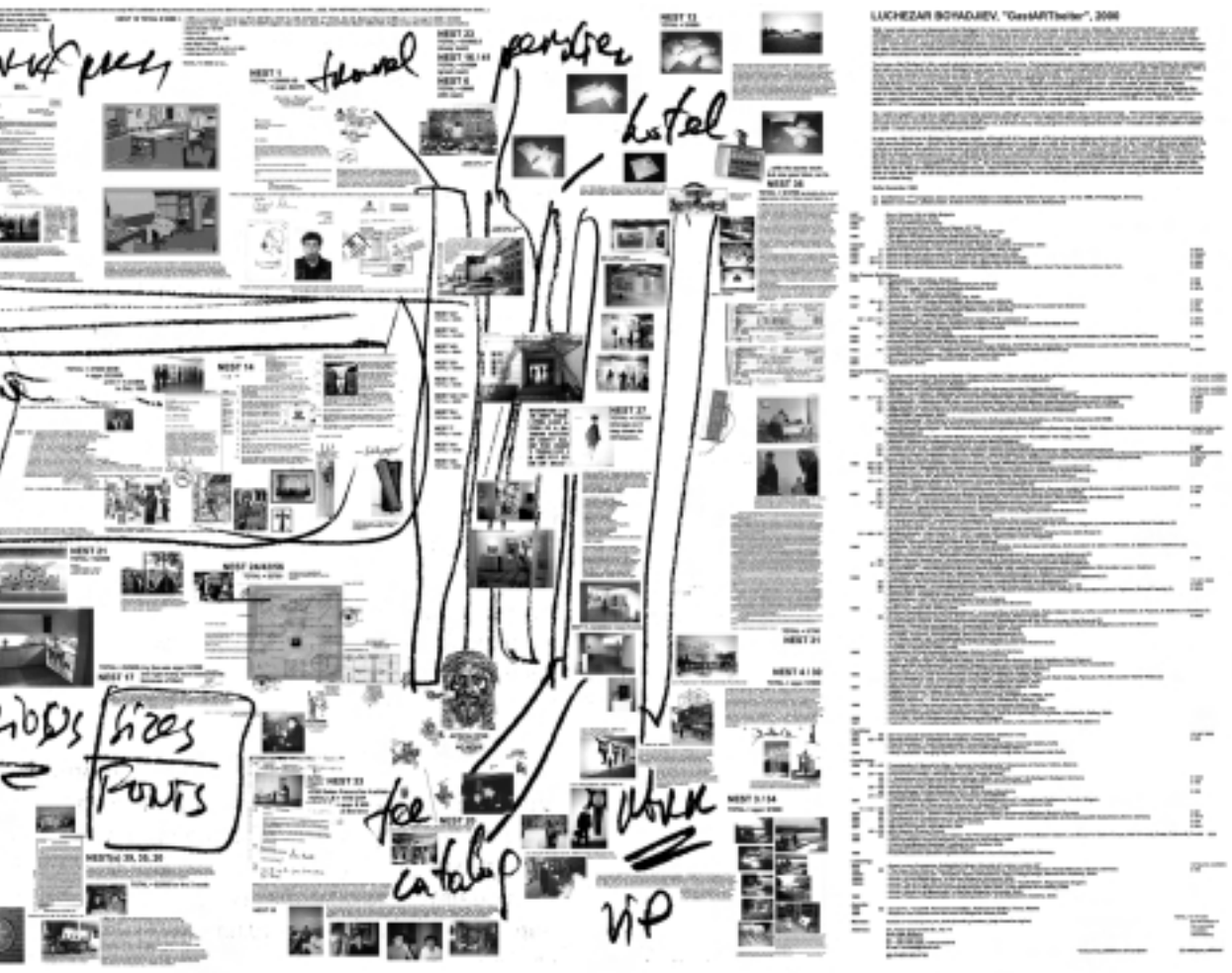
ГастАРТбайтер, 2000. Дигитална графика, 210 x 510 см
GastARTbeiter, 2000. Digital print, 210 x 510 cm





1997
Ostranenie'97, International Forum for Media Art, Dessau, Germany (curator Stephen Kovats) (C, CD-ROM)
Aller-Retour, 3rd International Biennial, Cetinje, Montenegro, YU (curators Andrei Erofeev, Bernard Marcade, Iara Boubnova) (C)
Art in Landscape, 4th International Symposium, Wachtberg/Gars-am-Kamp, Austria (curator Dieter Graff) (C)
Deep Europe, Hybrid Workspace, documenta X, Kassel, Germany (curator Geert Lovink)
9th International Biennial for Graphic Art (section *Simulations*), Varna, Bulgaria (curator Iara Boubnova) (C)
Contemporary Bulgarian Art, National Art Gallery, Sofia
Bulgarian Art Book, Ata Center for Contemporary Art, Sofia (curator Milko Pavlov) (C)
Is Europe just a word?, 2nd Biennial of Emerging Art, Siena-Pisa, Italy (curator Valeria Bruni) (C)
Ars Ex Natio. Made in BG, 4th Annual Show of the Soros Center for the Arts-Sofia, Old City of Plovdiv, Bulgaria (curators Iara Boubnova, Maria Vassileva) (C)
Escaping Gravity – Video Positive'97, FACT, Liverpool, UK (curators Charles Esche, Stephen Bode, Eddie Berg) (C)
Beyond Belief..., Joslyn Art Museum, Omaha, Nebraska, USA (curator Laura J. Hoptman)
Papier/2, Hohenthal und Bergen Galerie, Munich, Germany

1996
Evidences. The Real Diversity, 3rd Annual Show of the SCA-Sofia, Sofia Municipal Art Gallery, Sofia (curators G. Gatev, K. Minchev, S. Stefanov, H. Tcherkelov) (C)
Bulgarian Glimpse Show, Association of Moscow Art Galleries and BCIC, Moscow (curator Iara Boubnova) (C)
Eastern Europe: Spatia Nova, 4th International Biennial, St. Petersburg, Russia (curator Iara Boubnova) (C)
Art in Landscape, 3rd International Symposium, Wachtberg/Gars-am-Kamp, Austria (curator Dieter Graff) (C)
Beyond Belief..., Allen Memorial Art Museum, Oberlin College, USA; Institute of Contemporary Art, Philadelphia, USA (curator Laura J. Hoptman)
Chaotic – Hermetic, 6 Shipka St. Gallery, Sofia (curator Milko Pavlov)
The Pictorial Image of the 1990-ies, National Palace of Culture, Sofia (curators S. Stefanov, R. Rouenov)



1995
Orient/ation, 4th International Biennial, Istanbul, Turkey (curator Rene Block) (C)
Beyond the Borders, 1st International Biennial, Kwangju, South Korea (curator Anda Rotenberg, etc.) (C)
Beyond Belief: Contemporary Art from East Central Europe, Museum of Contemporary Art, Chicago, USA (curators Laura J. Hoptman, Richard Francis) (C)
Projects by..., National Gallery for Foreign Art, Sofia (curator Iara Boubnova)
30 Grand Prix, 6 Shipka St. Gallery, Sofia (C)
Week of Modern Art, Old Turkish Bathhouse, Plovdiv, Bulgaria

1994
N-forms? Reconstructions and Interpretations, 1st Annual Show of the SCA-Sofia, Raiko Aleksiev Gallery, Sofia (curators B. Klimentiev, D. Popova, S. Stefanov, N. Boshev) (C)
22nd Sao Paulo Biennial, Sao Paulo, Brazil (curators Iara Boubnova, Nelson Aguilar) (C)
Instability – Progress, French Institute, Sofia (curator Iara Boubnova) (C)
Le Nomadisme culturel. Artistes contemporains bulgares, East/West Festival, Die, France (curator Irina Genova) (C)
Moisture – Plainair for Avant-garde art, (organized by KA Gallery, Bourgas), in Arkoutino on the Black Sea Coast, Bulgaria (curator Iara Boubnova)
The Artists of LETTRE INTERNATIONALE, LiteraturHaus, Wien, Austria
Art – Ritual, Ritual – Art, 3rd Multimedia Festival, Sofia (curator D. Nenova)
In Search for the Self-Reflection, Old City of Plovdiv, Bulgaria (curator Iara Boubnova) (C)
The Nail, 6 Shipka Str. Gallery, Sofia

1993
Works on Paper, Ata-Ray Gallery, Sofia (curator Iara Boubnova)
Kunst auf Zeit. Eine Recherche, Kunstamt Tiergarten, House am Lutzowplatz, Berlin, Germany (curator Paul Corazolla) (C)
East – West, Art Hamburg'93 (with Hohenthal und Bergen Gallery), Hamburg, Germany
Object – Bulgarian Style, 6 Shipka Str. Gallery, Sofia (curators Iara Boubnova, Maria Vassileva, Diana Popova)
Art Frankfurt'93 (with Hohenthal und Bergen Gallery), Frankfurt, Germany

1992
Medical Check-up, Club of the (eternally) Young Artist, 6 Shipka St. Gallery, Sofia
From a Moment of Truth – Works on Paper from Bulgaria, Karl Drerup Gallery, Plymouth State College, Plymouth, NH, USA (curator Rachel Weiss) (C)
Hair from a Brush, Club of the (eternally) Young Artist, 6 Shipka St. Gallery, Sofia

1991
Happy-krai (end), Club of the (eternally) Young Artist, 6 Shipka St. Gallery, Sofia
Negative Territories, Gallery Art in Action, Sofia (curator O. Dvorianov)
Kaimak (cream) – art, ten art critics' selection of young artists, 6 Shipka St. Gallery, Sofia
Illusions, illusions..., Club of the (eternally) Young Artist, 6 Shipka St. Gallery, Sofia

1990
10/10/10, Club of the (eternally) Young Artist, Sofia State University Gallery, Sofia
End of Quotation, Club of the (eternally) Young Artist, Sofia State University Gallery, Sofia
Moderate Avant-garde within the Framework of Tradition, Club of the (eternally) Young Artist, 6 Shipka Str. Gallery, Sofia

1989
11.11.('89), Union of Bulgarian Artists, Blagoevgrad, Bulgaria

1987
Author's Proof (conceptual participation), 134 Rakovski St. Gallery, Sofia (curators Kiril Prashkov, Philip Zidarov)

Curatorial work:

2003/4
Red Riviera Revisited, for Visual Seminar, ICA-Sofia, Sofia *

2001
Small Talk, Museum of Contemporary Art, Skopje (artistic/curatorial project in collaboration with MCA-Skopje)
VideoJune. Videoscreening 03, ZERO Arte Contemporanea Gallery, Piacenza, Italy (Bulgarian video works, together with Iara Boubnova)

1999
Station Sofia. Translocations. (new) media/art, Generali Foundation, Vienna (with Iara Boubnova)

1992
3rd International Istanbul Biennial – Bulgarian participation, Istanbul, Turkey

1991
Europe Unknown – Bulgarian participation, Krakow, Poland

1990
End of Quotation, Club of the (eternally) Young Artists, Sofia State University Gallery, Sofia
Christo – 22 posters, National Palace of Culture, Sofia (with Philip Zidarov)

1989
Marry Christmas – Hanging Objects, Club of the (eternally) Young Artist, Universiada Hall, Sofia
Conferences, lectures, presentations:

2003
south...east...mediterranean...europe..., Platform Garanti Contemporary Art Center, Istanbul
ARCO'03, Madrid
Lecture at *Export-Import*, Sofia Municipal Art Gallery, Sofia

2002
Coffee Break – Manifesta, Liverpool Biennial and Manifesta (IFM), Adelphi Hotel, Liverpool, UK
Panel discussions program, Manifesta 4, Frankfurt
Presentation at *Micro-Festival of Digital Culture and Debate*, National Art Academy, Sofia

2001
An Artist who does not speak English is not an artist, Ludwig Museum, Budapest
Round table for *Konverzacija (A Short-Notice Show)*, MCA, Belgrade
Lecture at Mesto Gallery (in connection to – *Small Talk* at MCA, Skopje), Skopje
Capital & Gender, Museum of the City of Skopje, Skopje

2000
Reconstruction & Renaissance, 4th Biennial Pre-meeting, Cetinje, Montenegro, YU
Understanding the Balkans, Contemporary Art Center-Skopje, Ochrid, Macedonia
Art Exchanges in South-East Europe, Contemporary Art center Thessalonica / Apollonia / ArtBox, Thessalonica, Greece
Pro@Contra, Moscow MediaArtLab, Moscow, Russia

1999
Interstanding 3. Beyond the Edge – Escaping from Marginality, Rotermann Art Center, Tallin, Estonia
Communication Front, Foundation *Art Today*, Plovdiv, Bulgaria

1998
Permanent Instability, National Gallery of Art, Tirana, Albania
1. Symposium zur Kunst und Kunstvermittlung in Mittel- und Osteuropa, ifa-Stuttgart, Stuttgart, Germany
The Art Critic during the last decade, AICA-Macedonia, Strumica, Macedonia
Border Economies, Shedhalle, Zurich, Switzerland
Junction Skopje, V2_East Syndicate, SCCA – MCA Skopje, Macedonia
Exploding Media, Salford University, Manchester, UK (ISEA'98)

1997
Is There Anything between "Here" and "There" in Contemporary Art?, International Conference, Plovdiv, Bulgaria
Erato's Version. Is It Time Now for Female Art in Bulgaria?, theoretical conference, Sofia
LEAF'97 (Liverpool Electronic Arts Festival), FACT, Liverpool, UK

1995
Contending Forces – Eastern Positions in the Western World, Kunstverein Muenchen, Munich, Germany

1994
The Museum for Contemporary Art – Between East and West, Kunst-und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, Germany

1992
18th Congress in the History of Art, Berlin, Germany

1991
15th AICA Congress, Santa Monica, USA

AICA Session, Cracow, Poland
1990
Modern Problems of Power and Culture. The Philosophical Foundations of Post-Modern Culture, co-director for Eastern Europe, Inter University Center, Dubrovnik, Croatia

1989
The Post-Modern Cultural Situation, Institute for Art Studies, Sofia
Public Post-Modern Readings, Institute for Art Studies, Sofia

Teaching:

2002
Reconstructions, Workshop with international art students. Ahead of 4th Biennial, Cetinje, Montenegro

2000
Guest Lecture Program, Goldsmiths College, University of London, London, UK
The First National Curatorial Training Course, ICA, Sofia (lecturer)

1999
The Case of the Cultural *GastARTbeiter*, Tutorial Workshop, Akademie der bildenden Künste München, Munich, Germany

1998/9
course *Contemporary Art – formation* and/or information?, Dept. of Stage Design, National Art Academy, Sofia

1996/9
course *Art and Media Space* at the New Bulgarian University, Sofia

1995/6
course *The Art of the 20th Century*, at the Southwest University St. Neofit Rilski, Blagoevgrad, Bulgaria
course *The Art of Modernism and Post-Modernism after 1945*, at the National Art Academy, Sofia
course *Visual Art as Mass media*, at the New Bulgarian University, Sofia

1992
course *Politics of Representation in Contemporary Art*, at the National Art Academy, Sofia

Awards:

1998
Grand Prix, *Onufri'98. Permanent Instability*, National Art Gallery, Tirana, Albania

Member:
Institute of Contemporary Art, Sofia (founding member)

* forthcoming exhibitions and projects
(C) catalogue published

BIBLIOGRAPHY (selection)

Dimova, Ljudmila. *I am thinking with my eyes. Interview with Luchezar Boyadjiev.* LIK-BTA Mag., 1 / 2004, Sofia (in Bulgarian)
Boyadjiev, Luchezar. *Der Fehlschlag der „Schadenfreude Guided Tours"; The Artist' Riddle.* Ein und Alle Mag., Kunsthalle Fridericianum, # 11 Winter 2003/2004, Kassel, Germany
MoneyNations. Constructing the Border – Constructing East-West. Ed. Marion von Osten, Peter Spillmann. Vienna 2003, p.p. 122-125
Visual Seminar Newsletter. September / December 2003, ICA-Sofia and CAS-Sofia, Sofia
Visual Seminar Newsletter. April / August 2003, ICA-Sofia and CAS-Sofia, Sofia
Manifesta and us. Institute of Contemporary Art-Sofia, Sofia 2003
Dragoeva, Boryana. *Interview with Luchezar Boyadjiev.* In: CATALOGUE. Defenseless and Bad. L Gallery, Moscow 2003
Snodgrass, Susan. *Manifesta 4: Defining Europe?* Art in America, January 2003, p.p. 43 - 47
Boyadjiev, Luchezar. *Manifesta 4 in 1, 2, 3.* (in Docufesta, p.p. 34 – 108) Art-ist Mag., # 6, 2003, Istanbul, Turkey
Lovink, Geert. *Uncanny Networks. Dialogues with the Virtual Intelligentsia.* MIT Press, Cambridge, USA, 2003 (interviews with Luchezar Boyadjiev, p.p. 58-73)
Boyadjiev, Luchezar. *The Balkanization of Alpa Europaea.* In: Primary Documents. A Sourcebook for Eastern and Central European Art since 1950s. MOMA - New York, The MIT Press, Cambridge, USA 2002 (p.p. 304 – 311)
Fenz, Werner. *Listen to Boyadjiev's Eyes.* Lichtungen Mag., 91 / XXIII. Jg. / 2002, Graz, Austria (Artist' Pages)
Boyadjiev, Luchezar. *Artist(s) in Residence Program, 2000*, In: Understanding the Balkans, Ed. Melentie Pandilovski, CAC, Skopje 2002
Milevska, Suzana. *The World: Home to the Others.* (The cosmopolitism debate and >eastern European< art). Springerin Mag., # 3, 2002, Vienna
Boyadjiev, Luchezar. *Commuting Notes*, Balkan Umbrella Mag. (Remont Gallery-Belgrade), No. 2, June 2002, p.p. 30-37
Boyadjiev, Luchezar. *Lunch for all...*, Gagarin Mag. (Belgium), # 4/2002, p.p. 96 – 106
Boubnova, Iara. *Aperto Sofia.* Flash Art Int., Nov.-Dec. 2001, p.p. 53 – 55
Boyadjiev, Luchezar. *Chairs and Symbols.* Der Standart, Vienna, 21 November 2001 (and 5 consecutive issues).
Hofleitner, Johanna. *Knoll Galerie. Luchezar Boyadjiev.* Die Presse (Vienna), 2 Janner 2002, p. 21
FRESH CREAM. Phaidon Press. London 2000, p.p. 142 – 147
Luchezar Boyadjiev / Artist View. Profile – Statement and images of new and old works http://www.artmargins.com
Snodgrass, Susan. *Altered Faiths.* World Art mag., #20, 1999, p.p. 16-18
Snodgrass, Susan. *Eastern Europe. Post-Communist Expressions.* Art in America, June 2000, p.p. 47-51
Vetrocq, Marcia. *Eastern Europe. East is East.* Art in America, June 2000, p. 48
Grzinic, Marina. *AV galerija – Luchezar Boyadjiev.* Ars Vivendi, n. 31, Ljubljana 1997
Angelov, Angel. *Comics and Temple.* In: CATALOGUE "Ars ex Natio. Made in Bulgaria", Sofia 1999
Philips, Christopher. *The View from Europe's Lower East Side – Report from Sofia.* Art in America Mag., October 1997, p. 47-53
Lovink, Geert. *How to Turn Your Liability into an Asset – interview with Luchezar Boyadjiev.* Hybrid Workspace, documenta X, Kassel. June 1997. In: CATALOGUE – Ostranenie 97, Dessau, 1997. http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-9707/msg00107.html
Lovink, Geert. *Yes, we are worth exploiting! – interview with Luchezar Boyadjiev.* REVOLTING Temporary Media Lab, Manchester/UK. Sept. 1, 1998. http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-9809/msg00096.html
Boyadjiev, Luchezar; Lovink, Geert. **Culture Board for Bulgaria. A Body for Cultures in Ruin**. http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-9809/msg00097.html
Also in: N5M3 – Next 5 Minutes 3 Workbook, Amsterdam 1999, p. 70
Roos, Renate. *Motive der Christenheit. Luchezar Boyadjiev stellt in der Kolner Galerie Hohenthal und Bergen aus.* Kolner Stadt – Anzeiger, n. 158, Cologne 1997
El-Hassan, Roza. *On Image Engine.* In: CATALOGUE Zeitwenden. Kunstmuseum Bonn, Bonn 1999, p.p. 86-87
Lehmann, Barbara. *Schwarzenegger, Stallone und ich.* Die Zeit, Nr. 14, Hamburg, 29 Marz 2001, p.39

