

„СОЦИАЛИСТИЧЕСКИ ПАНАИР НА НОВАТА РОДИНА“ – ПРОПАГАНДА И КУЛТУРА ПО ВРЕМЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАНАИР – ПЛОВДИВ В ПЕРИОДА 1947 – 1989 Г.¹

Мирена Митова

***Анотация:** В студията за първи път в българската историография се представя Международният панаир – Пловдив като терен за култура и пропаганда през 1947 – 1989 г. Тази страна от функционирането на панаира обикновено остава встрани от историята на международните икономически отношения на България през посочения период, поради стремежа да се изведе икономическото му значение. А данни за културно-пропагандните му функции, които позволят тяхното разкриване през годините, са налице предимно в архивите и в пловдивската преса. На основата на тези извори и с оглед натрупаната историческа литература за вътрешнополитическото и външноикономическо развитие на България през 1947 – 1989 г., студията разглежда ролята на панаира за пропагандиране на стопанските и политически инициативи на властта в страната. Това е направено като, от една страна, се анализира как пропагандната линия на комунистическия режим се влияе от амплитудите на напрежението в Студената война и от вътрешнополитическата обстановка в страната и какви са нейните резултати. Заедно с това, от друга страна, се проследява как се осъществява културният обмен между творческите среди и хора от различни държави през времетраенето на панаира и какво е неговото значение за имиджа на панаира и за неговия престиж.*

***Ключови думи:** Международен панаир – Пловдив, пропаганда, култура, Студена война, социализъм.*

През вековете панаирът като форма на търговия е осигурявал директни контакти между търговци и бъдещи купувачи, давал е

¹ Настоящото изследване е финансирано по Програмата на Българската академия на науките за подпомагане на млади учени, 2017 г. (PROGRAM FOR CAREER DEVELOPMENT OF YOUNG SCIENTISTS, BAS, 2017), за което изказвам своята благодарност на ръководството на Академията. Проект: №ДФНП-17-82/ 28.07.2017 г. „Пловдивският панаир като място за транснационални културно-икономически контакти на България по време на Студената война“.

възможност да се направи преценка за икономическото развитие на страните, да се организира бъдещ стокообмен, да се видят най-бързо развиващите се икономически направления и да се обменя маркетингов опит. Почти винаги той е съпроводен с различни културно-развлекателни събития, целящи да привлекат повече посетители и купувачи. Всичко това днес в XXI в. се осъществява все повече и повече чрез интернет, който скъсява разстоянията между контрагентите и е неизчерпаем източ-

ник на информация. През ХХ в. панаирите, и особено международните търговски панаири пазят своето важно значение за осъществяване на търговско-икономическите и културни връзки между контрагенти и държави. В условията на Студената война, в обстановка на силно политическо, икономическо и идеологическо противопоставяне на страните от двата блока, такива форуми придобиват много по-отчетливи пропагандно-представителни функции наред с търговско-посредническите им. Международният мострен панаир в Пловдив в периода 1947 – 1989 г. не прави изключение в това отношение.

Пропагандата² по време на Международния панаир – Пловдив 1947 – 1989 г.

XI Международен (I Републикански) панаир е открит на 31 август 1947 г. от Васил Коларов. На този, първи след войната, панаир българското участие е по-скоро демонстрационно, отколкото съобразено с изискванията на международните пазари. Целта е, както посочва В. Коларов в приветствената си реч, „да покажем какво ние можем да предложим срещу помощта, която очакваме да получим...“³, като се „търси един организиран, систематичен и целеустремен стокообмен“.⁴ Ето затова в панаирните палати на българското участие могат да се видят мостри от земеделието, скотовъдството, горското стопанство, хранителни продукти, химическа индустрия, текстилна индустрия, каучукова индустрия, машинна индустрия, хартиено производство, порцелан, етерни масла, канцеларски пособия, вино, ра-

² Терминът пропаганда има различно тълкование в историографията, но в студията ще се приема като съвкупност от информация, обслужваща интересите на определена група хора, разпространявана умишлено с цел да се въздейства върху мнението на масата. Фокусът в студията се поставя върху пропагандата на комунистическия режим в България

³ *Кооперативно движение*, 7, 1947, 40.

⁴ Пак там.

кия, парфюмерия, тютюн и много други, като се акцентира върху резултатите, постигнати от Двугодишния стопански план.⁵ Но макар че В. Коларов поставя ударението върху възможността панаирът да съдейства за организиране на бъдещ стокообмен между България и други страни, след обиколка в палатите на панаира, той отправя своите критики към организирането на изложението. В. Коларов не е доволен, че пред множеството български посетители не са представени новите стопански форми, въведени след 9 септември 1944 г., като кооперирането, създаването на машинно-тракторните станции (МТС), индустриализацията, бригадирското движение, ударничеството и др.⁶ Критиката му подсказва, че панаирът ще има важна роля за пропагандирането на икономическите постижения на страната, постигнати чрез социалистическите методи на управление на икономиката.

Схващането на държавния глава за ролята на панаира веднага е подето и от представителите на властта, които участват във Върховния съвет⁷ на панаира. Тяхното вижда-

⁵ В Двугодишния стопански план (1947 – 1948 г.) залягат идеите на БРП (к) за развитие на материално-техническата база на отрасли като минната индустрия, електрификацията, транспорта, инфраструктурата. Предвижда се изграждането на 53 нови индустриални предприятия, от които 17 са от тежката индустрия. Планът изключва частния сектор от процеса на индустриализация, а частните предприятия са длъжни да изпълняват само спуснатите от държавата производствени планове. – И. Марчева, *Политика на стопанска модернизация в България по време на Студената война*, София 2016, 64.

⁶ Държавен архив (=ДА) Пловдив, Фонд: 218 „Международен панаир – Пловдив (1935 –)“, Инвентарен опис: 1, Архивна единица: 12, Номер на лист от архивната единица: 79 – 82.

⁷ Според Правилника от 1936 г., действащ до 1948 г., панаирът се ръководи от председател и три колективни органа на управление – Върховен съвет, Управителен съвет и Проверителен съвет. Върховното ръководство и контрол на Мострения панаир е възложено на Върховния съвет в състав: Министърът на търговията, промишлеността и труда, Министърът на земеделието или техни представители, главният директор на БДЖ, бю-

не за ролята на панаира е отразено в специалното издание „Пловдивски мострен панаир“, отпечатано веднага след закриването на изложението на 14 септември 1947 г. В изявление за списанието ген. Христо Лилков, министър на индустрията и занаятите, настоява на пропагандно-представителния характер на изложението, което да показва „результатите от отечественофронтовската промишлена деятелност, сложена на началата на плановото съревнование, рационализация и творчески подем на трудещите се.“⁸ Фокусът се поставя (по примера на цитираната реч на В. Коларов) върху експонирането на постигнатите резултати на Двугодишния стопански план. Главният секретар на Министерството на търговията и продоволствието Константин Георгиев обяснява, че панаирът трябва да покаже на чужденците „как е възможно с такава енергия да следваме изпълнението на двугодишния стопански план, при скорошна политическа и стопанска изолация на страната“.⁹

рото на Пловдивската търговско-индустриална камара, кметът на града и помощниците му, ръководителите на по-главни служби в Пловдив, представители на търговско-индустриални камари в страната, на стопански съюзи на изложители и др. (*Държавен вестник*, бр. 40, 21 февруари 1936, 538 – 540; Л. Обрейков, *Обрейкови*, Пловдив 2007, 80) Върховният съвет трябва да заседава веднъж годишно, като заседанията се свикват от Управителния съвет. Съветът разглежда отчета за дейността си, като обсъжда мерките и дава директиви за организацията на последващите панаири; назначава членовете на Проверителния съвет; разглежда бюджетния отчет на Проверителния съвет и одобрява бюджета за следващата година. Върховният съвет може да заседава извънредно, като по правилник на тези заседания се разглеждат само въпросите, поставени по дневен ред. Съгласно член 11 от Правилника от 1936 г. непосредственото управление на делата на Мострения панаир се възлагат на Управителен съвет в състав: председателят и подпредседателят на Пловдивската стопанска камара; кметът и помощник кметът на Пловдивска община (ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 24, л. 3)

⁸ *Пловдивски Мострен панаир*, бр. 9, септември 1947 г., 12.

⁹ Пак там, с. 13.

Реакцията на властта подсеща, че пропагандната линия в панаира ще има важна роля в неговото развитие и тя ще е насочена в две направления – към българския народ и към чуждестранните посетители на панаира.

Линията, която трябва да следват преките ръководители на панаира – Управителният съвет и председателят му, е поставена и те трябва да се съобразят с нея. Тя следва промените, настъпили в политическата ситуация в страната, непосредствено след учредителното съвещание на Коминформбюрото от 22 – 28 септември 1947 г. в Шкларска Поремба. Тогава на източноевропейските страни се вменява необходимостта от ускоряване на трансформациите в цялостния живот и възприемане на съветския модел на социализма, като югославският път към него се смята за най-подходящ. Това поставя началото на края на периода на „народната демокрация“ и началото на установяване на монополното управление на комунистическата партия във всички сфери на живота.

На 13 разширен пленум от 14 октомври 1947 г. на ЦК на БРП (к) се възприема курс „наляво“. Всички ОФ партии, с изключение на „Звено“, на съвместно заседание на Националния комитет (НК) на ОФ на 22 октомври 1947 г. се обявяват също за привърженици на социализма,¹⁰ а на 26 октомври ОФ партиите приемат подписаната от всички членове на НК на ОФ Декларация, в която се заявява, че ОФ трябва да се преустрои в единна обществено-политическа организация с нова програмна цел – изграждането на социализма в България.¹¹ Съществените промени в държавно-политическата и икономическата система на България са поставени в

¹⁰ И. Марчева, *Политика на стопанска модернизация*, 67; Л. Огнянов, *Държавно-политическа система на България 1944 – 1948 г.*, София 2006, 189 – 191.

¹¹ Евг. Кандиларов, *Отечественият фронт – от коалиция към единна общественополитическа организация – В: История на Отечествения фронт/съюз в България*, Т. 1, София 2012, 180.

законови рамки след приемането на новата Конституция на Народна република България от 4 декември 1947 г. С нея се премахва разделението на властите, въвежда се планово развитие на стопанството, обявяват се средствата за производства за държавна собственост. Изграденият държавен монопол над вътрешната и външната търговия е отразен в Конституцията на страната, а също и правото ѝ да национализира клонове на народното стопанство или отделни предприятия от промишлеността, транспорта и кредита.¹²

След приемането на Конституцията Георги Димитров съставя четвърто ОФ правителство, в което 14 от 23-мата министри са комунисти, а в началото на 4 януари 1948 г. министър-председателят Г. Димитров е избран за генерален секретар на ЦК на БРП (к) и за председател на НК на ОФ, с което на практика започва сливането на управляващата партия с държавата.¹³

Най-съществената промяна, която се извършва в стопанската сфера на страната след приемането на Конституцията, е национализацията от края на 1947 г. Промышлеността е национализирана на 23 декември 1947 г. и обхваща не само едрите, но и дребнособствените заведения с машинно производство, в които не се използва наеман труд. В резултат на този акт държавната собственост в общото промишлено производство достига 91,7%.¹⁴ До края на декември 1947 г. със закон за банките от 27 декември 1947 г. се установява държавен монопол и върху банковото дело.¹⁵

¹² Конституция на Народна република България от 04.12.1947 г. <http://www.parliament.bg/bg/18> (достъпен 10 октомври, 2018); Евг. Кандиларов, *Отечественият фронт* 181; Л. Огнянов, *Държавно-политическа система*, 196 – 197.

