

2014

俄军
主编



丝绸之路沿线博物馆专业委员会

Professional committee of **论文集** museums along the silk Road

第二辑



甘肃人民美术出版社

丝绸之路沿线博物馆

第三辑

甘肃人民美术出版社

2014



丝绸之路沿线博物馆专业委员会 论文集

第二辑



along the silk Road
of
museums
Professional committee

专业
委员会
论文集

傅
军
主
编

责任编辑：申晓君

校 对：张家骝

封面设计：孟孜铭

上架建议：博 物 馆

定价：80.00元

甘肃
人民
美术
出版
社

图书在版编目(CIP)数据

丝绸之路沿线博物馆专业委员会论文集. 第2辑 / 俄军主编. — 兰州: 甘肃人民美术出版社, 2014. 6
ISBN 978-7-5527-0280-4

I. ①丝… II. ①俄… III. ①丝绸之路—博物馆—中国—文集 IV. ①K928.6-282

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 134810 号

丝绸之路沿线博物馆专业委员会论文集(第2辑) 俄军 主编

出版人: 吉西平
责任编辑: 申晓君
封面设计: 孟敦铭

出版发行: 甘肃人民美术出版社
地 址: 兰州市城关区读者大道 568 号
邮 编: 730030
电 话: 0931-8773224 8773348(编辑部)
0931-8773112 8773269(发行部)

E-mail: gsart@126.com
网 址: <http://www.gansuart.com>

印 刷: 兰州大众彩印包装有限公司
开 本: 710 毫米×1020 毫米 1/16
印 张: 23.75
插 页: 4
字 数: 390 千
版 次: 2014 年 7 月第 1 版
印 次: 2014 年 7 月第 1 次印刷
印 数: 1-1 000 册
书 号: ISBN 978-7-5527-0280-4
定 价: 80.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印厂联系调换。

本书所有内容经作者同意授权,并许可使用。
未经许可,不得以任何形式复制转载。

编 委 会

主 编:俄 军

副 主 编:王裕昌

执行编辑:李永平 尤 静 辛 欣

编 委:马云川 马宝杰 王红光 王裕昌 丘 刚

成建正 朱良剑 吴伟峰 吴志跃 张文军

张荣祥 李进增 李 峰 陈 浩 庞学臣

祝 君 赵瑞君 候世新 郭思克 盛建武

龚 良 塔 拉 彭明瀚 魏 峻 魏 瑾

(编委按姓氏笔画排序)

前言

俄 军(中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会主任委员 甘肃省文化厅副厅长 甘肃省博物馆馆长)

近年来,中国博物馆事业的日渐蓬勃,国内外专家学者对“丝绸之路”文化研究逐步深化拓展,成立一个以“丝绸之路”为纽带,由中国“丝绸之路”沿线各博物馆以及从事中西文化交流和“丝绸之路学”相关的专家学者和团体自愿结合的、中国博物馆协会下属的专业委员会,成为各相关博物馆及文博工作者的共同期盼。甘肃省博物馆凭借甘肃独特的地域特性和在“丝绸之路”上的重要地位,依托馆内丰富的“丝路”文化藏品和丰硕的研究成果,团结兄弟省份,于2010年9月4日创建了以“大丝路”为概念的学术、文化、交流平台——中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会。(以下简称“专委会”)

专委会自成立后,确立了专业、务实、开拓、进取、交流的工作思路,立足于专业角度,广泛开展沿线各博物馆之间的学术交流,加强相关领域的遗产保护和专业研究,有力地推动了丝绸之路沿线各博物馆在文物收藏、保护、研究、展览交流等方面的真诚合作。几年来,在各兄弟博物馆的鼎力支持和互相协作下,各项工作均取得了显著成绩。

科学规划 建章立制 谋划长远

专委会成立后,经过充分酝酿和广泛征求意见,通过了《中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会工作制度》。该制度规定了专委会的职责、任务和基本工作,细化了专委会组织机构的构成方式,为充分发

挥本委员会的职能作用,规范专委会工作,理顺管理体制和工作关系起到了纲领性的指导作用。

制定了《中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会成员单位主要职责》。“职责”详细规定了常务委员会、主任委员单位、常务副主任委员单位、副主任委员单位、秘书处和委员单位的主要职责。“职责”的制定有助于专委会各成员单位更好地履行《“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会章程》,发挥专业委员会各成员单位的职能作用,加强和促进“丝绸之路”沿线历史、自然、民族博物馆的交流与合作。

