

《博物馆新视觉》

图书基本信息

书名：《博物馆新视觉》

13位ISBN编号：9787503951466

10位ISBN编号：750395146X

出版时间：2011-7-1

出版社：文化艺术出版社

作者：黄光男

页数：269

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《博物馆新视觉》

内容概要

本书分为六部分，主要内容包括：新世纪新视觉；博物馆的理念；博物馆与政策；中介者的角色与功能；现实议题；博物馆营运实务。

编辑推荐

黄光男所著的《博物馆新视觉》融合了作者二十余年的博物馆工作经验，引进国际间博物馆营运的方法，涵盖了博物馆的管理理念、文化政策、行销策略与营运实务等方面的内容。本书可供大陆地区博物馆、博物馆的发展、建设借鉴和参考。

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。

书籍目录

导读

第一部分 新世纪新视觉

第一章 博物馆新视觉——博物馆呈现的思维与挑战

第二章 文化行销与博物馆——条件与时机

第三章 博物馆资源开发与时机掌握

第二部分 博物馆的理念

第一章 博物馆领航者与其专业

第二章 博物馆展览的真实性

第三章 博物馆研究工作

第三部分 博物馆与政策

第一章 博物馆公办民营与企业化经营

第二章 台湾博物馆发展方向

第三章 台湾博物馆与文化产业

第四部分 中介者的角色与功能

第一章 博物馆与中介者

第二章 博物(美术)馆与画廊的互动

第三章 博物馆与媒体

第五部分 现实议题

第一章 典藏品的意义与应用

第二章 博物馆与终身学习

第三章 新世纪台湾博物馆的发展与需要

第六部分 博物馆营运实务

第一章 博物馆营运的信誉与广度

第二章 营运博物馆——以台湾历史博物馆为例

章节摘录

版权页：插图：从经济学观点看，中介者是为“进入”到“产出”的中间者，或说是两者之间互动的桥梁。换言之，从生产者到消费者之间的过程，必须要一个媒介作为过程的催发剂，也可称为联结体。缺乏这项凝聚剂或激发剂，分置于二端之物体，将失去联结的机会。至少无法发挥群体结合的力量，也将无法发挥较为广大的功能。金融市场上的运作，包括银行之开设与存放款之间，必有中间人或团体出面，承当供需的任务，一方面提供相关的资讯，另一方面执行手续的完整，以求目的的完成。这中间工作的人或团体，称为中介者。若以民间流传的称呼，由“牵猴仔”、“中人”到“介绍人”、“掮客”等不同的名词，无非都是“中介者”的另一项称谓。有与中介者意义完全吻合者，也有不尽相同的解释与含义，有些是纯粹的介绍人，是义务性质的业余者；有些则是一项专业或职业，专门以此为终身之事业者。或还有其他性质的中介者，都可能因其条件的不同，而有不同程度的责任与权利。财政事务很容易明确订定出中介者的任务与工作条件，只待工作进行时，依规定完成各项手续，即可得到预期的目标，或分担各项责任。但是，在科技整合、社会多元的情况下，“中介者”的意义，已分别着落在其他的学科上。当然很多事理相通相应，“中介者”应用于博物馆学的事例也正趋向热络，它的角色也逐渐受到重视。中介者之于博物馆，或博物馆之于中介者的作用，在于两者之间互动程度的结果。以中介者角色而言，博物馆也是另类中介者，待后文再叙。在此，我们关心的“中介者”，它究竟应用在哪些时机，为何博物馆学需要中介者。根据博物馆学的发展，中介者一向悄悄隐藏在博物馆功能的营运上。但它的呈现方式，是很制度化的人、事、物，包括博物馆的设置、馆员与各项行政组织，只不过这一因素被视为必然的主题时，大众不易分辨出他们也是艺术品或文物价值应用的中介者，而仅在这些制式外协助博物馆的专业人员，并视为“中介者”，换句话说，原属馆内人员被视为基本工作体，馆外人员的参与工作，是以中介者的角色出现。