¹³ Е. Калинова, И. Баева, *Българските преходи 1939 – 2010 г.*, София 2010, 97.

¹⁴ И. Марчева, *Политика на стопанска модернизация*, 68 – 69.

¹⁵ Пак там, 69.

Извършените промени в политическия и в стопанския живот в страната превръщат ръководната и монополна роля на БРП (к) в най-характерна черта на установяващия се в страната тоталитарен режим по сталински, съветски образец.

Международният панаир – Пловдив не остава изолиран от процеса на укрепване на тоталитарната система в България в края на 1947 г. и началото на 1948 г. Това е времето, когато комунистическата власт придобива монополна роля и постепенно се увеличава централизацията в политическата и културната сфера. Особеностите на този период характеризират първия етап на пропагандната линия в организацията на панаира. За него е присъщо, че пропагандата е насочена предимно към българското общество. Целта е панаирът да способства за увеличаване на голяма маса от народа в подкрепа на стопанските и политическите инициативи на правителството, като се покажат новите стопански форми, въведени след 9 септември 1944 г., и резултатите от Двугодишния стопански план. Тези черти явно проличават на редовното годишно заседание на Върховния съвет на панаира, проведено на 29 февруари 1948 г. На него представителите на централната власт подхващат критиката на Васил Коларов, която той отправя по време на отриването на панаира от есента на 1947 г. и открито упрекуват местната управа за това, че панаирът не е успял да покаже постиженията на стопанското развитие на страната, насочвайки внимание към пропагандно-представителния характер на панаира. Прави впечатление изказването на заместник-председателя на Държавна планова комисия Тодор Поляков, който изрично подчертава, че на Първия Републикански панаир, посетителите в сравнение с последните панаири преди войната, са били със 105 хиляди души повече и те не са могли да видят колко много е постигнало правителството с Двугодишния стопански план. А това говори,

че след закриването на панаира централната власт осъзнава, че изложението в Пловдив трябва да се използва за терен за демонстрация на постигнатите резултати. Павел Бибов, председател на градския комитет на ОФ, най-ясно обобщава новите директиви на бъдещата управа на панаира – построяването на един „социалистически панаир на новата родина“.¹⁶

Насоките за развитие на панаира официално се оформят в нов правилник, приет с Постановление на МС №7 от 17 август 1948 г. Той отменя Правилника от 1936 г.¹⁷ и направените изменения до 1948 г. Формално е запазен характерът на панаира на самостоятелно юридическо лице, но практически целият контрол и управление остават в ръцете на Министерския съвет и Министерството на търговията и продоволствието. Всички решения относно организирането на изложенията на панаира са прехвърлени от местната към централната власт, което позволява по-ясно да се формулират задачите на панаира с оглед националните цели на управляващите и в търговско-икономическата сфера, и с оглед на утвърждаването на „социалистическата икономика“ и „социалистическия строй“. В Правилника са посочени цели, служещи пряко на пропагандата: панаирът, посредством изложенията и публикации в печата, трябва да илюстрира развитието на всички сфери на българската икономика, поставена на плано-ви начала, както и да демонстрира развитието

¹⁶ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 12, л. 84.

¹⁷ Според Правилника от 1936 г. Мостреният панаир в гр. Пловдив е отделна юридическа личност със следните цели: 1) да покаже напредъка в развитието на местното производство, както и да излага стоки от чуждестранен произход; 2) да постави в пряк контакт производители и търговците; 3) да улесни сключването на сделки по мостри, като продажбата на стоки по време на панаира е забранена. (*Държавен вестник*, бр. 40, 21 февруари 1936, 538 – 540)

на българското общество в културно, социално и битово отношение.¹⁸

Засилването на пропагандната линия и централизацията в организирането и управлението на панаира напълно отговаря на логиката на развитие на вътрешната и международната ситуация. В началото на 1948 г. започва действието на приетата от Конгреса на САЩ през лятото на 1947 г. Програма за европейско възстановяване, известна като „Планът Маршал“. Отказът от включване в инициативата от страна на СССР и източноевропейските държави, поради политическите условия за участие, изолират икономически Източна Европа.¹⁹ Планът Маршал поставя началото на икономическото разделение на Европа, като засилва процесите на интеграция между държавите от Западна Европа. То е усилено от Берлинската криза 1948 г.²⁰ Подоб-

¹⁸ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 24, л. 13.

¹⁹ По-подробно вж: И. МАРЧЕВА, *Политика на стопанска модернизация*, 63 – 64; Г. НИКОВА, *Планът Маршал, европейските сили и България, Исторически преглед* (=ИПр), 4 – 5 (1993), 58; Н. АВРЕЙСКИ, *САЩ и Европа. Европейската политика на Вашингтон*, Велико Търново 2013, 197 – 201.

²⁰ На 2 юни 1948 г. приключва Лондонската конференция, където САЩ, Великобритания, Франция, Белгия, Холандия и Люксембург вземат решения да се обединят трите окупационни зони на САЩ, Великобритания и Франция в Германия като се образува т. нар. Тризония. Приема се Западна Германия официално да се включи в „Планът Маршал“ и се обсъжда въпроса за бъдещо правителство и конституция. До лятото на 1948 г. СССР се опитва да противодейства на плановете на Запада като го обвинява в неспазване на поетите в Ялта и Потсдам задължения. Междувременно западните държави провеждат парична реформа, като въвеждат в обръщение нова германска марка. Реформата засяга и западните сектори на Берлин. Последните от нея са силен удар върху икономическите и политическите интереси на СССР, чийто отговор е блокада на Западен Берлин. България подкрепя реакцията на СССР, но същевременно с това се стреми да поддържа търговски отношения със Западна Германия, поради нуждите на българската икономика. До военен конфликт не се стига, но напрежението в условията на Студената война се засилва, а това довежда до

ни процеси на консолидация протичат и вътре в Съветския блок. След разрива между СССР и Югославия от лятото на 1948 г. в страните от Източна Европа се налага чистият сталинизъм, като се отхвърлят възможностите за национални пътища към социализма. Заедно с репресиите, пропагандата трябва да убеди обществото, че възприетият и от България съветски път на развитие е най-ползотворен. Една такава възможност дава Международният панаир като площадка, на която директно и индиректно могат да се рекламират постиженията на режима.

Най-осезаемо пропагандният мотив се открива в рекламата на панаира в чужбина. Диплянтите, проспектите и плакатите се избират чрез конкурс, насочен към художествените среди в страната. Първите конкурси са обявени през 1948 г. за реклама на панаира от 1949 г. Проектите трябва да спазват три условия – да отразяват новите форми на производство и строителство в България като национализираната индустрия, ТКЗС, ударничеството, бригадирството и др.; да подчертаят международния характер на панаира, като се акцентира върху износните артикули на страната – тютюн, плодове, вина, текстил, кожа и др. и да насочат вниманието към забележителностите на Пловдив като град домакин.²¹ От 1948 г. активно в рекламата на панаира се включват „Българската кинематография“ и „Балкантурист“. „Българската кинематография“ заснема специален филм, показващ положените усилия на властта в изграждането на панаирното градче и благоустройствените дейности около терена на панаира, изтъквайки и увеличената изложбена площ. Филмът е предназначен за

още по-голямо стопанско разделение между Изтока и Запада, и усиляване на идеологическото противопоставяне. Е. Калинова, Германският въпрос и българската външна политика от края на втората световна война до края на втората световна война до средата на 50-те години. – В: *Модерна България*, 1999, 317 – 319.

²¹ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 45, л. 2.

прожекция в страната и чужбина.²² „Балкантурист“ поставя по молба на директора на панаира в бюрата си в София, Варна, Русе, Бургас, Плевен, Велико Търново и Рилския манастир пана с рекламни материали за панаира от 1949 г.²³ Реклама се осъществява и в печата и радиото, първоначално основно в пловдивските издания, но поради възможността панаирът да покаже пред българския народ, а и на целия свят „огромното социалистическо строителство на нашата страна“, рекламата се разширява по молба на Програмната дирекция на „Дирекция на радиоразпръскването и радиоофикацията“ от 18 август 1949 г. и по радио „София“.²⁴

В края на 40-те години в кампанията за реклама на панаира се включват и БДЖ с новосформираната служба към Дирекцията – „Рекламно-разгласна служба“. Една от целите ѝ е да рекламира дейността на международните панаири в Европа. В тази връзка БДЖ предлага в края на 1949 г. на директора на панаира да рекламира пловдивското изложение, като част от системата на международните панаири. Такова предложение тя вече е отправила и към панаирите в Познан, Будапеща, Виена, Прага, Милано, Париж, Лион и др.²⁵

От 1949 г. в подготовката за XIII Международен панаир – Пловдив за първи се включват организирано представители на художествените среди. По решение на Управителния съвет на панаира Съюзът на българските художници (СБХ) изпраща „най-изтъкнатите“ представители от културните среди в Пловдив, за да се заемат с художественото оформление на панаира, като целта е то да не е хаотично, а композиционно и художествено да следва една линия, която да представи общия облик на социалистическото развитие на страната след 1944 г., както и да отразя-

²² Пак там, а.е 50, л. 19.

²³ Пак там, л. 18 – 19.

²⁴ Пак там, л. 147.

²⁵ Пак там, л. 1.

ва формите на социалистическото изкуство.²⁶ Но след закриването на панаира по време на конференция от лятото на 1950 г., организирана по повод подготовката на XIV Международен панаир между министерствата и стопанските организации, подпредседателят на Градския народен съвет – Пловдив и председател на панаирния комитет по украсата и оформлението на панаира и града Петър Пешев констатира следното. Оказва се, че предоставянето на отговорността за идейно-политическото оформление на панаира на СБХ лишава щандовете на българското участие от добро стопанско поддръждане, което е пренебрегнато за сметка на изобразителното изкуство в оформлението.²⁷ Въпреки че е направен опит да се въведе браншовото излагане на българските стоки, т.е. стоките от един вид да се излагат на едно място, етикетирани с данни за производителя, е допуснато дублиране.²⁸ Освен това твърде широкият обхват на българското изложение, в което участие вземат всички министерства в страната и Централният кооперативен съюз, още повече създава впечатление за разпокъсаност и разпиляност, което пречи да се види основната линия в развитието на българската икономика – ползата от индустриализацията на промишлеността и механизацията на земеделието.²⁹ Затова от 1950 г. дейността по украсата на панаира, поддръждането на щандовете и украсата на града се поделва между СБХ и Градския народен съвет – Пловдив. Стремещът е българското участие да се оформи така, че да подчертае най-големите резултати от провежданата икономическа политика в страната, а художественото оформление на града и панаира трябва да акцентира върху лидерите на социалистическите режими и борбите на трудещите се. Така за панаира през септември 1950 г. в град

Пловдив са поставени множество портрети на Ленин, Сталин, Г. Димитров, В. Коларов, Вълко Червенков, както и на ръководителите на другите социалистически държави като Мао Дзе Дун, Енвер Ходжа и др. Специално внимание се обръща на централната градска част, чиито сгради се боядисват и ремонтират, за да се остави у посетителите на града добро впечатление. В украсата се включват още и плакати, които да показват „борбата за мир против подпалвачите на войната“, достиженията в социалистическото строителство и българо-съветската дружба. Градът е обсипан със знамена и лозунги, изразяващи ръководната роля на партията и работническата класа.³⁰ Посетителите му също трябва да се запознаят чрез плакати и с изпълнението на петгодишния стопански план.³¹ Цялата украса на града и по-значимите обекти представят една обща композиция, която изразява „борбите“ на социализма във вътрешнополитически и международен план. Така например с помощта на знамена, лозунги, плакати, макети и др. „Балкантурист“ трябва да представи борбата против „трайчокостовщината“ и „титовщината“; „Държавната книжарница“ – борбата между вътрешните и външните врагове; „Нармаг“ – социалистическата търговия, а книжарница „Народна култура“ – борбата за мир начело със СССР и др.³²

Художественото оформление на панаира следва мотивите на украсата на град Пловдив. Така XIV Международен панаир

³⁰ Пак там, а.е. 59, л. 1.

