



Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Исторически факултет

Катедра „История на България“

**Държавният туризъм и изграждането на
социалистическия образ и стереотип на „българското“ –
70-80-те години на XX в.**

„Балкантурист“: запазената марка на НРБ.

Автореферат на дисертация за присъждане на образователната и научна
степен „доктор“

**Докторант:
Мая Симеонова Иванова**

**Научен ръководител:
доц. д-р Михаил Груев**

**София
2016**

I. Обща характеристика на дисертационния труд

Проблем на изследването

Дисертационният труд на тема „Държавният туризъм и изграждането на социалистическия образ и стереотип на „българското“ – 70-80-те години на XX в. „Балкантурист“: запазената марка на НРБ.“ е опит за изследване на българската туристическа индустрия в годините на социалистическа власт.

Основният фокус в изследването е проследяването на многопластовите социо-културни, но също така политически, идеологически, стопански и пр. промени, които българското общество преживява под влияние на развиващата се туристическа индустрия в страната. Ролята на туризма се разглежда преди всичко като прозорец към Запада, тъй като присъствието на хиляди, впоследствие и на стотици хиляди германци, французи, англичани, скандинавци спомага за преодоляването на изолацията на страната, като частично заобикаля суровите идеологически бариери на Желязната завеса. Приносът на международния туризъм в този процес е изключително важен, тъй като държавните граници остават затворени за българите, без право да пътуват свободно в чужбина до падането на режима. В този смисъл присъствието на западните туристи на българското Черноморие представлява възможно най-непосредствения контакт с капиталистическата система, пречупен през външните белези на материалното благополучие. Разбира се, любопитството и интересът са взаимни, тъй като и българите, и чужденците до голяма степен са формирали представата едни за други в резултат на идеологическото противопоставяне. Ефектът от този контакт върху българите обаче е значително по-силен, тъй като не просто изгражда една алтернативна картина на западното общество, изобличавайки лицемерието на социализма, а разбива на парчета илюзорната реалност, градена от режима в продължение на години.

Единственото познаване на тази двуизмерна реалност, благодарение на херметическото затваряне на страната за външния свят, придава ако не нормалност, то поне поносимост на живота в социалистическото гето. Туризмът от друга страна прибавя ново измерение в цялостната картина, като разкрива мащаба

на измамата – огромната пропаст между двата стандарта на живот, разяждайки бавно, по естествен път същността на социалистическата система. Западните туристи се превръщат в проводник за обществено самопознание чрез самото си присъствие, външен вид, вещи, музика, култура и т.н.

Хронологична рамка

Фиксирането на хронологичните граници на изследването през последните две десетилетия на социалистическа власт (70-те и 80-те години) е продиктувано от интереса към социо-културните взаимодействия между Изтока и Запада под влияние на туризма. Макар първите социалистически туристи у нас да пристигат още в края на 40-те, а първите западните – в началото на 60-те години, тяхното културно влияние върху българското общество се усеща най-осезателно от 70-те години насетне. По това време България вече се е утвърдила като морска туристическа страна със солидни международни контакти и над един милион летовници всяка година. Културният мост между двете враждуващи политически системи обаче не би бил възможен без очертаването на пъстрото многообразие от фактори и предпоставки от предходните повече от две десетилетия, които бележат израстването на „Балкантурист“ и държавният туризъм като запазената марка на БНР в чужбина. Ето защо и настоящото изложение се разпростира отвъд условно очертаните хронологични граници на 70-те и 80-те години, в опит да бъдат открити различните социални и културни тенденции в българското, редом промяната в нагласите и очакванията на БКП.

Последните две десетилетия на социалистическата власт в България дават възможност да се проследят в цялост икономическите резултатите и политическите последици от международни туризъм, иначе често замъглявани от идеологически постановки и политически волунтаризъм. Именно тогава българската туристическа индустрия успява да се наложи като един от стълбовете на финансова стабилност за политическия режим, благодарение на многобройните чуждестранни туристи, плащащи в конвертируема валута. Едновременно с това обаче, секторът се превръща и във фактор за идеологическо и морално ерозиране на властта, чрез отрицването на вълна от корупция и злоупотреби. Необходимостта от цялостно

разкриване на дихотомните пластове на българския туризъм предопределя и естественото налагане на 80-те години като горна граница на настоящото изследване. Тук обект на интерес са преди всичко натрупаните моралните дефицити в българското общество, под влияние на културното взаимодействие с чужденците, като предпоставка за крах на режима.

Изворова база

Проучването на българският туризъм в годините на социалистическа власт е базирано основно на документалните масиви в Държавна агенция „Архиви“, свързани с дейността на „Балкантурист“ и различни държавни и партийни структури. Те хвърлят светлина върху институционалното развитие на туризма като инструмент за икономическото оцеляване на режима и фактор за идеологическото му ерозиране. Част от тях обаче, не са предадени за съхранение в своята пълнота, което налага и разширяване на изследователския хоризонт към други държавни институции и партийни структури като масивите на БКП, различни министерства и ведомства. Изследването на българския морски туризъм не би било пълно и без проучването на дейността на трите големи черноморски комплекса „Златни пясъци“, „Слънчев бряг“ и „Албена“. Въпреки сходната си дейност, прилагането на различен подход при архивирането на документите във всеки комплекс предлага разнообразни източници на информация, които често се допълват, изчиствайки белите петна в историята на българския туризъм.

Втората линия, представяща туризма като проводник на западно влияние, разяждащ същността на режима, до голяма степен е базирана на лични впечатления на туристи, оценки и анализи от архивните документи на бившата Държавна сигурност, съхранявани в т. нар. Комисия по досиетата. Обикновено към тях изследователите подхождат с известна доза критичност, тъй като личните мотиви за сътрудничество със службите често остават неизвестни. В този случай обаче, информаторите предават впечатления, които така или иначе нямат претенции за обективност. Заради деликатните отношения с чужденците, надеждността на сътрудниците периодично е проверявана с паралелна агентура, което ги прави ценен източник на информация и за настоящото изследване. Тук е

важно да се има предвид, че през 1967 г., Второ главно управление на ДС (контраразузнаването) претърпява сериозни структурни промени, като от него се обособява Шесто управление (политическа полиция). В резултат от това и особено след политическите събития в Чехословакия кадровия потенциал на службите се пренасочва към наблюдение на потенциално опасните елементи в българското общество. Ето защо и архивните документи за чуждестранните туристи през следващите години са твърде оскъдни.