专委会创建了中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会门户网站。网站主要围绕专委会各项使命,提供专委会宣传、会员交流、公众交流、学术研究、会员服务、公众服务、人才展示、会员培训等综合性功能,全面展示专委会学术交流成果,为专委会与专家学者、沿线博物馆和民众之间提供一个交流平台,是行使专委会使命、开展专委会业务的重要手段。网站的建成将成为专委会内部成员之间学术交流和业务互动的平台,成为反映会员意见和呼声的重要纽带,成为世界了解“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会,了解中国“丝绸之路”的门户和窗口,是专委会进一步走向全国和世界的桥梁。网站前期经过多次的讨论和修改,已于2011年9月正式开始使用。目前,网站内容还在完善中,欢迎大家踊跃登录,多提宝贵意见,以便我们进一步改进。

雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会已经打下了坚实基础,开了个好头,我们坚信,未来的工作会更加脚踏实地,未来的成绩会更加光彩夺目。

树立品牌 展览先行 龙头带动

“丝绸之路——大西北遗珍”展是中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会组织西北五省区文博单位跨地域协作,首次联合举办的一次大型的公益性精品展览。其最大的特点是让各博物馆打破了行政区划上的限制,互通有无,整合资源,联合展出,通过汇集各省区具有代表性的“丝路”文物或遗存,多角度地展示“丝绸之路”的动态过程。“丝绸之路——大西北遗珍”展自2010年在陕西历史博物馆开展后先后在辽宁省博物馆、大连现代博物馆、浙江省博物馆、深圳市博物馆、广西壮族自治区

博物馆、河南博物院、新疆维吾尔自治区博物馆等地巡展,受到广泛赞誉。今年“5·18国际博物馆日”在甘肃省博物馆开展,展期届满后受国家文物局、国家博物馆之邀配合2014年亚太经合组织(APEC)会议,展览将前往国家博物馆进行展出。

随着“丝绸之路”影响力的不断扩大,“海上丝绸之路”作为“丝绸之路”的一个重要部分也让更多的人重视起来。在专委会的牵头运作下,2013年10月18日,“丝路帆远——‘海上丝绸之路’文物精品七省联展”在福建博物院隆重开展。并已经在国家博物馆展出,入选并获得国家文物局2014年“十大精品展”。是国内规模最大的“海丝”文物巡回展览。在国内产生了广泛而深入的影响。

专委会协办,内蒙博物院主办的“草原丝绸之路文物精品展”正在紧张筹备中,2014年将隆重推出。下一步专委会还将协调、联络西南地区博物馆举办“茶马古道”、“唐蕃古道”等大型展览。

忽如一夜春风来,千树万树梨花开。专委会率先推出的以“路”为品牌的展览,已经成为中国博物馆陈列展览中最为响亮和最具有人气的一个品牌,以品牌展览为龙头,专委会理事单位各博物馆举办相关展览还有:“丝绸之路马文化展”“草原古韵——包头历史文物精品展”“伊犁文物精品展”等等。以“路”为品牌的展览,需要沿途博物馆的大力协作,而促成协作和交流正是专委会的宗旨和工作目标,我们愿意为此付出并贡献力量。

以展览为龙头,还可以促进博物馆其他工作的展开,以甘肃省博物馆为例,我们几乎每年都获得甘肃省委、省政府的表彰和奖励,博物馆的文物保护、科研工作、社会教育工作都稳步走上良性发展轨道。

搭建平台 合作交流 扩大共识

专委会召开会议,立足实际,不图虚名,为各理事单位合作交流搭建平台,取得明显效果。

2010年9月4日,隆重召开了中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会成立大会。来自全国52家各级各类博物馆(文博单位)的107名代表出席了大会。

2010年9月4日,参加中国博物馆协会“丝绸之路”沿线博物馆专业

委员会成立大会的全体与会代表在甘肃省博物馆举行了“合作与发展”高峰论坛。在近三个小时的讨论时间里,与会代表畅所欲言,各抒己见,针对自己所在博物馆的具体情况,对新成立的“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会提出了许多建设性的建议,并对专委会寄予了很高的希望。