³¹ Първият петгодишен стопански план за периода 1949 – 1953 г. е приет през декември 1948 г. по време на V Конгрес на БКП. Чрез него целта е да се постигне бърза индустриализация на страната като централно място заемат електропроизводството, добивната промишленост, металургията, машиностроенето и тежката химическа индустрия. А българското земеделие трябва да се механизира. *Икономика на България през преходния период от капитализма към социализма*, Т. 2, София 1972, 187 – 188.

³² ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 59, л. 2.

²⁶ Пак там, а.е. 36, л. 27.

²⁷ Пак там, а.е. 59, л. 6.

²⁸ Пак там, а.е. 16, л. 25.

²⁹ Пак там, л. 104.

през 1950 г. трябва да отразява в идейно-политически план ръководната роля на партията, „политическата и стопанската помощ на СССР, борбата за мир и международното единство, разобличаване на предателските банди на Тито, Райха и Трайчо Костов и англо-американските бандити (дописано с червен молив в текста – б.а. М. М.), петгодишния стопански план, новите стопански фактори (съревнование, ударничество и бригади), ТКЗС като нова и необходима форма за стопанисване, портрети, предварително одобрени на Сталин, Ленин и пр., борбата за свобода на колониалните народи, разобличаване агресията на империалистите.“³³ През лятото на 1950 г. идейно-политическият план за общия облик на града и панаира се допълва с фрагменти, които трябва да уличат във вредителство външната политика на Турция спрямо българите и есенната сеитба,³⁴ заради изселническия проблем на българските мюсюлмани между двете съседни държави.³⁵

Още с влизането в панаирния град посетителите са посрещнати от „политически кът на българското земеделие“ с голяма снимка и фигура на Георги Димитров. В хода на разглеждането на палатите гостите на изложението ги очаква втори политически кът, който изразява помощта, давана от СССР на българското земеделие,³⁶ като кътовете показват линията, по която се развива българското земе-

делие – мелиорация, язовири и ледозащитни пояси. Набляга се на механизацията, на тракторите и МТС, като се поставят фотографии на „възторжени картини на нашата младеж към тракторите“³⁷, както и портрети, изразяващи радостта на земеделците при предаването на нарядите.³⁸ Така панаирът трябва да послужи да се убеди българският селянин, че присъединяването в ТКЗС е правилната линия за развитие на българското земеделие, и то в момент, когато се извършва първият пик в кооперирането в периода 1949 – 1951 г.³⁹ Но стремежът да се акцентира върху развитието на тази част от икономиката е не само пропаганден трик. Той има своите основания, защото земеделието представлява основен дял в българския износ. Така пропагандата трябва да засили стопанския ефект на панаира като насочи вниманието на посетителите и изложителите към износните възможности на България.

Прави впечатление, че от 1950 г. българското участие на панаира става по-целенасочено в сравнение с края на 40-те години и това е свързано със стремежа да се увеличи дялът на външната търговия във връзка с индустриализацията на страната. На специална междуведомствена конференция, проведена през май 1950 г. относно организирането на панаира, по предложение на Министерството на външната търговия се решава участието на България да бъде сведено само до стопанските ведомства. Това се прави, за да се осигури достатъчно място за чуждестранното участие, тъй като не могат да се покрият нуждите от изложбена площ на увеличаващото се чуждо участие. Друга причина за това

³³ Пак там, л. 18.

³⁴ Пак там, л. 21.

³⁵ Върху отношенията между България и Турция влияние оказват редица фактори, един от които е изострянето на изселническия проблем от 1947 г., когато Турция заявява, че е готова да приеме турци от останалите балкански страни в дългосрочен план. Изселническите настроения на българските турци се увеличават от 1949 г. До 1951 г. страната напускат над 150 хиляди български турци, което се отразява върху земеделието, тъй като това е основният поминък на тази част от българското общество. Е. КАЛИНОВА, И. БАЕВА, *Българският преход*, 114 – 115.

³⁶ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 59, л. 29.

³⁷ Пак там, л. 36.

³⁸ Пак там, л. 37.

³⁹ И. МАРЧЕВА, *Политика на стопанска модернизация*, 102 – 106.; И. МАРЧЕВА, *Социалистическият експеримент в селското стопанство в България (1944 – 1989 г.)* – В: *Изследвания по история на социализма в България 1944 – 1989 г.*, София 2010, 398 – 400.

решение е да се демонстрира възможностите на България като търговски партньор. Затова компресирането на българското участие е постигнато, като е премахнато всякакво дублиране на стоки и мострите са подредени по браншове, а не по министерства. Свито е представянето на Министерството на Комunalното стопанство до излагане на стоки само от занаятчийски характер, а на Министерството на социалните грижи е отказано участие.⁴⁰ Въпреки това българските ведомства предлагат широк спектър от артикули. Показват се мостри или само фотографии от Централния кооперативен съюз, Министерството на промишлеността, Министерството на горите, Министерството на земеделието, Министерството на народното здраве, Радиофабрика на Радио „София“, „Физкултура и спорт“, „Млекокооп“, „Учтехпром“ (учебни пособия), „Балкантурист“, „Месоцентра“, външнотърговско предприятия (ВТП) „Разноизнос“, ВТП „Металимпорт“, Издателство „Наука, изкуство и култура“, Застрахователния институт, „Местпром“ (шевици, килими, резба, керамика, обувки и др.).⁴¹ Единствено на държавните обединения „Българска роза“, „Спиртният монопол“ и „Тютюневият монопол“ се разрешава да имат самостоятелни щандове, тъй като те застъпват голяма част от износните продукти на външната ни търговия. А стоките от леката индустрия се ограничават само в една палата.⁴²

Въпреки поставените задачи в идейно-политическия план веднага след закриването на панаира от 1950 г. по време на конференция между представители на пловдивската управа на панаира, представители на централната власт и на СБХ се констатира редица слабости в художественото оформление на панаира. Петър Славов, представител на Съюза на българските художници и Борис Джурков,

член на Управителния съвет на панаира, отправят критики към СБХ, че работата по художественото оформление на панаира се е забавила. Недобре били изразени българското земеделие, както и „Българска роза“, а много от експонатите били лошо подредени, голяма част от изложбените витрини били без общ облик и идея, имало и незавършени и лошо нарисувани портрети на политическите лидери. Тези слабости на оформлението се отразявали върху общия облик на българската икономика и понижавали икономическия ефект на панаира. Създавало се и лошо впечатление в чуждестранните гости на панаира.⁴³

Тези критики вероятно произлизат от създалата се международна обстановка. Идеологическото противопоставяне между капиталистическия и социалистическия лагер в една от най-ярките фази на Студената война във връзка с Корейската война (1950 – 1953 г.) води и до засилване на контрола върху дейността по рекламата. От 1950 г. всички рекламни материали, съобщения по радиата и др. задължително преминават проверка през милицията, която трябва да следи да не се упоменават данни за адресите на заводи, предприятия и други стопански обекти, както и да не съдържат информация за производствените капацитети.⁴⁴

Пропагандният фокус, който се поставя на изложението от 1952 г., е изпълнението на петгодишния стопански план за четири години, благодарение на „помощта, оказана от СССР“ и „правилното ръководство на партията и правителствата, на предаността на трудовия героизъм на работническата класа...“⁴⁵ Ударението се поставя вече върху „героите на социалистическия труд“, като ударниците и

⁴³ Пак там, л. 38 – 40.

⁴⁴ Пак там, л. 7.; Повече за шпиономанията в България до средата на 50-те години на XX в. вж: Л. Огнянов, *Политическа система в България 1949 – 1956 г.*, София 2008, 275 – 312.

⁴⁵ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 96, л. 64.

⁴⁰ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 59, л. 11.

⁴¹ Пак там, л. 8 – 12.

⁴² Пак там, л. 4 – 5.

др., с цел да се покаже, че изграждането на социализма е „всенародното дело“. А резултатът от тяхната дейност се разкрива чрез диаграми, показващи ръста в съответното производство и перспективите за нарастване в рамките на народностопанския план. България продължава да се представя с богата гама от мостри, но този път участват само специализираните държавни предприятия за внос и износ – „Хранекспорт“, „Булгартабак“, „Българска роза“, „Рудометал“, „Металимпорт“, „Химимпорт“, „Булгарплодекспорт“, „Разноизнос“, „Индустриалимпорт“ и „Балкантурист“. Украсата отново е политическа и включва снимки, статуи на социалистическите лидери в България и в Източния блок, лозунги, а късометражни филми показват постиженията и новостите в производствата, всичко това на специален музикален фон от маршове и съветски песни, които дооформят политическия и идеологическия облик на пловдивското изложение.⁴⁶

Въпреки разделянето на дейността по идеологическата картина на града и панаира между художествените среди и Градския народен съвет, се оказва обаче, че отново се откриват редица слабости в организирането на панаира. Критиките пак са отправени след закриването на изложението от 1952 г. от Атанас Караджов, завеждащ сектор Международен мострен панаир – Пловдив при Търговската палата.⁴⁷ Според него рекламата на панаира не била достатъчна, а целта чужденците да се запознаят с постиженията на страната не била изпълнена. Защото Балкантурист не е спазил задължението си да организира ек-

курзии в околностите на града, където чужденците можели да се запознаят освен с културно-историческото наследство и с труда на хората по селата в ТКЗС и в заводите, а така не са видели „всенародния труд“ за изграждане на социалистическата икономика. Критики отправя и към начина на настаняване и изхранване на чужденците.⁴⁸

Като част от рекламата и пропагандата на панаира през 1955 г. в Пловдив е извикан снимачен екип от Българската кинематография, който трябва да заснеме цветен филм за панаира със заглавие „Панаирни дни“. Пропагандата е застъпена в сюжетната линия на филма, която трябва да разкрие как град Пловдив и Международният панаир се модернизират благодарение на социалистическото строителство след 1944 г.⁴⁹ Така филмът проследява връзката между панаира и развитието на града. Режисьорският екип включва Румен Григоров и Генчо Генчев. Филмът се предвижда да бъде прожектиран не само у нас, но и в чужбина.⁵⁰

От средата на 50-те години панаирът получава възможност да разгърне международния си характер и да играе по-голяма роля за организирането на бъдещия стокообмен на България. Това е и моментът, когато пропагандният мотив започва да отслабва и да отстъпва място на търговските функции. Това става във връзка с промяната в международната обстановка след смъртта на Сталин от март 1953 г. Макар все още да доминира стремежът да се покаже превъзходството на социалистическите режими пред капиталистическите, панаирът започва да се разглежда и като място за развитие на международната търговия.