Не по-малко ценни са статистическите данни за туризма от периода на социализма. Целенасоченото събиране на информация за броя на влезлите в страната чужденци започва през 1960 г., а от 1967 г. Централното статистическо управление при Министерски съвет (дн. Национален статистически институт) издава специална книжка „Международен и вътрешен туризъм“, по-късно преименувана на „Туризъм“ с разнообразни показатели за броя и националността на туристите, целите на пътуването (туризъм, транзит, гостуване), продължителност на престоя (в дни) и пр. Статистиката предлага и богата информация за развитието на материалната база, (броя легла в хотели, квартири, къмпинги, бунгала), средногодишната заетост (в дни), териториалното ѝ разпределение (в морски, планински, и балнео курорти) и пр. Богатство от данни позволява очертаването на цялостна и до голяма степен обективна картина на българския международен туризъм.

Цели на изследването

Конкретните изследователски цели на дисертационния труд са следните:

1. Очертаване на макро рамката на изследването от позицията на институциите – управляващата БКП и „Балкантурист“;
 - Изясняване на мотивите за развитие на туристическа индустрия от БКП;
 - Анализ на основните характеристики на сектора в контекста на макро рамката на плановата икономика, неговите задачи, организационни механизми и вътрешни ограничения;

- Проследяване на линиите на сблъсък между идеология, политика и бизнес през годините, както и ролята на туризма в изграждането на положителен образ на режима зад граница и вътре в страната;
 - Оценка на международния туризъм в контекста на финансовите очаквания на режима;
 - Анализ на модернизационния заряд на туризма и начинът, по който променя бита на българите;
2. Представяне на българската туристическа индустрия през погледа на чуждестранните туристи;
- Защо, кога и как пристигат първите западни летовници;
 - Впечатленията им от социалистическата реалност и доколко общата картина отговаря на собствените им представи за режима;
 - Очертаване на основните проблеми, с които се сблъскват чуждите летовниците по българското Черноморие и стратегиите им за „оцеляване“ в непознатата за тях среда;
 - изследване на цялостната рекламна линия на властта, нейните особености и еволюционни пластове, както и ефектите им върху чуждестранните туристи;
3. Изследване на света на българите, присъстващи в системата на туризма в три различни роли – на обикновени туристи и потребители на услуги, на обслужващ персонал, на наемодатели на частни квартири и на агентите и доносниците на Държавна сигурност, инфилтрирани на различни нива в обществените и професионални структури на туристическите институции;
- Мястото на българските туристи по родните курорти;
 - Ролята на „тайната милиция“ в българския социалистически туризъм, и процесите в него;
 - Изследване на ефектите от сблъсъка на българите със западните културни течения и ролята им върху българското общество;
 - Изследване на проявленията на култа към западните вещи ролята на валутните магазини.

II. Структура на дисертационния труд

В структурно отношение дисертационният труд се състои от увод, въстъпителна част, три глави, заключение, библиография и приложения – общо 266 страници.

Встъпителната част разглежда историческото развитие на българския туризъм до Втората световна война. Проследени са детайлно отделните стъпки в ранния ранен етап от модерния туризъм като балнеологията и планинарството и значението им в ежедневието на съвременното българско общество. Наред с планинарството и балнеолечението важно място е отделено на морския туризъм. Негов център става град Варна, който освен като най-голямо пристанище и важно търговско средище, се утвърждава и като популярно място за отдих на хиляди българи и чужденци. Подобно на повечето курорти във вътрешността на страната, и Варна първоначално се ориентира към балнеологията. Специфичният микроклимат, морето и минералните извори са изключително благоприятни за лечение на респираторни и костно-ставни заболявания.

Възходящото развитие на туризма в различните му направления постепенно започва да се схваща като генератор на икономически растеж във всички клонове на националното стопанство. Това оживление до голяма степен е дело на съвместните усилия на частните предприемачи и местните общински власти за развитие на обществената и бизнес среда, като липсата на целенасочена държавна политика в сектора, не възпрепятства постигането на видими резултати. В сравнение с другите сектори на икономиката, където голяма част от производството се крепи на държавната протекция, обществени поръчки и доставки, туризмът се оказва в състояние да генерира приходи, независимо от държавата.

Първа глава

Първа глава е посветена на изграждането и развитието на международния туризъм в условията на социалистическа власт. Държавният контрол върху сферата на услугите започва с национализацията на частната собственост през 1947 г. и

трансформирането на дотогава съществуващото пътническо бюро „Балкан“ в социалистическо предприятие. Новосформираната структура напълно следва духа и принципите на новата политическа и икономическа система като се заимства модела на съветския „Интурист“ и на югославския „Путник“. Като монополист, „Балкантурист“ събира под шапката си множество разностранни дейности от сектора на услугите - хотелиерство, ресторантьорство, туроператорска дейност и др., които преди това са били оставени на частната инициатива или на общините. Основната дейност, насочена за привличане и обслужване на чужденци, както и организиране на пътувания у нас и по света се запазва, но вече съобразена с новите политическите реалности.

За днешните поколения туризмът през 45-те години на комунистическа власт в България обикновено е целенасочено изграден от партията по валутни и/или рекламни причини. За разлика от пренаселените и презастроени плажни ивици днес, социалистическите курорти са символ на лукс, свобода на нравите и щадящо съжителство с природата. Разрастването на туризма, разпростирането му върху цялото Черноморие, че и във вътрешността на страната (планините, Рилския манастир, В. Търново), става по следващ партийните приоритети план, без безразборно леене на бетон, но пък с много грижа за околната среда.