Weiss, Rachel. *The March of Paradigms*. The New Art Examiner, December 1995
Weiss, Rachel. *"The End of Quotation". Bulgaria's Moment of Truth*. Afterimage. Vol. 20, n. 1, Summer, 1992. Visual Studies Workshop, Rochester, NY, USA
Boubnova, Iara. *Are we all real "polar bears" or not?* In: Grzinic, M. Ed. Gallery (Dante) Marino Cettina. Future Perspectives. Ljubljana 2001
Boubnova, Iara. *Post-What? Neo-How? For whom, where and when?* Moscow Art Magazine, #22, 1998. Also in: Culture of the Time of Transformation. The Cultural Identity of the Central-Eastern Europe. 2 International Congress. WiS Publishers, Poznan 1999; in: Anachronia Mag., Hamburg, October 1999, p.p. 21-27
Hoffman, Justin. *Bulgariaavantgarde*. Kunstforum, Bd. 141, Juli-September 1998, p. 404-405
Maier, Anne. *"Bulgaria Avantgarde" in der Kunstlerwerkstatt Lothringerstrasse*, Das Kunst-Bulletin, #5, Mai 1998, p. 43
Wiedemann, Christoph. *Blockadebrecher vom Balkan. Ein Ausstellung junger bulgarischer Kunst in der Lothringer Strasse*. Suddeutsche Zeitung, 4 Mai, 1998
Palais de Tokyo. *What is the artist's role today?* Paris, 2002. p.p. 117 (1)
Palais de Tokyo. *What do You expect from an art institution in the 21st century?* Paris, 2001. p.p. 75-76 (1)
Prott, Mark. *Ausstelung "After The Wall" in Berlin. Suche nach der Identitat*. EUROGAY webmagazine, www.eurogay.de/buch/1433.html
Lamm, April Elizabeth. *Berlin Art Diary. After the Wall*. Artnet.com, www.artnet.com/Magazine/reviewes/lamm/lamm10-23-00.asp
Mengham, Rod. *The Refugee Aesthetic?*, TATE Bulletin, Issue 20 / Spring 2000, London
Bard, Perry. *Videoarchaeology, International VideoArt Festival, Sofia, Bulgaria*. Afterimage, The Journal of Media Arts and Cultural Criticism, Rochester, NY; vol. 27, no. 4, Jan.-Feb. 2000, p. 6
Schafhausen, Nicolaus; Zeller, Ursula Ed. *1. Kongress zur Kunst und Kunstvermittlung in Mittel – und Osteuropa. 20.-22.11.1999 in Stuttgart*. ifa//documente/2/1999. Ifa Stuttgart und Kunstlerhaus Stuttgart, Stuttgart 1999
Bydler, Charlotte. *Strangely Normal. Digital art in the Istanbul Biennal'99*. www.crac.org/htmls/bydlere.html
Beke, Laszlo. *Conceptualist tendencies in Eastern European Art*. In: CATALOGUE "Global Conceptualism: Points of Origin 1950s – 1980s", The Queens Museum of Art, New York 1999, p.p. 41-51
Schmidt, Barbara. *Innsbruck. Freizeit und Überleben*. Springerin Mag., Vienna, July – August 1999, p. 64
Boubnova, Iara. *Inventing a People*. Flash Art International, n. 206, May-June 1999, p. 60
Milevska, Suzana. *Onufri 98 – Permanent Instability*. Springerin Mag., Vienna, March – June, 1999, p. 71
Boubnova, Iara. *Instabilita Permanente. Tirana*. Flash Art (Italian), # 214, Febrario-Marzo 1999
Von Osten, Marion. *MoneyNations@access*. K-Bulletin, # 1/1/1999, k3000-Zurich 1999
Stein, Judith. *Out of the East*. Art in America, April 1998, p. 51-54
Makela, Tapio. *Tales from Deep Europe*. SIKSI mag., n. 4, Winter 1997, p. 30
Made in Bulgaria. Flash Art News, Flash Art, October 1997, p. 59
Liska, Pavel. *Begegnungen mit der aktuellen Kunst in Mittel- und Osteuropa*. In: CATALOGUE "Europa – Europa", Vol. III, Bonn, 1994
Dannatt, Adrian. *Turkish Biennial – Istanbul'92*. Flash Art. #16, 1993
Boyadjiev, Luchezar. *Overlapping Identities*. Moscow Art Magazine, #22, 1998, http://services.worldnet.net/~coronado/martmag.htm
Bojadshiev, Lytschesar. *Zehn Wechselkurse die Bulgarien erschutteren*. In: CATALOGUE "Menschenbilder. Foto- und Videokunst aus Bulgarien", ifa-Galerie, Berlin, 1997
Boyadjiev, Luchezar. *The Balkanization of Alpa Europea*. In: CATALOGUE "3rd International Istanbul Biennial". Istanbul, 1992
Boyadjiev, Luchezar. *The Lack of Identity as a Post-Post-Communist Originality*. New Observations. #91, September-October, 1992. New York, USA
Bojadshiev, Lytschesar. **Kontextuelle Synchronisation uber Nedko Solakov**. In: CATALOGUE "Nedko Solakov". ifa-Galerie, Berlin 1992
Boyadjiev, Luchezar. *The Situation "Beyond" as a Situation "Behind"*. In: "Beyond Walls and Wars. Art, Politics and Multiculturalism". Ed. by Kim Levin. New York 1992



Грешно време, грешно място (автопортрет с превръзка), 2002. Дигитална графика, 65 x 74 см
Wrong Time, Wrong Place (Self-portrait with a Blindfold), 2002. Digital print, 65 x 74 cm



Да си измислиш София като гледка
Conceiving Sofia as a Sight

Мила Минева в разговор с Александър Кьосев

Александър Кьосев: Доколкото аз имам поглед, социологията е наука, която се занимава с онези закономерности на социалния свят, които са невидими за самите участници в него, т.е. тя в своята зора се е занимавала с изследване на невидими повтарящи се структури и тенденции на обществото, които съвсем не са били забележими за участниците в това общество. В този смисъл дали проектът за визуална социология не носи нещо парадоксално в себе си, дали е възможно да се прави социология на видимото, след като социологията се старае да бъде социология на невидимото?

Мила Минева: Визуалната социология наистина изглежда като парадоксален проект от гледна точка на една традиционна социология, но самата тя е до голяма степен опит да се премисли именно традиционното изследване на социалното. Тя възниква като отговор на едно състояние на социологията, което се преживява като криза. И се случва като критическа рефлексия, както върху гледната точка на изследователя, така и върху дефинициите на социалното. Изследванията, които идват от други научни парадигми и които показват погледа като исторически конструиран, дават аргументи за премислянето на изследователската позиция на един социолог. Едновременно с това започва да се проблематизира образа като интерпретация, а не просто като възприятие, което позволява именно през анализа на начините на гледане да се реконструира социалното.

Milla Mineva in conversation with Alexander Kiossev

Alexander Kiossev: As far as I know, sociology is a scientific discipline dealing with those laws governing the social world that are invisible for those who participate there. When it was conceived sociology was involved with the research of invisible constant structures and tendencies in society that were not at all noticeable for the participants in this society. In this sense, isn't the project of visual sociology marked by a paradox, is it possible to deal with sociology of the visible provided sociology is striving to be sociology of the invisible?

Mila Mineva: Indeed visual sociology looks like a paradoxical project from the point of view of a traditional sociology. However, it is an attempt to reconsider precisely the traditional ways of research of the social world. Visual sociology itself started as an answer to a certain condition of sociology, which is experienced as a crisis. It happens as a critical reflection both on the standpoint of the researcher and on the definitions of the social. Research coming from other scientific paradigms and interpreting the gaze as a historical construct provide arguments for re-thinking the research position of the sociologist. At the same time, the image is conceptualized as interpretation rather then perception and that allows for the reconstruction of the social through analysis of the ways of seeing.

A.K.: We are back at the initial question. Do these images reveal relevant aspects of the social world because the sociological premise is that the substantial laws are hidden for their agents?

А.К.: Връщаме се към началния въпрос – дали тези образи разкриват съществени неща за социалния свят, защото социологическата презумпция е, че същностните закономерности са скрити за самите агенти?

М.М.: Проблемът е как се стига до скритостта, т.е. до тези закономерности, които са непрозрачни за самите актьори. Социологията, която си служи с качествени методи стига до скритите подредености, правейки интервюта с въпросните социални актьори, наблюдавайки практики, т.е. тя се опитва от тези частични всекидневни знания на участниците в социалната реалност да открие обяснението през вече научно конструирани понятия и теоретични модели. Това, което прави визуалната социология, е да разшири изследването към образа, т.е. тя изследва не само дискурсите, които социалните актьори използват, за да си обясняват социалната реалност, а започва да интерпретира образите отново като произведени от участници в социалната реалност. Освен това визуалната социология се ражда именно в момента, когато за съвременността се говори през термина „визуална култура“, термин, който трябва да опише централността на визуалното възприятие във всекидневния живот. Ако живеем във визуален свят, т.е. свят, който произвежда смислите си през образи, то тогава, за да го разберем, за да открием скритите му закономерности, ние трябва да изследваме именно образите.

А.К.: Следвайки Ролан Барт, аз ще кажа, че в цялата семиологична система има привилегировани кодове и те са вербалните, словесните кодове, защото те притежават способността да бъдат едновременно кодове на реалността и кодове на рефлексията - мета-кодове, т.е. те винаги създават възможността да се ин-

M.M.: The problem is how does one approach the “hidden-ness”, that is those laws and regularities that are not transparent for the actors themselves. The kind of sociology, which is using serious methods, is able to reach the hidden orders by conducting interviews with the social actors concerned, by observing the practice, etc. It is trying to find explanations on the basis of this fractional everyday life knowledge of the participants in the social reality and through scientifically pre-constructed concepts and theoretical models. What visual sociology is doing is to widen the research in the direction of the image, i.e. it is investigating not only the discourses used by the social actors to explain the social reality but is beginning to interpret the images as having been produced by participants in the social reality. Furthermore, visual sociology is born at the precise moment when contemporaneity is approached through the term “visual culture”, a term that is supposed to describe the centrality of the visual perception in everyday life. If we are living in a visual world, which is to say a world that is producing its meanings through images, then we have to research its images in order to understand it and to reveal its hidden laws.

A.K.: Following Roland Barthes I would say that there are privileged codes in the allover semiological system and these are the verbal codes, the word codes because they have the ability to be at the same time codes of reality and codes of reflection, i.e. meta-codes, thus they always provide the opportunity to interpret something in the ordinary, everyday life language. Somebody dealing with the visual codes will not after all describe these through pictures but will write an essay about them, will describe them in a highly theoretical though still verbal language. In the final analysis, isn’t the verbal referential system the basic one through which all cultural codes are being read? Is there a possibility for a purely visual world?

терпретира нещо на обикновения, всекидневен език. Един човек, който се занимава с визуалните кодове няма все пак да ги опише с картинки, а ще напише статия за тях, т.е. ще ги опише на един високо теоретичен, но все пак словесен език. Дали в последна сметка основната референциална система, през която се разчитат всички културни кодове, не е словесната? Съществува ли възможност за чисто визуален свят?

М.М.: Нека да започна от края – дори да съществува подобна възможност за чисто визуален свят, той едва ли ще бъде особено интересен. За мен е по-любопитно да мисля визията и текста като възможности за производство на смисъл, да откривам връзките или напреженията между тях. И ако се върна към началото на въпроса бих казала, че проблемът не е коя е основната референциална система, т.е. тук не става дума за разпределяне на привилегировани позиции. По-скоро проблем на социологията, ориентирана към образите е, че днешната реалност е много визуална, т.е. именно образите се явяват онова, през което всекидневно се схваща света. Социалните актьори са потопени в образи и през онези неща, които се виждат, може да се реконструира картината на света, в който те живеят. Именно в този смисъл образът показва съществени неща за социалната реалност, защото през него се произвеждат нейните смисли.

А.К.: От твоя гледна точка каква е спецификата на визуалния код, с какво той се различава от другите културни кодове?

М.М.: Ще се спра на онези специфики, които ме занимават в конкретното ми изследване и то цитирайки Мирцоеф. Той твърди, че визията не заменя дискурса, но го превръща във всекидневно разбиране, прави го по-демократичен, по-бърз и по-ефективен. Именно това е спецификата на визуалния код, която ми позволява през изследване на пощенски кар-

M.M.: Let me start from the end. Even if such a possibility for a purely visual world would exist such a world would hardly be terribly interesting. For me it is rather more interesting to think about vision and text as possibilities to produce meaning and to discover the links or the tensions between both. If go back to the beginning of your question, I would say that the problem is not which one is the main referential system, this is not about distribution of privileged positions. It is rather the problem of image-oriented sociology that today's reality is too visual, i.e. it is precisely images that are the filtering agent through which the world is perceived on an everyday basis. The social actors are submerged in images and one can reconstruct the world they inhabited through the things they see. It is in this way that the image is revealing substantial things about the social reality because its meanings are produced through the image.

A.K.: What in your view is the specific of the visual code? In what way is it different from the other cultural codes?

M.M.: I will concentrate on the aspects that I am dealing with in this study and I will use quotations from Nicolas Mirzoeff. He says that the vision does not replace the discourse but is transforming it into casual understanding, makes it more democratic, faster and more efficient. That's precisely the specific of the visual code which makes it possible for me to research postcards in order to try and reconstruct the understanding of urban space. The images on the postcards are demonstrating the concepts of urbanity as they

тички да се опитвам да реконструирам разбирането за градското пространство. Образите на тях показват понятията за градскост, така както те са формирани именно в тази социо-културна реалност. И ги показват като част от всекидневието, от всекидневната практика, в която социалният актьор разпознава именно понятието си за града, когато избира картичката, която да изпрати или просто да си купи, да запази за себе си. В този смисъл образът показва как всекидневно функционират големите наративи за града, кои от тях са превърнати в непосредствени визуални репрезентации на градското, кои са останали извън всекидневната циркулация на образи. Още нещо от спецификата на образа е предизвикателство пред изследването му като социален конструкт и най-лесно може да бъде въведено през термина на Бенямин за „оптическото несъзнавано“. Има детайли в образа, които произвелата го епоха не забелязва, защото те са част от онова, което социологията нарича всекидневна очевидност. Погледът от друг културен контекст вижда тези детайли като странности, като грапавини, като punctum на образа. Разбирането им като нормални позволява разбирането на всекидневните очевидности на произвелия образите период.

A.K.: Може ли в този смисъл да се каже, че визуалната социология се занимава с незабележимото в образа?

M.M.: Занимава се с това каква е социалната реалност, която е схващала именно тези образи, които е произвела за себе си, като нормални. Това предполага разбирането – нека да въведа дистинкцията през Барт, както на studium-а, така и на punctum-а на образа. В някакъв смисъл може да се каже, че социологията се занимава не толкова с незабележимото в образа, колкото с онова, което го е направило незабележимо, или по-точно казано, направило го е част от всекидневното разбиране.

have been formulated in this specific social and cultural reality. And they are showing the concepts as part of everyday life and practice where the social actor is identifying his own idea of the city by selecting the postcard to send or just buy and keep for himself. Thus the image is demonstrating the everyday functioning of the grand narratives of the city, which ones of them have been transformed into immediate visual representations of the city specifics, and which ones have remained outside of the casual circulation of images. There is another aspect of the specifics of the image that is a challenge for its research as a social construct and it is easiest to introduce that through Walter Benjamin's term "the optical unconsciousness". There are certain details in the image, which the epoch producing it does not notice because these are part of what sociology calls casual self-evidential. The gaze from another cultural context recognizes these details as strangeness and as roughness, as a punctum of the image. The understanding of these as normal provides for the understanding of the casual self-evidential of the epoch that has produced them.

A.K.: Can one say in this respect that visual sociology is dealing with what's invisible in the image?

M.M.: It is dealing with what the social reality, which understood exactly these images it has produced for itself as normal, is. This presupposes the understanding, if I may introduce the distinction through Barthes, of the studium as well as of the punctum of the image. In a way one may say that sociology is not dealing so much with the invisible in the image as it is dealing with that, which has made it invisible, or rather with that, which has made it a part of everyday understanding.

А.К.: Тук ще дам един смешен пример – едни от първите визуални антрополози решили да прожектират на едно племе филм – един от ранните неми филми. Аудиторията гледала филма в нямо внимание и когато ги попитали какво са видели, членовете на племето казали – видяхме кокошката. Според антрополозите във филма нямало кокошка, но когато пуснали отново филма, видели, че поради лоша организация на снимките в един момент пред камерата притичва една кокошка и именно това видели членовете на една друга култура в този филм. Е добре, когато ти наблюдаваше София през картичките какви кокошки видя, какви punctum-и успя да фиксираш?

М.М.: Ще дам само един пример и то от периода на социализма. Трябва да призная, че картичките именно от този период ме изненадаха най-много. От една страна те са най-кохерентни, т.е. най-очевидна е идеологическата работа над тях. Първото, което ме учуди беше самата идеология, която образите репрезентираха - идеологията на щастливото всекидневие. Но второто е един наистина punctum в тези картички – разхождащите се хора, любим образ в тях, носеха пазарски торбички. Това беше станала част от репрезентацията на града и ми се струва, че то е именно на нивото на всекидневната очевидност. През тези образи мога да си представя как голямата идеология се овсекидневява. В известен смисъл тези торбички пропукват образа на щастливото всекидневие, а от друга страна показват конкретна практика за справяне с „икономиката на дефицита“, показват как тя се случва на обикновените актьори в социалната реалност и как формира начините им на действие.



София през 60-те
Sofia in the 60-ies

A.K.: I will give a funny example here. One of the first visual anthropologists decided to show a movie to some tribe. I was one of the early silent movies. The audience watched the film in mute attention and when they were asked about what they had seen, the members of the tribe said they had seen the hen. According to the anthropologists there was no hen in the movie yet, when they showed the film again they saw that due to bad organization of shooting, indeed at some point there was a hen running across the screen. And that's exactly what the members of a different culture saw in this movie. Well, when you were observing Sofia through the postcards, what kind of hen did you see, what punctum were you able to pin down?

M.M.: I will give only one example and that's from the socialist period. I must admit that the postcards from this period surprised me the most. To begin with, they are the most concrete, i.e. the ideological effort is the most visible there. The first thing that startled me was the very ideology these images are representing, the ideology of the happy everyday life. The second thing though is indeed a

А.К.: Ти се занимаваше с изследване на София и написа един текст, който може да се прочете в същата тази книга. Какво научи за София, което преди това не знаеше?

М.М.: Първо, очаквах, че София се променя изключително много, защото такъв е доминиращият наратив за нея. През образите си, обаче, София изглежда относително устойчива, по-устойчива, отколкото иска да си признае. Има едни и същи представителни места независимо от историческите ѝ периоди, т.е. може да се говори за устойчивост на градските репрезентации. Сега ми се струва, че има една траеща специфика на София, поне от гледна точка на визиите, които градът излъчва, т.е. има едно траещо разбиране за „представително“ градско пространство. Местата се запазват, променя се начинът, по който се виждат.



Улица „Търговска“, 1890
Turgovska Street, 1890

А.К.: Дали през паралела с места на паметта можем да говорим за места на образа, т.е. не се срещат едни и същи образи, но се срещат едни и същи рамки на образа?

punctum in the postcards – the people taking a walk, which is a favorite image in these cards, are actually carrying shopping bags. That had become part of the representation of the city and I think that that's exactly on the level of the casual self-evidential. I can imagine how the big ideology was made casual through these images on the postcards. In a way these shopping bags are cracking the image of the happy everyday life. But they are also showing a concrete kind of practice to handle the "economy of deficit". They are showing how this is happening to the ordinary actors in the social reality and how it is defining their ways of action.

A.K.: You are researching Sofia and you wrote an essay that readers could see in this book. Was there anything you did not know about Sofia before but you learned now?

M.M.: Firstly, I thought that Sofia would be changing quite a lot because that's the dominating narrative about the city. Not so, through its images Sofia looks relatively stable and definitely more stable then it wants to admit. There are the same representative locations in spite of the historical period of the city, which means one can talk about stability of the city's representations. I think now that there is a certain persisting specific of Sofia; at least wherever the vision projected by the city is concerned. I.e. there is a certain persistent understanding about the representative urban space. The locations are the same; it's only the way they are seen that is changing.

A.K.: Do you think we can use the parallel to locations of memory in order to talk about locations of the image, i.e. there are not identical images but what is there is the same framing of the image?

М.М.: Да, струва ми се, че това е хубава метафора и точно описва ситуацията. Съжалявам, че не се сетих аз за нея. Може би, за да се обясни това трябва да започна отдалеч и да припомня странната съдба на паметниците, т.е. от класически места на паметта. Поразителна е тяхната ефимерност. Всеки период си създава някакви паметници, но следващият ги изтрива от репрезентациите на града. Това е свързано с особеното конструиране на историята на градското пространство. София винаги се отласква от някакъв предходен период и бяга в нещо друго – в европейската или в модерната си утопия. В този смисъл тя изтрива отчетливите знаци на непосредственото си минало, каквито са паметниците, но запазва паметта на градското пространство в подобни „места на образа“, които са маркирани само като мечтания образ на града. Различният начин, по който се инсценират, демонстрира разликата във въображението за градското пространство, но запазването на представителните места показва устойчивост в дефиницията на градското.

А.К.: Как си обясняваш този учудващ факт, че на фона на интуициите и идеологиите на града, на нашите очаквания, че градът е динамичен и бързо променящ се, пощенските репрезентации са едни и същи?

М.М.: Струва ми се, че градът винаги бяга от нещо от съвременното си състояние. Пощенските картички показват повече въображението на София за самата нея, отколкото града такъв, какъвто е, когато картичката е направена. Именно затова промяната влиза бавно и трудно, освен в картичките от началото на 20 век, когато тя е именно знак на въобразяемото лице на града. Освен това, за да се види промяната в реп-



Банята и площад „Бански“ от края на 30-те години на 20 век
The Mineral bath building and Banski square in the late 30-ies, 20 century

M.M.: Yes, I think that’s a good metaphor and a precise description of the situation. I regret not thinking of it myself. Maybe in order to explain that I should start from far back and remind you of the strange destiny of monuments, that is of classical locations of memory. Their ephemeral character is astonishing. Each period is producing some monuments but the next one is erasing those from the representations of the city. This is related to the particular construction of the history of city space. Sofia is always bouncing off some previous period in order to run away into something else, into its own European or modern utopia. In this way the city is erasing the clear signs of its immediate past, such as the monuments, but it preserves the memory of the city space in exactly this kind of “locations of the image”, that are marked only as the wished for image of the city. The different way in which these are staged is demonstrating the differences of imagination about the city space, yet the preservation of the representative locations displays stability in the definitions of urbanity.

резентацията на града, тя трябва да се проблематизира. Вместо това градът прескача от един въображаем образ на друг, и попада на едни и същи места.

А.К.: Доколкото аз мога да видя съвременната градска среда, основният визуален код е този на рекламата и той влияе върху конструираните от различни медии образи, които започват да се държат като че ли са реклами. Този визуален код на рекламата отразява ли се по някакъв начин на съвременните картички?