Подчертаването на търговските функции на панаира става възможно благодарение на икономическата политика на СИВ, както

⁴⁶ Пак там, л. 64 – 65.

⁴⁷ С възстановяването на Българската търговска палата през 1952 г. с Постановление №109 на МС от 4 февруари, Международният панаир – Пловдив губи статута си на самостоятелно юридическо лице и става самостоятелен отдел към търговската палата, подчинен на Президиума на БТП. (Централен държавен архив (=ЦДА), Фонд: 487 „Българска търговска палата (1952 – 1989 г.)“, Инвентарен опис: 1, Архивна единица: 1, Номер на лист от архивна единица: 47).

⁴⁸ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 96, л. 188.

⁴⁹ В. „Панаирни новини“, бр. 20, 20 септември 1955 г.

⁵⁰ Пак там, бр. 2, 2 септември 1955 г.

и на развитието на международните отношения. През 1954 г. източноевропейските държави стартират икономическата програма „Новият курс“, оповестена от новия лидер на СССР Никита Хрущов. Чрез нея се цели да се намалят съществуващите диспропорции между тежката, леката индустрия и земеделието.⁵¹ Започват и първите опити да се излезе от състоянието на автаркия, като се създаде международно разделение на труда в рамките на СИВ. Това се прави през юни 1954 г. чрез съгласуване на народностопанските планове на страните членки до 1960 г. България получава специализация в традиционните производства на селското стопанство, леката и хранително-вкусовата индустрия. Тази специализация е потвърдена и през май 1955 г. от Държавната планова комисия на СИВ.⁵² Усложняването на международното положение през май 1955 г. заради приемането на ФРГ в НАТО довежда до поредна смяна на икономическите приоритети в СИВ. Заради опасността от увеличената военна сила на ФРГ, СССР предприема отново стъпки за увеличаване на производството на тежката и военната индустрия в Източния блок. Това обаче не променя специализацията на България в СИВ, чиито партньори я възприемат като аграрен и индустриално-суровинен снабдител.⁵³ Преориентирането на икономиките в СИВ към тежката индустрия стеснява търсенето на стоките от леката промишленост, което оказва негативно влияние върху българския износ в СИВ, а това – върху развитието на нови мощности в промишлените отрасли. Затова българското ръководство търси пласмент на стоките на международните пазари.⁵⁴ Възможност в тази посока страната ни получава през 1955 г., когато е приета за член на ООН. Тогава тя под-

новява стопанските си спогодби с Франция, ФРГ, Турция и сключва първите следвоенни споразумения за стокообмен и плащания с Великобритания и Кралство Норвегия.⁵⁵

Импулс за развитие на търговията между двете части на Европа става и развенчаването на култа към личността по време на ХХ-я конгрес на КПСС от 1956 г. и доктрината за „мирно съвместно съществуване“.⁵⁶ Така, промените в международното положение и Източния блок от 1956 г. позволяват на Българската търговска палата да организира панаира така, че той „да съдейства за сключването на търговските сделки със западно-капиталистическите фирми на базата на икономическото и стопанското сътрудничество в духа на ХХ-и Конгрес на КПСС.“⁵⁷ От този момент нататък в развитието на панаира на преден план излизат търговските му функции – сключването на сделки по мостри и организирането на бъдещ стокообмен между България и другите страни. За това помага способността панаирът да съдейства за осъществяването на директен контакт между производители и купувачи. Пропагандно-представителните му функции са запазени, но те вече минават на втори план при организирането на панаира. Международният му характер създава добра възможност по време на неговите изложения да се води външно-търговска политика и това се осъзнава от централните власти през целия период на социалистическото развитие на панаира.

Пропагандата е насочена отново в две посоки – към българския народ и към чужденците. Идеята е, че „като го посещават масово и разглеждат експонатите, трудещите добиват ясна представа за ръста на производителните сили в страната, убеждават се, че се полага здрава основа за непрекъснатото и трайно повдигане жизненото ниво на българския

⁵¹ И. МАРЧЕВА, *Политика на стопанска модернизация*, 109.

⁵² Пак там, 109 – 112.

⁵³ Пак там, 114 – 115.

⁵⁴ Пак там, 117 – 118.

⁵⁵ Пак там, 118.

⁵⁶ Пак там, 123.

⁵⁷ ДА – Пловдив, ф. 218, док. 2, а.е. 1, л. 27.

народ“.⁵⁸ От друга страна, панаирът трябва да покаже превъзходството на социалистическия свят пред капиталистическия и „да даде възможност на другите народно-демократични страни да покажат своя стопански възход и сключат задоволителни търговски сделки.“⁵⁹ Но стопанската роля на панаира все по-често е споменавана в изказванията на висши партийни и стопански лица от 1956 г. Те го възприемат като средство за развитие на международните търговски контакти, определяйки го като средище на международните контакти, спомагащо за мира между държавите. Това мнение споделя министърът на външната търговия Живко Живков в приветствената си реч през 1956 г.,⁶⁰ а вестник „Панаирни новини“ посочва, че панаирът през 1958 г. е „величествена манифестация на мира и приятелството между народите,⁶¹ именно заради възможността на изложението да се сключват сделки между страни, намиращи се от двете страни на Желязната завеса.

Политиката на „мирно съвместно съществуване“ между двата блока и двете системи бързо намира място в пропагандирането му. Трайно се появява в идейно-политическия образ на панаира ролята му за световния мир чрез възможността му да създава терен за преки контакти между хора, принадлежащи към двата противопоставящи се блока. Но все повече се подчертават чрез нея възможностите за износ на България. Така при откриването на XX Международен панаир – Пловдив през септември 1962 г. министърът на външната търговия Лъчезар Аврамов в своята реч определя панаира като място, което „съдейства за взаимното опознаване на народите, за развитие на международните отношения, превръ-

ща се все повече в средище на оживена търговска дейност“. Панаирът също така е „ярка демонстрация на постиженията на Народна република България по пътя на нейното социалистическо развитие и същевременно убедителна проява на мирната и съзидателна политика, която неотклонно се провежда от Българската комунистическа партия и народното правителство.“⁶² Тези два лайтмотива стават задължителни при представянето на панаира от специално издание на редакцията в „Отечествен глас“ – в. „Панаирни новини“, който излиза от 1955 г. до 1989 г. и отразява събитията през времетраенето на панаира. През 1964 г. новият министър на външната търговия Иван Будинов също изтъква ролята на панаира като „международно средище, [което] допринася съществено за разширяването на икономическите и търговски връзки между страните от всички континенти и с това за намаляване напрежението в международните отношения“.⁶³ Така от 60-те години на XX в. се очертават основните задачи на панаира, станали характерни и за следващия етап от неговото развитие по време на разведряването – да съдейства за сключване на търговски сделки и организирането на бъдещ стокообмен; да пропагандира икономическите резултати в страната и политиката на БКП; да осигурява терен за срещи на хора от двете части на Желязната завеса. Външни и вътрешни фактори спомагат за изпълнението на тези цели.

Към средата на 60-те години в Европа се появява нов политически климат, който благоприятства за увеличаване на контактите между страните от Запад-Изток на всички нива. В Западна Европа се виждат признаци за промяна на политика към Източния блок и СССР. Пръв в това отношение е новият президент на Франция от края на 50-те години Шарл дьо Гол. През 1965 г. са разменени по-

⁵⁸ Реч на министъра на външната търговия Ж. Живков по повод откриването на панаира от 1956 г. – В: „Панаирни новини“, бр. 21, 21 септември 1956 г.

⁵⁹ ДА – Пловдив, ф. 218, док. 2, а.е. 1, 27.

⁶⁰ В. „Панаирни новини“, бр. 21, 21 септември 1956 г.

⁶¹ Пак там, бр. 17, 29 септември 1958 г.

⁶² Пак там, бр. 1, 16 септември 1962 г.

⁶³ Пак там, бр. 1, 13 септември 1964 г.

сещения на външните министри на Франция и СССР, а през юни 1966 г. д-р Гол е на първото си официално посещение в Москва.⁶⁴ През октомври месец същата година Т. Живков става първият социалистически лидер, посетил западноевропейската държава.⁶⁵ Във ФРГ, също в този период, започва да се оформя новата Източна политика на Вили Бранд. Тя напълно кореспондира с доктрината на Кенеди за преки контакти и опит да се направи Желязната завеса „по-прозрачна“.⁶⁶ От 60-те години Италия също подобрява контактите си с Източна Европа. Начало дава договорот между Италия и СССР от 1966 г. От своя страна СССР декларира готовност за нов етап на дългосрочни икономически връзки със западните страни.⁶⁷

Важна причина за промяната е новата икономическа политика в Източния блок и в България. На XXII-я конгрес на КПСС през октомври 1961 г. Н. Хрущов провъзгласява 20-годишна програма за „завършване на строителството на социализма и изграждане на комунизма“.⁶⁸ Тази програма предполага, че всички страни в общността ще навлязат в периода на комунизма в рамките на една епоха чрез възползване на възможностите, които дава затворената икономическа система и чрез по-тясно свързване и взаимопроникване на икономиките на социалистическите държа-

ви.⁶⁹ На 8-мия конгрес на БКП, през ноември 1962 г., се приема планът за четвърта петилетка и 20-годишната програма за икономическо развитие. Т. Живков поставя новите насоки на българската икономика – интензифицирането на стопанството чрез реструктуриране на българската икономика, давайки приоритет на нови модерни и високотехнологични отрасли като енергетиката, металургията, машиностроенето, електрониката и химическата промишленост. Особено внимание се обръща на електрониката и машиностроенето. Именно тези отрасли стават и структуроопределящи за българската икономика и се явяват в последствие специализация на България в СИВ. Тези насоки определят и промяната във външнотърговската политика на страната. Съгласно приетите директиви външната търговия на България трябва да нарасне до 1980 г. с над 7 пъти. Заедно с това се предвижда и промяна в структурата на българския износ, като делът на промишлената продукция трябва да нарасне чувствително.⁷⁰

Един от основните тезиси, развити на 8-мия конгрес на БКП е, че ускореното развитие на България налага по-нататъшно разширяване на стокообмена с капиталистическите държави. С оглед на това и на желанието панаирът да играе съществена роля в организирането на бъдещия стокообмен би следвало да се очаква, че при организирането на българското участие в панаира, то ще бъде устроено така, че да постави акцент върху новите структуроопределящи отрасли в българската икономка. Но българското изложение продължава да носи белезите на предходните години – широкообхватно, с богата гама на асортименти. Така например през 1964 г. участват цели 413 завода, предприятия, фабрики, комбинати и др., включващи всички

⁶⁴ Ир. Григорова, *Българо-френски отношения по време на генерал д-р Гол (1958 – 1969 г.)*, София 2009, 107, 117.