В действителност обаче морският ни туризъм преди 1989 г. е всичко друго, но не и приоритет за режима. Инвестициите често са плод на лобиране „от горе“ или по места, на отбелязване на някоя партийна или национална годишнина, но не и следствие от някакъв добре премислен план. Без сериозен политически гръб секторът води неравна битка с вродените проблеми на комунистическата икономика, които допълнително се изострят от неособено високия административен капацитет и липсата на качествено обслужване.

Още в самото начало развитието на сектора не е сред приоритетите на БКП, макар че международният туризъм притежава всички дадености да осигурява валутни приходи за бюджета, като същевременно с това се превърне в ефективно пропагандно средство за популяризирането на режима, у нас и в чужбина. Истинският потенциал на „Балкантурист“ като валутно предприятие се разгръща чак към края на 50-те години с изграждането на първите курортни комплекси по българското Черноморие – „Златни пясъци“ и „Слънчев бряг“. Още през 1948 г. морският туризъм се налага като доминираща дейност, въпреки че предприятието

наследява пъстра смесица от градски, планински, балнео и морски хотели в цялата страна.

Ясно свидетелство за периферното му, от гледна точка на режима, значение е оскъдната и противоречива информация, свързана с решението да се премине към масов, морски и международен туризъм. Нещо повече, той не тръгва по познатата и очаквана схема – партийно решение, тезиси на Политбюро, постановление на Министерски съвет и включване в плана. Водещ фактор за развитието му се оказва не предлагането, а растящото външно търсене, което за няколко години превръща един периферен сектор, развиващ се в периферен район на страната във визитна картичка на режима.

Строежът на новите модерни черноморски комплекси предизвиква огромен интерес сред българите, които недвусмислено разпознават международния туризъм като успешен партийен проект и реален символ на национална гордост.

През първите две десетилетия от развитието на българската туристическа индустрия са посветени на изграждането на инфраструктурата за масовизиране на летуването по морето. По социалистически е заложено на стандартизирано и еднотипно обслужване в няколко приличащи си големи комплекса на организирани в групи летовници. Предлаганият туристически продукт не е разнообразен и адаптиран към конкретните вкусове на посетителите.

В началото на 70-те години започват да се очертават новите тенденции в българския туризъм. През следващите две десетилетия акцентът все повече се поставя върху модернизацията на наличната база (вместо строежа на нови хотели), залага се на лукса, разнообразието на услугите и на качеството на обслужването.

Една от важните промени през 70-те е отказът от изграждане на мега-комплекси, които да настъпват едновременно между 20 и 40 хил. души. Инвестициите са насочени приоритетно към изграждане на луксозни хотели, предназначени за по-отбрана и платежоспособна публика.

Значителна част от капиталовложенията през 80-те години са насочени към развитие на „техническата и туристическата инфраструктура“ – плавни басейни, игрални и фитнес зали, търговска мрежа, заведения за развлечения, сауни, солариуми и др. Помислено е и за сърфове, водни ски и парашути, ветроходни лодки, водни колела и дори рикши. Курортите са обзаведени с автовакове,

флипери и много модерните тогава автомати за видеоигри. Поставени са две водни и две сухи пързалки, тип „ролба“ – прототип на днешните аквапаркове.

Вместо да скучаят по плажа или в стаите си, летовниците са приканени да се включат в различни възможности за хоби и културен туризъм. „Балкантурист“ организира посещения до природни забележителности и до обекти под егидата на ЮНЕСКО, курсове по народни танци и фолклорно пеене, спортни турнири, детски празници и „дискомаратони“. Не бива да се пропуснат Международният балетен конкурс – Варна (1964 г.), „Златният Орфей“, стартирал през 1965 г. в „Слънчев бряг“, фестивалът „Варненско лято“ за класическа музика от 1978 г. и фестивалът на изкуствата „Аполония“ от 1984 г. Още от началото на 70-те години много популярна става програмата „Робинзон“, подготвена за по-платежоспособни чужденци, където с помощта на аниматорите, туристите ловят риба, миди и раци.

Би било пресилено да се твърди, че през втория период от съществуването си българският масов туризъм успява да постигне „решителен пробив“ в качеството на предлагания продукт или в стандарта на обслужване. Продължителността на сезона не е значително удължена, а профилът на летуващите у нас продължава да е далеч от желанния по-високо платежоспособен клиент. Формираните отделни „центрове за елитен туризъм“ имат своите сериозни проблеми в рамките на плановата стопанска среда, в която са принудени да оперират и често са изолирани острови в голямото море на комунистическата икономика. Още по-трудно може да се каже, че в края на 80-те години Черноморието ни е конкурентно на Ривиерата или дори на Далматинския бряг. Дори тогава българският туристически продукт остава твърде далеч от световните стандарти. И все пак напредъкът е видим, тъй като новите обекти са много далеч от описваните от Петър Дойчев двуетажни легла „вагон-ли“ в първия хотел „Роза“.

Това до голяма степен се дължи на трансфера на западни технологии при строежа (например на ваканционните селища, лифтовете, водните пързалки и на част от хотелите) или на директното ангажиране на чужди оператори, които поемат експлоатацията, по примера на „Русалка“.

Напредъкът се изглежда още по-забележителен на фона на трайната липса на държавна грижа за туризма и постоянната конкуренция на други, далеч по-приоритетни сектори като тежката индустрия и електрониката например. През целия социалистически период туризмът страда и от сериозните дефицити на

плановата икономика. Липсата на стоки дава повод за множество оплаквания към „Балкантурист“ като нерядко става причина за пиперливи забележки по отношение на политическата система.

Противоречивата политика на БКП към международния туризъм, може да бъде проследена най-вече от стратегическите документи, които начертават бъдещата линия на развитие на сектора. От една страна съществуващите програми и концепции отразяват разбирането, че туризмът е цялостен продукт, който изисква усилията на всички държавни институции, но през годините партията така и не успява да поддържа последователна политика в тази сфера. До известна степен причина за липсата на ясни приоритети се дължи и на някои специфики на международния туризъм, които изискват политическа отвореност, икономическа гъвкавост и най-вече идеологическа необремененост. През годините на социализма обаче БКП така и не поема риска да превърне туризма във водещ икономически отрасъл, въпреки ясно осъзнатите ползи.

