

ULOGA MUZEJSKIH PUBLIKACIJA - ULOGA ČASOPISA "MUSEUMS JOURNAL" U VELIKOJ BRITANIJU

IM 32 (3-4) 2001.
TEMA BROJA
TOPIC OF THIS VOLUME

JANE MORRIS □ "Museums Journal", London, Velika Britanija

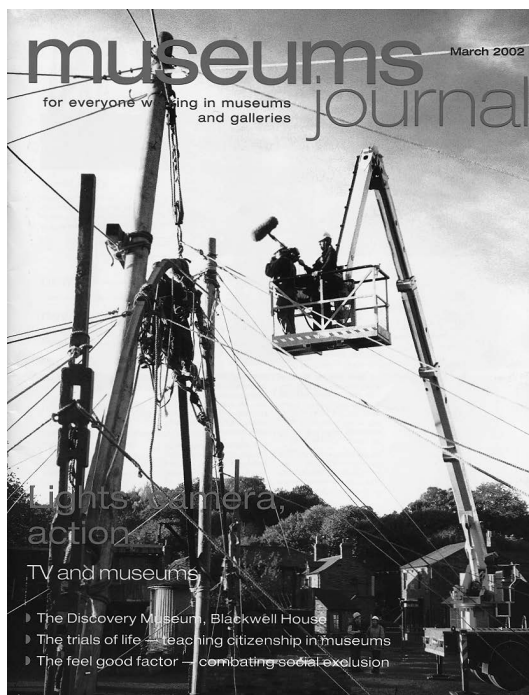
UVOD. Zahvaljujem na pozivu da govorim pred današnjim skupom. Predmet mog izlaganja je časopis *Museums Journal*, što ga izdaje Britansko udruženje muzeja (Museums Association - MA). Nadam se da ćete tijekom mog izlaganja pronaći neke usporedbe s vlastitim publikacijama i da se ono neće baviti samo pitanjima koja su vam već poznata. Predmet našeg zajedničkog interesa je uloga časopisa - kome je namijenjen i zašto ga Udruženje muzeja izdaje. Također bih se željela osvrnuti na neke poteškoće koje neminovno prate izdavanje časopisa kojem je glavna namjena objavljivanje novosti i praćenje dnevnih događanja. To uključuje jednako tako loše kao i dobre vijesti i potiče osjećaj zajedništva među muzejskim stručnjacima, ali pretpostavlja i određenu razinu kritičnosti prema toj zajednici. To može donijeti probleme i uredništvu i našem Udruženju muzeja, no na to ću se osvrnuti kasnije.

POVIJESNI PRIKAZ. Osim podataka o *Museums Journalu* željela bih pružiti uvid u neke činjenice vezane uz razvoj i povijest časopisa:

- izdaje se 12 puta godišnje
- svaki broj sadržava 60 do 68 stranica
- cijena: 56£ godišnje
- naklada: oko 6.500 primjeraka mjesečno
- prosječno tri čitatelja po broju.

Ove je godine *Museums Journal* proslavio sto godina izlazenja, što ga čini najstarijim časopisom za muzejske stručnjake. Moram, međutim, naglasiti da Nijemci pred svima nama prednjače svojim *Zeitschrift für Museologie* iz 1878. Časopis je objavljen u ukupno osam svezaka, nakon čega ga je 1905. zamijenio časopis *Museumskunde* koji i danas izlazi.

Razlog da je *Museums Journal* osnovan pruža opravdanje njegovoj roditeljskoj (osnivačkoj) udruzi. Udruženje muzeja (Museums Association - MA) osnovano je 1889. s ciljem poticanja suradnje između direktora muzeja i općeg povećanja razine rada u muzeju. Jedan je stručnjak iz tog razdoblja vrlo nepovoljno ocijenio rad britanskih muzeja u odnosu na druge europske muzeje, tvrdnjom da "oni nalikuju sajmištu



sl.1 Naslovnica časopisa "Museums Journal", ožujak 2002.

jeftine robe ili spremištu jeftinih antikviteta neprikladnih za držanje u privatnim kućama, ili da se sastoji od skupljenih predmeta koji sami po sebi imaju vrijednost, ali nemaju nikakve praktične svrhe, jer su nabacani zajedno i gurnuti u stranu zbog nedostatka prostora".