2012年专委会在内蒙古召开了工作会议。此次会议主要听取了内蒙古博物院关于“草原丝绸之路”联展陈列大纲及相关情况的汇报,并最终确定“草原丝绸之路”联展工作由内蒙古博物院牵头负责,参与联展的有黑龙江、吉林、辽宁、北京、河北、内蒙古、山西、宁夏、甘肃、陕西、青海、新疆等12个省(市、区)文博单位。

为了筹备“海上丝绸之路”联合展览,从2011年开始,先后在福建、新疆等地多次召开学术研讨会,商讨展览的筹备、大纲、文物以及参展单位等相关问题,确保了展览最终顺利的开展。

重视学术,更加专业化,是专委会工作的一个立足点,展览图录和学术著作的出版被列为专委会工作的一个重头。

“丝绸之路——大西北遗珍”展巡展期间,专委会积极支持并参与相关图录的编撰、修订和出版工作。展览在甘肃省博物馆的展出期间,经专委会授权,甘肃省博物馆编辑出版了“丝绸之路——大西北遗珍”展新图录。

同时,经专委会讨论决定授权出版《“丝绸之路”沿线博物馆专业委员会论文集》。此次出版的论文集是在甘肃省博物馆2009年出版《丝绸之路论文集》之后,甘肃省博物馆和专委会其他博物馆同志又一次的学术成果的集成,是甘肃省博物馆将丝绸之路文化、文物、陈列、教育作为一个品牌的体现和总结,也是专委会学术工作的一个总结。

东方夜放花千树,万紫千红总是春。我们相信中国博物馆协会丝绸之路专业委员会的工作会取得更显著的成就,中国博物馆事业一定欣欣向荣,蒸蒸日上。

目 录

全球化语境中的博物馆

- 博物馆创新运营管理模式探讨 俄 军(001)
- 丝绸之路——沟通东西方文明 俄 军(007)
- 丝绸之路——青海道 祝 君(013)
- 区域博物馆的资源共享与展览运作 王裕昌(022)
- 大夏统万城遗址出土北朝墓葬中的佛教题材壁画及有关问题
..... 贾建成(032)

全球化语境下民族文化遗产的保护及利用

- 以青海地区民族文化遗产为例 阿朝东(040)
- 青海——丝绸之路上的璀璨坐标 柳春诚 李 朝(046)
- 充分发挥博物馆职能的思考 马文婷(056)
- 丝绸之路与中原的对外交流 王景荃 董源格(061)
- 文物在展览期间的预防性保护
——以河南博物院“丝路遗珍展”为例 韩凯英(069)
- 草原丝绸之路上的汪古景教 张 彤(075)
- 草原丝绸之路沿线博物馆在文化线路遗产保护中的作用
..... 李毅君(084)
- 小雁塔的丝路文化价值 王乐庆(091)
- 青铜器修复中病变图的绘制 沈立君(098)

唐安国相王孺人崔氏墓壁画修复中的拼对环节	武 球(105)
酒泉东晋十六国壁画墓中的道教文化	张金莲 许 晶(112)
酒泉果园高闸沟墓出土的画像砖	张金莲 许 晶(116)
酒泉墓葬出土的“四神”砖造型赏析	王海宇(120)
出土文物中的前丝绸之路东西方文化交流元素	王 琦(124)
《大敦煌》与当代丝路文化的传播	阮 青(131)
甘肃灵台县博物馆藏“永乐二十年为钞法事榜”及相关问题	孙 杰(137)
河西走廊魏晋十六国壁画墓画像	
砖题榜内容考论	曹 宇(145)
甘肃早期雕塑珍品撷英	李永平(154)
秦对西戎政策与汉代河西“秦胡” ——以六盘山区域考古材料为中心的考察	魏万斗(160)
千年的守望 ——丝绸之路雒文化形态探究	卢 冬(167)
对甘肃彩陶的认识	史兆利(176)
石窟寺在甘肃的建设与佛教的传播	时兰兰(180)
甘肃武威磨咀子出土汉代木独角兽的保护修复	陈庚龄 康明大(185)
博物馆馆际交流模式初探	黄晓宏(193)
博物馆英文讲解的现状与发展途径	郝 媛(205)
唐三彩与丝绸之路文化交流	林尚斌(209)
弹棋钩沉	刘志华(226)
中国雕刻和绘画装饰的原生态 ——新见河西走廊出土汉晋木雕和以木雕艺术 为载体绘画装饰	梁雄德(246)
甘肃出土的古代军事文物	杜静薇(252)