⁶⁵ Пак там, 133 – 134.

⁶⁶ WERNER D. LIPPERT, *Richard Nixon's detente and Willy Brandt's Ostpolitik: the politics and economic diplomacy of engaging the east*, Nashville, Tennessee 2005, 33; WERNER D. LIPPERT, *The Economic Diplomacy of Ostpolitik: Origins of NATO's Energy Dilemma*, New York 2010.

⁶⁷ И. МАРЧЕВА, *Политика на стопанска модернизация*, 178; Й. БАЕВ, *Система за европейска сигурност и Балканите в годините на Студената война*, София 2010, 246 – 248.

⁶⁸ И. МАРЧЕВА, *Политика на стопанска модернизация*, 180.

⁶⁹ Пак там, с. 181.

⁷⁰ Евг. КАНДИЛАРОВ, *България и Япония. От Студената война към XXI в.*, София 2009, 67 – 68.

области на българската икономика.⁷¹ Въпреки че през 1966 г. по време на заседание на правителствената комисия по подготовката на XXII Международен панаир, с председател Лъчезар Аврамов, се взема решение, че българското изложение трябва да бъде организирано така, че „да стане витрина на постиженията в машиностроенето, химията и другите отрасли в народното стопанство“⁷², всеобхватният му характер не е премахнат. През 1969 г. се показват артикули от областите на машиностроенето, химията и металургията, минната промишленост, земеделието и хранителната промишленост, корабостроенето, железопътната промишленост, строените и архитектурата, Държавният комитет за наука и технически прогрес, Централният кооперативен съюз, местната промишленост, учебнотехническата промишленост, горската промишленост, българските външнотърговски предприятия и др.⁷³ Това създава впечатление, че по-скоро стремежът е да се покаже какво количество се произвежда в страната, отколкото да се акцентира върху износните артикули, които са в интерес за търговските ни партньори в СИВ, Западна Европа и Близкия Изток.

Но се полагат големи усилия за реклама на панаира в чужбина с акцент върху износните възможности на страната. През 1969 г. Българската търговска палата разгръща сериозна плакатно-каталожна и печатна пропаганда в чужбина. Отпечатват се голям брой плакати, дипляни, каталози, брошури и др. материали, рекламиращи дейността на ВТП, промишлените предприятия и заводи, които произвеждат стоки за износ като „Машиноекспорт“, „Агромашина“, „Балканкар“, „Фармахим“, „Винпром“, „Булгарплод“ и „Хранеекспорт“.

⁷¹ Официален каталог на XXI Международен панаир-Пловдив, 13 – 27 септември 1964 г.

⁷² ЦДА, ф. 487, оп. 3, а.е. 41, л. 17.

⁷³ Официален каталог на XXV Международен панаир-Пловдив, 21-30 септември 1969 г.

предназначени за чужбина.⁷⁴ Към чужбина е насочена и усърдна печатна пропаганда. Българската търговска палата изпраща публикации със заглавия „Пловдивският панаир и българската външна търговия“, „Пловдивският панаир – международен търговски център“, „Панаирът – средство за икономическо общуване между България и Италия“, „Нови български машини на Пловдивския панаир“ и др. за вестници в чужбина като „Манчестър Гардиън“ – Англия; „Оре 12 нотте“ – Италия; „Дейли телеграф“ – Австрия; „Джърнал оф комерс“ – САЩ, както и за изложбата в Осака – Япония, панаира в Милано и до българските посолства и легации в Австрия, Казабланка, Рим, Берлин, Конкри (Гвинея), Стокхолм и Индия.⁷⁵ Силна е и печатната пропаганда в България. Основно публикациите са съсредоточени в няколко издания. Това са „Икономически новини от България“⁷⁶, списанието „Външна търговия“, издавано от Българската търговска палата като орган на Министерството на външната търговия, специалното издание на ЦК на БКП „Икономически живот“ и органът на Централния съвет на научно-техническите дружества „Техническо дело“. Реклама на панаира се прави и в множество български вестници и списания, радиото и радиоуредбите в заводите и промишлените предприятия с цел привличане на посетители.⁷⁷

⁷⁴ ЦДА, ф. 487, оп. 3, а.е. 41, л. 75 – 76.

⁷⁵ Пак там, л. 76 – 77.

⁷⁶ Пак там, л. 77 – 78.

⁷⁷ Публикуват се редовно реклами в ежедневниците като „Работническо дело“, „Вечерни новини“, „Отечествен фронт“, „Земеделско знаме“, „Народна младеж“, „Кооперативно село“, „Труд“, „Народна армия“, „Ехо“, „Отечествен глас“ – Пловдив, „Дунавска правда“ – Русе, „Народно дело“ – Варна, „Черноморски фронт“ – Бургас, както и в списания с голям тираж като „Нашата родина“ и „Български курорти“, което излиза в тираж на пет езика – руски, френски, немски, английски език и международния език есперанто. (ЦДА, ф. 487, оп. 3, а.е. 41, л. 79 – 80.)

Желанието панаирът да играе все по-голяма роля в търговските връзки на България кара председателя на Българската търговска палата Авакум Браничев през февруари месец 1970 г. да предложи на заместник-председателя на МС Лъчезар Аврамов да се разгледа в перспектива промяната на характера на панаира, за да се премахне общопредставителния му характер. Едно от предложенията е всяка година панаирът да е посветен на един отрасъл от икономиката, като на всяка пета година да се организира общопредставителен панаир. Така според председателя на Палатата ще се постигне по-добра представа за развитието на българската икономика, като се съпостави със световните тенденции. Второто предложение е да се организира панаир на всеки две години, защото периодът от една година е кратък да се представят „крупните“ постижения в стопанството. Третата идея е да се организира по примера на другите европейски панаири като в Лайпциг и Брюксел – браншово, на пролетен и есенен, но както сам отчита Авакум Браничев, това изисква големи финансови възможности.⁷⁸ До промяна на характера на панаира не се стига и той остава общопредставителен и през 70-те години на ХХ в.

Значението на панаира за пропагандиране на сътрудничество и политиката за мир между страните с различна икономическа и политическа система става още по-осезаемо през 70-те години. Тогава разведряването в отношенията между Изтока и Запада достигат върхна точка. Кулминацията е поставена с провеждането на Съвещанието за сигурност и сътрудничество в Европа (СССЕ), на което на 1 август 1975 г. държавните и правителствените ръководители на 35-те държави подписват Заключителния акт. В него са заложени принципите, върху които ще се гради новата международна политика и сътрудничество между страните от двата блока.⁷⁹

⁷⁸ ЦДА, ф. 487, оп. 3, а.е. 44, л. 7 – 9.

⁷⁹ Й. БАЕВ, *Система за европейска сигурност*, 292.

В контекста на разведряването и политиката на мирно съревнование между двете системи особено важна става задачата пред Пловдивския панаир да подчертава резултатите от водената в страната политика. Така според редакционната статия на в. „Панаирни новини“ панаирът през 1972 г. е организиран така, че „всеки българин ще бъде изпълнен с гордост, че е дал своя принос за разцвет на родината, а чужденците ще бъдат респектирани от динамичното и устремно развитие на една малка, но горда и амбициозна нация.“⁸⁰

Промяна в пропагандната линия през 80-те години не настъпва, въпреки влошаването на отношенията между Изтока и Запада. Малко след подписването на Заключителния акт от Хелзинки в международната обстановка започва да се наблюдават признаци за скорошно пречупване на илюзорната представа за разведряване на отношенията между Изтока и Запада. Отношенията между двата блока се усложняват още повече с идването на власт на Роналд Рейгън в САЩ през 1981 г. Непосредствено след това американският президент, провокиран от инвазията на СССР в Афганистан,⁸¹ декларира, че процесът на разведряване облагодетелства само интересите на СССР, а две години по-късно в емоционална реч Рейгън обявява Съветския съюз за „империя на злото“.⁸² Това дава началото на новия твърд курс на САЩ към СССР и трайно влошава отношенията между двата блока. Застрашено е и поддържането на добър меж-

⁸⁰ В. „Панаирни новини“, бр. 1, 23 септември 1972 г.

⁸¹ В началото на декември 1979 г. съветската армия нахлува в защита на просъветското правителство в Кабул, накрънявайки интересите на САЩ в района. Съветската реакция е мотивирана като отговор на многобройните молби на тогавашния държавен ръководител на Афганистан Хафазула Амин да му се предостави военна помощ за защита на неговото управление (Хр. Мирчева, *История на международните отношения в най-ново време*, София 2003, 345).

⁸² Й. БАЕВ, *Система за европейска сигурност*, 337.

дународен диалог, а в т. ч. и икономическото сътрудничество.

Влошаването на имиджа на България във връзка с обвиненията за участие в атенатата срещу папата⁸³ кара управляващите да използват всички възможности да декларират своята привързаност към политиката за мирно съвместно съществуване. Затова пропагандната линия да се представи панаирът като място за преодоляване на международното напрежение не се променя, а напротив, все повече се засилва. През 1983 г., по време на Пролетния международен панаир,⁸⁴ в. „Панаирни новини“ подчертава, че „нито сложната международна обстановка в света и икономическата криза на Запада, нито водената яростна политика на конфронтация [...] успяха да разколебят желанието за мирна търговия. [...] Протегнатите ръце към мира и взаимодействието ще се стиснат крепко в пловдивското панаирно градче...“⁸⁵ Вестникът излиза със заглавия на първа страница, които обрисуват панаира като „форум на мирната търговия, в името на човешкото добруване“⁸⁶, „център за мирно делово сътрудничество“⁸⁷ и

⁸³ По-подробно вж: И. МАРЧЕВА, Началото на края на социализма в България през първата половина на 80-те години, *ИИПр*, 3 – 4 (2004), 92.

⁸⁴ С Разпореждане №9 на МС от 1981 г. Международният панаир – Пловдив се разделя в две направления. Той се организира веднъж годишно, но с две изложения. През пролетта на Международния панаир се представят само стоки от леката промишленост, земеделието, занаятчийството и пр. А през есента – само стоки от тежката индустрия. Този панаир е наречен технически и цели да покаже технологичното развитие на страните участнички, в т.ч. и България. Панаирът трябва да създаде възможност за сключване на сделки по мостри за най-модерните технологии, да помогне да се осъществи промишлено коопериране, да се уговори закупуване на лицензи и осигури достъп до ноу-хау. (*Радетели на националната идея. 110 години Международен панаир – Пловдив*, Пловдив 2002, 33

⁸⁵ В. „Пловдивски панаир“, бр. 1, 8 май 1983 г.

⁸⁶ Пак там, бр. 2, 9 май 1983 г.

⁸⁷ Пак там, бр. 1, 6 май 1984 г.