Nije stoga čudno da je nekolicina direktora muzeja željela promijeniti takvu situaciju. Predložili su osnivanje udruženja koje se trebalo baviti pitanjima poput financiranja muzeja, njihovom edukativnom ulogom i obrazovanjem kustosa. Kada je deset godina kasnije, 1901. napokon pokrenut *Museums Journal* je trebao poticati širenje tih istih informacija.

Udruženje muzeja - MA je od samog početka odlučilo da će *Museums Journal* objavljivati:

- novosti o radu muzeja i galerija
- ilustrirane članake
- izvještaje i analize rada muzeja
- obavijesti i upite
- pisma čitatelja

- prikaze knjiga
- ponude za razmjenu i prodaju predmeta.

Premda je izgled *Museums Journala* od svog pokretanja doživio značajne promjene, njegov se sadržaj osim razdoblja u šezdesetim i sedamdesetim godinama 20. stoljeća, kada je izlazio četiri puta godišnje i bio više znanstveno, teorijski orijentiran, suprotno očekivanome nije mnogo izmijenio, iako je pisan i predstavljen na puno suvremeniji način. To je stoga što se svrha izlaženja časopisa nije mnogo promijenila u odnosu na prije 100 godina. Ono što ga danas čini neobičnim je njegovo osoblje koje se sastoji uglavnom od profesionalnih novinara i dizajnera koji teže višoj razini stručnosti u smislu pisanja i objavljivanja časopisa.

Pogledate li sadržaj *Museums Journala* za studeni 2001., primijetit ćete da većina rubrika koje su postojale 1901. postoji i danas u ovom ili onom obliku:

- vijesti: izvještaj radne grupe regionalnih muzeja
- članci: učenje pomoću kompjutera, prikaz zbirki, budućnost projektiranja izložaba
- posebni prikazi: Bass Museum, Burton on Trent
- pitanja i odgovori o etici
- pisma čitatelja
- prikazi muzeja i knjiga
- obavijesti, kalendar, dnevnik.

SVRHA MUSEUMS JOURNALA. Razlog zbog kojeg je - barem u određenom smislu - bilo malo promjena u bitnim djelatnostima časopisa je u tome što se svrha časopisa, kao i svrha Udruženja muzeja nije mnogo promijenila.

Ulogu časopisa definirala bih na sljedeći način:

- stvaranje osjećaja zajednice
- pružanje vjerodostojnih novosti i informacija
- isticanje najbolje muzejske prakse
- zastupanje muzejskog sektora u javnosti
- poticanje i ohrabrivanje rasprava
- pružanje potpore Udruženju muzeja.

Ono o čemu bih naročito željela govoriti je stvaranje osjećaja zajednice, o učincima povećane razine profesionalnosti časopisa i pružanje podrške našoj roditeljskoj organizaciji.

Ključni činitelj za uspjeh bilo kojeg časopisa je razumijevanje čitalačke publike i njezinih potreba. To bi trebalo biti jednostavno, kada bi ljudi koji rade u muzejima i galerijama predstavljali homogenu grupu. No to nije slučaj u muzejima u Velikoj Britaniji, gdje je često prisutna rascjepkanost, a ponekad i stvarna podijeljenost i sumnjičavost.

Svi smo svjesni razlika među stručnjacima za određena područja, čak i unutar istog muzeja. Nije neobično da kustos prirodoslovnog muzeja nema mnogo zajedničkog s industrijskim arheologom ili stručnjakom za lijepe umjetnosti, iako bih se usudila tvrditi da posto-

je sličnosti u mnogim područjima njihove profesionalne djelatnosti.

Postoje, nadalje, značajne razlike između nacionalnih muzeja koje financira središnja vlada, kao što je Victoria and Albert Museum, onih koji pripadaju sveučilištima poput Ashmolean u Oxfordu, muzeja pod upravom lokalnih vlasti kao Birmingham City Museum and Art Gallery te nezavisnih fondacija kao što je Weald and Downland Open Air Museum. Katkada struku mogu učiniti slijepom za njihove mnogobrojne zajedničke interese. Na primjer, mnogi muzeji koje financiraju lokalne uprave predvode u promišljanju načina na koji se muzeji mogu angažirati unutar svoje lokalne zajednice. Međutim, ti isti muzeji su neuspješni u stvaranju vlastitog prihoda, što je u mnogo većim nacionalnim muzejima i mnogo manjim nezavisnim muzejima postalo dijelom kulture muzeja.