Това повдига и въпроси около причините, които мотивират един традиционно затворен и подозрителен към външния свят режим да развива туристическа индустрия. За съжаление не разполагаме с документ очертаващ границите и причините за този идеологически пробив. В система, мотивираща всички свои решения през идеологията изглежда напълно логично да очакваме, че освен икономически, туризмът има и значими политически измерения. Ключ към описания парадокс поне отчасти дава първоначалният профил на идващите у нас чужди туристи. В началото, когато се говори за чужди туристи, както вече бе изяснено, става дума единствено за почиващи от Източна Европа и СССР. Първите хотели в „Дружба“ и „Златни пясъци“ са изградени именно за чехи, словаци, а по-късно и за поляци, източногерманци, руснаци, унгарци. Така, поне през 50-те години, международният туризъм изглежда идеологически добре обезопасен като не надхвърля задачата да укрепва „дружбата между народите“. Западните посетители предизвикват немалко притеснения у партията, но в началото те са толкова малко, че лесно могат да бъдат обгрижени от службите за сигурност. Този политически приемлив формат се пропуква през 60-те години, когато икономическата и дълговата криза принуждават правителството да търси отчаяно източници на конвертируема валута, за да стабилизира платежния си баланс.

Привличането на германци, французи или англичани обаче изисква сериозни политически компромиси за разчупване на самоналожената изолация от света. И най-твърдолинейните членове на Политбюро обаче са наясно, че чужденците няма да дойдат без ясно заявена воля за идеологическо помирение със Запада. На езика на бизнеса то се изразява в намаляване на визовите и граничните формалности и разширяване възможностите за безпрепятствено пътуване в страната. Получава се така, че събитията принуждават режима да отвори по-широко Черноморието за „капиталистически“ туристи, без да има време да разработи цялостен план за минимизиране на откриващите се политически рискове. Изведнъж машината за туризма превключва на опасно бързи обороти и скоро достига критичната точка отвъд която контролът върху хилядите чужденци става практически невъзможен. БКП, а до голяма степен и службите ѝ за сигурност, неочаквано се превръщат в страничен наблюдател на процеси, които въпреки опитите си не успява до край да контролират.

Дори и завишени, валутните приходи наред с цялостните стопански резултати от международния туризъм са безспорни. За две десетилетия между 1969 и 1989 г. секторът успява да удвои дела си в световен мащаб по отношение на броя на нощувките. Всичко това обаче значително отстъпва пред огромния социален ефект, който секторът има върху българското общество.

Макар „Балкантурист“ да възниква като перспективна, но все пак периферна организация, за кратко време тя успява да се наложи като един от символите на българската модернизация. Застрояването на Черноморието се възприема от съвременниците не просто като част от пропагандното говорене, а като реален подвиг за трансформиране на жизнената среда, съобразно идеологическите постулати на БКП. Проектирането на новите курорти е съпътствано от изграждане на цялостна инфраструктура, пътища и транспортни връзки, водоснабдяване, канализация, прокарване на електрическа мрежа и комуникации, осигуряване на снабдяването, озеленяването и облагородяването на терените и площите и т.н.

Туристическият сектор притежава огромен модернизационен заряд, който значително спомага за съживяването на един изостанал до тогава регион по крайбрежието на страната. В продължение на десетилетия големите черноморски комплекси концентрират значителни инвестиционни потоци, а това от своя страна

неминуемо води до изменение на социалната и икономическата среда, не само в относително по-големите градски центрове, но и в малките черноморски селища.

Варна и особено Бургас променят коренно облика си, а силуетите на новите хотели, ресторанти и жилищни сгради, придават великолепие и стил на градската среда.

Модернизационният ефект на туризма и влиянието му е лесно забележимо, освен в големите градски центрове, също и в малките населени места, около комплексите и по цялото протежение на крайбрежната ивица – Несебър, Влас, Балчик, Обзор, Китен, Ахтопол. През летните месеци селищата в близост до морето се оживяват от многобройните туристи, а постоянното им население осигурява работната ръка за комплексите.

Повечето селища северно и южно от големите градски центрове Бургас и Варна като Китен, Шабла, Обзор или Ахтопол, нямат историческия шанс да се превърнат в реномирани туристически дестинации. Макар в тях модернизационните процеси да протичат с по-бавни темпове промените те са също толкова видими и всеобхватни. Благодарение на туризма по-малките черноморски селища успешно откриват своята ниша чрез отдаването на частни квартири основно на българи и отчасти на чужденци от соцлагера. Условието при настаняването в частните квартири са най-разнообразни, а на трудещите се в повечето случаи се налага да преглътнат липсата на удобства, срещу „привилегията“ да прекарат няколко дни на море при минимален разход на средства.

Втора глава

Масовото привличане на западни туристи по българското Черноморие, успешното позициониране на „капиталистическите“ пазари се оказва трудна задача за „Балкантурист“. Туристите от свободния свят са значително по-претенциозни, а за да бъдат накарани да похарчат валутата си именно в България са нужни значителни усилия и реклама. Живеещите в източната част на континента са фактически затворници без право да пътуват свободно не само извън, но дори и в рамките на социалистическия блок. Ограничената мобилност и

още по-ограничените финансови възможности на тези туристи правят реномираните морски дестинации в Европа непостижими. За разлика от тях западноевропейците не са принудени да съобразяват своите летувания с идеологически, политически или административни ограничения. Постепенно лятната ваканция в традиционните европейски курорти на Ривиерата, Коста дел сол или Амалфийското крайбрежие доскучава, насърчавайки по-смелите от тях да потърсят нови дестинации дори отвъд Желязната завеса. Любопитството, без съмнение, е водещият мотив в края на 50-те и началото на 60-те години туристи от „капиталистическите“ страни да обърнат поглед и към родното Черноморие. Още повече, че през 60-те години Испания, Гърция и Турция са в общ ценови диапазон с нашата страна.

Като цяло България е почти непозната на средностатистическия германец, французин или англичанин, което налага тя да рекламира активно своя морски продукт. Ограничените средства, отпускани на туристическите организации за реклама обаче са причина често да се прибегва до нискобюджетни, но ефективни кампании, а усилията са концентрирани предимно в отпечатването на туристически материали с често „спонсорирани“ хвалебствия от туристи за прекрасните условия у нас.