други подобни, следвайки линията на пропагандно-политическата реторика в страна.

Пропагандата в панаира след Втората световна война има своите пикове и спадове и те напълно отговарят на развитието на диалога между Изтока и Запада в периода 1947 – 1989 г. Тя обхваща всички сфери в развитието на българския народ, включително културата и спорта. Ето защо в панаирните дни културните мероприятия са изключително богати. С отпадането на най-острите фази на противопоставяне директната политическа пропаганда все повече отстъпва място освен на икономическата реклама и на културната пропаганда.

Панаирът като възможност за пропаганда на култура и място за развлечения

Културните мероприятия в града през времетраенето на панаира стават характерна черта на Международния панаир през цялото му следвоенно развитие. Той става място за публичен културен обмен, което се характеризира с организирана показност в условията на комунистическия режим. Още през Първия Републикански (XI Международен) панаир от есента на 1947 г. се уреждат различни събития като изложба-базар за типични български произведения от занаятчийски характер, които интересуват чужденците, както и филмирането на панаира и организирането на забави, художествени спектакли, кина, изложби и др. за гостите на панаира.⁸⁸ Със засилването на пропагандно-представителните функции на панаира от края на 40-те, трайно в организацията на панаира започва да се акцентира и върху развитието на културно-битовата сфера на социалистическа България. Целта е (по примера на международните търговски панаири) да се подобри престоят на посетителите и изложителите, но и да се пропагандират резултатите на водената от БКП

⁸⁸ В. „Работническо дело“, бр. 109, 15 май 1947 г., 3.

политика в културната и социално-битовата сфера. Културните програми са изключително богати и широкообхватни с участието на най-изявените български творци от всички направления на културата. Така за посетителите на Пловдив през 1950 г. се организират редица концерти на гост-солисти и лауреати певци, културни фестивали, етнографска и художествена изложба. В Пловдив изнасят представления и Държавният музикален театър – София, Пловдивският народен театър и родопската самодейност. В културните мероприятия се включват още специални вечери на художествени самодейни колективи, балетна вечер, а българската кинематография има за задача да заснеме моменти от провеждането на панаира.⁸⁹ Стремешът при организирането на културните събития е да се покаже в най-добър вид развитието на българското изкуство и култура пред посетителите и гостите на града от България и чужбина.⁹⁰ Културните мероприятия по време на изложенията са част от пропагандната линия на панаира и допълват общия облик на развитието на социалистическа България. В помощ на тази цел идва социалистическият реализъм, стил наложил се във всички сфери на културата в страната със силна политическа и идеологическа насоченост.⁹¹

От 1952 г. развлекателните програми в града стават по-добре организирани чрез назначаването на специална комисия, която

⁸⁹ ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 59, л. 19; 22.

⁹⁰ Числото на посетителите на панаира варира от 1947 г. до края на 80-те години от 325,000 до приблизително 800,000 души. (ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 8, а.е. 68, л. 37)

⁹¹ Вж: Е. Калинова, *Българската култура и политическия императив 1944 – 1989 г.*, София 2011; И. Еленков, *Културният фронт. Българската култура през епохата на комунизма – политическо управление, идеологически основания, институционални режими*, София 2008; Вл. Мигев, *Българските писатели и политическият живот в България 1944 – 1970 г.*, София 2001.

изработва цялостната програма на културните мероприятия. Те обхващат три направления – културни тържества, физкултурни прояви и екскурзии в Пловдив и околността. За посетителите на града и панаира са подготвени музикални тържества с гостувания на състави от Операта и филхармонията от София, концерти на музикални знаменитости от Източния блок, театрална програма, фестивали и прегледи на художествената самодейност, фестивал на новите български и чуждестранни филми. Физкултурните прояви са също с международен характер. Такива са например турнири по футбол, волейбол, бокс, лека атлетика, колоездене и др. А за любителите на екскурзиите „Балкантурист“ предлага посещения до Асеновата крепост, Бачковския манастир, курорта „Васил Коларов“ (Пампорово), Хисаря и др.⁹²

Гостите в Пловдив по време на панаира имат възможност да се запознаят с българското симфонично изкуство и музикално творчество. Организирани са множество музикални спектакли – симфоничен спектакъл с Васко Абаджиев, симфоничен оркестър, посветен на СССР, балетен спектакъл, оперна вечер. Пловдивският народен театър също изнася представления по време на панаира. Играят се известни български пиеси като „Свекърва“ на Антон Страшимиров и пиеси на руски автори, чиито съдържание е със силно политическо въздействие като „Кой е виновен“ на Александър Херцен и „Калинова горичка“ на Александър Корнейчук.⁹³ Гостува в Пловдив и Народният театър от София с представлението „Лайпциг 1933 г.“ и Театърът на селото при Комитета за наука, изкуство и култура – София.⁹⁴ Всяка вечер се организират и спектакли на Кукления театър в Пловдив. Малките посетители и граждани на града се радват на представленията „От-

⁹² ДА – Пловдив, ф. 218, оп. 1, а.е. 96, л. 7.

⁹³ Пак там, л. 152.

⁹⁴ Пак там, л. 157.

вличане от сарая“, „Маша Загубаша“ „Кирчо Немирчо“⁹⁵, „Двете мечета“ и „Червената кокошчица“.⁹⁶ В мероприятията се включват и множество естрадни концерта, както и представления на гостуващия в Пловдив цирк „Глобус“ със специална международна програма.⁹⁷ Посетителите на града могат да видят и българското художествено изкуство в художествената галерия в Пловдив, където са изложени над 200 произведения на български и чуждестранни художници като българските възрожденци Николай Павлович, Георги Данчев и Станислав Доспевски. Застъпено е и съвременното изкуство с картини на Христо Станчев, Стефан Иванов и др.⁹⁸

Много добра е практиката, която се създава от есента на 1952 г. В помощ на семействата посетители на града са организирани специални детски градини с квалифициран персонал. Те се уреждат в двора на панаирните палати, както и при дневните и вечерните представления на Народния и Кукления театър, за да могат родителите им спокойно да разгледат панаира или посетят представление.⁹⁹

През 1955 г. се полагат още по-големи усилия за организирането на интересни културни мероприятия, които да обогатят престоя на посетителите. Привличат се най-видните и изтъкнати ансамбли, самодейни дейци, артисти, художници и пр. Така в Пловдив по повод панаира изнасят представления Държавната хорова капела, Представителният ансамбъл при Министерството на народната отбрана, Ансамбълът на Министерството на вътрешните работи и Ансамбълът при Управлението на трудовата повинност. Концерти изнасят и именитият български клавирен виртуоз Юрий Буков, съветската естрадна певица Кояди и българката Ирина Чмихова. Представления

поставят и пловдивският Народен театър, Държавният симфоничен оркестър, Народният куклен театър.¹⁰⁰ Благодарение на това, че за панаира се ангажират най-изтъкнатите представители от българските художествено-творчески среди, на пловдивската публика се предоставя възможност за първи път да се наслади на непоставяни в града до този момент представления. Така например, тогава за първи път гостува кръжецът „Живо слово“ на артисти от Народния театър „Кръстю Сарафов“ с произведенията на Иван Вазов.¹⁰¹

Много характерни за Пловдивския панаир стават пропагандните прожекции на филми. Те не се използват само от българските власти, но и от чуждестранните участници на панаира. Така например през 1955 г. се прожектират поредица от филми на Демократичната република Виетнам като „Виетнам по пътя на победата“, „Възстановяването на язовира Байто“, „Възстановяването на линията Ханой-Ланжсон“, както и филм, отразяващ тържественото посрещане на президента Хо Ши Мин в Ханой.¹⁰² Премиера за България е и прожекцията на филма „Стършел“ на съветския кино драматург Евгени Габрилович. Филмът е заснет по едноименния роман на английската писателка Етел Войнич.¹⁰³ През 1956 г. на територията на панаирното градче се изгражда специален киносалон в Административната палата. Панаирният кинотеатър е снабден с широк екран и за първи път се прожектират широкоекранни филми.¹⁰⁴

Международният характер на панаира в културен аспект дава възможност за контакти между творческите среди от далечни държави. Такива са например срещата между художничката Кераца Висулчева, която твори и живее в Пловдив, с виетнамските ѝ колеги през

⁹⁵ Пак там, л. 152.

⁹⁶ Пак там, л. 155.

⁹⁷ Пак там, л. 152.

⁹⁸ Пак там, л. 153.

⁹⁹ Пак там, л. 165.

¹⁰⁰ В. „Панаирни новини“, бр. 2, 2 септември 1955 г.

¹⁰¹ Пак там, бр. 9, 9 септември 1955 г.

¹⁰² Пак там, бр. 1, 1 септември 1955 г.

¹⁰³ Пак там, бр. 6, 6 септември 1955 г.

¹⁰⁴ Пак там, бр. 22, 3 септември 1956 г.

1955 г. Срещата е осъществена по желание на вьетнамските художници, които се грижат за оформлението на изложбения павилион на тяхната родина.¹⁰⁵ А по случай седмицата на българо-монголската дружба, организирана по време на панаира, гражданите и гостите на града се докосват до монголската съвременна музика чрез изнесен концерт в Летния театър.¹⁰⁶ През 1956 г. художничката Кераца Висулчева отново посреща чуждестранни художници. Това са художничката Ван-Та Чун и колегата ѝ Ли-Зъ Чей от Пекин.¹⁰⁷

И през 1956 г. за гостите на града се предвижда богата културна програма. Традиционни са вече музикалните тържества с участието на Държавния симфоничен оркестър с гостувания на състави от Операта и Филхармонията в София. Характерни стават и театралните постановки на театри от Пловдив и София, както специални представления, представящи самодейната дейност в страната. Посетителите на панаира имат възможност да разгледат организирания по повод панаира художествени изложби, както и да пътуват в околностите на града, за да разгледат музеи, старини, лобни места на избити партизани. Екскурзиите на чужденците са поверени на „Балкантурист“, към когото е изградена специална служба за грижа за чуждестранните гости на града и панаира.¹⁰⁸ Министерството на културата – Управление на кинематографията, специално за посетителите на панаира организира подвижни кина с безплатни прожекции. Показват се и късометражни цветни филми за подготовката на панаира, заснети в продължение на цялата година.¹⁰⁹ Изложба на българската и съветската художествена литература организират Народната библиотека „Иван Вазов“, „Максим

Горки“, „Детска библиотека“ и профсъюзните библиотеки. Българската и съветската художествена, научна и селскостопанска литература се представя и на специални щандове в панаирния град. Библиотека „Иван Вазов“ също така организира и витрина, посветена на Първото българско изложение.¹¹⁰

Традиционна остава за 50-те години разнообразната спортна програма с международно участие – състезания по волейбол, футбол, бокс, лека атлетика, колоездене и др.¹¹¹ Организират се също специална щафета, посветена на панаира, „светкавичен турнир по тенис на маса“, турнир по шахмат и турнир по баскетбол.¹¹² Физкултурните мероприятия по време на панаира не престават да се организират до 1989 г., като от 60-те години се създава и Международен турнир по баскетбол за купата на панаира, също провеждал се до края на социалистическия период на панаира.