Mijenja se uloga kustosa. Pritisak na muzeje da se aktivnije angažiraju oko posjetilaca i da sami više pridonesu stvaranju vlastitog prihoda mijenja način organizacije muzeja, djelatnosti koje obavlja pojedinačno osoblje i profil osoblja koje će muzeji upošljavati u budućnosti. Došlo je do prave eksplozije novih vrsta poslova unutar muzeja - sada tu nalazimo stručnjake za marketing, za obrazovanje, za prikupljanje financija, osobe koje umiju projektirati i načiniti online izložbe.

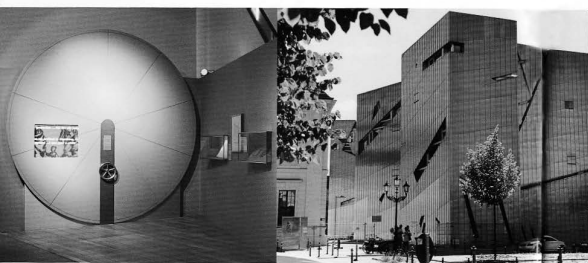
Jedan od ciljeva *Museums Journala* je objavljivati članke koji pokrivaju raznolikost struke, tako da su u naša izdanja uključeni materijali o marketingu, prikupljanju sredstava, prihodu od prodaje u muzejskim dućanima, uz članke o zbirkama i postavima izložaba. Mi ne pišemo o specijaliziranim temama ili, kada to činimo, pišemo za širu muzejsku zajednicu. Osvrnut ćemo se, na primjer, na proučavanje prirodoslovnih zbirki, no pritom ćemo tražiti nešto što je široko prihvatljivo, kao rad na očuvanju okoliša ili biološka raznolikost. Drugi jedan članak, o ulozi suvremenih umjetnika u muzejima, pisan je uz manje razmišljanja o kustosu likovnih umjetnosti, a više za širu muzejsku publiku - a ujedno je postavio pitanje spriječavamo li angažiranjem ljudi izvana, kustose iz matične kuće u vlastitom kreativnom radu i izražavanju.

Časopis poput *Museums Journala* može relativno brzo i s razumijevanjem reagirati na događaje. Nama je mnogo lakše nego strogo akademskoj publikaciji prihvatiti i širiti nove ideje u sektoru muzejske djelatnosti. No, s druge strane, naš rad, naravno, nema dubinu, i katkada zaista činimo pogreške - brzina omogućava potkradanje pogrešaka.

Kako bismo se uvjerali da smo postigli pravu ravnotežu, moramo ostati u dodiru s čitateljima.

U nedavnoj anketi među članovima Udruženja muzeja, dobili smo sljedeće procjene:

12 international



The Jewish experience in Germany

The Jewish Museum in Berlin has been a tourist attraction for some years – even though only opened recently at all. After the building was completed in 1996, the public was allowed into the empty shell. In the following two years, before it was closed again for the installation of the permanent exhibition, it attracted more than 350,000 visitors. It became a focus for the architectural and museological renaissance in Berlin. The visitors got the opportunity to see the architectural model in its original state, undisturbed by exhibits and display cabinets, barriers and text panels. The engaged media renews the spaces and, and the only exhibits were architectural details, the windows that provide the visitor's individual orientation. The black walls of the 'voids', the staircase into the building that is protected by large concrete beams. At the same time, the whole building functioned as a memorial site and was perceived as a 'monument' to the members of the Jewish community who were murdered during the Holocaust. During this period, the city and the rest of Germany discussed the controversial subject of creating a formal monument. (A Holocaust memorial was finally built by the architect Peter Eisenman, to be finished in 2004.) But the Jewish Museum became a place to commemorate, a place that acknowledges Jewish presence in the city. Furthermore, the museum already included some commemorative features. There is the Holocaust tower, a very tall and empty space in rear concrete, into which visitors are led alone or in small groups by a gallery assistant. In the tower they experience the loneliness and the solemnity of the space after they enter the dark shaft below them. The only light comes in through a opening high up on the wall, which also lets in some of the noise from outside. The space is meant to be evocative and to create feelings of claustrophobia. There are also empty spaces that extend vertically through the building. The outer walls are painted black and left before normal empty; they are symbols for all those objects that would be part of the exhibition if the Holocaust had not happened. The museum was not really planned as a Jewish museum. It was only meant to be an extension of the Berlin City Museum, then housed in the 16th-century Kollegienhaus – now the entrance to the new museum. It was to be the home of the museum's Jewish collection and some other collections. But the discussion about the building changed the concept of the Jewish Museum when the Berlin City Museum (there is an early medieval copy of the copy on loan from the Vatican in the exhibition), and continues with photographs of young Jewish immigrants engaging themselves in a Berlin club scene in the past. The collection was small, and focused on the Berlin area. So it needed to be enriched to cover 2,000 years of Jewish history in the whole of Germany and it is an exhibition area three times larger than originally expected. This was when W. Michael Blumenthal, the former US Treasury Secretary, was appointed as the museum's director after an invitation from the government of the city of Berlin. Blumenthal did not have any museum experience, but was well-connected. He was able to obtain the support of many influential collectors of Judaica. As a result, the museum has been able to bring together 3,000 objects for its permanent exhibition. Two millennia of German Jewish history. There could have been even more objects. The museum's approach is chronological and its range is wide. It starts with the first mention of Jewish life in Germany, in a decree by the Roman emperor Constantine 324 AD (there is an early medieval copy of the copy on loan from the Vatican in the exhibition), and continues with photographs of young Jewish immigrants engaging themselves in a Berlin club scene in the past. Objects relating to early Jewish life in Germany are scarce, and the museum had to supplement these with a number of reproductions or multimedia applications that would provide the necessary information. An impressive CAD-animation provides information about the Jewish community in the Middle Ages, giving details of where and how Jews lived, and how their community was organized. The film sets a frame for the other objects in this part of the exhibition, underlining their importance in a greater historical narrative. The organization of information is often the weak point in the exhibition. The more modern themes all work well in their approach to communicating information. But when there are not many objects, the exhibition organizers, led by Ken Gossby from New Zealand, seem to have been at a loss, attempting to fill the gap with whatever electronic objects they could find, in an early part of the exhibition, where the basics of the Jewish religion are explained. The designers placed a special emphasis on Hebrew as the original and ritual language of Jewish people, using three computers to translate the names of visitors from Latin to Hebrew spelling. This was a lot of effort for the sake of a message that the language itself, especially since the Father Rudi Learning Centre, a state-of-the-art information centre that occupies part of the building, would be more appropriate place for this. Only a 3000 document was based on the ways information in the museum might be presented. One of the ideas was for a computer game that tested the visitor's ability to survive as a 'Jew' in the Berlin underground during the years of Nazi rule. Ideas like this were soon dropped as they caused a scandal, but there is a game that tests the visitor's chances as a Jew in the 19th century – really not that much of a difference. The game is based on the life of only one person and therefore is highly specific. Daniel Libeskind's building is proving difficult to use. Its angular shape is very different from the traditional set-up of galleries. The window site accentuates the walls and makes some of them almost invisible. The spaces are generally very high and not always suited to their intended use with exhibits. Where the exhibition works primarily – for example in the sections on integration and assimilation in the early 20th century or in the section that highlights the cultural and scientific achievements by Jewish men and women – it becomes an integral part of the building. The approach continues the forms of the architecture, the materials and colours of the installation are repeated in glass and steel, the grey and black and the structure of the display is very clear. But there are many other parts where the display seems to have been planned for a different museum – a traditional one with hanging

international 13



The Jewish Museum opened on 13 September 2001, 30 years after the idea was first voiced. It was designed by Polish-born architect Daniel Libeskind, who is now an American citizen. Libeskind has won one of a number of high profile museum schemes, including the planned £75m Spina Centre at the Victoria and Albert Museum in London and a \$60.5m (£44m) project to turn the Denver Art Museum into a 32,000 square metre cultural complex.

in Germany

Axel Lapp visits Daniel Libeskind's Jewish Museum in Berlin

The collection
The Jewish Museum's collection includes: ceremonial objects, about 700 collections of documents, photos and memorabilia of individual family histories; objects relating to the culture of German Jews; homographic prints, maps and descriptions of the Holy Land and works by Jewish artists including 150 paintings, 2,500 graphics and several sculptures.

roofers, objects or the space that are covered by interactive gadgets, push but not paint, maps, news and computer screens. For now, the opportunity for a great museum has been missed – it is an interesting museum, in a wonderful building that will no doubt attract many visitors. But in a couple of years' time, when all the hype has died down, the museum has lost the chance that the visitors will have a chance to work on the displays. They are surely already preparing for it.

