

<<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

出版时间：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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<博物馆新视觉>>

内容概要

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。

<<博物馆新视觉>>

作者简介

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。

<<博物馆新视觉>>

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。

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>