《博物馆新视觉》

编辑推荐

《博物馆新视觉》可供大陆地区博物馆、博物馆的发展、建设借鉴和参考。

精彩短评

- 1、很不错的书，仔细看看，人生有意义
- 2、嗯哼。。台湾人拽字的能力好强。。但是内容一般般，没有太大心意。
- 3、还没开始读，包装挺严实的
- 4、对博物馆管理有了一定的了解
- 5、读者很有感觉，但是挺平易的
- 6、书籍内容对于大陆而言，也是非常不错的，尤其是对新博物馆方面的阐述介绍，台湾经验可以为大陆这方面将来发展提供理论与实践经验，自己即将讲述这门课，因此作为参考教科书也是不错的选择。
- 7、学识渊博，思想开放，非常喜欢
- 8、服务很周到快递公司也很准时送到
- 9、一直知道台湾地区的博物馆无论从理论还是实践都做得很不错。这本书的确能够体现出来。
- 10、与设计无关的书，只是对博物馆的了解
- 11、这两本书（黄光男先生的《博物馆企业》与《博物馆新视觉》）是一直想入手的，最近正直促销，就果断下单了。内容很好很充实，对于博物馆专业的学习更是非常有帮助，当然作为一般性了解也很不错哦。
- 12、对此书非常满意，其优美的文字表述，形象的语言可以促使我们更了解什么是艺术，了解艺术的角度，认识艺术真谛。
- 13、这是一本普及知识的书，内容还行！
- 14、许多问题都通过大而化之的表述带过，更像是在跟政府讲道理。期望读到一些经验性的内容，即使是碎片化的、细节性的观察与思考。
- 15、还没看，大概看了一下目录，很感兴趣，以后每天两个小时的公交车时间就交给它了
- 16、书好物，值得看！~流给力.....
- 17、2011年的书但仍以“新世纪”为标准，已经算是老生常谈但离实践仍有距离。本书厘清终生学习与终生教育的概念，对于博物馆来说便是从观众角度和馆方角度经营的区别了。“文化行销”一词在书中反复出现。缺乏数据。但相比这系列其它本值得一看。
- 18、两星半
- 19、对当前的工作有很多具体的帮助。
- 20、可以提供一些新思路
- 21、对于本专业的同学来说，启发性还是很大的，很高兴能够从这本书中学到很多知识
- 22、该书由直接经验的同行撰写，包含了很多管理方面的经验和知识，很有看头。
- 23、以博物馆本身做具有中介者的角色与功能出发，探讨了与其他中介者的关系，尤其是在建立良性艺术生态环境的前提下，博物馆与商业画廊的互动，以及在整体传播体系内博物馆与媒体发展之间的关系，回归至博物馆根本的议题：包括重新思考典藏品的意义与应用，博物馆作为终生学习机制的实践方法，无论是在本质，存在的意义，整体运营机制，新科技的冲击和运用，以及社会的互动，面对新世纪，变化博物馆在无单一模式的操作经营及生存环境之下，如何有效率及有效益的永续发展，以新世纪应有的新视觉来看博物馆呈现的思维与挑战，博物馆应当如何掌握时机，运用行销方法达到文化间的互动与推广，以及改善社会资源的开发。
- 24、正在学习中，希望对业务有所帮助
- 25、目前在当当买过的关于博物馆管理方面最深刻的当属《如何管理一家博物馆——博物馆吸引人的秘密》。台湾学者和大陆出的基本相对显得单薄多了。但是有人在认真写，嗯，也有人一直在给加油呢。

章节试读

1、《博物馆新视觉》的笔记-第77页

诠释 揭示本质，通过使用物品、个人经验及其他说明方式

忌以偏概全

完善的展览，必然在展品的本质上，力求其原生本质的呈现，属于事物真相、社会背景、文化现象，以及历史陈述，保持美感距离，抽离个人情绪，在客观外在与精神内层作剖析，才能使展品得到适切的发挥。

2、《博物馆新视觉》的笔记-第144页

博物馆更是文化产业的母体。因为它是知识的宝库、历史的故事、社会的情思、文化的象征所构成的教育的中心、心灵的教堂，是国家的实力和民族的心声，以及国力展现的资源，包括国家品质、生活、历史、文化、气质、价值与理想等知识产业与行销，是永续经营力量的根据。

考研政治要是在国家软实力文化资源里面考博物馆的重要性，可以这么答：)

但是说的很好。

3、《博物馆新视觉》的笔记-第35页

推展活动。以外国文化单位为例，常在整理该国画家的成就时，就计划每年以一名或两名画家，代表其国家到国际各地展出，原则肯定画家努力的结果，再者乃是宣扬该国的文化水准，实在一举两得。如法国以罗丹作国际巡回展、美国的纽约建筑艺术展、荷兰的眼镜蛇画派展览等都是以画家、画派或一项文化运动，作为文化行销的时机。有时在一个主活动外，附带该国的其他文化活动，例如配合罗丹艺术展举办的法国周，包括美食、美酒、服装表演等，都一并参与活动。文化行销。

方法与原则：

其一，由小而大、由近而远，初期范围不宜过大，由小地方着手，宜在临近地区展开。

其二，资讯掌握——最重要的前置作业。

其三，媒介体的应用。

其四，举办活动，如日本每年有樱花祭、巴西有嘉年华会，而台湾地区有迎神赛会等。

其五，举办研讨会。

其六，提供环境，主动：配合国家政策的实施，如先进国家常为了宣扬自己的文化，便在政策上提供奖助学金，供国际人士申请，或主动邀请相关人士前往参访、实习、短期研习等；被动：在文化设施上有一定水准的设备，提供实习的机会或作为研习场所，配合各相关单位的申请，如台湾历史博物馆的远距教学设备与教学服务、互联网的信息等都属于此类的活动。

其七，征求经费赞助，或共同办理单位，如杜布菲回顾展，在经费不足、知名度未及全面性的考虑下，邀请媒体与企业团体加入共同主办的行列后，其成效不仅有目共睹，且把在馆内的活动，延伸到市街的“艺术市集”上，造成广泛影响。

其八，签署备忘录或合作文件。

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：www.tushu000.com