Axel Lapp is an art historian living in Berlin.

sl.2 "Museums Journal", siječanj 2002., str.12 i 13.

□ lako se koristi i čita	90%
□ kvaliteta prikaza materijala	82%
□ dubina informacije	81%
□ raznolikost sadržaja	81%
□ objektivnost	75%
□ praktična vrijednost	70%
□ teorijska vrijednost	56% (nije nas iznenadilo)

Da im je naš časopis osnovno štivo svaki mjesec izjavilo je 88 posto čitatelja, a 69 posto njih je izjavilo da im je zanimljiv i zabavan. No opće, površne brojke prikrivaju neka stvarna razmimoilaženja u stavovima. Jedan stariji pripadnik struke opisao je časopis kao neznatno bolji od britanskog žutog tiska. Ne znam koliko poznajete britanski žuti tisak, ali vas uvjeravam da je *Museums Journal*, kao i vi, daleko od njezinih priča o beznačajnim filmskim zvjezdicama i seksualnim skandalima.

Unatoč tome, naš čitatelj misli da časopisu nedostaje ozbiljnosti i traži sadržaj s više znanstvenog i analitičkog duha. Na suprotnom kraju vage imamo 31 posto čitatelja koji misle da časopis nije dovoljno živ i zabavan. Ta brojka prilično zabrinjava i vjerojatno izražava poglede sve većeg broja mladih koji čitaju časopis - od kojih većina studira ili je tek počela raditi. I sami možete zaključiti da je raspon naše čitateljske publike u pogledu godina i položaja širok.

Čitateljstvo	Visina primanja
Nacionalni muzeji - 10%	Bez primanja - 25%
Muzeji pod upravom lokalnih vlasti - 27%	£ 10.400 - 14%
Sveučilišni muzeji - 3%	£ 15.000 - 13%
Nezavisni muzeji - 14%	£ 21.000 - 17%
Studenti na magistrirskim ili doktorskim studijama - 24%	£ 35.000 - 17%
Oni koji traže posao i volonteri - 13%	£ 46.500 - 2%
	£ 46.500 i više - 1%.

STRUČAN PRISTUP OBJAVLJIVANJU VIJESTI I PRUŽANJU INFORMACIJA. Pružanje informacija i objavljivanje vijesti je važan dio uloge *Museums Journala*. To je smatrano važnim čak i tijekom 1960-ih i 1970-ih kada je časopis pretvoren u akademski tromjesečnik. U to su vrijeme u dodatku objavljivane novosti kao poseban prilog *Newsletter*, kako bi se britanskim muzealcima pružile informacije koje su im potrebne.

No tek je kasnih 1980-ih Udruženje muzeja počelo ozbiljno razmatrati osnivanje redakcije koja bi se sastojala od profesionalnih novinara, umjesto od muzejskih radnika, za prikupljanje vijesti, informacija, pisanje i uređivanje članaka. To je u velikoj mjeri bilo vezano uz opću profesionalizaciju službi samog Udruženja u to vrijeme, kao npr. upošljavanje stručnjaka s komercijalnim iskustvom za vođenje godišnjih konferencija; angažiranje ljudi zaposlenih po časopisima za reklamiranje i za prodajni sajam Udruženja muzeja. Odlučeno je da se unajme stručni urednici i novinari s iskustvom po drugim časopisima. Danas velik broj članaka u

časopisu pišu novinari, iako se prilozi i dalje traže od ljudi koji rade u muzejima.

To je urodilo mnogim pozitivnim, ali i nekolicinom negativnih učinaka.