Статистическите данни потвърждават по безспорен начин възходящото развитие на българския туризъм на световния пазар. Докато през 1963 г. посетилите страната с цел туризъм са малко над 150 хил. и то предимно от социалистически страни, в навечерието на Десети ноември по българското Черноморие летуват 2,7 млн. чужденци, от които над половин милион от капиталистически страни.

Разбира се, немалка роля за успехите на страната за западните пазари имат самите „капиталистически“ туристи. Ако любопитството докарва у нас първите чужди летовници, то разликата в стандарта и непропорционалната ценност на конвертируемите франкове, лири и особено дойче марки са онези, които масовизират посещенията до черноморските ни курорти. Дотациите и ценовата конкурентоспособност също не са за пренебрегване. Така например рязкото увеличаване на туристическите потоци към България в началото на 70-те години, до голяма степен се дължи на всеобщото поскъпване на туристическите пакети в Испания, Италия и Франция. Това естествено отклонява част от нискобюджетните

потоци на Изток. Само за летния сезон на 1975 г. в България пристигат около 70 хил. западни туристи или с 22% повече спрямо предходната година. Страната ни печели както с ниските си цени, така и много изгодни обменни курсове за туристите.

Българското Черноморие печели сърцата на първите летовници, дошли отвъд завесата, с девствената си природа, спокойната обстановка, предлагаща усамотение и почивка, топлия климат, яркото слънце и простиращата се с километри плажна ивица от най-фин пясък. Разнообразният пейзаж предлага подходящи условия за летуване дори за най-капризните клиенти. Докато „Слънчев бряг“ напомня повече пустинен пейзаж с оскъдната растителност и пясъчните дюни, то „Златни пясъци“ изкушава с прохладата на лонгозните си гори. В зависимост от природните дадености на комплексите, впоследствие започва целенасоченото им профилиране в рекламните проспекти, като „Слънчев бряг“ се препоръчва за семейства с деца, заради плиткото и безопасно море, докато „Златни“ – за туристи, които предпочитат спокойствие и уединение. Според социологическо проучване сред западните туристи, проведено от „Балкантурист“ през 1970 г., близо 70% от посетилите България, мотивират избора си, освен с отличните условия на туризъм и изгодните цени на туристическите пакети, също и с желанието си да опознават по-добре страните от социалистическата система.

Наред с природните красоти и условията за летуване, за западните туристи не по-малко привлекателна се оказва и самата комунистическа държава, която с радикалната си идеология, обществено-политическо устройство и коренно различна от познатата дотогава организация на стопанския живот, неминуемо предизвиква интерес и любопитство. Открехването на Желязната завеса, позволява не просто наблюдение на практическата реализация на комунистическия идеал, но и дава възможност за формиране на собствена гледна точка към една политическа система, която освен че предлага нов модел на управление, предявява и претенции за превъзходство над западните демокрации.

Забележителното развитие на българската туристическа индустрия от 70-те години насетне не би било възможно без партньорските контакти на „Балкантурист“ с едни от най-реномираните европейски туроператори като немските „Некермен“, „ИТС“, френските „Клуб Медитеране“, Туризм е травай“ и др.

множество други по-големи и по-малки туристически британски, испански, скандинавски и др. тонически агенции.

С течение на времето в системата на „Балкантурист“ започват да се натрупват множество неуредици, подлагащи на изпитание търпението на гостите и подсказващи началото на дълбока криза в българския международен туризъм. Те са свързани с познати проблеми в обслужването и състоянието на материалната база, но най-вече с липсата на развитие и разнообразие, което да поддържа интереса към Черноморските курорти.

Лошите битови условия и организационния хаос при настаняването на чуждестранните туристи стават причина за чести оплаквания и обтягане на отношенията с контрагентите. За това вероятно допринася и прикритата намеса на Държавна сигурност, която често саботира дейността на „Балкантурист“. Туристическите представители на западни фирми автоматично стават обект на оперативни разработки, което прави работата им по българското Черноморие изключително трудна, а понякога и опасна. За съжаление, архивните масиви на МВР с разработките по тази линия не са предадени в т. нар Комисия по досиетата. Описите на литерни дела обаче са достатъчно показателни за активността на службите.

Въпреки че западните туристи прекарват относително кратко време в България, а ежедневието им преминава най-вече край плажа и морето, идеологически моделираната среда, в която са потопени, не се оказва препятствие за по-интуитивните и любопитни от тях да надзърнат зад фасадата на режима. Не бива да забравяме също така, че значителна част от туристите, посещаващи България, имат предимно леви политически възгледи и пътуването в страните от съветската сфера на влияние до голяма степен е мотивирано от желанието да се запознаят с практическото приложение на принципите на Маркс и Ленин.

Като показно предприятие, чиято цялостната дейност е насочена към изграждането на положителен образ на режима сред чужденците, „Балкантурист“ е натоварен с тежката отговорност да компенсира част от хроничните недостатъци на родната пропаганда зад граница.

Повечето западни публикации я описват като бедна, слабо развита аграрна страна, по-близка до Ориента, отколкото до Европа, която социалистическият строй е върнал далеч назад в развитието ѝ. Акцентира се върху огромното влияние

на Съветския съюз и политическата сервилност на управляващите към Москва, превърнали режима в „най-твърдия от всички съществуващи“, с привидна свобода и вродена подозрителност към всеки чужденец.

За краткия си престой западните туристи трудно могат да придобият пълна представа за стандарта на живот в една чужда страна освен през няколко универсални ключа като цените на потребителските стоки, състоянието на търговската мрежа и доходите на населението. Впечатленията им за тези маркери са ключови и по отношение на оценките за политическата система, която претендира за социална справедливост и по-добри житейски перспективи в сравнение с капитализма. Те показват също така доколко успешни са опити властта да се представи като социален благодетел и гарант за висок жизнен стандарт на населението.

