

отвоюва част от свободното време на хората. Сред критериите, които определят как избираме занимание през свободното време, изледователите посочват усещане за спокойствие и комфорт, възможност за активно участие, възможност да се научи нещо ново, възможност за нови преживявания, възможност да се направи нещо смислено. Могат ли нашите музеи да покрият тези критерии?! Да вземем за пример РИМ – Сливен, който притежава уникални колекции. „Един от най-значителните паметници е надписът върху постамент на статуарна група и е в чест на Зевс”. Музеят представя „прекрасни накити, образец на майсторството на българските занаятчии”, уникални предмети, свързани с публични исторически личности; образци на текстилното изкуство; находки от Долината на тракийските владетели, сред които съдове, гробни дарове, амфори, сред тях „златна маска, 2 златни фиали за пиене на вино и златен пръстен-печат. Може да се види „непознат за Тракия ритон с глава на кон и тяло на петел”, „сребърен шлем, който е единствен у нас от този метал” (вж. [museum.sliven.net](http://museum.sliven.net)). Невероятни находки, прекрасни образци на традиционните изкуства, на които обикновеният посетител се възхищава, но изтрива бързо от паметта си, защото няма познания за културите, създали тези предмети (за техните ценности, възгледи и начин на живот на хората, свързани с тези култури), не може да ги обвърже в разказ, да си представи тяхното предназначение в съответната култура, да ги свърже с хората, които са ги изработили, носили, употребявали и др. Защото му показват колко е невеж и защото не го насърчават да търси на място познание, не го увеличат в нещо занимателно.

Печелившата политика е музеят да насочи своите дейности така, че да създава активни посетители. Разбира се, в музея може да се отиде и по задължение – като част от учебната програма в училище или заради престижа на институцията. Щом си в Рим, не може да не влезеш в Музея на Ватикана, в Санкт Петербург – в Ермитажа, в Париж – в Лувъра и др. За този тип турист посещението в музея е знак за социален и културен статус. За съжаление България не се нарежда сред тези страни, чиито музеи се посещават, защото са престижни. Ние имаме друг шанс за привличане на публики, като създаваме или участваме в създаването на по-широки символни пространства и послания, които надхвърлят националните граници и правят връзки на наднационално ниво – чрез партньорства, съвместни експозиции, включване в общи културни маршрути и събития.

Такъв пример предлагат трансграничните пространства, по-специално