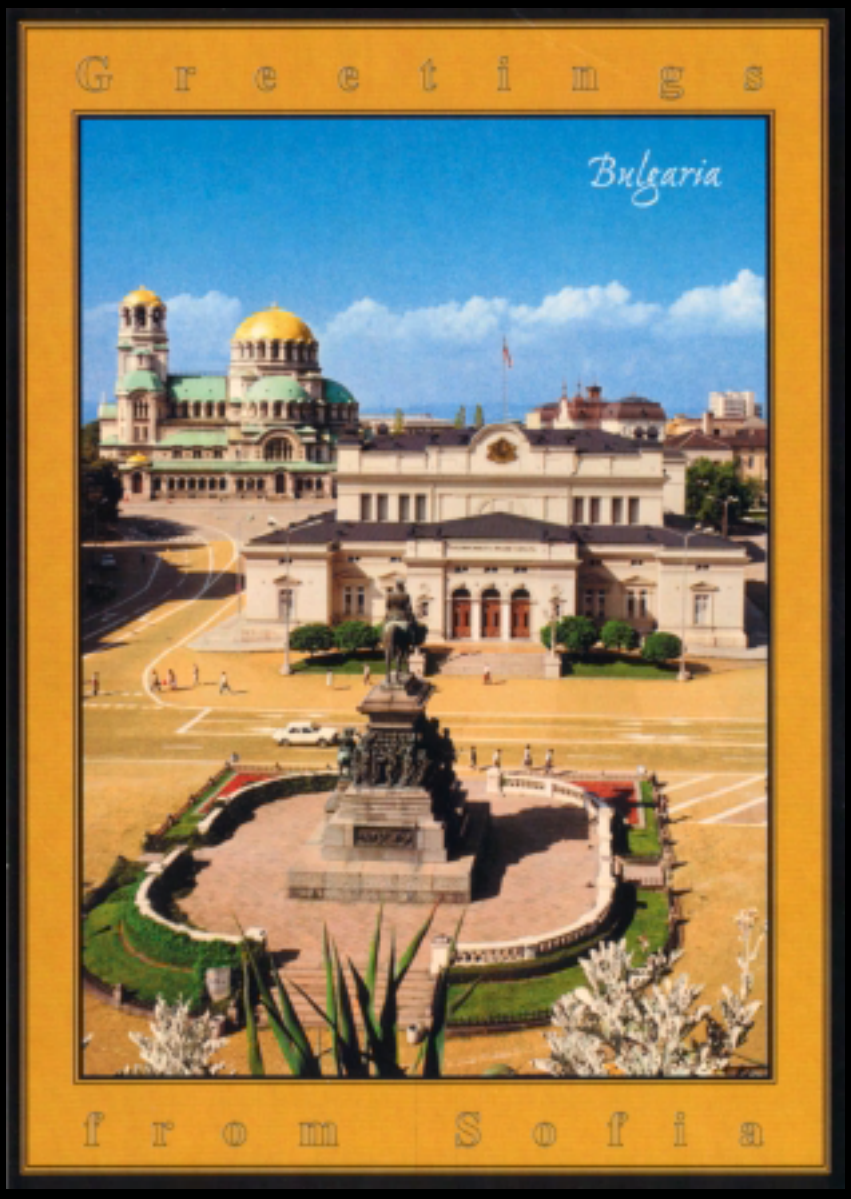
М.М.: Очевидно е, че картичките създават рекламен образ на града. За мен проблематична е групата, към която е отправена тази реклама. Картичките конструират един образ, който е създаден по линията на най-малкото съпротивление, т.е. избрана е най-безопасната стратегия за рекламиране, която е отправена към един масов потребител. Аз много бих се радвала ако има диференциация на образите, ако градът се рекламира като интересен за множество адресати, ако открие ресурсите си, с които може да съблазни различни погледи.

A.K.: How would you explain this amazing fact that against the backdrop of the intuitions and the ideologies of the city, of our expectations that the city is dynamic and fast changing, the postcard representations are identical?

M.M.: I think the city is always running away from something in its current situation. The postcards are displaying how Sofia is imagining itself rather then the city, as it was when the postcard was produced. That's precisely why the change is introduced slowly and with difficulties. Except in the postcards from the early 20th c. when the change is the sign of the imaginary face of the city. Furthermore, in order to see the change in the representations of the city it has to be seen as a problem. Instead, the city is jumping from to another imaginary vision of itself and ends up in the same locations.

A.K.: As far as I can see the current city environment its main visual code is the code of advertisement and that's influencing the images that various media are constructing. These images then start to "behave" as if they are advertisement. Is this visual code of advertisement being reflected in some way on the postcards of today?

M.M.: It is rather obvious that the postcards are indeed producing an advertisement image of the city. In my view the problem is in the target group of this advertisement. The postcards are constructing a kind of image, which is created along the lines of least resistance, i.e. the safest strategy for advertisement has been selected and it's targeted at the mass consumer. I would be very glad if there is a differentiation of images, if the city is advertising itself as interesting for a multitude of addressees, if the city would identify resources it can use to seduce a variety of gazes.


Greetings
Bulgaria
from Sofia

Мила Минева

Да си измислиш София като гледка

В този текст ще се опитам да анализирам производство на образи, което конструира София като туристическа гледка. Център на текста ще бъдат репрезентациите на града, чрез които той се опитва да привлече, да съблазни погледа. Основната ми хипотеза е, че именно през тези образи могат да бъдат реконструирани въображаемите разбирания за Модерност, формирали градската идентичност тук. Акцентът върху визуалните репрезентации изхожда от онези научни традиции, които мислят Модерността като процес на визуализиране на света (Jay 1994, Schwartz 1998), който довежда до разбирането на съвременната ситуация през термина „визуална култура". Именно в полето на образа тази култура се опитва „да придаде смисъл на безкрайната област на реалността като селектира, интерпретира и репрезентира тази реалност" (Mirzoeff 1999: 37). В този смисъл изследването на репрезентациите на София позволява да се анализират както парадигмите на виждане, така и визуалните кодове, през които се придава смисъл на градското пространство. Ако си припомним тезата на Джеймс Доналд, че градът може да се интерпретира като „исторически специфичен начин на виждане, структура на видимото" (Donald 1995:92), то тогава репрезентациите на града като пощенска картичка могат да служат именно като обекта, през който да се интерпретират тези исторически конструирани начини на виждане. Именно полагането на пощенските картички в центъра на изследването позволява да се интерпретират визуалните кодове в две перспективи: като образи, които циркулират от една страна вътре в националното пространство, а от друга – като образи, които са отправени към външен адресат. В този смисъл пощенските картички са именно обектите, в които се срещат външния и вътрешния поглед, образите, чрез които се съблазняват едновременно двата адресата. От тази гледна точка изследването на пощенските картички открива възможността да се анализира процеса на въобразяване на мястото именно като договаряне между местния и външния поглед. Изхождайки от подобни предпоставки, анализът ще бъде фокусиран върху различни жанрови типове репрезентации и ще се опитвам да показвам връзките или прекъсванията между тях. В текста ще се движа от по-структурираните и по-дискурсивните визии за града към по-неподредените; от юбилейните книги през албумите към пощенските картички. Подобна структура се налага именно с оглед на реконструирането на репрезентациите на града от гледна точка на вътрешния поглед, за да се стигне до пощенските картички като пресечна точка на двата адресата. От друга страна ще интерпретирам образите на София от три отчетливо различни исторически периода – София от началото на 20 век, във времето на социализма и след 1989 година. В историческия разказ тези периоди изглеждат като радикално различни един от друг и създават усещането за дисконтинюитет. Ще се опитам да проблематизирам подобна очевидност като основната ми хипотеза е, че образите на София ще бъдат по-устойчиви от разказите за нея, въпреки че именно на фона на тази подобност ще могат да се анализират спецификите в саморепрезентирането на града. В така заявения текст има две отмествания спрямо правените изследвания на София. Първото е, че акцентът на изследването е върху репрезентациите на града, върху визуалното производство на София. Второто е фокусирането върху образи, които превръщат града в туристическа гледка. Ограничаването на текста по такъв начин предполага, че историческите, демографските и т.н. препратки за промяната на самото градско пространство са външни на анализа, т.е. изследването е изцяло съсредоточено върху репрезентацията на града, а не върху неговото конструиране като град.

Milla Mineva

Conceiving Sofia as a Sight

Herein I will try to analyse the production of images constructing Sofia as a tourist sight. The text will be centred on the representations of the city through which it is trying to attract, tempt the eye. My main assumption is that the imaginary views on Modernity that have shaped the city identity can be reconstructed through these very images. The accent on the visual representations come from those scientific paradigms that perceive Modernity as a process of visualising the world (Jay 1994, Schwartz 1998) that lead to the concept of "visual culture" as an instrument to understand contemporary situation. It is in the field of the image that this culture is trying to "make sense of the infinite range of exterior reality by selecting, interpreting and representing that reality" (Mirzoeff 1999: 37). In this sense the study of Sofia representations allows us to analyse the paradigms of seeing, on the one hand, as well as the visual codes through which sense is attributed to the city milieu. If we recollect the tenet of James Donald that the city can be interpreted as a "historically specific mode of seeing, a structure of visibility" (Donald 1995:92), then it is the representations of the city as a postcard that can serve as the object through which these historically constructed ways of seeing can be interpreted. Through the prism of the postcards we can interpret the visual codes in two perspectives: as images, circulating within the national territory and as representations, projected to the outer addressee. In this sense the postcards are those objects, where the inner and the outer gaze meet themselves, images which tempt both addressees. From this point of view the research of the postcards offers the opportunity to analyze the process of imagining the place as a negotiation between the inner and the outer gaze. Starting with these prerequisites the analysis will be focused on various genre types of representations and I will be trying to elicit the links or interruptions between them. Throughout the text I will be moving, on the one hand, from more structured and discourse-oriented visions of the city to more unsystematic ones, from jubilee books through albums to postcards. Such a structure is due because of the attempt to reconstruct the representation of the city starting form the point of view of the inner addressee and reaching the meeting point of the inner and the outer gaze – the postcard. On the other hand, I will interpret the images of Sofia from three distinctly different historical periods – Sofia from the beginning of the 20th century, in the socialist era, and after 1989. In the historical narrative these periods seem radically different from each other and create a sense of discontinuity. I will attempt to argue such obviousness, my main assumption being that images of Sofia will be more sustainable than narratives of it although it is at the background of this detail that specific features in the self-representations of the city can be analysed. There are two deviations in the thus announced text from the studies of Sofia conducted heretofore. The first one is the focus of the study on city representations, on the visual production of Sofia. The second one is the focus on images that turn the city into a tourist sight. Delimiting the text in this manner implies that the historical, demographic and other references for the change of urban milieu itself are external to the analysis, i.e. the study is exclusively centred on the city representation rather than on its composition as a city.

Sofia through the Jubilee books

In my analysis I am using three Jubilee books produced in the different historical periods. The first one, published in 1928, marks the 50th anniversary of the capital, the second one – the 80th anniversary, and the third one – the 120th anniversary. None of these periods has seen the publication of more than a single Jubilee book. It is symptomatic that the books mark the anniversaries of Sofia as a capital. Even if there is historical

София през юбилейните книги

Използвам в анализа си три юбилейни книги, произведени в различните исторически периоди. Първата, от 1928 година, отбелязва 50-годишнината на столицата, втората – 80-годишнината, а третата – 120-годишнината. В нито един от тези периоди не е издавана повече от една юбилейна книга. Симптоматично е, че книгите отбелязват годишнините на София като столица. Дори да има историческа информация за града като многовековен, истинското му летоброене започва като че ли с обявяването му за столица. Жанрът на юбилейните книги предполага, от една страна, честване, а от друга – равносметка. Те са обърнати повече към софиянеца или към българина, който да разпознае столицата като представителна за държавата. В този смисъл през юбилейните книги може да се реконструира образа на София, обърнат към вътрешния адресат или те произвеждат градската идентичност, която ще се стреми към признание. От друга страна именно през юбилейните книги може да се интерпретира репрезентацията на София като по-структурирана, доколкото в пощенските картички тя вече се явява като фрагментарна.

„Расте, но не старее“

Девизът на София като че ли задава основната дискурсивна рамка, в която се разказва града през 1928 година. Именно през наратива на демографския, териториален и цивилизационен растеж се формира символния капитал на града като столица. София е конструирана в първата юбилейна книга като „първия по прииждане на население и увеличаване на жителите град в България“ (с. 63)[1]; едновременно с това нарастване, растат и сградите – София става вече висока с по 4-5 етажни сгради. За 50 години тя се е превърнала в най-модерния град в България.

„... град София се изцяло промени досежно своята физиономия. Той е вече голям град, важно кръстопътище на железни линии, модерно планиран, с водопровод, с канализация, електрическо осветление и електрически трамваи. ... Около двореца се създаде „Сити“, както във всички големи градове.“ (с. 73)

Цитираният откъс показва желания облик на София през 1928 година, но от през него може да се види и двойният проблем, пред който е изправена София след Освобождението. Проблематична е както нейната градскост, така и нейната столичност.

Според спомените на съвременниците София не е истински град. Константин Иречек цитира Вазов, който казвал „че тя е само едно голямо село, само голяма Берковица.“[2] Ако за столица на новата държава трябва да се избере истински град, очевидно е, че това е трябвало да бъде Търново или Пловдив. В свое писмо от Пловдив Григор Начович, след като оплаква липсата на патриотизъм сред пловдивчани, пише: „София – направете я красива, посъбудете й жителите, които не са поне неприятели на отечеството си, ако и да казват че са останали назад, и нека стане София българска столица.“[3] Що се отнася до Търново, предложение поддържано от австрийската дипломация, Драган Цанков, търновски вицегубернатор по това време, пише: „Дано бог вразуми българите да не поддържат да стане Търново столица. Аз ти казах и други път, че ти си честит да си при едно население, което не е търновско.“[4] С казаното до тук просто се опитвам да покажа, че каквито и да си причините София да бъде избрана

1 Всички цитати са по Юбилейна книга на град София (1878 – 1928), 1928. Печатница „Книпеграф“ акционерно дружество, София.
2 Столицата София, 1999, С., с. 13.
3 Столицата София, 1999, С., с. 6.
4 Столицата София, 1999, С., с. 9.

information of the city as being centuries old, its true chronology seems to start with its proclamation as a capital. The genre of Jubilee books implies, on the one hand, celebration, and on the other – a recapitulation. They are targeted more at Sofia citizens or Bulgarians who should recognise the capital as representative for the state. In this sense the image of Sofia directed at the internal addressee can be reconstructed in Jubilee books and they produce the city identity that will be striving for acknowledgement. On the other hand, it is through the Jubilee books that the representation of Sofia can be interpreted as more structured inasmuch as it already appears as fragmentary in postcards.

"It grows but does not age"

The motto of Sofia seems to set the basic discourse framework in which the city is being narrated in 1928. It is through the narrative of the demographic, territorial and civilization development that the symbolic wealth of the city as a capital is formed. Sofia is constructed in the first Jubilee book as "the first city in Bulgaria in terms of influx of population and boost of its citizens" (p.63)[1]; parallel to this rise, the buildings rise, too – Sofia becomes already 4-5-floor buildings tall. Within 50 years it has turned into the most modern city in Bulgaria.

"... the city of Sofia has undergone a complete change with regard to its physiognomy. It is already a big city, an important crossroad of railways, planned in a modern way, with a water-supply system, sewerage, electric lighting and electric trams. ... Around the Palace a "City" has developed as in all big cities." (p.73)



Панорамен изглед от края на 19 век
View from Sofia in the end of 19 century

On the one hand the quoted excerpt shows the desired image of Sofia in 1928 but on the other, it reveals the double problems it faces after the Liberation. On the one hand its city status is problematic, on the other – its capital status.

According to memories of the contemporaries it is obvious that Sofia was not a real town. Konstantin Irecek quotes Vazov who had said that "it is but a big village, just a big Berkovitsa"[2]. If a real city had to be selected as capital of the new state, it obviously

1 All quotations are after the Jubilee books of the city of Sofia (1878 – 1928), 1928. Printing house "Knipegraph" Inc., Sofia.
2 The Capital Sofia, 1999, S., p. 13.

за столица, сред тях не е градскостта на мястото. Така единият образ, който София се опитва да скрие, е този на „голямото село“. А другият е на ориенталския град. Отново по спомени на Иречек къщите и дюкяните са ориенталски, а така описва Народното събрание: „голяма дървена сграда, каквито се строят у нас за изложба на добитък, цяла с малки знамена. Това ще да е навярно Народното събрание.“[5] В този смисъл идентичността на София се случва през две сравнителни перспективи – с другите български градове и с другите европейски столици. Има отчетливо различни градски политики, които определят облика на София и се легитимират през тези две перспективи. Едната политика е тази на превръщането на София в град, поне сравним с Търново или Пловдив. Другата – тази, която ще направи от София европейска столица. Първата политика е свързана по-скоро с благоустройството на града, втората – с неговата представителност. В този смисъл купуването на газени фенери за софийските улици – първото действие на първия кмет на София – се легитимира през сравнението с другите български градове. Електрифицирането на уличното осветление е част от другата политика – на сравнение с европейските столици (София е електрифицирана през 1900 г., наистина преди някои от европейските столици). Едновременно с политиките на превръщане на София в европейски град започва и измислянето на градските символи. Първо е създаден гербът на София по повод световното изложение в Париж през 1900 г. Организаторите на изложението молят да им бъде изпратен гербът на столицата, за да бъде изложен заедно с гербовете на другите столици на участващите държави. Тогава кметът Христо Попов, заедно с Иван Мърквичка – директор на Рисувалното училище и Вацлав Добруски – директор на Археологическия музей поръчват изработката му на Харалампи Тачев. Както казва самият автор на герба „По този начин София се нареди между другите европейски столици.“[6] Отново имитирайки Европа е формулиран девизът на София, напомнящ девиза на Париж.

Така от една страна градските политики променят самото градско пространство, но това става бавно и неравномерно. От друга страна репрезентациите на София демонстрират тези политики като вече случили се. В юбилейната книга от 1928 година се създава образ на София като вече европейски и вече столичен град. Именно като такъв описанието му не изпуска нито един детайл и София в тази книга изглежда много жив и динамичен град. Описани са не само новостите в градската среда, но особено силен акцент е сложен върху софийските жители.

„Напразно човек ще дири характерните черти на столичанина, неговите нрави и обичаи, тъй както те се очертават в провинциалните градове.“ (с. 294)

Това е въвеждащото изречение към онази част от книгата, която трябва да разкаже за столичани. Но това е само привиден отказ от описанието на софиянци. Тук става дума по-скоро за въвеждането на разказ за нов тип специфики, т.е. не за нрави и обичаи, а по-скоро за всекидневни модерни практики. Именно затова текстът е многословен в описанието на разходките, на бирариите и кафенетата, на културните събития и на превърналите се във всекидневие сказки, на благотворителната дейност и на „дружествения живот“. Основният образ, който се създава, е този на модерното всекидневие, безкрайно динамично и отворено към новостите. Може би и поради тази причина, за да опише София като истински световен град, текстът вписва в редовете на софиянци многото чужденци, които живеят в столицата, те се инсценират като част от нейния живот и я превръщат в най-шарения в етническо отношение град в България.

5 Столицата София, 1999, С., с. 14.
6 Столицата София, 1999, С., с. 39.

should have been Turnovo or Plovdiv. In a letter from Plovdiv, after lamenting the lack of patriotism among Plovdiv residents, Grigor Nachovich writes: “Sofia – make her beautiful, stir up her citizens who are at least not hostile to their mother country even if they say that they are lagging behind, and let Sofia become the Bulgarian capital.”[3] As regards Turnovo, a proposal supported by the Austrian diplomacy, Dragan Tsankov, the Vice Governor of Turnovo at the time wrote: “Let God bring Bulgarians to their senses so that they do not support the motion for Turnovo becoming capital. I have told you before that you are happy to be among a population that is not the Turnovo one.”[4] With all said heretofore I am just trying to demonstrate than no matter what the reasons were for selecting Sofia as a capital, the urbanity of the place is not among them. Thus one of the images which Sofia is trying to hide is that of the “big village”. And the other one is that of the Oriental city. Again after Irecek’s memories the houses and workshops are oriental, and this is how he describes the National Assembly: “a big wooden building of the type erected for livestock exhibitions at home, all covered in small flags. This must be the National Assembly.”[5] In this sense the identity of Sofia is happening through two comparative perspectives – to other Bulgarian towns and to other European capitals. There are distinctly different urban policies defining the image of Sofia and made legitimate through these two perspectives. One of the policies is that of transforming Sofia into a city, at least on a par with Turnovo or Plovdiv. The other one – the policy which would turn Sofia into a European capital. The first policy is related rather to the urbanisation of the city, the second one – to its high profile. In this sense buying gas lanterns for Sofia streets – the first move of the first Sofia Mayor – is legitimised through the comparison with other Bulgarian towns. The electrification of street lightning is part of the other policy – for benchmarking with European capitals (Sofia was electrified in 1900, actually earlier than some European capitals). Hand in hand with the policies of turning Sofia into a European city starts the conception of city symbols. First, the coat of arms of Sofia is designed on the occasion of the World Exhibition in Paris in 1900. The organisers of the Exhibition ask to be sent the coat of arms of the Capital to exhibit it along with those of other capitals of the participant countries. Then the Mayor, Christo Popov, together with Ivan Mrkvicka, Director of the Painters’ school, and Vaclav Dobrouski, Director of the Archaeological Museum assign its design to Haralampi Tachev. In the words of the author of the coat of arms himself



Модерните градски практики са част от образа на София от първата половина на 20 век. Картичка с Градската градина от този период
The modern urban practices were part of the image of Sofia in the first half of the 20 century. A postcard with the City garden from that period

3 The Capital Sofia, 1999, S., p. 6.
4 The Capital Sofia, 1999, S., p. 9.
5 The Capital Sofia, 1999, S., p. 14.



Софийска бирария от началото на 20 век
Sofia beer house from the beginning of the 20 century

.... „най-хубавият, най-модерният град на България има малко общо със София преди 50 години“ (с. 69)

Това е обобщеният образ на София, който юбилейната книга от 1928 г. конструира. Тук бих искала да сложа няколко акцента върху логиката на тази репрезентация. Основният източник на градската идентичност, но и символен капитал на София като столица, е нейното собствено съвремие. В юбилейната книга има връщане към Сердика и към Средец, но то е от порядъка на археологическия интерес и съвсем не се митологизира, за да се превърне в символен ресурс. Много по-мощна е визията на сега-построената София. Другият важен момент е оттласкването от не-градското, което може да се прояви както в начина на обличане, така и в начина на живот и на празнуване. От тази гледна точка носиите или бившите селски събори се скриват, забраняват се с кметски решения или се порицават като консервативни. Онова, което се представя, е европейското софийско гражданство, новата модерна архитектура и съвременните градски празници. Ако има период в българската история, който сам да нарича себе си Ново време, това е този. Или поне в такъв образ е искал да се разпознае.