През 70-те години като по-ефективно средство за въздействие започва да се смята изтъкването на социалните предимства на комунистическата система. Усилията на екскурзоводите са пренасочени и те са натоварени да разясняват пред дошлите в отпуск „капиталисти“ пенсионното осигуряване, трудовата политика, здравното обслужване и образованието в Народна република България.

С масовата поява на западни летовници по нашето Черноморие се добавя нов нюанс във вътрешната йерархия на „Балкантурист“. Туристите вече не формират хомогенната група на „чужденците“, а започват да се делят на „западни“ и „социалистически“. Идеологическата рамка, структурираща приоритетите на „Балкантурист“, очаквано поставя социалистическите туристи на върха на пирамидата (първо направление), докато западните минават на втори план (второ направление). Икономическите интереси на предприятието и ежегодно нарастващите планови задания в конвертируема валута обаче преобръщат партийните догми фактически деградирайки чехи, словаци, поляци и дори руснаци като втора категория чужденци.

През целия период на социализма туризмът се схваща като индустрия. И докато днес използваме този термин за да подчертаем голямото му значение за националната икономика, то през тези години той се възприема съвсем буквално като вид серийно производство, често лишено от индивидуалност и грижа. За комунистическата държава чужденците са просто лесен и доходоносен източник на валута. Независимо от усилията за пропаганда всъщност държавата малко се

интересува с какви впечатления туристите си заминат от страната, стига да остават определения им минимум валута. До голяма степен организацията на туризма и фактичката му дейност се превръщат в огледало на социалистическата система с нейните недъзи и лицемерни лозунги.

Трета глава

Тази глава разглежда туризма като прозорец към Запада и отражението му върху българското общество.

Самите българи присъстват в няколко роли – на обикновени туристи, на обслужващ персонал, съдържатели на частни квартири и агенти и доносници на ДС.

През годините на социализма родната клиентела в хотелите и ресторантите на „Балкантурист“ е твърде ограничена, поради липсата на свободни места и рестриктивно високите цени. Макар за западните туристи най-люксовите ни хотели да са сред най-евтините в Европа, то за българите е точно обратното. Малцина могат да си позволят ваканция чрез „Балкантурист“ при средна цена за пълен пансион между 4-6 лв. и дневна надница от 5 лв. А дори и доходите да позволяват подобно разточителство, туристическите комплекси в разгара на сезона са така претъпкани, че намирането на свободна стая е почти невъзможно. Към финансовите и организационни трудности през годините се напластяват и многобройни унижителни практики, сриващи личното самочувствие на българите, недвусмислено показващи, че са нежелани гости в собствената си страна. Сред малкото възможности за тях да се докоснат до лукса, предназначен за чужденците, е времето преди началото или след края на сезонна. За „Балкантурист“ обслужването на българи се възприема като неизгодна дейност, тъй като с нищо не спомага за изпълнението на валутния план.

Причината за тази държавно регламентирана дискриминация е чисто финансова. Международният туризъм, наричан още стопански, се възприема като туристическа индустрия, натоварена да печели конвертируема валута за страната. Пропагандните и социалните цели остават на втори план както пролича вече от делегирането на вътрешния туризъм на профсъюзите, предприятията и местната

частна инициатива. Затова и дейността на „Балкантурист“, чиято единствена цел е изпълнението на валутния план, е насочена приоритетно към привличането и обслужването на чужди туристи. Ограничената платежоспособност на българите, пък трайно ги поставя в дъното на социалната йерархия, в положение на външни наблюдатели, но не и на потребители на социалистическия лукс.

Мащабните инфраструктурни проекти на „Балкантурист“ изменят не само визуалния облик на българското Черноморие, но и демографската картина на региона. В рамките на десетилетието, през което се изграждат основите на модерния социалистически туризъм, предприятието се налага на пазара на труда и като един от най-крупните работодатели в регионален мащаб. Трайно ниските доходи в сферата на услугите обаче повличат след себе си изключително чувствителни за режима практики като надписването на сметки и вземане на бакшиши, злоупотреби с държавна собственост, измами на клиенти, амбулантна и валутна търговия и пр. Ширещата се престъпност по комплексите обаче не бива да се възприема единствено като слабост на държавните институции да се справят с проблема още повече, че той се превръща в норма за всички сфери на икономиката. Очевидно от това положение имат полза, не само работниците, които допълват ниските си заплати с дребни далавери за сметка на клиентите, но и самата държава, която въпреки всичко все пак прибира своята част от печалбата. Валутният план на предприятието се явява индикаторът, който балансира индивидуалните интереси на работниците и държавата, като покриването на неговите задания е границата отвъд, която могат да работят за себе си.

На този фон борбата на „Балкантурист“ срещу „упадъчните стопански явления“ се развиват в две посоки. Първата линия следва политиката на плавно увеличаване на основното възнаграждение и разработване на система от финансови стимули и премии, с които да се постигне ефекта на материалната заинтересованост от работата. Втората линия цели промяна в организацията на обслужване на клиентите в общественото хранене, където се наблюдават и най-масовите злоупотреби със служебно положение. Паралелно с това институциите залагат на комбинация от засилен стопански контрол, отчетност и споделена отговорност по различните нива на обслужването за поне частично ограничаване на нерегламентираните доходи.

Проблемите с кадри се оказва само върха на айсберга за международния туризъм. Под повърхността на грубата статистика остават не по-малко тежките проблеми с професионалната квалификация и образованието на персонала, обслужващ предимно чуждестранна клиентела. Нуждата от откриването на специализирани училища за туристическите работници се появява още със създаването на „Балкантурист“. С новото предприятие се появяват и много непознати до тогава професии като екскурзоводи, обменители на валута, информатори, управители и др., които изискват специално обучение и определен образователен ценз. Много от тези позиции предполагат владение на чужди езици, умения за водене на отчети и документация, както и определени комуникативни способности при обслужването на туристите.

Някои от традиционните професии в ресторантьорството и кулинарията например също не предлагат наготово елитна селекция от специалисти в бранша. Опитните готвачи обикновено са самоуки, натрупали професионалния си стаж в малки гостилници и шкембеджийници без познания, нито в управлението на големи ресторанти, нито в приготвянето на специалитети от европейската кухня. Този съществен детайл отчасти обяснява богатото присъствие на „селските яхнии“ и скарата в менютата на най-люксовите заведения, за сметка на по-деликатната храна, изчерпваща се с втръсналото на всички туристи филе „Миньон“.