През 60-те години в културните мероприятия по време на панаира се ангажират както най-изтъкнатите български творци, така и известни чуждестранни изпълнители. Така например през 1960 г. по повод XIX Международен панаир – Пловдив два концерта изнася мандолиненият оркестър от град Ферара, Италия. Под диригентството на Ино Савини шейсет инструменталисти представят богата програма от произведения на Верди, Росини, Маскани, Григ, както и популярни неаполитански песни.¹¹³ Представления изнася ансамбълът за песни и танци от Монголия, лауреат на Осмия световен младежки фестивал в Хелзинки. Сред българските участници в културната програма са отново Народният театър – София и Народен театър – Пловдив, ансамбълът за македонски песни от Благоевград, Софийската народна опера и балет, Пловдивската опера, Симфо-

¹⁰⁵ Пак там, бр. 17, 17 септември 1955 г.

¹⁰⁶ Пак там, бр. 19, 19 септември 1955 г.

¹⁰⁷ Пак там, бр. 35, 16 септември 1956 г.

¹⁰⁸ ДА – Пловдив, ф. 218, док. 2, а.е. 1, л. 4.

¹⁰⁹ Пак там, оп. 2, а.е. 1, л. 24.

¹¹⁰ Пак там, л. 58.

¹¹¹ Пак там, док. 2, а.е. 1, л. 4.

¹¹² Пак там, оп. 2, а.е. 1, л. 58.

¹¹³ В. „Пловдивски панаир“, бр. 5, 22 септември 1960 г.

ничният пловдивски оркестър и др.¹¹⁴ Кукленият театър поставя за най-малките гости на панаира постановките „Островът на лъжата“ и разказа на малкото пингвинче „Пин-Пин“, а постановката „Голият крал“ на руския драматург и сценарист Евгений Шварц е за възрастните любители на куклените представления.¹¹⁵

Панаирът дава възможност и на младите драматурзи да се срещнат за първи път с оценката на публиката за творчеството си. Това е отлична възможност за тях, особено като се има предвид разнообразието от гости на Пловдив от страната и чужбина. Така по време на панаира на сцената на Народния театър дебютира пловдивският драматург Атанас Бояджиев с пиесата „Брегове без слънце“. Темата на пиесата е актуална за времето и представя живота на младо семейство в западноевропейска страна като обръща внимание на мястото на младото поколение между мира и войната. Главен герой в пиесата е актьорът Никола Маринов, а режисьор е Христо Христов.¹¹⁶

Отдел „Просвета и култура“ при Градския народен съвет, Съюзът на кинодейците в България и др. организират по повод панаира от 1962 г. среща на кинолюбителите от 25-те кинолюбителски клубове в страната. На срещата са поканени и кинолюбители от Полша, Унгария, Румъния, СССР, ГДР и Югославия. Срещите преминават в прожектиране на български и чужди филми и дискусия по тях.¹¹⁷ Такива срещи стават регулярни през 60-те години и така панаирът съдейства за рекламиране на киноизкуството в България, макар и в рамките на социалистическите страни.

Акцентът през 1964 г. в културните прояви се поставя върху възможността да се запознае публиката и посетителите на панаира с постиженията на българската драма-

тургия. По време на панаира се играят пиеси, които са отличени с първо място на Третия национален преглед на съвременна българска драма и театър, като „Гатул“ на Георги Караславов и пиесите на пловдивските драматурзи „Тихата улица“ на Светомир Бабаков и „Боровете не превиват клони“ на Коста Странджиев. Продължава традицията да се представя българското оперно изкуство при това в сътрудничество с емблематични италиански гости като Джанна Галли и диригента Артуро Базиле от Миланската скала, участвали в постановката „Травиата“ от Дж. Верди на Пловдивската опера. В двора на Етнографския музей са организирани концертни вечери, посветени на дружбата с всяка една от социалистическите страни в Източния блок. Българският фолклор и танцово изкуство са демонстрирани от Държавният ансамбъл за народни песни и танци с главен художествен ръководител Филип Кутев.¹¹⁸

В забавните концерти участват както представители на шведската и румънска естрада, така и артисти от Държавния сатиричен театър,¹¹⁹ сред които особено популярните комици Георги Калоянчев и Георги Парцалев¹²⁰.

През есента на 1971 г. в програмата с развлеченията на гостите на града се включват и две международни прояви – Първи международен фестивал на модата с участието на модни къщи от държавите в Източния блок и Международна фотоизложба с участници от петте континента.¹²¹ За първи път се организира международен турнир по туристическо ориентиране, който е част от международното състезание по ориентиране за купата на панаирните градове в Европа и в България, и се провежда в околностите на Калофер. В него участие вземат представители от градовете домакини на търговските панаири в Ев-

¹¹⁴ Пак там, бр. 1, 16 септември 1962 г.

¹¹⁵ Пак там, бр. 4, 19 септември 1962 г.

¹¹⁶ Пак там, бр. 6, 21 септември 1962 г.

¹¹⁷ Пак там, бр. 12, 27 септември 1962 г.

¹¹⁸ Пак там, бр. 8, 19 септември 1964 г.

¹¹⁹ Пак там, бр. 1, 12 септември 1964 г.

¹²⁰ Пак там, бр. 3, 14 септември 1964 г.

¹²¹ Пак там, бр. 1, 18 септември 1971 г.

ропа като Бърно, Познан, Будапеща, Лайпциг и др.¹²² Организират се традиционните вече турнири по шахмат, хандбал, футбол, както и колоездачната обиколка на България, водни спортове, щафети и др.

През 1972 г. посетителите на панаира от България и чужбина имат възможност да се запознаят с музикалното чуждестранно изкуство на Чили и Панама. Концерти и представления организират клавирно дуо от Панама и чилийският национален фолклорен балет „Алкаман“. Организират се художествени изложби на творците Иван Кирков, Енчо Пиронков, Любен Самарджиев, Ана Гребенарова, Петър Дочев, Здравко Захариев и Георги Божилов. За любителите на поезията в културната програма се включва и специална вечер в Етнографския музей – рецитал на стиховете на Любомир Левчев.¹²³

В спортните прояви се включват, по повод панаира от 1972 г., международно автомобилно рали и международни мотоциклетни състезания.¹²⁴ През 1973 г. за първи път се организира международен шахматен турнир. В него участват шахматни майстори от Италия, Франция, Гърция, Македония, Югославия, СССР и др.¹²⁵

В културните прояви за 1973 г. присъстват поетични рецитали на Елисавета Багряна, Павел Матев и Витезслав Незвал (Полша).¹²⁶ По повод петдесетгодишнината от Септемврийското въстание от 1923 г. се показва ретроспективна изложба на живописни творби, графики на авторите Христо Стефанов, Йоан Левиев, Димитър Киров, Кольо Витковски, Енчо Пиронков и др.¹²⁷

¹²² Пак там, бр. 1, 18 септември 1971 г.; Пак там, бр. 7, 24 септември 1971 г.

¹²³ Пак там, бр. 1, 23 септември 1972 г.

¹²⁴ Пак там, бр. 10, 02 октомври 1972 г.

¹²⁵ Пак там, бр. 1, 2 септември 1973 г.

¹²⁶ Пак там, бр. 1, 2 септември 1973 г.

¹²⁷ Пак там, бр. 6, 7 септември 1973 г.

От 1974 г., поради множеството гости на града по повод панаира, Пловдив е предпочитано място за представяне на новите български филми. Така в организираниите вечери на българските филми премиерно се презентират филмите „Дърво без корен“ с режисьор Христо Христов, „Дневна светлина“ с режисьор Маргарит Николов и „Последният ерген“ на Владимир Янчев. Богата е спортната програма с множество международни и републикански турнири.¹²⁸

През 1975 г. на пловдивска сцена концерт изнася и първият джазов ансамбъл у нас „Бели, зелени и червени“, а на гости на Пловдив е и гръцкият театър „Елса в Ргили“. За най-малките посетители на града се устройва детско увеселение с песни, стихове, забавни игри под девиза „Пеещо славейче“, както и младежко увеселение „Моят град – вечно млад“ – песни, музика и танци.¹²⁹

През 1978 г. се организира международен фестивал на руската и съветска песен „Альоша“ и международен фестивал на камерната музика с участници от социалистическите държави, както и от ФРГ и Великобритания и Иран.¹³⁰ За първи път в Пловдив по време на панаира от 1977 г. се провеждат празници на кукленотеатралните миниатюри за възрастни с участието на български и чуждестранни състави, а художникът Димитър Киров представя изложба посветена на Япония.¹³¹

През 1979 г. в Стария град в Пловдив се провежда и международен пленер по живопис.¹³²

През 80-те години панаирът посреща гостите си отново с богата културна програма. Традиционно част от нея са художествените изложби на български творци, симфоничните и естрадни оркестри, оперни представления,

¹²⁸ Пак там, бр. 1, 2 септември 1974 г.

¹²⁹ Пак там, бр. 1, 2 септември 1975 г.

¹³⁰ Пак там, бр. 1, 2 септември 1976 г.

¹³¹ Пак там, бр. 1, 2 септември 1977 г.

¹³² Пак там, бр. 2, 3 септември 1979 г.

театрални постановки на пловдивските и софийските театри, представления на самодейната дейност в България, вечери, посветени на социалистическите държави от Източния блок и много други.

В Стария град на Пловдив са представени камерни изложби на художниците Асен Грозев, Атанас Пацев, Юли Минчев, Маргарита Джарова и др., а в кино „Гео Милев“ се показва премиерата на филма „Една безкрайна мъка“ (1979 г.) на режисьора Христо Ганев, посветен на джаз формацията „Бели, зелени и червени“. На премиерата присъстват и музикантите от формацията, които изнасят концерт след края на филма. За любителите на поезията Стефан Цанев представя авторски рецитал, изнесен в Стария град на Пловдив.¹³³

Освен че изложенията на Международния панаира стават повод за богати културни прояви от страната и чужбина, той дава възможност да се опознаят далечни и близки страни. Българският посетител на изложението може чрез обиколките на палатите да се запознае с фолклора, традициите, обичаите на различни народи. Тази черта на панаира става най-осезаема от 60-те години насетне.

На панаира от 1964 г. се увеличава участието на страни от т. нар. Трети свят.¹³⁴ Гостите от цялата страна могат да се докоснат до автентични и характерни за африканските и азиатски страни стоки. Така например през 1964 г. българинът има възможност да опита цитрусови плодове и сокове от Алжир. Да пие бразилско кафе, да се запознае със суданските бижута от слонова кост, да види кожи от тигър и изработени палта от тях, както и да разгледа снимки на красиви места от Судан, Нигерия и Египет. Тунис показва традиционни килими

¹³³ Пак там, бр. 3, 27 септември 1980 г.

¹³⁴ По подробно за дипломатическите и икономическите отношения между България и страните от Близкия изток вж: Н. Филипова, *Българска дипломация в Египет, Сирия и Ирак във времето на Студената война*, София 2008; Н. Филипова, *България и Сирия в ерата „Асад“*, София 2017.