"This way Sofia took its place among the ranks of other European capitals."[6] Again imitating Europe, the motto of Sofia has been worded reminiscent of the motto of Paris.

Thus, on the one hand, urban policies change the very milieu of the city but this happens slowly and unevenly. On the other hand, representations of Sofia display these policies as ones that have already occurred. In the Jubilee book of 1928 an image of Sofia is created as an already European and capital city. It is in this capacity that its depiction does not omit a single detail and Sofia in this book seems a bustling and dynamic city. Not only the novelties in the city milieu are described but also special emphasis is laid on Sofia residents.

"In vain would one seek the typical characteristic features of the capital's resident, his manners and customs, because they are shaped in the provincial towns." (p. 294)
This is the introductory sentence to that part of the book which should discuss residents of the capital. But this is only a seeming refusal to depict them. This refers rather to introducing a story about a new type of specific features, i.e. not about mores and customs, but rather about daily modern practices. That is why the text is verbose in describing the strolls, beer halls and cafes, cultural events and the lectures which have become commonplace, charity events and "community life". The major image created is that of modern daily round, infinitely dynamic and open to innovations. Perhaps this is partly the reason why, in order to depict Sofia as a real cosmopolitan city the text lists in the ranks of Sofia residents the numerous foreigners residing in the capital, they are staged as part of its life and turn it into the most multi-coloured city in Bulgaria in ethnic terms.

.... "the most beautiful and modern city of Bulgaria has little in common with Sofia of 50 years ago" (p. 69)

This is the summary image of Sofia which the Jubilee book of 1928 constructs. I would like to highlight here several aspects in the logic of this representation. The main source of city identity, but also a symbolic capital of Sofia is its own contemporaneity. The Jubilee book contains a return to Serdika and Sredets but it is of the order of archaeological interest and is not mythologized to be turned into a symbolic resource. Much more powerful is the vision of the just constructed Sofia. The other important moment is the thrust back from the non-urban which can manifest itself not only in the attire but also in lifestyle and celebration. From this point of view the national costumes or the former village fairs are hidden, banned with a Mayor's decision or reproved as conservative. What is presented is European Sofia citizenship, the new modern architecture and contemporary city festivities. If there is a period in Bulgarian history which calls itself the New Time, it is this one. Or at least that is the image it wanted to convey.

A city meant for the people

The Jubilee book of Sofia issued at the time of socialism does not create the feeling of discontinuity in the logic of presentation even though the text explicitly speaks of cutting the link with the "capitalist" city. In fact, this is a narrative along the lines of the first Jubilee book. The way the book of 1928 talks about a radical rupture with the aspect of Sofia "in Turkish times", the socialist city in the book of 1958 is constructed as rejecting the image of the previous period. Only those negative features of the city which are set in its nearest past are reconstructed retrospectively. If Sofia as a newly established capital is proud of its urban development plans because of their very existence as pushing it away from the oriental city and turning it into a modern European one, socialist Sofia accepts

6 The Capital Sofia, 1999, S., p. 39.

Град, предназначен за народа

Юбилейната книга на София, издадена по времето на социализма, не създава усещането за дисконтинюитет в логиката на представянето, въпреки че текстът експлицитно разказва за прекъсването на връзката с „капиталистическия" град. Всъщност това е наратив в логиката на първата юбилейна книга. Както тази от 1928 г. говори за радикално скъсване с облика на София „в турско време", така социалистическият град в тази от 1958 г. се конструира като отхвърляне на образа от предходния период. Ретроспективно се реконструират единствено негативите на града, които се полагат в най-близкото му минало. Ако София в началото си като столица се гордее с градоустройствените си планове, поради простото им наличие, като отдалечаващи я от ориенталския град и превръщащи я в модерен европейски град, то социалистическа София приема тези планове като очевидност и ги критикува съдържателно. Просто в този момент наличието на план вече не е достатъчно, важно е какъв е той. Това е само един пример, с който се опитвам да покажа, че въпреки разграничаването на съдържателно ниво, открития на предходния период са се превърнали в саморазбиращи се очевидности на градското пространство и неговите репрезентации. Другото устойчиво място в разказа за София е наративът за нейния растеж.[7] Всеки период добавя ново нарастване на населението, ново нарастване на сградите, ново нарастване на цивилизационните придобивки. Вторият важен аспект в репрезентациите на София, който продължава от предходния период, е представянето ѝ като столица.[8] Едновременното конструиране на градскост и столичност на София е важна част от процеса на формиране на градска идентичност. София трябва едновременно да символизира града, но и държавата. Тя трябва едновременно да си конструира представителни места като град – например кметство, но и като столица – Народно събрание или царски дворец. Парадигматичен е случаят с новия център, конструиран през 50-те години. Това едновременно е новият център на града, но и новият център на столицата, т.е. на държавата и би трябвало да удържи тези две символни перспективи. Според проекта (книгите от този период представят проекта като виртуална разходка из центъра на София) доминиращата сграда в този комплекс е Домът на градския съвет (той трябва да бъде срещу Партийния дом като затвори карето). По план той е най-висок и визуално трябва да управлява това пространство. Тази част от проекта, обаче, остава виртуална. За сметка на това е построен Партийният дом, който би трябвало да е доминиран от градския съвет, но се е оказал по-важен от него. Във визуалното представяне на града доминирането на града София от столицата София е пределно очевидно. Повтарящите се образи са тези на Народното събрание, Президентството, Партийния дом. Общината е невидима. Този момент в конструирането на София едновременно като град, но и като столица, както се опитах да покажа, е важен от самото ѝ начало. Още в първата юбилейна книга е значимо това, че образът на София трябва да представя като изпълнен проекта за България. Именно затова книгата завършва със следното изречение: „Тя води България" (305). Тази ръководна функция на София е още по-силно акцентирана в юбилейната книга от 1958 г. като е приписана на града назад в историческото му минало.

И тук на фона на общите места започват да се открояват спецификите в социалистическия тип репрезентации на София. Първата е добавянето на минало. Ретроспективно София се конструира като важен градски център, историята ѝ започва от палеолита, а археологическият интерес към миналото се превръща в условие за разбиране на настоящето. Под заглавието „Новото в стара София" е отделена цяла глава от юбилейната книга, която разказва за археологическите открития при новата народна власт. Всъщност това е начинът, по който миналото се превръща в символен ресурс

7 Този наратив ще се появи и в юбилейната книга от 2000 г.

8 Този аспект спира да се проблематизира в третата юбилейна книга.



Партийният дом от края на 50-те
The Party house of the Bulgarian Communist Party from the end of the 50-ies

these plans as a matter of fact and criticizes them contents-wise. Simply at that stage the existence of a plan is no longer sufficient, the important thing is what the plan is. This is just an example trying to show that despite the differentiation on the level of contents, discoveries of the previous period have become self-evident facts of city milieu and its representations. The other sustainable place in the tale of Sofia is the narrative about its growth.[7] Each period adds a new boost of the population, new boost of the buildings, new boost of civilisation assets. The second important aspect in the representations of Sofia which continues from the previous period is its presentation as a capital.[8] The simultaneous construction of Sofia status as a city and capital is an important part of the process of shaping city identity. Sofia should symbolise both the city and the state at the same time. It should simultaneously construct representative places as a city – for instance a Town Hall, but also as a capital – National Assembly or King's Palace. The case with the New centre built in the 1950s is paradigmatic. It is simultaneously the new city centre but also the new centre of the capital, i.e. of the state and should sustain both these symbolic perspectives. According to the project (the books from this period present the project as a virtual stroll round the centre of Sofia) the dominant building in this set is the City Council House (it should be opposite the Communist Party House thus closing the square). According to the plan it is the highest and should visually command this space. This part of the project, however, remains virtual. Instead, the Party House is build which should be

7 This narrative will also appear in the Jubilee book of 2000
8 This aspect is no longer discussed in the third Jubilee book.

на новата власт и тя инсценира себе си именно като съхраняваща историята. На фона на този наратив стават напълно обясними повтарящите се образи на София. Социалистическата визия на града не се отказва от нито един от старите образи, въпреки че ги поставя в нов контекст. В юбилейната книга има снимки на повечето църкви, които се мислят като представителни за София и днес; представени са архитектурните емблеми от началото на 20 век, както и синагогата, джамията или турската стена (известна днес като Римската) като представителни за различни културни практики по тези земи. Естествено те са в рубриката на „останки от миналото“, които обаче обогатяват живота и образа на града.

Ако има някаква радикална новост в представянето на София в този период, то е конструирането на „нов социален облик на града“ (с. 88).[9] Този социален облик се визуализира на няколко нива. Първо, стават видими сгради, които могат да се превърнат в емблеми на социални придобивки, т.е. болници, поликлиники, детски домове, училища, стадиони. Вторият важен аспект, подчертан от юбилейната книга, е грижата на на-



9 Цитатите са по: Юбилейна книга на град София (1878 – 1958), 1958. Издание на ИК на СГНС.

domineered by the City Council but evolved to be more important than it. The domination of the city of Sofia over the capital Sofia in the visual representation of the city is all too obvious. The repeat images are those of the National Assembly, the Presidency, the Party House. The Town Hall is invisible. This point in the construction of Sofia as both city and capital at the same time, as I was trying to show, is important since its very beginning. Ever since the first Jubilee book it has been important that the image of Sofia should present the project for Bulgaria as accomplished. That is why the book ends with the following sentence: "It leads Bulgaria" (305). There is an even bigger emphasis on this leading function of Sofia in the Jubilee book of 1958 and it is attributed to the city back in its historic past.

At the backdrop of the common features, the specific aspects in the socialist type of representation of Sofia are starting to emerge here. The first one is the addition of a past. Retroactively Sofia is constructed as an important city centre, its history starting from the Paleolithic Age, and the archaeological interest for the past is transformed into a prerequisite for understanding the present. A whole chapter of the Jubilee book under the title "The new in old Sofia" is dedicated to the archaeological discoveries made during the new people's power. Actually this is the way in which the past is turned into a symbolic resource of the new power and it stages itself specifically as preserving history. At the background of this narrative the repeat images of Sofia become easy to explain. The socialist vision of the city does not discard any of the old images despite placing them in a new context. The Jubilee book contains photos of most churches which are considered representative of Sofia even today; the architectural emblems from the early 20th century are presented, as well as the synagogue and the mosque or the Turkish wall (known as the Roman wall today) as representative of various cultural practices in these lands. Naturally they are in the "Remnants of the past" section but they nevertheless enrich the life and image of the city.

If there is any radical novelty in the representation of Sofia in this period, it is the construction of a "new social image of the city" (p. 88).[9] This social image is visualised on several levels. First some buildings become visible which can turn into emblems of social assets, i.e. hospitals, polyclinics, childcare institutions, schools, stadiums. The



„Градът-градина" продължава да бъде доминиращ образ на София. Булевардът на тополите – „Толбухин", 1967
The "garden-city" continues to be the dominant image of Sofia. The Boulevard of poplars – Tolbouhin Blvd, 1967

Забързано социалистическо всекидневие по най-малката улица на София – улица „Малко Търново", 1967
The rapid socialist daily life on the smallest street of Sofia – Malko Turnovo Street, 1967

9 The quotes are after: The Jubilee Book of the city of Sofia (1878 – 1958), 1958. Edition of publishing house of Sofia City People's Council.

родната власт за жилищния фонд. В книгата са представени както готови квартали като „Заимов“, така и плановете за новите „модерни предградия“ и образи от процеса на тяхното строителство. Това е всъщност единствената визия на София, която на образно ниво съдържа едновременно центъра и модернизираната[10] периферия на града. Третият аспект на социалния облик на града е инсценирането на градското пространство като обърнато към хората. София се превръща в репрезентациите си в „град предназначен за народа, за задоволяване на неговите всестранни нужди“ (с. 19). Именно затова образите показват града като уютен през снимки, инсцениращи щастливо всекидневие.

Тук ще направя едно отклонение от юбилейните книги, за да покажа как се конструира София в албумите от този период. Правя го именно тук, първо, защото албуми има само от времето на социализма и второ, защото сравнението между тях и юбилейната книга показва разликата между образите, които имат отчетливо вътрешен адресат и тези, които са отправени и към външния. И трите албума, които разглеждам,[11] имат само въвеждащ текст от 2-3 страници на български, руски, немски, френски и английски език, следвани от изцяло фотографско представяне на София. Текстът в началото на албумите винаги подчертава, че един град – това са преди всичко неговите жители. Снимките показват това. Огромната част от тях поставят в центъра си хора, а повечето сгради са снимани от перспективата на минаващия покрай тях. Начинът, по който са подредени снимките в тези албуми, е изключително показателен за репрезентацията на София в този период. Структурата е една и съща (съдържателно и образите са едни и същи). В началото изглежда, че снимките конструират исторически



„Сладък живот“, измислен по времето на социализма. Картичка на София от 80-те
***Sweet Life*, invented in the socialist period. Postcard from the 80-ies**

10 Това е начин да подчертая, че присъединените към София села, които запазват селския си облик, остават невидими.
11 Помадова, В., М. Станчева и С. Игнатиевски (съст.), 1959. София, ДИ „Наука и изкуство“, София; Северняк, С. (съст.), 1967. София – столица на НРБ, ДИ „Наука и изкуство“, София; Гергов, С. и Г. Узунски (съст.), 1975. София, ДИ „Септември“, София.

second important aspect underscored by the Jubilee book is the care taken by the people's power for residential facilities. The book presents as completed residential quarters like "Zaimov" and plans for new "modern suburbs" as well as images from the process of building them. This is actually the only vision of Sofia which on the image level contains simultaneously the centre and the modernised[10] periphery of the town. The third aspect of the social image of the city is the staging of city milieu as people-focused. Sofia is turned in its representations as a "city meant for the people, for meeting its comprehensive needs" (p. 19). That is why the images reveal the city as cosy through photos staging a happy daily round.

I will deviate from the Jubilee books here to show how Sofia is constructed in the albums of this period. I have chosen this point because first of all, albums exist only since socialist time and secondly, because the comparison between them and the Jubilee book shows the difference between the images which have a distinctly internal addressee and those directed to the external one. The three albums I am reviewing[11] have only an introductory text of 2-3 pages in Bulgarian, Russian, German, French and English, followed by an exclusively photographic presentation of Sofia. The text at the beginning of the albums always highlights that a city is above all its residents. This is illustrated by photos. The vast majority of them place people in their centre, and most buildings have been photographed from the perspective of the passer-by. The way photos in these albums are arranged is very indicative for the representation of Sofia in this period. The structure is the same (in terms of contents, the images are the same, too). At the beginning it seems that the photos construct a historically consistent vision – a panoramic bird's eye picture of the city and then enter it through various archaeological remains. After the initial 3-4 pictures, history is abandoned altogether to display the "Centre." Actually the first photos show cultural heritage but they are incorporated in the city milieu, not in the city life. From the centre through "busy crossroads" one enters into the daily round of Sofia citizens staged as modern, a leisure section follows, and then the Central Railway Station or the Airport. It seems the album determines the route, offers a recipe for moving around town. It is trying to tempt the external eye, showing a practice of residing in this town. The album is visualising the ideology for socialist Sofia – a city of the people which reflects the life of working people in the socialist state – both business and festive." (Mitov 1954: 20). That is why the city is staged as human in the daily practices at work and leisure, as a modern, busy town (the abundance of cars highlights this), but "green" and cosy, focused on its residents. The most sustainable metaphor is that of the garden. The names of boulevards are doubled with botanical names – the boulevard of roses, of poplars, of chestnuts… Sofia is constructed as a pleasant city to reside in, with cafes around the squares, restaurants in the open, and Indian rubber plants on the beach. Happy young people are strolling around, sitting on benches, children are playing. This does not mean that the ideological perspective is missing, that the leading role of the Party is not visible. It means that it is rather implicit as the background against which all this is happening. An indicative photo in this respect is the one of the Brothers' mound. Nothing in the title of the photo – "A sip of cold water" – implies that it is this monument that is shown. The centre of the foreground is focused on small children who are drinking water. Far in the distance but by far the highest is the towering Brothers' mound; slightly out of focus but simply standing there with children at its base. The picture makes visible the ideology "in the name of the people".

---

10 This is a way to underscore that the villages appended to Sofia which preserve their rustic image remain invisible.

11 Pomadova, V., M. Stancheva and S. Ignatievski (compilers), 1959. Sofia, State publishing house "Naouka I izkoustvo", Sofia; Severniak, S. (compiler), 1967. Sofia – capital of the People's Republic of Buglaria, State publishing house "Naouka I izkoustvo", Sofia; Gergov, S. and G. Ouzounski (compilers), 1975, Sofia, State publishing house "Septemvri", Sofia.

последователна визия – панорамна снимка от птичи поглед на града, а след това влизане в него през различни археологически останки. След първите 3-4 снимки историята е абсолютно изоставена, за да се покаже „Центъра“. Всъщност първите снимки показват културното наследство, но те са вписани в градското пространство, а не в градския живот. От центъра през някое „оживено кръстовище“ се влиза в инсценираното като модерно всекидневие на софиянци, следва свободното време, а после Централна гара или Летището. Като че ли албумът задава маршрута, някаква рецепта за движение из града. Той се опитва да съблазни външния поглед, показвайки практика на обитаване на този град. Албумът визуализира идеологията за социалистическа София – град на хората, който отразява „живота на трудещите се хора в социалистическата държава – делови и заедно с това тържествен.“ (Митов 1954: 20). Именно затова градът се инсценира като човешки през всекидневни практики на работа и свободно време, като модерен, забързан град (изобилието от коли подчертава това), но „зелен“ и уютен, обърнат към своите жители. Най-устойчивата метафора е тази на градината. Имената на булевардите са дублирани с цветни имена – булевард на розите, на тополите, на кестените... София се конструира като приятен за живеене град с кафенета по площадите, ресторанти сред природата, фикуси на плажа. Щастливи млади хора се разхождат, седят по пейките, деца играят. Това не означава, че липсва идеологическата перспектива, че не е видима ръководната роля на Партията. По-скоро означава, че тя е показана като подразбиращото се, като фона, на който всичко това се случва. Показателна в това отношение е една снимка на „Братската могила“. Нищо в озаглавяването на снимката не предполага, че става дума именно за този паметник – „Глътка студена вода“. На преден план са малки деца, пиещи вода. Много в далечината, но пък най-високо се издига „Братската могила“; тя е дори леко не на фокус, но просто е там и децата са в подножието ѝ. Снимката прави видима идеологията „в името на народа“.

Албумите показват какво означава това градът да е обърнат към хората, да има социален облик, но само в един от неговите аспекти. Болницата и училището са образи за вътрешния адресат; разходката, градинката, булеварда на розите са образите, с които се съблазнява външния. Те именно трябва да договорят признанието на София като „град, предназначен за народа“.

Минало несвършено

Юбилейната книга на София от 2000 г. има няколко съществувания. Тя е издадена на български и на английски, и едновременно с това е публикувана в сайта на общината. В този смисъл образът на София, който конструира, не е обърнат непременно към вътрешния адресат, напротив посланието му е замислено като множествено. Тази юбилейна книга, от една страна, е изключително информативна. Тя съдържа всички възможни данни за София. Ако погледнем съдържанието ѝ и преброим само чисто информативния текст, който се съдържа в нея, ще видим, че той е около 80 страници. Ако към тях прибавим и онези части, които съдържат историческа информация – около 450 страници – почти ще получим обема на книгата. Остава само да добавим политическите и ритуални обръщения в началото, както и около десетина страници, отделени за образа на София след 1989 година. В този смисъл, от друга страна, наред с информативността, тази юбилейна книга конструира един много кохерентен образ на София от нейното минало. Всъщност тук вече може да се говори за връщането към миналото като за устойчива форма в репрезентацията на града. Имаме рефлекса за скриване на непосредствено предходния период (около 30 страници от 450-те са директно говорещи за времето на социализма), но и нарастване на миналото. София в тази юбилейна книга изглежда като археологически музей. Не е подмината нито една останка или фибула, открита по тези земи. Тези археологически останки, обаче, са силно доминирани от християнския образ на София. На визуално ниво градът изглеж-



Братската могила, отпечатана в албум от 1967 г. с името „Глътка студена вода“
The Common Grave Ensemble, printed in the album from 1967 with the title *A sip of cold water*

The albums show what it means for a city to be people-focused, to have a social image albeit only in one of its aspects. The hospital and the school are images for the internal addressee; the stroll, garden, boulevard of roses are the images to lure the external one. They are the ones to ensure the acknowledgement of Sofia as a “city meant for the people”.