对甘肃文县白马藏族“池哥昼”风俗的实地调查

- 常清民, 马翼欣(263)
- 实现博物馆教育与学校教育的双赢
- 从甘肃省博物馆谈起 王 菊(272)
- 丝绸之路与希腊罗马神话 尤 静(278)
- 试析北朝时期陇东地区佛教兴盛原因 茹 实(286)
- 格里芬飞翔到中国
- 西北地区出土早期古代文物中的西方文化因素 ... 辛 欣(299)
- 明代吐鲁番与中原王朝的朝贡关系 廖元琨(303)
- 北朝时期河西走廊的西域商胡 白 雪(318)
- 凉州出生的西夏状元皇帝——夏神宗遵頊 张 东 于光建(327)
- 从唐太宗《赞罗什法师》看鸠摩罗什和凉州罗什寺院 黎 李(330)
- 楼兰与丝绸之路 刘 瑶(335)
- 甘肃出土西夏钱币及其相关问题 韩爱丽 赵天英(347)
- 天梯山石窟北凉立式提瓶菩萨像艺术风格探析 马翼欣(354)
- “丝绸之路”沿线博物馆文化旅游产品开发浅见 陈俊宇(359)
- 后记 (365)

全球化语境中的博物馆

——博物馆创新运营管理模式探讨

俄 军(甘肃省博物馆)

【摘要】经济、文化的全球化浪潮正在席卷世界的每个角落,博物馆作为保护、研究和展示人类历史文化遗产的机构正经历前所未有的变化,在新形势下如何通过先进的管理理念、有效的运营机制提升博物馆事业是摆在我们面前的新课题。本文就博物馆运营管理中涉及到的品牌、服务、财务、人力资源管理等等做一探讨。

【关键词】全球化 博物馆 运营管理

“全球化”是目前出现频率最高的一个概念,经济、文化的全球化把世界上所有的国家和民族都卷入了现代化的进程中,博物馆作为保护、研究和展示历史文化遗产和人类环境物证的教育机构与为社会和社会发展服务、向公众开放的永久性机构,其运营管理必然受到时代的影响。博物馆作为历史文化沉淀的集散地、当代先进文化的闪光地、民族文化趋向的折射地的作用没有改变,然而现代博物馆如何激活历史,在历史与当代,本土文化与外来文化之间建立起沟通的桥梁;如何发掘博物馆的潜力、寻求生机与活力,是新形势下每一个博物馆工作者都必须思考的问题。

一、全球化背景下国内博物馆事业发展现状

按照国际博物馆协会的定义,博物馆是非盈利机构,从事社会遗产的收藏保护、研究展示、为民众提供教育休闲服务。其使用的是社会公共资源,利用国家和社会募集的资金。目前,国内博物馆从体制上看大都由政府投资,

是为社会提供收藏、展示和教育服务的公益性文化事业单位。2008年1月23日,中宣部、财政部、文化部、国家文物局联合下发《关于全国博物馆纪念馆免费开放的通知》,通知要求全国文化文物系统的博物馆,除遗址类博物馆外,省级博物馆必须在2008年免费开放,其他级别博物馆2009年全部免费开放。

据统计,截至2012年末,全国博物馆总数已达3589家,在文物部门登记注册的民办博物馆达到535个,占全国博物馆总数的14.9%。2012年全国免费开放博物馆纪念馆总数达到1900余个。博物馆施行免费开放后,绝大多数博物馆一改过去的“门庭冷落”,2012年,免费开放的博物馆参观人数达4.42亿人次,仅甘肃省博物馆观众参观量就从免费开放前的年均2万人次迅速增加,5年来参观人数达400多万人次。免费开放后,在参观人数倍增的同时,观众结构也发生了明显的变化:从观众职业和群体构成看,原来以机关、部队、学校、旅游团队为主,现在以社区居民、散客为主,其中低收入群体、老人、外来务工人员 and 残疾人等观众群体明显增加;从地域构成看,多数博物馆的本地观众比例大幅增长;从年龄构成看,正在逐渐向高龄和低龄两个方向延伸。

