

<<博物馆企业>>

图书基本信息

书名：<<博物馆企业>>

13位ISBN编号：9787503951473

10位ISBN编号：7503951478

出版时间：2011-7-1

出版时间：文化艺术

作者：黄光男

页数：192

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<博物馆企业>>

### 内容概要

以企业的角度审视一向标榜非营利的博物馆事业，即是《博物馆企业》作者黄光男写作此书时，所欲引导博物馆人重新去看待事物的基点，进而提醒博物馆工作者，在担负保存、展示、教育、沟通的使命中，应以更积极的态势，提高服务品质，重视工作团队，创造展示空间的迷人语汇，布置令人惊艳又富教育意义的文化商店。

## <<博物馆企业>>

### 作者简介

黄光男，现职：台湾艺术大学校长（2004—2011）。

学历：高雄师范大学文学博士。

经历：台北市立美术馆馆长（1986—1995），台湾历史博物馆馆长（1995—2004），台湾博物馆学会理事长（2000—2003），台湾大学院校艺文中心协会理事长（2005—2011），台湾中兴大学讲座教授（2006—2012），台湾嘉南医药科技大学讲座教授（2011—），著作：《美术馆广角镜》、《博物馆营销策略》、《博物馆能量》、《画境与化境——绘画美学与创作》、《流动的美感》、《黄光男的艺术散步》、《咏物成金——文化创意产业析论》等近五十本各类书册。

## <<博物馆企业>>

### 书籍目录

#### 引言

#### 第一部分 博物馆营运思考

##### 第一章 面对新世纪——馆长的责任与认知

##### 第二章 博物馆的呈现美学

##### 第三章 博物馆典藏的主题与决策

#### 第二部分 博物馆与企划人才

##### 第一章 艺术行政人才培育面面观——以博物馆的营运经验为例

##### 第二章 博物馆现象与专业人才培养

##### 第三章 国际策展实务举隅

#### 第三部分 博物馆与文化观光

##### 第一章 博物馆与观光事业

##### 第二章 博物馆与博物馆商店

#### 第四部分 博物馆行销策略

##### 第一章 博物馆行销策略

##### 第二章 国际文物交流与原则

#### 第五部分 博物馆与媒体

##### 第一章 博物馆营运新思维

##### 第二章 博物馆媒体应用

#### 第六部分 台湾经验

##### 第一章 社会发展中博物馆的角色

##### 第二章 博物馆营运趋向

## &lt;&lt;博物馆企业&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：再次是博物馆自身的资源，包括参加国际组织，如世界博物馆联合会、美国博物馆协会等，均在一定时间分别举行年会，可从中取得资料，而馆员进修与参访，也都是实际交流的方法和充实资料的源头。

其他如媒体报导、学人与学生传递信息，甚至科技的应用、图书资料的传达，都可以提供需要的信息。

资讯不明则交流不畅，交流不畅则文化停滞，所以资讯的掌握，是文物交流的首要工作。

例如，本年度法国境内之蓬皮杜文化中心进行年修、奥塞美术馆重整展览场，加上法国政府有计划推展文化宣传，这种资讯，便可作为引进文物交流的参考。

相反的，台湾文物也可通过上述单位，接洽适当的展览。

主题选择：文物交流着重在彼此环境的需要。

虽然资讯传达丰富，但不见得每件资源都符合普遍性的需要。

一般来说，展览或活动都以本土所最缺乏者，并以国外能提供最佳文物者为最优；这项认知与选择，就是一个博物馆专业人员的责任，国际间均是在博物馆馆长的领导下，召开专题会议，并指定专业者，或由专业者事先提出计划，再进行评估，以为交流的重心。

其中包括主题的厘定、经费的筹措、安全的维护、教育的效益、配合的活动等，尤其保险与风险的评量，更是主题选择与否的依据。

例如，台湾所举办的国际性交流展，依社会发展与开发程度来说，或许二十年前能引发轰动，但若移至今日，可能就魅力大减了。

相反的，以往大众对古典主义感到陌生，而今展出卢浮宫的古典写实主义，却能大放异彩。

因此，文物交流展必须顾虑到教育程度、认知层次、社会需要，最主要当然是借展单位的首肯，才能进一步进行合作。

活动进行：包括人、事、物的配合，如专业学术的提供，必须由专家依个人的学养分别展开，其中如经费的筹措，除了固定预算外，不足部分尚需征求合作单位，共同对外寻求经费的支援，才能完成精致度较高的展览。

当然，依据现行法令，如何能使文化事业在全民共享下，免除税率，或享有较轻的负担，也是交流活动中应该考虑的问题。

国外如日本国际性文化工作，便由新闻媒体的参与促发更高的展出活力，也带动了文化发展。

这些成功的实例，也曾在多年前引入台湾，共同主办大规模的展览，成效良好。

至于人才的运用，对该活动的成败亦有直接关系，尤其应要求展览品质的提升。

<<博物馆企业>>

编辑推荐

《博物馆企业》由文化艺术出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>