Past imperfect

The Jubilee book of Sofia of 2000 has several modes of existence. It has been published in Bulgarian and English and at the same time it is uploaded at the website of the Municipality. In this sense the image of Sofia which it constructs is not turned necessarily to the internal addressee. Just the opposite, its message is multitargeted. This Jubilee book on the one hand is extremely informative. It contains all the possible data on Sofia. If we look at its contents and count only the purely informative text contained in it, we will see that it is about 80 pages long. If we add those parts which contain historical information – about 450 pages – we will nearly reach the full volume of the book. The only thing that remains is to add the political and ritual addresses at the beginning, as well as the dozen or so pages devoted to the image of Sofia after 1989. In this sense, on the other hand, apart from the informativeness, this Jubilee book constructs a very coherent image of Sofia from its past. Actually we can talk here about the return to the past as a sustainable form in the representations of the city. On the one hand we have the reflex for hiding the immediately preceding period (about 30 of the 450 pages are referring directly to socialist time), and on the other – an enhancement of the past. Sofia in this Jubilee book looks like an archaeological museum. No remnant or fibula discovered in these lands has been overlooked. These archaeological remains, however, are strongly dominated by the Christian image of Sofia. On the visual level the city looks like an orthodox-religious centre. This certainly does not mean that the book contains no image of a mosque, for instance. Just the opposite, it is politically correct and reproduces such images, too. But we have to specifically look for them while Christian tokens strike us in the face. It is not just about presenting Sofia through the churches located on the city territory but about “attention to detail”, “discovering beauty” in each fresco and each icon. This is a new type of presentation of the Middle Ages. And Sofia from the 1920-30s and the time of socialism uses several churches as emblems – St. Nedelia, Alexander Nevski Cathedral, the Rotunda of St. Georgi, St. Sofia. But the church is usually presented from the outside, the way it is present in the city milieu. In this Jubilee book of 2000 the interior of the churches becomes a part of the city image. The images insist that the passer-by walks in as if part of the identity of Sofia residents consists of going to church, appreciation of Christian art. The second very powerful image constructed in the book is that of Sofia from the beginning of the 20th century. More than three hundred pages show and

да като православно-религиозен център. Това съвсем не означава, че книгата не съдържа образ на джамия, например. Напротив, тя е политически коректна и репродуцира и такива образи. Само че тях трябва изрично да ги търсим, докато християнските емблеми сами ни намират. Не става дума просто за представяне на София през църквите, които са на територията на града, а за „вглеждане в детайла“, за „откриването на красотата“ във всеки стенопис и всяка икона. Това е нов тип представяне на Средновековието. И София от 20-30-те години на 20 век, и от времето на социализма използват като свои емблеми няколко църкви – Св. Неделя, Храм-паметника Александър Невски, Ротондата Св. Георги, Св. София. Само че обикновено се представя църквата отвън, така, както тя присъства в градското пространство. В тази юбилейна книга от 2000 година част от образа на града става вътрешността на църквите. Образите настояват минувачът да влезе, като че ли част от идентичността на софиянци е именно ходенето на църква, почитането на християнското изкуство. Вторият много мощен образ, конструиран в книгата, е този на София от началото на века. Повече от триста страници показват и разказват за София в периода от 1878 г. до 1944г. във всевъзможни детайли. Градът изглежда жив, променя облика си, сградите стават нови, улиците – павирани. Градът се цивилизова, разделя се с ориенталския си облик. Жителите му също – те променят дрехите си, начина си на живот, интериора на къщите си. София е представена едновременно в нейното делнично битие, но и в нейния празник, както обществен, така и личен. Образите представят бирарии, кафенета, Празник на розата, трамваи, коли, мода и т.н. Визията се допълва от спомени на съвременници, от техните разкази на архаичен български за собственото им време. Освен автентичните снимки, които книгата репродуцира в изобилие, са публикувани множество съвременни снимки на представителни за този период от историята на София сгради. Тук е важно да подчертая, че именно тази визия на града, произвежда определени градски политики от типа на разпределянето на средствата по проект „Красива България“. Толкова мощно присъства този образ на града, че се създава усещането не просто за идентификация с него; той е превърнат в истинското лице на София. Всичко, което се е случило след него, е само отдалечаване от същинското време на София. Само като един пример ще използвам главата, наречена „Първите“. В нея се разказва подробно за първата електрическа крушка, осветила улиците на София, за първия трамвай, първото колело, мотоциклет, автомобил и т.н. Нищо в заглавието на главата не подсказва, че „първите неща“ ще бъдат открити само в периода на Третото българско царство, но все пак в нея липсват една поредица от цивилизационни придобивки, случили се след него – първият тролей без кондуктор, първият компютър, първата уеб-страница на Софийска община. При този хипертрофирал образ на София от началото на века е проблематично продължаването на историята и конструирането на настоящето. Изтриването на предходния период, както вече показах, е устойчиво място. А и периодът на социализма не изчезва напълно. Той остава с НДК, бившия Партиен дом, ЦУМ, хотел Балкан, придобили вече новите си функции и представени с нови имена. В текста той е нормализиран и превърнат в част от история на архитектурата, на театралното изкуство и т.н. По-любопитно е как присъства настоящето в тази юбилейна книга. От една страна то е набор от данни, вписани в дискурса на растежа и окръгляващи цифрите – 120 години столица, 54 пъти нарастване на града и т.н. Проблематична е визията, която това настояще излъчва. От една страна, това са новите паметници на София – на София, на Славейкови, шадравана на площад Славейков. Тези паметници са изключително симптоматични. Това са образи, които се скриват от настоящето.[12] Нищо в паметника на София не я прави отчетливо разпознаваема като произведена в началото на 21 век. В този смисъл бих определила това присъствие на настоящето като имитация на едно фантазмено минало днес. Вторият образ, през който настоящето се конструира, е този на „модерните сгради“ – стъклени с ясни конструк-

12 Позволявам си тук да цитирам Недко Солаков, който ги определя като „ужасяващо архаични“.

tell about Sofia in the period from 1978 to 1944 in all possible details. The city looks alive, changes its image, the buildings become new, the streets – paved. The city becomes civilised, divests itself of its oriental look. And so do its residents – they change their clothes, lifestyle, the interior of their houses. Sofia is presented simultaneously in its daily existence but also in its festivities – both public and personal. The images present beer-halls, cafes, the Celebration of the Rose, tram, cars, fashion, etc. The vision is complemented by memories of contemporaries, their tales in archaic Bulgarian about their own time. Apart from the authentic photos reproduced in abundance in the book a multitude of modern photos are published of buildings representative of this period of the history of Sofia. It is important to underline here that this vision of the city produces certain urban policies such as funds allocation under the Beautiful Bulgaria project. So powerful is the presence of this city image that a feeling is created of not just identification with it; it is turned into the real face of Sofia. Everything that happened after it is only going further away from the essential time of Sofia. Just as an example I would quote the chapter called "The First Ones." It tells in detail about the first electric bulb that lit the streets of Sofia, the first tram, the first bicycles, motorbike, automobile, etc. Nothing in the title of the Chapter implies that "the first things" would only be found in the period of the Third Bulgarian Kingdom, yet a series of civilisation acquisitions that happened afterwards have been overlooked – the first trolley without a conductor, the first computer, the first website of Sofia Municipality. In this hypertrophied image of Sofia from the beginning of the 20th century the continuity of history and construction of the present is problematic. The obliteration of the previous period, as I already showed, is a sustainable point. And the period of socialism does not disappear completely. It remains with the National Palace of Culture, the former Party House, the Central Department Store, Hotel Balkan, which have already taken on their new functions and are presented with new names. In the text this period has been normalised and turned into part of the history of architecture, theatre, etc. It is more curious how the present is included in this Jubilee book. On the one hand, it is a collection of data inherent in the discourse of growth and the rounding up of figures – 120 years of being capital, 54-time expansion of the city, etc. The vision which this present exudes is problematic. On the one hand, these are the new monuments of Sofia – of Sofia, of the Slaveikovs, the fountain at Slaveikov Square. These monuments are extremely symptomatic. These are images hidden by the present.[12] Nothing in the monument of Sofia makes it distinctly recognisable as produced at the beginning of the 21st century. In this sense I would define this manifestation of the present as an imitation of a phantasmal past today.



Новите пощенски картички от края на 90-те и през 21 век
New postcards from the late 90-ies and the beginning of 21 century

12 I allow myself to quote here Nedko Solakov who qualifies them as "terrifyingly archaic".

ции, снимани така, че да изглеждат извисяващи се над останалите. Те се превръщат в знак за „процеса на промени, чиято интензивност може да бъде сравнявана само с „европеизирането“ на страната след Освобождението...“[13]

София като пощенска картичка

Сюзън Зонтаг започва своята книга за фотографията с един разказ за Одисей и Микеланджело от филма на Годар „Карабинерите“, които донасят на жените си куфарите с плячка, а те се оказват пълни с пощенски картички (Зонтаг 1999). Оттук Сюзан Зонтаг започва разсъждение за фотографията като форма на присвояване на света. Разсъждението, обаче, може да продължи в друга посока – към жанра на пощенската картичка, а не толкова към същността на фотографирането. Впрочем „Невероятната история на Амели Полен“ допълва тази възможност да се разсъждава именно за разликата между двата жанра. В този филм Амели чрез своя приятелка стюардеса изпраща на баща си не картички от различни места, подписани от градинското джудже, а именно снимки на джуджето при знакови туристически места. Снимката на самия мен акцентира присъствието ми; картичката по-скоро свидетелства за наличието на обекта при това в неговата парадигмалност. Картичката на Айфеловата кула не просто показва нейното наличие, но и задава начина, по който трябва да изглежда тя, както и начина, по който трябва да я видя. В този смисъл говоря за парадигмалност. Картичката задава набор от изгледи, както и набор от практики, които гарантират правилната употреба на туристическия обект. Така Одисей и Микеланджело, донасяйки картички, откраднат „съществуването“ на обектите, но и парадигмата на тяхното виждане.

В България първите рисувани пощенски картички са правени обикновено от чужди издатели. По-късно местните фотографи започват да издават картички. Съществува изключително любопитната практика да се превръщат в картички лични снимки. След Първата световна война издателството на картичките е монополизирано от Григор Пасков, който разпраща фотографи из цялата страна, които систематично да заснемат българските градове.[14] Така или иначе в този период изпращането на пощенски картички вече е масова практика, но вече може да се говори и за устойчиви образи на градовете. Любопитното в анализа на пощенските картички е, от една страна, променящата се образност в тях, а от друга – променящата се функция. Ако в началото пощенската картичка е измислена, за да улесни и ускори комуникацията, впоследствие тя се превръща в средство за ритуална комуникация. А днес като че ли пощенските картички все повече се превръщат в сувенир, т.е. в образ, който запазвам за мястото, а не толкова образ, който изпращам за или от него. Именно промяната във функцията е възможно обяснение за промяната в производството на картички.

Образи в сегашно продължително

В този фрагмент от текста ще се опитам да разкажа за онези знаци на София, които се появяват в началото на 20 век и продължават знаковата си роля и през 21 век. Първите наложили се емблеми на София са Народното събрание, паметникът на Цар Освободител, Народният театър, площад Св. Неделя, а малко след тях сред устойчивите образи на града се вписва и храм-паметникът Александър Невски. Това са просто най-често използваните образи. Разбира се, има и други, които също са вписани в това сегашно продължително на визията, от типа на Университета или Военния

13 Юбилейна книга. София – 120 години столица, 2000. Академично издателство „М. Дринов“, С., с. 545.

14 Според Михаил Неделчев – един от големите колекционери на пощенски картички – тази практика води до нормализиране и стандартизиране на локалното (личен разговор).

The second image through which the present is constructed is that of the "modern buildings" – made of fibreglass, with clear constructions, photographed to look towering above the rest. They turn into a sign of the "process of changes whose intensiveness can only be compared to the "Europeisation" of the country after the Liberation..."[13]

Sofia as a postcard

Susan Sontag starts her book on photography with a story of Ulysses and Michelangelo from Godard's film "Les Carabiniers" (The Riflemen) who bring their wives suitcases full of loot which turn out to be full of postcards (Sontag 1999). From here Susan Sontag starts her contemplation on photography as a form of appropriating the world. The contemplation, however, can continue in another direction – towards the genre of the postcard and not so much on the essence of photography. Incidentally, Le fabuleux destin d'Amélie Poulain (Amélie from Montmartre) completes this possibility to ponder upon the difference between the two genres. In this film Amelie, through a friend of hers who is an air-hostess, sends her father not postcards of various places signed by the garden dwarf but photos of the dwarf at tourist landmarks. The photo of myself underlines my presence; the postcard rather testifies the presence of the tourist site at its paradigmacity. The postcard of the Eiffel tower is not simply showing its existence, it presupposes the ways it should look and the way I should see it. In this sense I am talking of paradigmacity here. The postcard gives a set of views as well as a set of practices ensuring the right use of the tourist site. Thus Ulysses and Michelangelo, bringing postcards, steal the "existence" of the sites, but also the paradigm of seeing them.

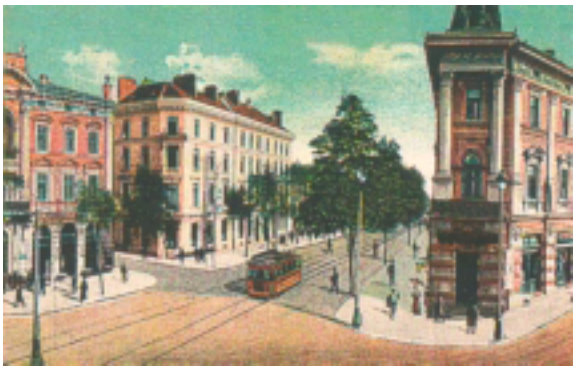
The first painted postcards in Bulgaria have usually been produced by foreign publishers. Later on local photographers start publishing postcards. There is a very peculiar practice of turning personal photos into postcards. After World War I the publishing house for postcards is monopolised by Grigor Paskov who sends out photographers throughout Bulgaria to systematically take photos of Bulgarian cities.[14] At any rate sending postcards in this period has already become a mass practice, on the one hand, and on the other, one can already talk of sustainable images of cities. In the analysis of the postcards the research has to deal with the changing images of the city, but also with the changing practices. If in the beginning the postcard is invented to facilitate and hasten the communication, later on it turns to be a medium for ritual communication and today it seems that the postcard is reduced to a souvenir, e.g. to an image, kept for the place and not an image to send from it. Exactly the change of the function is one of the explanations for the changing images.

Images in present continuous

In this fragment of the text I will try to outline those signs of Sofia which appear at the beginning of the 20th century and continue their signatory role into the 21st century. The first acknowledged emblems of Sofia are the National Assembly, the monument of the Tsar Liberator, the National Theatre, St. Nedelia Square, and slightly later the Alexander Nevski Cathedral also takes its place among the sustainable images of the city. These are simply the most frequently used images. There are others, of course, which are also inscribed into this present continuous of the vision such as the University or the Military Club. Using these particular images at the beginning of the 20th century constructs a synchronic vision of Sofia. These are some of the first erected buildings after the Liberation. Most of them have been designed by European architects or architects who graduated in

13 Jubilee book, Sofia – 120 years capital, 2000. Academic publishing house "M. Drinov", S, p. 545.
14 According to Mihail Nedelchev – one of the eminent postcard collectors – this practice leads to normalisation and standardisation of the local (a personal conversation).





Улица „Търговска“ и бул. „Дондуков“, изгледи откъм площад „Бански“, началото на 20 век
Turgovska street and Dondukov Blvd, view from Banski square, beginning of 20 century

клуб. Използването на точно тези образи в началото на 20 век конструира една синхронна визия на София. Това са едни от първите построени сгради след Освобождението. Повечето от тях са проектирани от европейски архитекти или архитекти, получили образованието си в Европа. В този смисъл едновременно се строи пространството и се произвежда образа на европейския град. Архитектурата, която е избрана като представителна, може да се разпознае като централноевропейска. Запазени са като общи места в репрезентацията на София и онези сгради, които представят връщане към византийското културно наследство. В картичка от който и да било период могат да се видят Халите, Банята, Семинарията, но те никога на придобиват статута на знаци на София, т.е. картичките рядко ги поставят в центъра си, те присъстват по скоро като контекст, като фон на друг централен образ. Сградите в бароков, неоромански или неокласически стил, построени в началото на 20 век са знаците, в които градът устойчиво се разпознава; независимо от историческия период, те присъстват на пощенските картички. Това дълготраещо настояще на знаците, обаче, се отнася само до обектите, които се снимат, но не и до начина, по който се инсценират. Сградите са едни и същи, но парадигмите на виждането са различни.

Народното събрание е първата обществена сграда, построена в София и превърнала се в знак на това пространство. От началото на века картичките са центрирани върху сградата му, така като че ли я изваждат от контекста ѝ. От друга страна, това е изваждане само от контекста на другите сгради[15], защото обикновено около Народното събрание или на входа му се виждат хора. То е представено като сграда символически знакова сама по себе си, но именно поради живота, поради действията, поради хората, които са в или около Народното събрание. Съвсем друг е образът, конструиран по времето на социализма. Сградата е изцяло контекстуализирана. Често на преден план има движещи се коли, преминаващи хора, майки с колички. Най-любопитната картичка на Народното събрание е сградата, снимана от перспективата на седящия в отсрещното ѝ кафене. Такъв тип картички показват онази идеология на „града, обърнат към хората“, за която стана дума по-рано. От друга страна те правят нещо в повече. Тук акцентът е върху нещата, които се случват покрай тази символически важна, доколкото представя националното пространство, сграда, но самата тя е само фон на един всекидневен „сладък живот“. Тази репрезентация на Народното събрание по-

15 Разбира се, след тяхното построяване, защото в началото просто няма други сгради.

Europe. In this sense a milieu is constructed along with producing the image of a European city. The architecture which has been selected as representative can be recognised as Central European one. Those buildings which present a return to Byzantine cultural heritage have also been preserved as common places in the representation of Sofia. The Covered market, the Bath, the Seminary can be seen on postcards from any period but they never take on the status of tokens of Sofia, i.e. postcards seldom place them at their centre, they are present rather as a context, background to another central image. These buildings in baroque, neo-roman or neoclassical style erected at the beginning of the 20th century are the signs in which the city is sustainably recognised regardless of the historical period and they are available on postcards. This long-lasting present of the signs, however, is only valid for the objects which are photographed but not for the way they are staged. The buildings are the same but the paradigms of seeing are different.

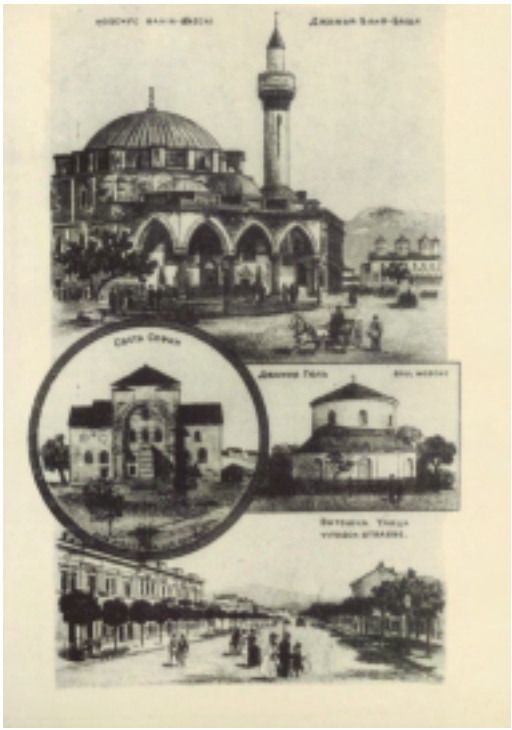
The National Assembly is the first public building erected in Sofia and it has turned into a sign of this environment. Since the beginning of the 20th century postcards have been focused on its premises as if taking them out of their context. On the other hand, this is only removal from the context of the other buildings[15] because people can usually be seen around the National Assembly or at its entrance. It is presented as a building which is symbolically signatory by itself but it is because of the life, because of the actions, because of the people who are in or around the National Assembly. The image constructed during the time of socialism is totally different. The building is completely contextualised. In the foreground there are often moving cards, people passing by, mothers with baby carriages. The most curious postcard of the National Assembly is the one where its photo is taken from the perspective of a person sitting in the café opposite it. This type of cards show the ideology of the "city with a focus on people" mentioned earlier. On the other hand, these postcards do more than that. The focus here is on the things which happen past this symbolically important building inasmuch as it presents the national milieu, but the premises themselves are only background to a daily "Dolce Vita." This representation of the National Assembly shows on a visual level the bracketing of the respect



Пощенска картичка от началото на 21 век
Postcard from the beginning of the 21 century

15 Of course after their construction because in the beginning there were simply no other buildings around.

казва на визуално ниво заскобяването на уважението към институцията Народно събрание, но и отказа от съблазняване на външния поглед през институционални визии. Социализмът се опитва да привлича през всекидневие, той иска признание на „социалистическия живот“ от външния адресат; признанието на социалистическите институции може би е запазено за вътрешните адресати. Трети тип инсценировка на същото място представят картичките след 1989 г. Тук Народното събрание е в центъра на картичката. Дори да се вижда БАН, композиционно акцентът е върху тази сграда; често се снима близък план на официалния вход на сградата. Това, което е изключително различно, е изчистеността на снимките от всякакъв живот, от движение покрай или към Парламента. Всъщност този тип инсцениране на сградите е особено характерен за „преходния“ период на България. Всички сгради са асептизирани, изчистени, естетизирани. Няма нито следа от времето, в което са снимани тези сгради. Няма кола или дреха, по чийто модел човек може да се ориентира за епохата. Тези сгради от началото на века през 21 век вече са снимани не от позицията на тяхното настояще, а





от гледната точка на вечността, т.е. на пространство без време. Дори само през този тип инсцениране на сградите могат да се разчетат нагласи за виждане на света през възприетите като важни устойчиви емблеми, и някакъв живот, който протича покрай тях, ефимерен и не заслужаващ внимание. Образите на София през тази инсценировка искат признание на институции, искат признание на вечността, но не на настоящето или на съвременността.