и дълговлакнеста вълна, бродирани изделия и фина керамика – вази с интересни орнаменти, кожи и изделия от маслиново дърво, а големи снимки на африканската природа се поставят с цел да се увеличи туризмът в тези страни.¹³⁵ Пъстротата от различни култури, пренесени чрез изложителите в панаира, и възможността да се запознаят посетителите с отдалечени кътчета на земята е пресъздадено в един спомен за срещата между журналист от в. „Панаирни нови“ и българския поет и писател Ламар, поместен в страниците на вестника през 1967 г.: „...Но една случайна среща ни събра с големия български поет Ламар:

- На къде? Бихте ли дали едно интервю за панаира?
- Не може. Бързам. Имам много работа и отивам чак...чак на Брега на слоновата кост.
- Вие ще ходите чак на Брега на слоновата кост?
- Да... в 11 палата. Довиждане.“¹³⁶

Изключителен интерес представляват за посетителите на панаира и павилионите на Камерун, Ирак, Сирийската арабска република и Сингапур. Впечатление правят камерунските скулптурни фигури на древното африканско изкуство и ловните оръжия на племената. От сирийските стоки интерес будят за посетителите многоцветните килими, парфюми, платове и сувенири.¹³⁷ В изложбения павилион на Виетнам впечатление правят изделията от седеф – гребени, четки, ветрила. Изложени са също и характерни виетнамски билки и етерични масла, както и различни произведения на изкуството, които подчертават типичния бит във Виетнам.¹³⁸

И през 70-те и 80-те години продължава да будят интерес експонатите от африканските държави. Така например през 1978 г. в пави-

¹³⁵ В. „Панаирни новини“, бр. 15, 26 септември 1964 г.

¹³⁶ Пак там, бр. 4, 26 септември 1967 г.

¹³⁷ Пак там, бр. 11, 03 октомври 1967 г.

¹³⁸ Пак там, бр. 17, 17 септември 1955 г.

лиона на Социалистическа народна либийска арабска джамахирия посетителите на панаира могат да видят ръчно изработени килими от камилска вълна, както и преработена палмова дървесина, тави, сахани, декоративни чаши от мед и сребро. Показани са и мъжка и женска носия от централната част на Либия. В палата на африканските държави също могат да се видят интересни експонати от Гана, Етиопия и Нигерия като ритуални маски, изделия на народното творчество, чанти, обувки и др., всичко това съчетано с фотографии, представящи природни кътчета от Африка.¹³⁹

Но това, което най-силно привлича масовия български посетител на панаира според в. „Панаирни новини“, са базарите за дребни стоки, където може да се купят недостъпните по друго време предимно западноевропейски и поначало дефицитни стоки за бита. Така в базарите могат да се видят стоки от социалистическите страни в Източния блок, но и стоки от Италия, Франция, Белгия, Западна Германия, Австрия и др.,¹⁴⁰ като вълнени платове, мотоциклети, велосипеди, радиоапарати, магнетофони, преси за плодове, пиана и др.¹⁴¹ Това е и причината да посещава панаира и Александра Борисова, днес на 71 години, дългогодишен педагог в детски ясли. Тя си спомня, че от работното ѝ място определяли специален ден за посещение на панаира. А. Борисова най-много се интересувала от стоките в базарите. Спомня си, че хората на щандовете за продажба на стоки били изключително много. Купувала си дрехи и домашни електрически уреди, произведени от страни от Източния блок. Впечатления ѝ правила отрупаните щандове с плодове и лачените италиански дрехи.¹⁴²

Панаирът е и източник на информация за стоки с производствено предназначение, които не винаги са достъпни на обикнове-

ните производители. Така едно от леярските предприятия в Пловдив също освобождавало работниците си в определен ден, за да посетят панаира. Борис Валентинов, сега на 74 години, се впечатлявал от машините в панаира, но проявявал интерес само от машини, произведени в Източния блок като Полша, Чехия и Унгария, защото западните „не могат да се купят, тъй като струват скъпо“.¹⁴³

Панаирът осигурява на децата емоции не само от представленията. Той разпалва тяхната колекционерска страст и същевременно разширява техните познания за света. Четиридесет и една годишният Борис Серафимов, когато посещавал панаира бил дете. Спомня си, че той и неговите приятели ходели на панаира в последния му ден, защото тогава давали на децата най-много брошури, списания, рекламни значки, химикалки и др. Борбата между децата била голяма в надпреварата кой ще събере най-много „придобивки“ от палатите. Впечатлявали го гланцираната и цветна хартия на рекламните брошури на западните държави, а също и химикалките с механизъм.¹⁴⁴ За колекционерането на рекламни материали, особено от капиталистически държави, пише в блога си и пловдивският журналист Евгений Тодоров. От 1975 г. той започва работа като панаирен журналист – „Като ученици ни водеха под строй. Още на втората палата се „загубвахме“ и тръгвахме да се борим за „списания“ – т.е. за рекламни материали. Вечер се прибирахме с наръч лъскави дипляни и листовки...“.¹⁴⁵

Така, въпреки задължителния характер на посещенията на изложението, в условията на Желязната завеса панаирът отваря света

¹⁴³ Интервюто е проведено през месец септември 2018 г.

¹⁴⁴ Интервюто е проведено през месец септември 2018 г.

¹⁴⁵ Блог на Евгений Тодоров <http://zaprehoda.blog.bg/biznes/2010/05/21/oshte-panairni-spomeni-boi-rezil-i-avanta.549285?reply=2008828> (достъпен 03 октомври 2018)

¹³⁹ Пак там, бр. 4, 5 септември 1978 г.

¹⁴⁰ Пак там, бр. 1, 1 септември 1955 г.

¹⁴¹ Пак там, бр. 5, 5 септември 1955 г.

¹⁴² Интервюто е проведено през месец август 2018 г.

пред погледа на посетителите от двете страни на завесата и се превръща в средище за социокултурни контакти.

Публично събитие, каквото е панаирът, на което се предполага присъствие на много хора, още повече когато то е с международен характер, е напълно нормално да бъде използвано от страна на управляващите в България за водене на пропаганда. Организираната показност е характерна за идеологизираното българско общество и идеологизираната икономика по време на управлението на комунистическата партия. Затова не е изненада, че Международният панаир се употребява за водене на пропаганда както на икономическата, така и на социално-битовата и културната политика на властта. Но нейните характеристики следват динамиката на Студената война. Затова идеологическите мотиви вземат връх при студените фази на отношенията Изток-Запад в края на 40-те и първата половина на 50-те години. В процеса на разведряване от 60-те години насетне те не изчезват, но отстъпват по-осезаемо на външнотърговската реклама.

Заедно с това Пловдивският панаир, в условието на стагнация на икономическите и социалните взаимовръзки и отношения между страните и хората, служи като „прозорец“, „мост“ в Желязната завеса. Той създава възможност да се създадат социокултурни връзки между посетителите от близки и далечни държави, да се осъществи международен културен обмен. Те стават все по-въздействащи с преодоляването на откритата конфронтация между двата блока. Макар че с пропагандата и рекламата Пловдивският панаир излъчва желанието от властта образ на „социалистическа България“, на нейните успехи в областта на икономиката, социалното инженерство и културата, той разширява и информацията на българите за постиженията на другите народи в тези сфери, особено на онези от западната част на света. Така панаирът коригира до известна степен организираната показност и парадност на културните прояви.

Съкращения

- А.е. – Архивна единица.
БДЖ – Български държавни железници.
БКП – Българска комунистическа партия.
БРП (к) – Българска работническа партия (комунисти).
ВТП – Външнотърговско предприятие.
ГДР – Германска демократична република.
ДА – Пловдив – Държавен архив – Пловдив.
ИПр – Исторически преглед, София.
КПСС – Комунистическа партия на Съветския съюз
Л. – Номер на лист от архивна единица
МС – Министерски съвет.
МТС – Машинно-тракторна станция.
НАТО – Организацията на Северноатлантическия договор (*North Atlantic Treaty Organization*)
НК – Национален комитет.
ООН – Организация на обединените нации.
Оп. – инвентарен опис.
ОФ – Отечествен фронт.
САЩ – Съединени американски щати.
СБХ – Съюз на българските художници.
СИБ – Съвет за икономическа взаимопомощ.
СССР – Съюз на съветските социалистически републики.
ТКЗС – Трудово кооперативно земеделско стопанство.
Ф. – Фонд.
ФРГ – Федерална република Германия.
ЦДА – Централен държавен архив.
ЦК – Централен комитет.

„SOCIALIST FAIR OF THE NEW HOMELAND“ – PROPAGANDA AND CULTURE CAMPAIGN DURING THE INTERNATIONAL FAIR – PLOVDIV FROM 1947 THROUGH 1989

Mirena Mitova

Abstract: *After the Second World War, International Fair – Plovdiv acquires much more distinct propaganda and representative functions, along with the trade ones. The development of propaganda in the organization of the fair can be divided into four stages. The first stage is in the period from 1947 to 1948. It is then directed mainly to the Bulgarian society. This is also the period when the Communist government gains a monopoly role and gradually increases the centralization in the political, economic and cultural spheres. The purpose of the fair is to encourage a larger mass of the people to support the government's economic and political initiatives by showing the new economic forms introduced after 9 September 1944, and the results of the Two-year Economic Plan.*

With the Cold War entering its most acute phase, the propaganda and representative functions of the fair are growing. This is exactly the second period in the propaganda line of the fair - 1949 – 1953. Here, it is characterized by its sharpness and again directed towards the Bulgarian people and abroad. For the country, the propaganda must convince the Bulgarian people in the rightfulness of the economic decisions for industrialization of industry and mechanization of agriculture, and outside the country – to demonstrate the successes in the socio-economic, domestic and political development of Bulgaria. At the same time, however, propaganda should also highlight Bulgaria's export abilities, in order to conclude deals at the fair. Stalin's death in March 1953 and the 1956 Peaceful Coexistence doctrine led to a timid easing up of the international environment, and marked the new development of propaganda at the fair. This is also the moment when the propaganda motif begins to weaken and give way to its trade functions. Then the fair is perceived as a place that helps to develop international contacts in line with the doctrine of "peaceful coexistence". Still however, the desire to show the superiority of the socialist regimes compared to the capitalist ones is still characteristic. These features are specific for the period 1954 – 1960.

The last period has chronological boundaries between 1960 and 1989. Then, the ideological and political image of the fair increasingly emphasizes on its role for the world peace through its ability to create a terrain for direct contacts between people belonging to the two opposing blocks. This is also the central idea in the organization of the fair. During this period the propaganda is weak and mainly it is used to highlight the possibilities for export of Bulgaria.

Besides the political and economic propaganda in the period 1947 – 1989, the cultural program during the fair was also a feature of the socialist development of the fair. It is characteristic of the fact that it carries the same general representative character, distinguishing the Bulgarian participation in the fair. The cultural program should present all fields of Bulgarian culture, art and sports with the greatest achievements. On the other hand, the fair creates an opportunity for contacts, gaining knowledge and cultural exchange between the peoples of both parts of the Iron Curtain. During the fair one can see typical cultural items of different countries, to make cultural exchanges between the artistic circles, to get to know different musical and dance arts from the folklore of nations.

Key words: *International Fair – Plovdiv, propaganda, culture, Cold War, socialism.*