За съжаление архивите на туристическите институции хвърлят твърде малко светлина по въпросите на вкуса. Изключително тежките проблеми пред бранша поглъщат изцяло енергията и вниманието на ръководството на туризма, оставяйки на заден план кулинарните и естетически достойнства на храната. Дори емблематичната „шопска салата“ е по-скоро рожба на случайността, отколкото на добре обмислена маркетингова стратегия. Вероятно, заради това през целия жизнен път на „Балкантурист“ така и не се изработва цялостна концептуална рамка с характеристиките на българската национална кухня. Спорадичните ѝ споменавания се изчерпват единствено с клишетата за „типично българските“/„самобитни“ гозби, без каквото и да е пояснение за смисъла на тези понятия. Кулинарните експерти обаче са категорични, че специфичните вкусови качества на храната се определят не толкова от вложените съставки, колкото технологията на приготвянето. Традиционните манджи изисквали дълга и бавна температурна обработка, докато в обществените кухни всички операции се

извършвали набързо и на силен огън. Именно това опорочавало кулинарните достойнства на храната, придавайки еднакъв вкус на всички ястия.

Тези фундаментални принципи се оказват напълно непригодни за ресторантите на „Балкантурист“, натоварени да обслужва стотици хиляди гладни туристи. Концентрирането им в малко на брой, но огромни по капацитет обекти (всеки между 500 – 2 000 стола) оказва силен натиск върху персонала, който трудно смогва да покрива изискванията за вкус, естетика, разнообразие и бързина на обслужването при толкова голямо натоварване. От там идва и естествената склонност за търсене на най-лесния път за изпълнение на служебните задължения, често с компромиси в качеството на крайния продукт.

В този случай модернизационните усилия на ръководството на туризма се сблъскват, освен със силната съпротива и незаинтересованост на персонала, също и с някои стереотипни по отношение на традиционната кухня.

Затлачените с десетилетия проблеми в обслужването и качеството на туристическия продукт като цяло се оценяват като водещ фактор за отлива на платежоспособни клиенти през 70-те и особено през 80-те години.

По същото време се наблюдава силно разрастване на мрежата от частни квартири. До края на 80-те години делът им спрямо общата леглова база по Черноморието вече достига 50%. Същевременно държавата предприема серията от мерки за стимулиране на частните стопани, които се оказват достатъчно ефективни, предвид бързото нарастване на жилищния фонд. Наемодателите получават правото за ползване на малки нисколихвени кредити за привеждане на квартирите към стандартите на „Балкантурист“. Микрокредитирането също допринася за повишаването на жизнения стандарт, тъй като позволява на стопаните да закупуват скъпи и дефицитни стоки, за които традиционно българите пестят с години (различни електроуреди, санитарен фаянс, мебели и т.н.)

Разглеждането на частните квартири като вид „частно предприемачество“ през социализма обаче би било пресилено. Естеството на организация на частния жилищен фонд на практика изключва каквито и да било стимули за лична инициатива при привличането на туристи и реализиране на по-висока печалба.

Това на практика означава, че по закон наемодателите по никакъв начин не могат да контролират приходите си, което ограничава личния интерес за предоставяне на по-разнообразни и по-качествени услуги. Тази система на

организация се запазва почти до края на режима, въпреки че косвено задълбочава обществената ерозията на социалистическия морал и законност. В крайна сметка нито „Балкантурист“, нито репресивните органи на Държавна сигурност успяват да поставят под пълен контрол армията от хазяи, които въпреки всичко успяват по един или друг начин да компенсират взетото от държавата, защитавайки личните си интереси.

Сред българите западното влияние започва да навлиза най-силно посредством модните културни течения в Западна Европа. До началото на 70-те години пробойна в Желязната завеса предизвиква т. нар. сексуална еволюция с множеството ѝ проявления в социалните взаимоотношения, културната сфера (мода, музика, забавления, хипарското движение, нудизма, летните флиртове и браковете с чужденци), политиката и пр. Носители на културното влияние са множеството западни туристи с поведението си, маниерите, облеклото, вещите, вкусовете и т.н., то действа „от долу“ като поставя БКП по-скоро в позицията на страничен наблюдател, отколкото на диригент на събитията.

Опитите на БКП за минимализиране и превенция на културното взаимодействие не постига особени резултати, тъй като българското общество и най-вече младото поколение усвоява западните тенденции далеч по-бързо, отколкото властта е в състояние да парира. В края на 70-те години част от младежите в курортните селища (включително много служители на „Балкантурист“) изобщо не се притеснявали открито да изразяват прозападните си позиции и преклонението си пред западния начин на живот. Възпроизвеждането на западния стил в социалистическа среда е трудно начинание, а най-непосредствения досег до желаните стандарти остават магазините на „Кореком“. И действително лъскавите вносни стоки с етикет „само за чужденци“ (модни дрехи, дънки, цигари, марков алкохол, но най-вече магнетофони, фотоапарати и пр.) са истинската цел на всеки, мечтаещ да се почувства равен с тях.

Почти религиозното преклонение пред идващи през Желязната завеса моди и ценности, толкова желани и едновременно недостъпни, обременява обществото с комплекс за малоценност. Западните стоки, модели, субкултури, са колкото мечтани, толкова и мразени. Само така можем да обясним как едни и същи българи преследват западногерманец, за да купят дрехите от гърба му и часове по-късно му „отмъщават“ с надписване на сметката. Превключването между тези

противоположни регистри се вижда особено ясно при „гларусите“ – едновременно сексуално доминиращи и просеци дребни корекомски подаръчета от „подчинените“ и прелъстени чужденки. Това постоянно превключване от една в друга роля осветява най-дълбоките, травматични пластове на протичащата по морето социална трансформация. Ако си позволим една игра на думи, комплексите по морето раждат много от комплексите на днешните българи.