Изчезващите визии

Най-удивителната визия, която изчезва, е тази на паметниците. Удивителна, защото паметникът се прави именно, за да бъде рамка на общата памет. Има два па-

for the institution National Assembly, on the one hand, but on the other, the decline from tempting the external look through institutional visions. Socialism is trying to attract through the mundane, it wants acknowledgement of the "socialist life" from the external addressee; the acknowledgement of the socialist institutions might be reserved for the internal addressees. A third type of staging of the same place is presented by the post-cards after 1989. The National Assembly here is at the centre of the postcard. Even if the Bulgarian Academy of Sciences can be seen, in terms of composition the focus is on this building; often the official entrance to the building is displayed at close range. What is extremely different is the purging of the pictures of all forms of life, of movement past or towards Parliament. Actually this type of staging of the buildings is very typical of the "transitory" period of Bulgaria. All the buildings are rendered aseptic, clean, and aesthetic. There is not a trace of the time when these buildings were photographed. There is no car or garments whose style can suggest the period. These buildings from the beginning of the 20th century have already been recorded in the 21st century not from the position of their presence but from the point of view of eternity, i.e. of the space without time. Even through this type of staging of the buildings some attitudes of seeing the world can be discerned containing sustainable emblems which are the important ones, as well as life occurring past them which, however, is ephemeral and does not deserve attention. The images of Sofia through this staging seek acknowledgement of institutions, acknowledgement of eternity but not of the present or the contemporaneity.



Изчезващи визии на паметници от началото на 20 век
The disappearing monuments from the beginning of the 20 century

The disappearing visions

The most amazing vision which disappears is that of monuments. Amazing, because a monument is made exactly in order to be a framework of the common memory. There are two monuments which persist – the one of the Tsar Liberator and, to some extent, the one of Levski[16], all the rest disappear or their representation becomes so sporadic that they are not the signatory images of Sofia. In a sense Sofia has a single monument – that of the Tsar Liberator, a monument of the capital, not of the city, linked to the constituent act of this national milieu. The city has no memory. This vision is paradoxical. On the one hand the city is more and more represented through its past but on the other, it is a lot less represented through monuments capturing the memory of this past. Perhaps this is an explicable reflex inherent in the logic of constructing the image described above as obliterating the previous period. The previous one leaves just "remnants" but its memory, spirit, the places which served for symbolic validation by the community have not been preserved. The problem is why the image of these past monuments is not construed as interesting for an external addressee. On the one hand, per-

16 I am saying to some extent because in the postcards after 1989 its representation becomes more and more rare.

метника, които са постоянстващи – на Цар Освободител и донякъде на Левски[16], всички останали изчезват или репрезентирането им става толкова спорадично, че те не са знаковите образи на София. В някакъв смисъл София има един паметник – на Цар Освободител, паметник на столицата, а не на града, свързан с фундиращия акт на това национално пространство. Градът е без памет. Парадоксална е тази визия. От една страна, градът все повече се репрезентира през миналото си, но от друга – все по-малко се репрезентира през паметници, които удържат паметта на това минало. Може би това е обясним рефлекс, вписан в онази логика на конструиране на образа, която описах по-горе като изтриване на предходния период. Предишното оставя само „останки“, но не се запазва неговата памет, неговия дух, местата, които са служели за символическо потвърждаване на общността. Проблемът е защо образът на тези отминали паметници не се мисли като интересен за един външен адресат. Може би те са толкова контекстуални на времето си, че паметта за тях изчезва; те стават нещо, което човек дори не вижда, когато минава покрай тях. Възможно е да има и точно обратното обяснение. Историята е толкова жива, че паметникът е достатъчно мощен знак, за да я превърне в настояще. Поради този страх е по-добре градът да се лиши от един ресурс, за да не се освободи призракът на времето. Моята интерпретация е по-скоро втората, защото изчезването на паметниците от пощенските картички често е съпроводено с тяхното изчезване от градското пространство и пренасищането му с нови паметници, които, ако е вярна тенденцията, след 50-ина години отново са обречени на изчезване.



Изчезващият паметник от края на 20 век – паметника пред НДК
The disappearing monument from the end of the 20 century

Втората изчезваща визия на града са неговите улици. Картичките от началото на века съдържат образи от всички централни улици на София, успели да придобият европейски вид. Картичките от времето на социализма, създавайки образа на града като модерен, възпроизвеждат също всички централни улици и булеварди. От една страна, те са свидетелство за динамичност и модерни градски практики, но от друга през тях се конструира образът на „града-градина“. Всеки от тях има своето растение, а по тротоарите под дърветата, сред зеленината има пейки, седящи граждани и играещи деца. Улицата, конструирана в началото на века, е по-скоро пространство за разходка и придвижване; социалистическата улица е място за живеене и пребиваване и само между другото за преминаване. Образите на улици след 1989 г. почти изчезват, освен в нощните пейзажи на София, където са използвани повече като светлинен ефект, отколкото като образ. Невъзможно е да се види на картичка оживена софийска улица. Освен на едно място – в сайта на общината. В него има раздел „Картички“, които са идентични на отпечатаните, но има и „Фотогалерия“, всяка снимка от която има опция

16 Казвам донякъде, защото в пощенските картички след 1989 г. неговото репрезентиране става все по-рядко.



Новите паметници в пощенски картички от началото на 21 век
New monuments in the postcards from the beginning of the 21 century

haps they are so contextual of their time that the memory of them disappears, they become something that one does not even notice when passing by. On the other hand, it is possible to have exactly the opposite explanation. History is so much alive that the monument is a sign powerful enough to turn it into present. Because of this fear, it is better to deprive the city of a resource it might have in the eyes of the external addressee so as not to let loose the ghost of time. I would rather opt for the second interpretation because the disappearance of monuments from postcards is often accompanied by their disappearance from the city milieu and its saturation with new monuments which, if the tendency persists are doomed to extinction again in another 50 years or so.

The second disappearing vision of the city are its streets. The postcards from the beginning of the century contain images from all the central streets of Sofia which have managed to acquire a European look. The postcards from the time of socialism, creating the image of the city as modern also reproduce all the central streets and boulevards. On the one hand, they are evidence of dynamics and modern urban practices but on the other the image of the "city-garden" is constructed through them. Each street has its own plant, and on the pavements under the trees, among the verdure there are benches, sitting citizens and playing children. The street constructed at the beginning of the 20th century is rather a space to stroll and move; the socialist street is a place to live and reside, and, only among other things, to walk on. The images of streets after 1989 almost vanish except in the night cityscapes of Sofia where they are used more as a lighting effect rather than image. It is impossible to see a postcard of a busy Sofia street. Except in one place – the website of the municipality. It has a section called "Postcards" identical to the printed ones but there is also a "Photo Gallery" where each photo has an option to be sent as a virtual e-card. This is where several photos with real Sofia streets and squares can be seen. Albeit unprofessional[17] these photos show a different modern vision of Sofia from the static and antiseptic vision I described above. Obviously this type of city representation is considered very specific – for Internet users, i.e. young and cosmopolitan people.[18] This vision would probably not appeal to the "conventional" tourist in Sofia. Just the opposite, it is strongly marked as a vision implying a special interest. It is this type of data that makes me interpret the representations of Sofia as ingrained and following the logic of a modern type of tourist practice and absolutely unacknowledged as legitimate postmodern tourist practices. That is why the focus in the images of Sofia has been placed on the cultural heritage implying an interest in enlightenment. The city is visualised as a museum collec-

17 I am citing Kiril Prashkov here.
18 The typical users of Internet in Bulgaria are like that.



Улица „Търговска“ през 30-те години
Turgovska street in the 30-ies

да бъде изпратена като виртуална картичка. Именно там могат да се видят няколко снимки с истински софийски улици и площади. Дори и непрофесионално направени,[17] тези снимки показват различна съвременна визия на София от тази статична и асептизирана визия, която описах по-горе. Очевидно този тип репрезентация на града се смята за много специфична – за ползващи Интернет, т.е. млади и космополитни хора.[18] Тази визия като че ли не би се харесала на „нормалния“ турист в София, напротив тя е силно маркираната като предполагаща специален интерес визия. Именно такъв тип данни ме карат да интерпретирам репрезентациите на София като вписани и следващи логиката на един модерен тип туристическа практика, и абсолютно неразпознаващи като легитимни постмодерни туристически практики. Именно затова акцентът в образите на София е поставен върху културното наследство, предполагащо просвещенски интерес. Градът е визуализиран като музейна сбирка с отделни експонати. В подреждането на тази сбирка се пропускат експонатите на архитектурния модернизъм в България. Този тип наследство се представя много рядко и единствено със сградата на БНБ. В някакъв смисъл дори това представяне е по-скоро на национална институция и е знаково за националното пространство повече, отколкото за този тип културно наследство. Просто то отпада от парадигмата на сградите от първата половина на века, превърнати в метонимия на цялото културно наследство. От друга страна това не е изчезваща, а просто липсваща визия. Нито един от разглежданите исторически периоди не поставя акцент върху архитектурния модернизъм. Той присъства като образи единствено в историческите справки за архитектурните стилове в България, но не успява да се превърне в част от въобразяването на града.

Най-цялостният образ на София като „град-градина“, продължаващ от началото на века през времето на социализма, изчезва най-отчетливо във времето на прехода. Липсата на паркове, инсценирани преди това като част от определението за модерно градско пространство, е повече от очевидна. Но не изчезват само тези образи, изчезва всякакъв намек за природа. Ако „Александър Невски“ от времето на социализма е обвит от короните на дърветата, то в съвременните картички той изглежда положен в празно павирано пространство. Проблемът е, че подобна визия на града като градина предполага акцент върху живота на този град. Докато съвременните картички поставят акцента именно върху местата, а не върху обитаването на града. Те създават най-статичния, но и най-официозния образ на София. Всички туристически места са инсценирани като места за поклонение, а не като места на преживяване. Този образ на града като че ли иска признание на историята, на културното наследство, но не и на стиловете на живот, които протичат в това градско пространство. При това се иска признание на историята като европейска. Точно затова се избират сгради, които се

17 Тук цитирам Кирил Прашков.
18 Такива са типичните потребители на Интернет в България.

tion with separate exhibits. In arranging this collection, the exhibits of architectural modernism in Bulgaria are left out. This type of heritage is presented very seldom and only with the Bulgarian National Bank building. In a sense this is rather a presentation of a national institution and it is signatory for the national milieu rather than for this type of cultural heritage. It is just dropped from the paradigm of the buildings from the first half of the 20th century that are transformed into a metonymy of the whole cultural heritage. On the other hand, this is not a disappearing but simply missing vision. None of the discussed historical periods lays an emphasis on architectural modernism. It is present as images only in the historical references to architectural styles in Bulgaria but does not manage to turn into part of the conception of the city.



Булевардът на розите „9 септември“, 1967
The boulevard of roses – 9 September blvd, 1967

The most comprehensive image of Sofia as a “city-garden” which continues from the beginning of the 20th century is starting to disappear in the time of socialism and is most acutely felt in the time of transition. The lack of parks staged earlier as part of the definition of modern city milieu is all too obvious. Not only do these images disappear, all allusions to nature fade away, too. Whereas Alexander Nevski Cathedral from the time of socialism is framed by tree-crowns, in modern postcards it looks planted in an empty paved site. The problem is that such a vision of the city as a garden implies an emphasis on the life of this city. While modern postcards lay stress on the places themselves rather than on residing in the city. They create the most static image of Sofia, on the one hand, and on the other – the most officious one. All tourist places are staged as places of worship, not as places of experiencing. This image of the city seems to demand the acknowledgement of history, of cultural heritage but not on the lifestyles which are active in this city milieu. And the acknowledgement sought is that of history as a European one, at that. That is why those buildings are selected which can be recognised indisputably as pertaining to Central European architecture. Packaging certain places as interesting for the external eye constructs an image of Sofia as a museum of European history. It is interesting namely because it cannot be dissociated from the past of Europe. That is why the city is not staged as specific, there is no ‘Sofia-specific’ architecture, “Sofia-specific” lifestyle, its specific nature is to be similar to Europe from the beginning of the 20th century.

It diminishes but ages

Perhaps the anecdotic[19] story around the motto of Sofia has led to its bracketing by the vision of the city. The truth is that in it the city is perceptibly diminishing and aging. Initially[20] postcards represent city milieu in its comparative entirety leaving out only the recently annexed villages. The two gateways can be seen – Eagles’ bridge and Lions’ bridge, the railway station through which the city can be entered, as well as Maria Louisa

19 Initially the wording of the motto was “It grows, does not age” which turned out to contain 13 letters. In order to overcome the fatality of the number the conjunction “but” has been added.
20 This refers to the period 1920-30s.

разпознават еднозначно като централно-европейска архитектура. Опаковането на определени места като интересни за външния поглед конструират образ на София като музей за европейска история. Тя е интересна именно защото е неразличима от миналото на Европа. Затова и градът не се инсценира като специфичен, няма „софийска“ архитектура, „софийски“ стил на живот, неговата специфика е да бъде подобен на Европа от началото на 20 век.

„Намалява, но старее“

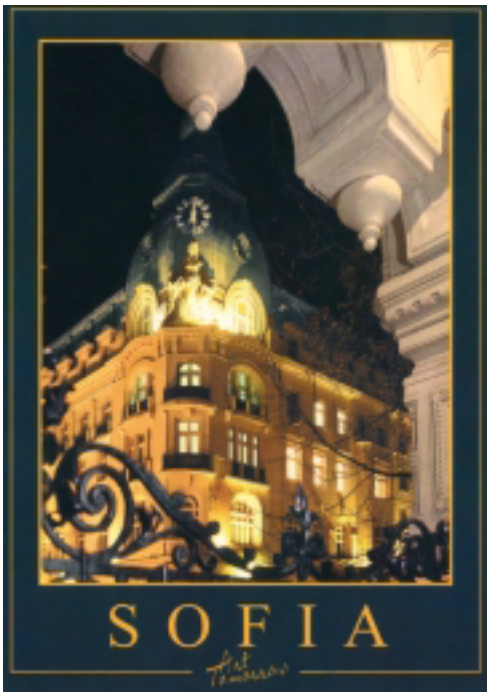
Може би вицовият[19] разказ около девиза на София е довел до неговото заскобяване от визията на града. Истината е, че в нея градът отчетливо намалява и се състарява. Първоначално[20] картичките репрезентират градското пространство в неговата относителна цялост, като изпускат единствено присъединените наскоро села. Могат да се видят двата входа – Орлов и Лъвов мост, гарата, през която се влиза в града, както и „Мария Луиза“, по която се стига до централните улици „Раковски“ и „Търговска“, и до сградите, представителни за националното пространство – Народното събрание, Царския дворец, Военното министерство. Видими са и другите краища на града, белязани от Руски паметник и паметника Левски. Цялото осъвременено градско пространство в този смисъл е репрезентирано в пощенските картички. От друга страна, в това представяне липсва какъвто и да било намек за минало, т.е. очевидно е, че София не просто не старее, а се подмладява и изтрива всякакви следи от старост. В известен смисъл подобен образ се повтаря в пощенските картички от 60-80-те години на 20 век. В тях също акцентът е поставен върху съвременността на града, въпреки че тя вече съжителства с едно музеизирано минало. В този период предишните съвременни сгради вече са превърнати в знаци за културно наследство и в този смисъл в места, около които се съсредоточава интересът на външния поглед. Дори тези исторически забележителности, обаче, са инсценирани като фон на един съвременен градски живот. От друга страна, в картичките от този период вече може да се реконструира началото на една тенденция към намаляването на града до неговия представителен център. Все още има картички на гарата като вход към града и визуализираното градско пространство от началото на века присъства изцяло като образи и в този период. От гледна точка на градското пространство, обаче, това е всъщност смаляване на града, който междувременно много се е разраснал и е добавил към себе си новите комплекси. Те присъстват в албумните репрезентации на София, но отсъстват от пощенските картички. Не е изработена онази визия, която да превърне Люлин в интересно за туриста място. Всъщност подобна липса е обяснима през анализа на това какво иска да продава България в този период. Вече по-



Социалистическо строителство, 1967
Socialist construction, 1967

19 Първоначално изписването на девиза е „Расте, не старее“, което се оказва, че съдържа 13 букви и за да се преодолее фаталността на числото се добавя „но“.
20 Става дума за периода от 20-30 години на 20 век.

Boulevard leading to the central streets Rakovski and Targovska, and the buildings representative of the national milieu – the National Assembly, the King's palace, the Warfare Ministry. The other parts of the city are also visible, marked by the Russian Monument and the monument of Levski. The whole modernised city milieu in this sense is represented in postcards. On the other hand, there is not a trace of the past in this presentation, i.e. it is obvious that Sofia not only does not age but grows younger and obliterates all signs of old age. In a sense such an image repeats in postcards from the 1960-80s. The emphasis in them is also laid on the modernity of the city even though it is already cohabiting with a Museum-like past. In this period previously modern buildings are already turned into signs of cultural heritage and therefore they are places around which the interest of the external eye is focused. Even those historical landmarks, however, have been staged as a background of modern city life. On the other hand in the postcards from this period the beginning of a tendency can be reconstructed for reducing the city to its representative centre. There are still postcards of the railway station as a gateway to the city and the visualised city milieu from the beginning of the century is thoroughly present as images in this period as well. From the point of view of city milieu, however, this is actually a shrinking of the city which has, in the meantime, expanded significantly and append new quarters to itself. They are present in the album representations of Sofia but absent from postcards. The vision which would turn Lyulin into an interesting place for the tourist has not been developed yet. Actually such an absence can be explained through the analysis of what Bulgaria wants to sell in this period. I have already shown through the analysis of more structured representations of Sofia that at the time of socialism it was not so much the socialist, i.e. the ideological-party image as the vision for "dolce vita", in which ideology is but the background allowing this life to occur. That is why the new residential quarters constructing rather an image of socialist way of life are not staged as tourist places. They are more strongly ideologised by the vision with which socialism is trying to entice. The final transformation of the city motto takes place in the transition period. Postcards after 1989 not only shrink the city to its most high-profile centre but also obliterate the spaces between the representative buildings. The most amazing gap of this period is that of all the possible topoi where city practice can be seen. The city is transformed through its representation in architecture. From the late 1990s and the beginning of the 21st century a trend seems to take shape for bridging this gap since postcards appear displaying the book market on Slaveikov Square or the busy crossroads around the monument of Sofia but they are still only signs of a beginning making its way among architectural details. Apart from shrinking, the city is conspicuously aging in its representations. The postcards highlight buildings from the beginning of the 20th century that resemble Central European architecture. Actually the buildings are the same ones that can be seen on postcards from the beginning of the 20th century. Their production, however, in this context from the early 1990s changes their meaning – from signs of their time, they turn into emblems of the past and of cultural heritage.



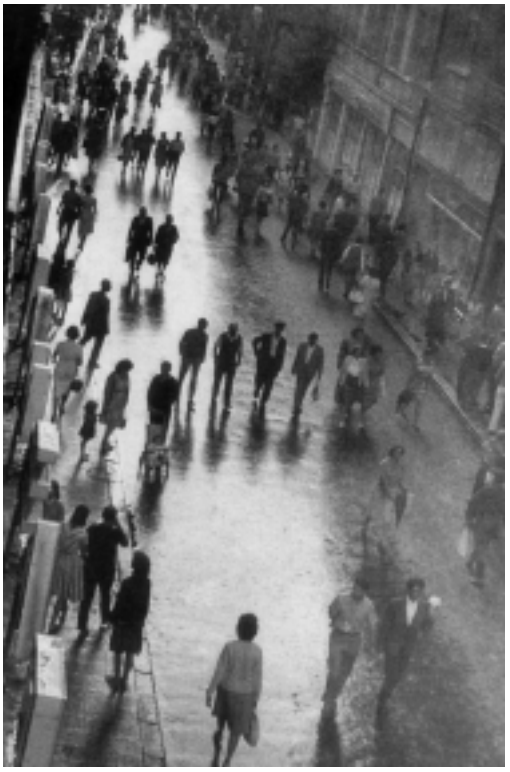
Представителният център на София от началото на 21 век
The luxury centre of Sofia in the beginning of 21 century







Сцени на всекидневния живот от времето на Царство България (горе) и от социалистическа България
Scenes from the daily life in the Bulgarian kingdom (up) and in socialist Bulgaria











казах през анализа на по-структурирани репрезентации на София, че по времето на социализма се продава не толкова социалистически, т.е. идеологико-партиен образ, колкото визия за „сладък живот“, в която идеологията е просто фона, позволяващ този живот да се случва. Именно затова комплексите, конструиращи по-скоро образ на социалистически начин на живот, не се инсценират като туристически места. Те са по-силно идеологизирани от визията, с която социализмът се опитва да съблазнява. Окончателното преобръщане на девиза на града се случва в периода на прехода. Картичките след 1989 г. не просто намаляват града до неговия най-представителен център, но и изтриват пространствата между представителните сгради. Най-удивителната липса в този период е на всички възможни топоси, в които може да се види градска практика. Градът е превърнат от репрезентацията си в архитектура. От края на 20 и началото на 21 век като че ли се очертава тенденция към преодоляване на тази липса, доколкото се появяват картички с книжната борса на площад „Славейков“ или оживеното кръстовище около паметника на София, но те все още са само знаци за начало, пробиващо си път сред архитектурните детайли. Освен, че градът се смалява, той и видимо остарява в репрезентациите си. Акцентът, поставен в пощенските картички, е върху сградите от началото на века, които напомнят централно-европейската архитектура. Всъщност сградите са същите, които могат да се видят на пощенските картички от началото на века. Произвеждането им, обаче, в този контекст от началото на 90-те променя значението им – от знаци на съвременността си, те се превръщат в емблеми на миналото и на културното наследство.