Pozitivne strane:

- bolje prikupljanje vijesti
- veća neovisnost i nepristranost
- organiziraniji i uravnoteženiji izbor tema iz područja struke
- viša razina vrijednosti proizvoda
- veća vjerodostojnost
- veća naklada (prije deset godina 2.900, danas 6.500 plaćenih primjeraka)

Jedna od najočitijih razlika između današnjeg *Museums Journala* i časopisa od prije nekoliko godina je puno viša razina vrijednosti samog proizvoda. U svom prilogu o stotoj obljetnici našeg časopisa, Frank Greenaway, bivši predsjednik Udruženja muzeja, napisao je da je *duh časopisa ostao isti, a da se njegov fizički izgled promijenio. Od metoda iz 19. stoljeća do preokreta koji je nastao korištenjem milenijских tehnika, on jasno oslikava stoljeće izdavanja časopisa kao i povijest jedinstvene stručne zajednice i njezinih društvenih ciljeva.*

Za sve one koji rade u časopisima, opće tržište časopisa je važno mjerilo. Većina naših čitatelja procjenjuje kvalitetu našeg časopisa u odnosu na druge časopise koje čitaju - bez obzira na to je li to *Vanity Fair* ili *Formula One Racing*. Imat će, doduše, ponešto razumijevanja, ali ne mnogo. Korištenje usluga dobrih dizajnera, prihvaćanje većih troškova tiskanja i duže vrijeme potrebno za dobar prijelom i korekturu sloga važni su čimbenici pri planiranju časopisa poput *Museums Journala*. Na žalost, za nove izdavače to povećanje zapreka prilikom proizvodnje časopisa znači teži prodor na tržište.

Nezavisnost i stručnost časopisa ima i neke slabe strane. Najslabija je činjenica da ovlasti nema urednik već direktor Udruženja muzeja, koji je stvarni izdavač časopisa. Ta osoba mora biti spremna čvrsto se suprotstaviti povremenim pritužbama i jadikovkama članova redakcije. Na primjer, prošlog smo mjeseca, objavili kritički osvrt o državnoj reviziji umjetničkih zbirki u Škotskoj objavljujući pritom mišljenja mnogih u ovoj zemlji, da je revizija bila manjkava. Nije nas iznenadilo da se direktorica koja je vodila istraživanje nije s time složila. Na žalost, gospođa svoje stavove nije iznijela meni, već direktoru i predsjedniku Udruženja muzeja, te čelniku Škotske lokalne uprave grupacije muzeja (Scottish Local Authority Museums Group). Nezgodno je kada imate časopis čiji su članovi njegovi vlasnici, a na čijim se stranicama o njima piše. To je jezgrovito opisao jedan od mojih prethodnika: *Ponekad imam*

osjećaj da je urednik Journala zločesti školarac i da pisma ne bi trebala biti naslovljena njemu, već njegovim roditeljima.

Negativne strane:

- čitatelji su također članovi i pritužbe mogu uputiti Udruženju, a ne časopisu *Museums Journal*.
- mogući nesporazumi između "službenog" stava Museums Association i sadržaja/komentara u *Journalu*. To se događa najčešće onda kada kodeks etičnosti Udruženja muzeja nije dovoljno jasan. Na primjer, objavili smo prikaz o korištenju usluga volontera prilikom konzervacije poljoprivrednih alata. Dok o ovome govorim, u tijeku je žučljiva rasprava između dvojice utjecajnih konzervatora i etičkog odbora Udruženja muzeja o točnom značenju kodeksa - koji će utvrditi je li, i u kojoj mjeri, *Museum Journal* prekoračio granicu. Nije potrebno naglasiti da sjedim po strani i da uživam slušajući raspravu.
- manja dubina muzejskog znanja;
- profesionalni novinari odlaze, odnoseći sa sobom znanje;
- povećani troškovi.

Kako je 1995. *Museums Journal* postao više orijentiran prema vijestima, odlučeno je da se pokrene još jedan časopis koji bi ispunio potrebu za praktičnom i teorijskom informacijom koja je izostala. *Museum practice* (Muzejska praksa) objavljen je godinu dana kasnije. Sada taj časopis izlazi tri puta godišnje, svaki broj ima oko 100 stranica, a donosi obilje praktičnih i teorijskih informacija.