III. Изводи

За разлика от класическата парадигма на властта, развитието на международния туризъм не е резултат от стриктно следване на партийни директиви или режисиран от Москва проект, а следствие от енергията и ентузиазма на проектантите, строителите и служителите на „Балкантурист“, които поставят основите на съвременната туристическа индустрия в страната. Видимите си резултати, будещи днес национална гордост у мнозина, международният туризъм постига не благодарение, а по-скоро въпреки ръководството на БКП. Независимо от безспорните си финансови успехи, секторът така и не успява да извоюва благоволенieto на режима, оставайки трайно встрани от интересите на партията. Макар да се развива без план, ясна визия и дългосрочна перспектива, постоянно спъван от идеологическите страхове и финансовите ограничения на режима, секторът все пак не се превръща в посредствен стопански придатък на плановата икономика. Особеният му статут на периферно предприятие в „ничията земя“ на между свободния пазар и плановата икономика, му дава относителна стопанска самостоятелност и по-висока ефективност от тази на повечето социалистически предприятия. Вероятно заради тази си двойственост международният туризъм така и не успява да се впише в общата концептуална рамка на режима. През целия си жизнен път секторът остава притиснат в менгемето на идеологическите страхове от западната пропаганда и диверсия и нереално високите очаквания за реализиране на валутни приходи.

Въпреки периферния си статут на непрестижна дейност, именно туризмът трайно променя облика на българското Черноморие. Буквално изпросените инвестиции в инфраструктура, материална база и търговия многократно се

„мултиплицират“ в заетост и поминък за един традиционно изостанал до Втората световна война регион на страната. Първата стъпка се прави с издигането на големите комплекси от края на 50-те и началото на 60-те години („Дружба“, „Златни пясъци“, „Слънчев бряг“ и „Албена“), последвани от по-малките ваканционни селища „Дюни“ и „Елените“ от средата на 80-те и допълнени с широка мрежа от частни квартири и къмпинги по крайбрежието и хотели във вътрешността на страната. Именно те налагат образа на „Балкантурист“ като флагман и витрина на социалистическата модернизация.

Безспорният успех обаче едва ли би бил възможен без натиска, който чуждите туристи оказват върху режима. Постоянно растящия им брой – от няколко хиляди в края на 40-те до 2,7 млн. в края на 80-те години, ги превръща в двигател на икономически просперитет и културен мост между двете политически системи. Те, или по-скоро конвертируемата им валута, стават причина за някои половинчати, но все пак важни политически отстъпки от страна на БКП като либерализацията на визовия режим и легализирането на частната инициатива в настаняването (квартирите).

В плажните си чанти почиващите с десетилетия по Черноморието няколко милиона чужденци от Западна и Източна Европа, освен промяна в ежедневието и обществените практики, носят и семената на една мощна ценността промяна в нагласите и възприятията на българите. В социалистическа България нейният резонанс отеква много по-силно, отколкото чисто икономическите валутни ефекти на сектора. Получава се така, че докато партийните и държавни документи постоянно и с нарастваща сила фиксират нуждата от доларови приходи, „долу“, край пясъчните плажове, протича нетърсена и неочаквана от политическия връх обществена трансформация.

Резонансът, и тогава и сега, на международния туризъм е толкова мощен поради синхронното протичане на три други процеса, които го правят едновременно възможен и неимоверно усилват трансформационния му потенциал. На първо място става дума за общото отваряне на Източния блок към света в края на 50-те години. Колкото и половинчато и противоречиво да е размразяването, именно то стои в основата на вълните от германци, чехи, французи, руснаци... Без омекването на комунистическите режими след смъртта на Сталин, България би останала обграден с телени мрежи остров, непрониклив за вредни външни

влияния. Ако плахата либерализация на социалистическия лагер е силата, която прави туризма възможен, то неговият ефект би бил несравнимо по-слаб, ако новият идеологически конструкт бе вече оформен и цялостно наложен. Когато през 50-те и началото на 60-те години Черноморието се превръща във врата към света, старите „буржоазни“ ценности са в процес на бързо разпадане под напора на политическите догми на режима. Въпреки безмилостността, с която те са налагани, социалистическата „всестранно развита личност“ все още не е окончателно моделирана и монолитна. В пролуката между поваленото на земята старо и надигащото се ново се вклинява международният туризъм. В свободния свят ролята му да показва, приучава и изкушава е поета от медиите. При пословичната казионност на българската преса и масовото заглушаване на западните радиостанции аполитичното и неидеологизирано в същността си летуване на плажа се превръща в мощна пружина за ценностен отскок. На трето място, туризмът оставя толкова дълбок социален отпечатък и заради неспособността на партията да реализира битовия център на сключения на границата между 50-те и 60-те години консенсус между управляващи и управлявани. Плановата икономика не успява да задоволи отпусненото потребление. Неспособен да реализира един комунистически вариант на благоденствие, „импотентният консенсус“ ражда култа към Запада.

IV. Научни приноси на дисертационния труд

- Настоящата дисертация е първото самостоятелно монографично изследване в българската научна литература посветено на българския туризъм и „Балкантурист“;
- Настоящото изследване е базирано на богат набор от архивни фондове (Държавна агенция – „Архиви“, Комисията по досиетата), статистическа информация (НСИ), интервюта и пр.;
- За пръв път се представя аналитично и цялостно външния поглед към социалистическата власт в България;
- Оригинална организация на дисертационния текст, включваща три полета на изследване, всяко от които представя три различни гледни

точки: на институциите (БКП, „Балкантурист“), на българите (в зависимост от различните им роли) и на чужденците (външният поглед към НРБ);

- Предлага нов научен поглед към периода на социализма, чрез изследването на отделен сектор от плановата икономика с трайни социални, културни, стопански и пр. ефекти върху българското общество.

Научни постижения, свързани с дисертационния труд:

1. „Балкантурист“ – запазената марка на НРБ. Черноморският туризъм като рекламна витрина на социалистическа България. В: Мултикултурният човек. Сборник в чест на 60-годишнината на проф. дин Петър Герана. (под печат);
2. Прозорецът към Запада. Социокултурни аспекти на българския черноморски туризъм. – Историческо бъдеще (под печат).