Кой се страхува от софиянци

Основно място в текстовете за София заемат софиянци, но те присъстват винаги като проблематични. Доколкото населението се е увеличавало главно като резултат от вътрешна миграция, а не като естествен прираст в града, винаги по-голямата част от жителите на града са родените извън София и в този смисъл софиянец не може да се дефинира през място на раждане, т.е. няма ресурс за измисляне на идентичност през произход. От тази гледна точка трябва да се конструират нови идентичностни модели, които да позволяват хората да се идентифицират с града си. Освен това, както повечето български градове, София е населена с много етнически групи, които претърпяват различни движения. Огромна част от турското население се изселва след Освобождението, ромската общност става най-голямата след българската. Самата българска общност, обаче, не е хомогенна, а се състои от преселници от Мизия, Тракия и Македония – разделение, на което текстовете настояват. За разлика от другите български градове в София има много чужденци, които формират свои общности. Третият проблем пред софийската идентичност е свързан с начина, по който столицата расте – тя непрекъснато присъединява околните села и вчерашните селяни се превръщат в днешни граждани. Оттук не просто софийската идентичност е проблематична, а гражданската. Именно желанието да се отговори на въпроса „Какво ме прави гражданин?“ произвежда определен набор от политики след Освобождението. Това са от една страна ограничаването и структурирането на пазарите, от друга – изтеглянето на традиционните събори в покрайнините на града, чисто урбанизационните политики: регулационни планове, градоустройствени планове, подобряване на комуникациите и т.н. Тези политики се провеждат не без определено насилие от страна на общинските власти и със силна съпротива от страна на гражданите. Успоредно на политиките протича видима промяна в начина на живот на хората – променя се облеклото им, празниците, които празнуват, интериора на къщите им, заниманията им през свободното време. Юбилейната книга на София от 1928 г. свидетелства за подобни промени. Един от изтъкваните факти, който се оценностява положително, е промяната на модата и сменянето на носията с градски тип дрехи. Има разкази за постепенната трансформация на облеклото, за опитите самата носия да се промени така, че да заприлича на градска дреха. През 1928 г. вече се описва като разпознаваем опре-

Who is afraid of Sofia residents

A major place in the texts about Sofia is occupied by its residents but they are always present as problematic. Since the population grew mainly as a result of internal migration and not as a natural increase of the population in the city, the majority of city residents are always the one born outside Sofia and in this sense, a resident of Sofia cannot be defined through the place of birth, i.e. there is no resource of conceiving identity through origin. From this point of view new identity models have to be constructed which would allow people to identify with their city. Moreover, like most Bulgarian cities, Sofia is populated by many ethnic groups which undergo various movements. A massive part of the Turkish population migrates after the Liberation, the Roma community becomes the largest one after the Bulgarian one. The Bulgarian community itself, however, is not homogeneous. It consists of settlers from Moesia, Thrace and Macedonia – a division which texts assert. Unlike other Bulgarian cities, however, there are many foreigners in Sofia who form their own communities. The third problem before Sofia identity is related to the way the capital expands – it constantly annexes the neighbouring villages and yesterday's villagers turn into today's citizens. Hence not only Sofia identity is problematic, but also the citizen one. It is the desire to answer the question "What makes me a citizen?" that produces a certain number of policies after the Liberation. On the one hand, the demarcation and structuring of the markets, on the other – the pushing of traditional fairs to the outskirts of the city, the mere urbanisation policies – regulation plans, city development plans, improving the communications, etc. These policies are conducted not without a certain amount of violence on the part of municipal authorities and encounter strong resistance by citizens. Parallel to these policies a visible change in people's way of life is under way – their clothes change, and so do the holidays they celebrate, the interior of their houses,



Военния клуб от времето на социализма
The Military Club in the socialist period

делен софийски начин на живот. Това е дискурсивно описание, но и част от визията на града. Софиянци обичат да се разхождат, да карат колело като част от свободното си време, да седят по кафенетата – начин на живот, който се идентифицира като южноевропейски. Картичките са изпълнени именно с такива живи детайли от времето – виждат се трамваите по софийските улици, разхождащи се хора, облечени по последна европейска мода, а Градската градина, инсценирана през хората, е неразличима от Люксембургската градина. Има една картичка от този период, която показва отчетливо различна визия от тази – хора, облечени в носии на Орлов мост. Любопитното е, че в юбилейната книга от 1928 г., където тази снимка е репродуцирана, тя е използвана като пример за една визия, от която градът се е отдалечил. Днес именно тази снимка се използва като представителна за този период и се превръща дори във фототапет на софийски заведения. Честотата на употребата ѝ показва именно носталгичния поглед към времето от началото на века, който превръща дори срамните образи в симпатични. Освен това свидетелства за преинтерпретирането на градската визия вече в логиката на националната митология, конструирана по времето на социализма, където фолклорното се превръща в източник на гордост и синоним на висока култура.

В периода на социализма конструирането на софийски начин на живот отчетливо продължава като конотацията тук е единствено и само с модерен и урбанистичен стил на живот без експлицитното сравнение с някакъв европейски начин на живот. Основният фокус на софийския живот, разпознат през практиките за прекарване на свободното време, се идентифицира с разходката. Когато през 60-те години се прави нов градоустройствен план се залагат нови норми, според които на човек се полага 15 кв. м. жилищна площ и 50 кв. м. зелени площи, включващи Витоша. Идеологията на разходката като дистинктивна практика на софиянци води до образа на София като „зелен град“, но и до реални политики от типа на създаване и поддържане на зелени пространства. Според снимките от тази епоха булевардите са много повече място за разходка, отколкото „пътна артерия“. Като част от така конструирания стил на живот, албумите и картичките са изпълнени с образи на градинки, Витоша е неизбежна част от визията на София. Едновременно със зеленината, се произвежда и образа на водата. Има изобилие от снимки на шадравани, чешми и съответно поточета на Витоша. Идеята за плавателен канал на София всъщност изглежда най-естественото нещо на фона на нейните репрезентации. Софийският стил на живот изглежда като продължаване на стила на живот от преди 1944 г. Интериорът на кафетата и ресторантите се е сменил, но практиката е останала. Има снимки на ресторанти на открито, на поляна, край езеро; снимки на Млечния бар и на зак-

Културно потребление през 60-те
Cultural consumption in the 60-ies



their leisure activities. The Jubilee book of Sofia of 1928 attests to these changes. One of the often-quoted facts which is valued positively is the change of fashion and the replacement of the national dress with civic type of clothes. There are stories of the gradual transformation of clothes, the attempts to change the national costume so that it starts to look like civic attire. In 1928 a certain Sofia lifestyle is already described as recognisable. On the one hand, this is a discourse description, but on the other – this is part of the vision of the city. The residents of Sofia like to stroll, ride a bicycle as part of their pastime, sit around in cafes – a lifestyle which is identified as Southern European. Postcards are full of such live details of the time – trams can be seen on Sofia streets, strolling people dressed after the latest European fashion, and the City Garden staged through the people is identical to the Luxembourg Garden in Paris. There is a postcard from this period which distinctly shows a different vision than that – people dressed in national costumes on Eagles' bridge. It is curious that in the Jubilee book of 1928 where this photo is reproduced it is used as an example of a vision from which the city has retreated. Today this particular photo is used as representative of this period and even turns into a photo-wallpaper of Sofia pubs. The frequency of its use shows the nostalgic look towards the time from the beginning of the 20th century which turns even the embarrassing images into likeable ones. It also attests to the re-interpretation of the city vision already in the logic of the national mythology constructed in the time of socialism where the folkloric turns into a source of pride and a synonym of high culture.

In the period of socialism the construction of a Sofia-specific way of life markedly persists, the connotation here being exclusively and only of a modern and urban lifestyle without explicit comparison with some European way of life. The main focus of Sofia life recognised through the leisure practices is identified with the stroll. When a new urban develop-

Мавзолеят на Георги Димитров на картичка от 80-те
The Mausoleum of Georgi Dimitrov on a postcard from the 80-ies



рити ресторанти. Разходките по „Търговска“ или по „Раковски“ продължават. Има снимки на културно потребление. В албума от 1967 г. има една снимка на Мавзолея, но 3 снимки на книжарници и 3 на пазаруващи хора. Идеологически конструираният образ на София през този период предполага като част от градския облик измислянето на определен стил на живот. Текстът в началото на албумите винаги подчертава, че един град – това са преди всичко неговите жители. Именно затова градът се инсценира като човешки през всекидневни практики на работа и свободно време, като модерен, забързан град (изобилието от коли подчертава това), но „зелен“ и уютен, обърнат към своите жители. Картичките позволяват именно този образ на града да се изпрати и запази като спомен. Има чисто идеологически места от типа на Партийния дом, които по-рядко са снимани от гледна точка на обитателите на града, но повечето места са инсценирани в тази перспектива. Пред сградите се виждат кафенета на открито, седящи по пейките хора и обикновено те са на преден план. Изключително показателно е това, че хората са преобладаващо млади и има отчетлива обсесия от децата, които явно свидетелстват за бъдещата перспектива, която доминира комунистическата идеология.



Образ **на София от началото на 21 век / The *image* of Sofia from the beginning of the 21 century**

Едновременно с настъпването на демокрацията изчезва стилът на живот на хората. По-точно той се архивира. Начинът, по който са живеели софиянци преди сто – сто и двайсет години, се превръща в представителния и единствения представен стил на живот. Изследванията за тази епоха са много повече. Всъщност това е първият момент във времето, в който софиянци могат безопасно да се разпознаят и през който може да се конструира идеология, служеща за легитимиране на настоящето. Периодът на социализма е идеологически недопустим, но от друга страна той е и буквално неизвестен именно поради свеждането му до големи идеологически разкази, които могат да припомнят лагерите, но изпускат в перспективата си всекидневния живот, доколкото той не се вписва в големите клишета. Няма изследвания, които да дават знание за живота на софиянци по времето на социализма, а и няма интерес, доколко-

ment plan was designed in the 1960s, new norms were set according to which everyone was entitled to 15 sq.m. of residential area and 50 sq.m. of green areas including Vitosha. The ideology of the stroll as a distinctive practice of Sofia residents leads to the image of Sofia as a "green city" but also to real policies of the type of creation and maintaining green spaces. According to photos of this epoch boulevards are much more than places for a walk than a "thoroughfare". As part of the so constructed way of life, albums and postcards are full of visions of gardens, Vitosha is a part and parcel of the vision of Sofia. Along with the verdure the image of water is produced. There is an abundance of photos depicting public and drinking fountains, and rivulets of Vitosha, respectively. The idea of a navigation canal of Sofia actually looks like the most natural thing at the background of its representation. Sofia lifestyle looks like an extension of the lifestyle of the pre-1944 period. The interior of cafes and restaurants has changed but the practice has endured. There are photos of open-air restaurants, on a meadow, by a lake; photos of the Milk Bar and covered restaurants. The strolls down Targovska or Rakovska Street carry on. There are photos of cultural consumption. There is only one photo of the Mausoleum in the album of 1967 but three photos of bookstores and three of people shopping. The ideologically constructed image of Sofia in this period presupposes as part of the city image the conception of a certain lifestyle. The text at the beginning of the albums always underscores that a city is above all its citizens. That is why the city is staged as human through daily practices of work and leisure as a modern, hectic city (the abundance of cars highlights that) yet 'green' and cosy, turned towards its citizens. The postcards allow that particular image of the city to be sent and preserved as a memory. There are purely ideological places of the type of the Party House which have more rarely been pictured from the point of view of the city residents, but most places are staged in this perspective. Open-air cafes can be seen in front of the buildings with people sitting on benches who are usually in the foreground. It is very indicative that those people are predominantly young and there is a distinct obsession with children that clearly attest to the future perspective dominating communist ideology.

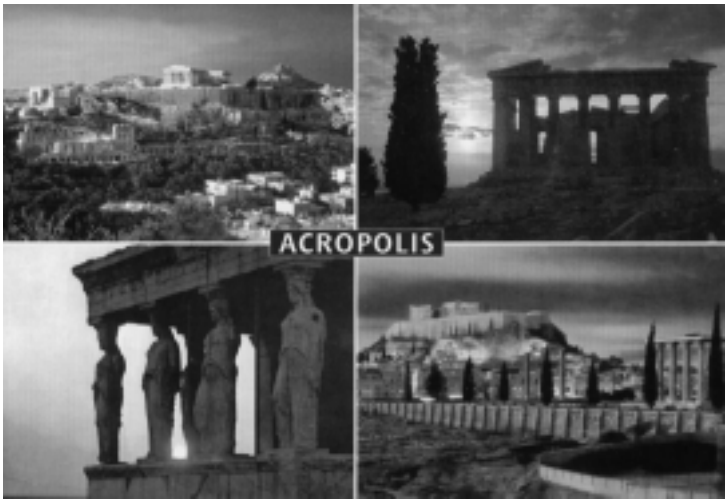
As democracy steps in, people's lifestyle disappears. Or rather, it is archived. The way residents of Sofia used to live 100-120 years ago turns into the representative and only represented lifestyle. The studies of this epoch are much more numerous. Actually this is the first point in time when residents of Sofia can safely recognise themselves and through which an ideology can be constructed serving to legitimise the present. The period of socialism is ideologically inadmissible but on the other hand, it is literally unknown just because it has been brought down to big ideological accounts which can conjure up the camps but leave out the daily life in their perspective inasmuch as it does not fit into weighty clichés. There are no studies providing insight on the life of Sofia residents during socialism but there is no interest in having them because this period has been marked as the time of forsaking European civilisation. The lack of contemporaneity is problematic. There is not a single photo or story showing modern lifestyles. This absence can be interpreted from several perspectives. First, lifestyles have multiplied and cannot be reconstructed as something which unites and sets the identity of Sofia residents. They would rather distinguish Sofia residents from one another and this would bring to a crisis the process of shaping Sofia identity, i.e. there is no unproblematic common background against which they would look interesting. Second, the description of contemporaneity in the discourse of transition makes this contemporaneity bland. It is simply the time one goes through, i.e. the point of this contemporaneity is to be obliterated, to vanish in the achievement of the goal. The process is not conceived as interesting. The third problem before discovering the modern lifestyle of Sofia citizens is again related to the capital status of Sofia. If we can reconstruct the difference in lifestyles in Sofia and the rest of the cities, the main difference would be that lifestyles in Sofia are the most modernised, the most globalised, the most contemporary ones. According to demographic data the population in Sofia is younger than that in the rest of the country and according to polls the

кото този период е означен като времето на отпадане от европейската цивилизация. Липсата на съвременността е проблематична. Няма нито една снимка или разказ, които да показват съвременни стилове на живот. Тази липса може да се интерпретира в няколко перспективи. Първо, стиловете на живот са се размножили и не могат да бъдат реконструирани като нещо, което обединява и задава идентичност на софиянци. Те по-скоро биха различавали софиянци едни от други, а това би довело до криза процеса на формиране на софийска идентичност, т.е. няма не-проблематичен общ фон, на който те биха изглеждали интересни. Второ, описването на съвременността в дискурса на прехода прави тази съвременност неинтересна. Тя е само времето, през което се преминава, т.е. смисълът на тази съвременност е да се изтрие, да изчезне в постигането на целта. Процесът не се мисли като интересен. Третият проблем пред откриването на съвременния стил на живот на софиянци е свързан отново със столичността на София. Ако можем да реконструираме разликата между стиловете на живот в София и в другите градове основното различие би било, че стиловете на живот в София са най-модернизирани, най-глобализирани, най-съвременни. Според демографските данни населението в София е по-младо спрямо другите места в страната, а според социологическите проучвания именно в София е съсредоточено най-масовото потребление на Интернет, културно потребление, пътувания и т.н. От тази гледна точка репрезентирането на софийски стилове на живот е блокирано в две перспективи. Първата е, че консервативният образ на София просто не разпознава някои от съвременните стилове на живот като легитимни, доколкото те не отпращат по никакъв начин към миналото. Втората е, че той е неразпознаваем за вътрешния адресат като български, т.е. няма да играе ролята на стил на живот на столицата, представителен за цялото национално пространство. Отново необходимостта на София да се инсценира като столица блокира представянето на специфичен градски стил. Много показателни са няколко картички, които сред колажите от сгради на София поставят хора в национални носии. Това, че именно селски традиции се превръщат в представителни за едно градско пространство е проблематично, но то може да служи за измислянето на регионална идентичност. Нищо подобно няма в тези картички – хората не са в шопски носии и за да е съвсем сигурно, че това са национално представителни, а не градски образи, те са обкичени с рози. В някакъв смисъл представените хора са точно толкова знаци за националното културно наследство, колкото и сградите, сред които са положени. Именно изтриването на хората като съвременни практики на обитаване от пощенските картички в този период е най-отчетливата промяна в репрезентацията на София, която е синхронна на асептизирането на визията. Гледката се въобразява като сградата, инсценирана в детайли, но отвъд всякакво време. Подобна репрезентация влиза в конфликт с реалното присъствие на сградата в градското пространство, където обикновено е скрита от кафенета, паркирани коли, сергии и т.н. Именно този контекст на сградата е бил допустим в началото на века и желателен в периода на социализма. Съвременните ни картички не просто не репрезентират жителите на София, те до такава степен са изчистени от практики на обитаване, че поставят въпроса кой изобщо живее в този град. Ако реконструираме образа на софиянци през пощенските картички ще се окаже, че истинските живи обитатели на града са сградите. Те са живи през детайлите си, общуват помежду си в колажа на картичката, дори формират особени групови идентичности. Другите постоянни обитатели на градското пространство са “Globul”, “Elite”, Шератон, т.е. рекламните пана на мултинационални компании. Ако София от началото на века се е инсценирала като модерен град през разнообразието от общности, които присъстват в него, то днес София изглежда съвременна само доколкото има МакДоналдс, т.е. само през разнообразието от компании, които присъстват в града. Обобщеният образ на София е на музеен град от миналото, чието настояще е празно поле, очакващо подписа на Големия инвеститор.

highest number of people using Internet, cultural consumption, travel, etc. is concentrated in Sofia, too. From this viewpoint the representation of Sofia lifestyles is blocked in two perspectives. The first one is that the conservative image of and discourse about Sofia is simply not recognising some of the modern lifestyles as legitimate since they do not refer to the past in any way. The second perspective is that the lifestyle is unrecognisable for the internal addressee as Bulgarian, i.e. it will not play the role of a lifestyle of the capital, representative of the whole national milieu. Again the need for Sofia to be staged as capital impedes the presentation of a specific city style. Several postcards are very indicative in placing people dressed in national costumes among the collages from Sofia buildings. The fact that they become representative for an urban milieu among rustic traditions is problematic but it can serve for conceiving a regional identity. Nothing of the kind can be detected in these postcards – people are not in costumes from the Shopska geographical area, and to make sure that these are nationally representative, and not city images, they are decorated with roses. In a sense the represented people are just as much signs of a national cultural heritage as the buildings among which they are placed. It is the obliteration of people as modern practices of dwelling from the postcards of this period that is the most distinct change in the representation of Sofia, and it is synchronised with the cleansing of the vision. The sight is conceived as the building staged in details but beyond any concept of time. Such a representation clashes with the real presence of the building in the city milieu where it is usually hidden by cafes, parked cars, stalls, etc. It is this context of the building that was admissible at the beginning of the 20th century and desirable in the period of socialism. Our modern postcards do not just abstain from representing the residents of Sofia, they have been cleansed of dwelling practices to such an extent that they raise the question of who resides in this city at all. If we reconstruct the image of Sofia residents through postcards it will turn out that the real living inhabitants of the city are the buildings. They are alive through their details, they communicate among themselves in the collage of the postcard and even form special group identities. The other permanent inhabitants of city space are “Globul”, “Elite”, Sheraton, i.e. the advertising billboards of multinational companies. If Sofia from the beginning of the 20th century has been staged as a modern city through the variety of communities present in it, Sofia today looks modern only inasmuch as there is MacDonald’s, i.e. through the variety of companies present in the city. The summary image of Sofia is that of a museum city of the past whose present is an empty field expecting the signature of the Big Investor.

Sofia as a virtual Balkan city

Setting Sofia in the context of the Balkans is important as an opportunity to discover the “common aspects” of representations which turn cities into distinctly Balkan. My preliminary assumption was that the visions of Balkan capitals will be structurally the same, i.e. images will be different but they will display the same type of concept of the city, they will select typologically the same representative places and will have “common blind spots”. To verify my assumption I selected several typologically representative capi-



Атина като модел / Athens as a model

София като виртуален балкански град

Полагането на София в контекста на Балканите е важно като възможност да се открият „общите места“ на репрезентациите, които превръщат градовете в отчетливо балкански. Предварителната ми хипотеза беше, че визиите на балканските столици ще бъдат структурно еднакви, т.е. образите ще бъдат различни, но ще проявяват еднакъв тип схващане за града, ще избират типологично еднакви представителни места и ще имат „общи слепи точки“. За да проверя хипотезата си избрах няколко типологически представителни столици и анализирах репрезентациите им в официалните сайтове на общините:



1. Атина като най-видимата балканска столица може да се положи като задаваща модел в региона.
2. Букурещ като типологически представителна за волунтаристично конструирането на града през имитация на Париж.
3. Скопие като пример за политически конструирана столица, т.е. формирането на града като столица става изкуствено през политическата воля, а не поради логиката на градското пространство.

„Общо място“ в конструирането на тези столици е мощният акцент, поставен върху миналото. В някакъв смисъл наистина Атина е задала модела на това представяне. Присвояването на елинското наследство и неговото преекспониране, което позволява на Гърция да се конструира като „люлка на европейската цивилизация“, структурно се повтаря в репрезентациите на другите балкански столици. Те също избират някаква част от миналото си, която да доминира визиите им. По-съществено, обаче, е едно друго сходство и то е приликата по скриването. Атина, в голяма степен скрива византийското си наследство. В сайта ѝ, разбира се, присъстват византийски църкви, но количествено те са по-малко и са в отделна рубрика „византийско наследство“ за разлика от Акропола, който е безспорната емблема на града. Букурещ има изключително интересен сайт. В него са поместени няколко виртуални картички, силно напомнящи картичките на София по асептизираната си визия, и огромно количество снимков архив от стария център, разрушен при Чаушеску. Що се отнася до Скопие[21] той изглежда като религиозен център и акцент в репрезентациите му е поставен върху църквите, както и върху новия кръст над Скопие, построен при Любчо Георгиевски, т.е. скрива се всяка идея за мултиетничен град. През тези примери може да се покаже подобие в стратегиите, по които се конструират тези столици. Винаги се скрива онова, което е източник на противоречиви интерпретации и в този смисъл може да създаде конфликт. Византийското наследство е проблематично, то не може да се разчита еднозначно от външния адресат, но то е блокирано от ясен прочит и за вътрешния адресат. Споменът за Византия е травматичен, защото винаги напомня и за липсата на Константинопол. Това изобразяване през не-конфликтни топоси може

21 Скопие няма собствен сайт, но градът е представен в официалния държавен сайт. Именно затова съм използвала и пощенски картички от Скопие.

tals and analysed their representations in the official websites of their municipalities:
1. Athens as the most visible Balkan capital can be marked as the one setting a model in the region.
2. Bucharest as typologically representative for the voluntaristic construction of the city through imitation of Paris.
3. Skopje as an example of a politically constructed capital, i.e. forming the city as a capital occurs artificially through political will and not due to the logic of the urban milieu.