POTPORA UDRUŽENJU MUZEJA. Glavna uloga muzeja je udovoljiti posebnim potrebama muzejske zajednice. No svoju roditeljsku organizaciju, Udruženje muzeja, podupiremo na tri značajna načina: unapređivanjem statusa organizacije, preuzimanjem uloge posrednika između udruženja i njegovih članova i trećim, možda najneobičnijim - financiranjem.

U nedavnim tržišnim istraživanjima *Museums Journal* je uzastopno opisivao kao "dragulj u kruni Udruženja muzeja". Udruženje komunicira sa svojim članovima na različite načine. Mnogi ljudi su članovi Vijeća udruženja ili su u različitim pododborima. Ljudi prisustvuju seminarima i konferencijama. No, za mnoge članove, naročito one obične, najveća korist koju imaju od članstva je mjesečno izdanje *Museums Journala*.

Treba reći da časopis nije glasnogovornik Udruženja muzeja - već pokriva djelatnost mnogih drugih udruženja i objavljuje mišljenja koja se razlikuju od "službene" linije udruženja. To pridonosi našem ugledu kao vodećem časopisu za muzejsku struku, a ne samo za Udruženje muzeja.

Također podupiremo širok raspon ciljeva Udruženja i njegovu angažiranju prilikom zastupanja interesa muzeja i ohrabrivanja rasprava. No Udruženje također želi povećati standarde i mislim da je istina da je *Museums Journalu* lakše kritizirati - premda to može uzrokovati probleme - nego što je ovom Udruženju.

Proračun *Museums Journala*

Direktni troškovi osoblja:	oko 200.000£
Troškovi objavljivanja:	oko 240.000£
Ukupno:	oko 440.000£

Prihod od oglašavanja radnih mjesta:	oko 450.000£
Prihod od reklama:	oko 120.000£
Članarine za knjižnicu:	oko 75.000£
Ukupno:	oko 645.000£
Doprinosi:	205.000£

Kao što ova tabela prikazuje, Udruženje podupiremo i financijski. To je važno stoga što udruženje muzeja ne prima državnu potporu - sav novac pritječe od članarina i djelatnosti poput edukacije, konferencija i izdavaštva.

No odmah moram reći da to nije novac koji časopis može trošiti. Njime se financiraju neprofitne djelatnosti kao političko lobiranje u ime muzeja, razvijanje stručnog rada i istraživanja, što su osnovne aktivnosti Udruženja muzeja. Udruženje podupiremo ne samo time što smo najbolji izvor vijesti i informacija, što je samo po sebi vrijednost, već i time da udruženju omogućujemo razvijanje drugih aktivnosti.

KRAJ. Nadam se da vam je moje izlaganje o ulozi i svrsi *Museums Journala* dalo mali uvid u ono što radimo, kao i o koristi koju časopis poput našeg pruža muzejskoj struci i našem roditeljskom Udruženju muzeja.

Moja završna primjedba je da je tajna našeg uspjeha u stvaranju vrste časopisa koju većina stručnjaka danas želi čitati. Neki ljudi tvrde da bi časopis trebao biti drukčiji, više akademski, no velika većina naših čitatelja ne smatra tako.

Želite li krenuti ovim putem, imajte na umu da to ne znači davati ljudima ono što pisci članaka u časopisu, roditeljsko Udruženje muzeja, odnosno posebne interesne grupe ili državna tijela smatraju da bi trebali čitati. To, naprotiv, znači shvatiti što većina struke stvarno treba, za što je zainteresirana, pa časopis prema tome treba i urediti. Baš kao što se muzeji sve više bave posjetiteljima, vjerujem da i Udruženje muzeja, tijekom ovih godina, pokazuje sve više razumijevanja za potrebe struke u Velikoj Britaniji, kojoj na kraju i služimo.

THE ROLE OF MUSEUM PUBLICATIONS - THE ROLE OF "MUSEUMS JOURNAL" IN THE UK

Museums Journal exists to bring together a fragmented museum scene, in which many people feel isolated or at odds with one another. Its purpose is to share news and information, and to encourage debate. It has been doing this for 100 years, but the way it does it has changed radically to adapt to changing times. As a result, it has a readership that has a great sense of 'ownership' of the title which is excellent in many ways - but also brings problems too.