"A common aspect" in the construction of these capitals is the powerful emphasis laid on the past. In a sense Athens has really set the model of this presentation. The appropriation of Hellenic heritage and its over-exposure which allows Greece to be constructed as a "cradle of European civilisation" is structurally repeated in the representations of the other Balkan capitals. They also choose a part of their past which dominates their visions. More important, however, is another similarity, viz. that of hiding. Athens to a great extent hides its Byzantine heritage. Byzantine churches are present in its website, of course, but in terms of quantity they are less numerous and are compiled in a separate section on "Byzantine heritage" unlike the Acropolis which is the indisputable emblem of the city. Bucharest has an extremely interesting site. It has several virtual cards in it which strongly resemble the postcards of Sofia in their aseptic vision and the bulky photo archive from the old centre destroyed during Causescu's time. As regards Skopje[21] it looks like a religious centre and the focus in its representation is placed on the churches and on the new cross over Skopje built under Ljubco Georgievski's government, i.e. any idea for the multi-



София на картата на България, началото на 21 век
Sofia on the map of Bulgaria, beginning of the 21 century

21 Skopje has no website of its own but the city is presented at the official state website. That is why I have used postcards from Skopje as well.

да се очертае като ясна стратегия на балканските столици. Конфликтът не се адресира по никакъв начин. Това е особено видимо при сравнение с принципно различната репрезентация на Белгард, който превежда конфликтността на града в ресурс, твърдейки че едно е сигурно – „В Белград никога не е скучно“. Другите балкански столици, анализирани тук, напротив изглеждат скучни, защото затварят визията и не се конструират през образи, задаващи поле за различни четения. В някакъв смисъл тези столици са твърде „пригладени“, за да бъдат интересни. Конструирането на Балканите като поле на конфликти (Тодорова) задава предпоставките за такъв тип туристически репрезентации. Те трябва да съблазнят именно с обратното на очакванията и да конструират града като място на спокойствието. Затова градовете са повече сгради, отколкото стилове на живот. В някакъв смисъл измислянето на Балканите като „скучни“ именно е интересно. Този тип репрезентации освен това показват, че все още важният друг за Балканите е Европа. Всяка от балканските столици се опитва да се представи като разпознаваема от Европа, екзотизацията на градското пространство дори протича през европейски референции. Атина е „люлка“, Букурещ – „малкия Париж“, София – „миналото на Европа“. Няма никакъв намек във визиите за общо пространство, което сближава тези столици, отвъд общото пространство на Европа. Няма и воля за търсенето на такова общо пространство. Това е още един аргумент за изтриването на всекидневни практики, които могат да покажат подобие, могат да превърнат столиците в балкански. Всяка една от тези столици инсценира себе си като част от едно национално, но никога регионално пространство, защото сравнението не протича между тях, а отвъд тях – на картата на Европа.

Пощенска картичка от началото на 21 век
Postcard from the beginning of the 21 century



ethnic city is hidden. Through these examples a similarity can be discerned in the strategies in which these capitals are constructed. The issues which are a source of controversial interpretations and can thus create conflict are always hidden. The Byzantine heritage is problematic, it cannot be recognised unambiguously by the external addressee but its clear reading is barred for the internal addressee, too. The memory of Byzantium is traumatic because it always brings to mind the lack of Constantinople. This depiction through non-conflict topoi can be outlined as a clear strategy of Balkan capitals. The conflict is not addressed in any way. This is particularly visible when compared to the fundamentally different representation of Belgrade, which translates the controversy of the city into an asset claiming that one thing is certain – "It is never boring in Belgrade". The other Balkan capitals analysed here, on the contrary, seem tedious because they shut the vision and are not constructed through images setting a margin for different readings. In a sense these capitals are too "slick" to be interesting. The construction of the Balkans as a field of conflicts (Todorova) sets the prerequisites for such type of tourist representations. It is with the opposite of expectations that they should entice and should construct the city as a place of tranquillity. That is why cities are buildings rather than lifestyles. In a sense the conception of the Balkans as "boring" is what is interesting. Besides, this type of representations show that the important "other" for the Balkans is still Europe. Each of the Balkan capitals is trying to present itself as recognisable by Europe, even rendering the city space exotic is going through European references. Athens is a "cradle", Bucharest – "little Paris", Sofia – "the past of Europe". There is not a hint in the visions of a common milieu which brings these capitals together beyond the shared space of Europe. There is no will for searching for such a common milieu. This is another argument for obliteration of daily practices which can demonstrate similarity, and render the capitals Balkan. Each of these capitals stages itself as part of a national but never regional milieu because the comparison is not occurring between them but beyond them – on the map of Europe.

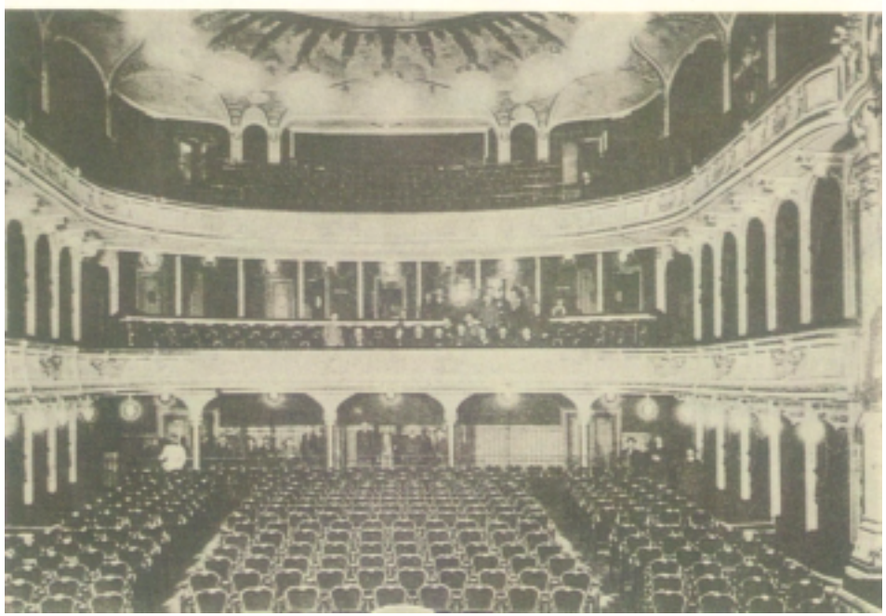


Библиография / Bibliography

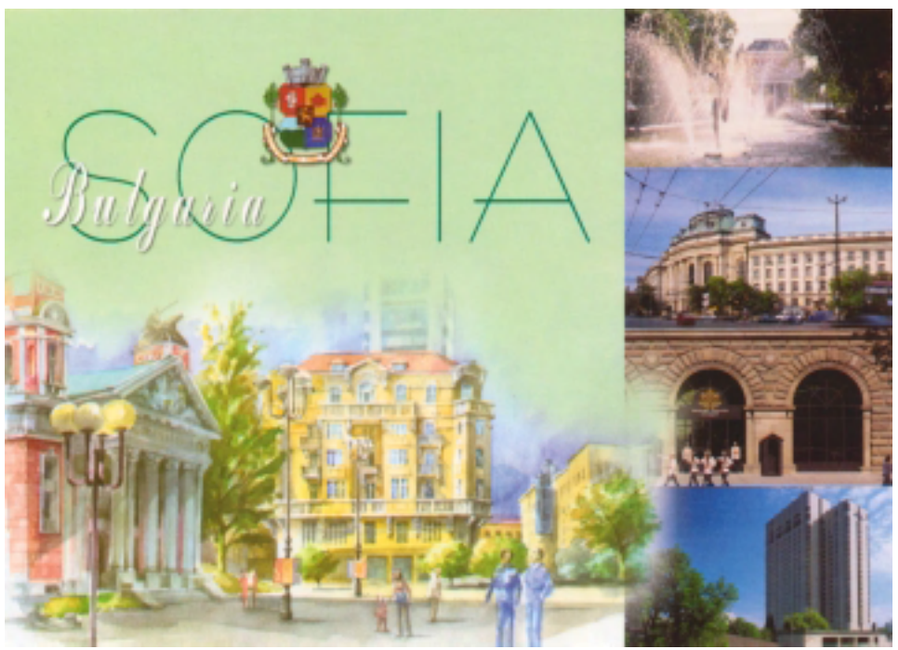
Buck-Morss, S. 1989. The Dialectics of Seeing, MIT Press, Cambridge and London.
Donald, J. 1995. The City, the Cinema: Modern Spaces in: Jenks, C. (ed.) 1995. Visual Culture, Routledge, London and New York.
Jay, M. 1994. Downcast Eyes, University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
Krauss, R. 1998. The Optical Unconscious, MIT Press, Cambridge and London.
MacCannell, D. 1999. The Tourist, University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
Mirzoeff, N. 1999. An Introduction to Visual Culture, Routledge, London and New York.
Schwartz, V. 1998. Spectacular Realities. Early Mass Culture in Fin-de-Si_cle Paris, University of California Press, Berkeley.
Slater, D. 1995. Photography and Modern Vision: The Spectacle of "Natural Magic" in: Jenks, C. (ed.) 1995. Visual Culture, Routledge, London and New York.

Бенямин, В. 2000. Озарения, ИК Критика и хуманизъм, София.
Георгиев, Г. и Е. Ненков (съст.), 1977. София. Дружба вечна и свята, София.
Гергов, С. и Г. Узунски (съст.), 1975. София, ДИ „Септември", София.
Гумперова, М. (съст.), 1989. Поздрав от София, ДИ „Септември", София.
Кадийска, Т. и авт. кол., 2002. Разходка из улиците на София, изд. Крас плюс ООД, София.
Карадачка, Ю. и авт. кол. 1999. Столицата София, изд. Столична община и НКИА ООД, София.
Минева – Милчева, Ю., 2003. Пътеводител на софийските забележителности, Фондация „Българско културно наследство", София.
Митов, Д. 1954. Центърът на София, София.
Неделчева, В. 1954. София – нашата прекрасна столица, София.
Николова, К. 2003. Пътеводител София, Тангра ТанНакРа ИК ООД, София.
Помадова, В., М. Станчева и С. Игнатиевски (съст.), 1959. София, ДИ „Наука и изкуство", София.
Северняк, С. (съст.), 1967. София – столица на НРБ, ДИ „Наука и изкуство", София.
Тахов, Г. 1986. София – между две столетия, ДИ „Септември", София.
Фуко, М. 1996. Археология на знанието, Наука и изкуство, София.
Юбилейна книга на град София (1878 – 1928), 1928. Печатница „Книпеграф", София.
Юбилейна книга на град София (1878 – 1958), 1958. Издание на ИК на СГНС, София.
Юбилейна книга. София – 120 години столица, 2000. Академично издателство „М. Дринов", София.









Народният театър – една от първите емблеми на София през 20 век
(ляво – 20-те; горе – 60-те – 80-те; долу – 90-те)
The National Theatre – one of the first symbols of Sofia in 20 century
(left – in the 20-ies; up – in the 60-80-ies; down – in the 90-ies)





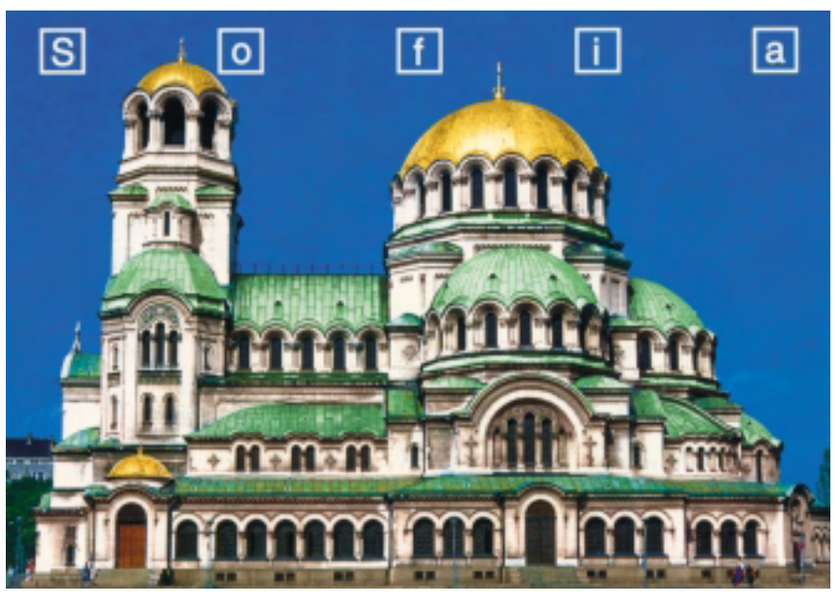
**Народното събрание в началото на 20 век (горе),
през 80-те (долу дясно) и през 90-те
The National Assembly in the beginning of the 20 century (up),
through 80-ies (right down), and in the 90-ies**





„Александър Невски“ от епохата на социализма (горе) и на демокрацията;
ротондата „Св. Георги“ от началото на 21 век (горе) и от 80-те години
The Alexander Nevski cathedral in the socialist period (up) and in the democratic period;
the rotunda church St. George in the beginning of the 21 century (up) and in the 80-ies

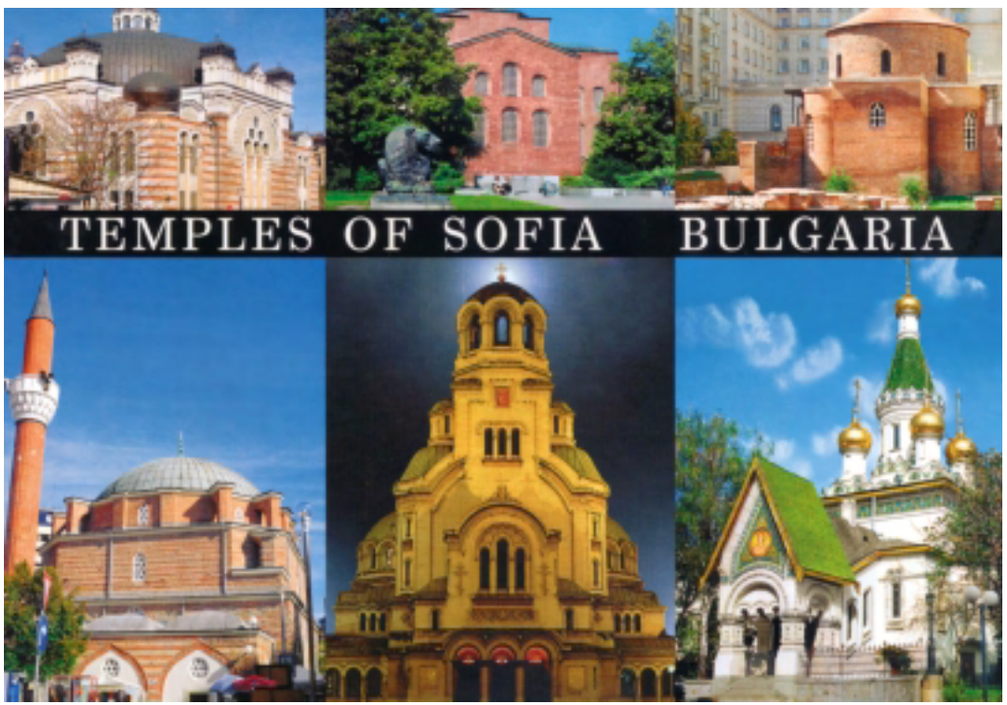
















Образът на София като православен център е допълнен от картички на руската църква (горе) и Св. София
The image of Sofia as an orthodox centre is supplemented with postcards of the Russian church (up) and St. Sofia church

Мила Минева

Образование:

редовен докторант в катедра „Социология“, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски“	**2000-2004**
магистър по културология в катедра „Теория и история на културата“, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски“	**1999**
завършено средно-специално образование в НГДЕК	**1989-1994**

Изследователски и преподавателски опит:

асистент по Социология на културата и Съвременни цивилизационни теории в катедра Социология, ФФ, СУ	**2001**
участник в проекта *Културни модели на европейското разширение*, подкрепен по пета рамкова програма на ЕС	**2003-2006**
участник в проекта *След присъединяването – изследване на социо-икономическата култура в контекста на европейското разширение*, ЦАИ – IMW, Vienna	**2002-2003**
участник в проекта *Употребите на Европа в предизборния дебат*, АСИ	**2001**
участник в международния проект *Трансформациите на политическата култура в процеса на европейска интеграция*, OSI – Vienna	**2000-2002**
координатор на изследователския проект *Европейската интеграция и местните политически елити – поглед отдолу*, АСИ	**1999-2000**
ръководител на студентски изследователски проект *Трансформациите на българската идентичност в процеса на европейска интеграци*	**1999**

Публикации:

Разкази за и образи на социалистическото потребление, сп. Социологически проблеми, 2003 (под печат)
New Key Words, New Strategies of National Self-Representation. The Example of Bulgaria (in coll.), Institute for East and Southeast European Studies, Vienna, 2000 (forthcoming)
Употребите на Европа в предизборния дебат, Годишник на СУ, Европеистика, 94/2001 (под печат)
Пред Европа, сп. Социологически проблеми, 1-2/2000

Milla Mineva

Studies::

enrolled in PhD program in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Philosophy, Sofia University St. Kliment Ohridsky	**2000-2004**
MA in Department of Theory and History of Culture at the Faculty of Philosophy, Sofia University St. Kliment Ohridsky	**1999**
National School for Ancient Languages and Civilization St. st. Kiril and Methodi	**1989-1994**

Professional experience:

assistant professor in Sociology of culture, Department of Sociology, Faculty of Philosophy, Sofia University St. Kliment Ohridsky	**2001**
Participant in the research project *Cultural patterns of European enlargement*, sponsored by the 5th program of EU	**2003-2006**
Participant in the research project *After the Accession – The Socio-Economic Culture of Eastern Europe in the Enlarged Union*, CAS Sofia – IMW, Vienna	**2002-2003**
Participant in the research project *Public discourse and debates on Bulgarian integration in the EU*, Association for Social Investigations	**2001**
Participant in the international research project *Comparative political culture research on national identities and European identity*, OSI – Vienna	**2000-2002**
Coordinator of a research project *European enlargement and Local Political Elite – view from below*, sponsored by Open Society Institute	**1999-2000**
Research project *Bulgaria – adaptation and change*, financed by Open Society Institute, Sofia – leader of the team	**1999**

List of publications:

Narratives on and Images of Socialist Consumption in: Sociologicheski problemi, 2003 (forthcoming)
New Key Words, New Strategies of National Self-Representation. The Example of Bulgaria (in coll.), Institute for East and Southeast European Studies, Vienna, 2000 (forthcoming)
Uses of Europe in Bulgarian Political Debate in: Annual of Sofia University, vol. 94, 2001
Facing Europe, in: Sociologicheski problemi, 1-2/2000



Яра Бубнова, ръководител на проекта / **Iara Boubnova**, Lieder of the Project

доц. д-р **Александър Кьосев**, академичен директор, ръководител на Програма Стипендианти / Ass. Prof. **Alexander Kiossev**, Ph. D., Academic support, Lieder of Resident Fellows Program

Експерти към проекта: д-р **Боян Манчев**, **Диана Попова**, проф. д-р **Ивайло Дичев**, доц. д-р **Ирина Генова**, **Кирил Прашков**, доц. д-р **Миглена Николчина**, **Недко Солаков**, д-р **Орлин Спасов**

Expert Unit and Advisory Board: **Boyan Manchev**, Ph. D., **Diana Popova**, Prof. Dr. **Ivaylo Ditchev**, Ass. Prof. **Irina Genova**, Ph. D., **Kiril Prashkov**, Ass. Prof. **Miglena Nikolchina**, Ph. D., **Nedko Solakov**, **Orlin Spassov**, Ph. D.

Главен координатор: **Мария Василева**
General Coordinator: **Maria Vassileva**

Асистент: **Искра Захариева**
Assistant: **Iskra Zaharieva**

Благодарности:
Гьоте-институт София, Национална художествена галерия, Софийска градска художествена галерия, Билбордпринт, Петер Андерс, Петя Кабакчиева, Николай Илчев, Борис Данаилов, Раймонда Мудова, Расим, Калин Серапионов, Галя Георгиева, Диана Попова

Acknowledgments:
Goethe-Institute Sofia, National Art Gallery, Sofia Art Gallery, Billboardprint, Peter Anders, Petia Kabakchieva, Nikolai Ilchev, Boris Danailov, Raymonda Moudova, Rassim, Kalin Serapionov, Galia Georgieva, Diana Popova

Визуален семинар. Програма за стипендианти 1
Visual Seminar. Resident Fellows Program 1

Институт за съвременно изкуство
Център за академични изследвания София

Institute of Contemporary Art
Centre for Advanced Study Sofia

Редакция и дизайн: **Мария Василева**, **Кирил Прашков**, **Калин Серапионов**, **Диана Стефанова**
Editing and design: **Maria Vassileva**, **Kiril Prashkov**, **Kalin Serapionov**, **Diana Stefanova**

Печат / Printing: ИПК „Родина“, София / Rodina Printing House, Sofia

София / Sofia 2004