博物馆免费开放扩大了观众覆盖面,让更广泛的公众以观赏、体验等博物馆特有的教育方式认知祖国历史、直观感受中华民族的悠久文化,使博物馆在构建社会主义核心价值观体系中能够发挥更为广泛的作用,同时也为博物馆运营管理带来了全新的变化。

二、全球化背景下博物馆需要引入全新的运营管理理念

1. 品牌管理。品牌是藉以辨认某个销售者或某群销售者的产品或劳务,并使之与同行的产品和劳务区别开来,使消费者乐意并持续使用你的产品和服务。博物馆要以知识管理和信息化管理为手段,以“文化”为内涵,以“知识体验与文化休闲”为途径,全力打造博物馆品牌。第一,博物馆的品牌形象应该以传统文化为基石,不同的行业博物馆可以选择相应的文化体系。一方面中国几千年的文化底蕴和积淀能够为博物馆的品牌形象提供有效的支撑;另一方面,传统文化的彰显能够为博物馆的文化提供很好的补充和平衡,使得博物馆的文化形象更加丰满和完整。第二,要依据博物馆的功能进行品牌定位。每一个博物馆功能都大同小异,具有收藏、展示、研究、

教育四大核心功能,但如何利用博物馆的产品,根据本身的主题、地理、建筑等特点来开展多形式的博物馆活动,是值得思考的课题。第三,博物馆的品牌形象应该由具体的硬件设施来提供物质保证,包括博物馆外部的整体感观和内部的精心装饰。第四,对博物馆进行品牌形象视觉设计。进行视觉设计,要树立“战略性”的设计思想,坚持“强烈的视觉冲击,精确的信息表达,独特的识别记忆”的设计原则。对博物馆的服务、设施等名称和标徽、标志、标识等系统内容,以“图片、口号、标题”等形式,有效提升品牌形象。第五,博物馆品牌的传播推广。博物馆品牌的物质基础建立后,首先要让员工理解品牌的真正内涵,管理层至一般员工都要对自己品牌文化的深厚内涵进行理解,形成认同感和归属感。其次多形式的宣传推广活动是品牌增值的有效途径。

2. 服务管理。新形势下公共博物馆需要以观众满意为目标,完善自身的社会服务活动。为此,博物馆首先应通过形象管理,展示员工的形象美与心灵美,缩短与观众间的距离,沟通与观众间的情感;其次通过素质教育,完善员工的业务素质 and 敬业精神,通过多种形式的教育和业务锻炼,激发员工的创新精神;再次,强化资源保障,尽可能地满足观众、用户的馆内外信息资源的获取要求,让观众在博物馆得到一切可能得到的文物服务。通过一系列优质服务环境的营造,逐步强化观众对博物馆的认知度、信任度和满意度。

3. 知识管理。博物馆的知识管理是以人为中心,以信息资源为基础,以技术为手段,以创新为目的,最大限度地发挥其传播文明、教育后代的作用,同时让自身的管理体系在实践中不断完善。第一,博物馆需要积极收集整理相关领域的文物和遗产,并通过构建强大的知识管理体系,树立博物馆作为21世纪知识经济时代新型现代博物馆的新形象。第二,设立相关领域的研究部门(研究中心),以科研为平台,不断强化对所属领域文化的研究力量,不断推出在国内外有影响的研究成果,打造国际一流的学术形象。第三,加强知识创新和传播,通过各种形式,如展示展览、研讨会、论坛等把博大精深的中国文化推广到世界的每个角落。第四,构建内部知识交流平台。包括自办刊物、学术研讨会、交流会等等,目的是构建一个知识和信息可以共享的平台,为观众提供更好的展览服务。

4. 信息系统管理。根据存储数字化、传递网络化、资源共享化和管理工作计算机化这些特点,我国博物馆信息化应包括以下四个方面的内容:建筑智能化、文物信息化、管理科学化和人员现代化。第一,数据库和通用网络平台建

设。首先,建立文物藏品数据库,对藏品档案的内容及检索进行信息化、规范化管理。其次,在博物馆信息化建设中,通用网络平台建设是一项基础性的工作。数据库建设、网站建设及其他各项信息化建设项目,都需要有一个稳定的、安全的网络平台。第二,博物馆建筑智能化。在建馆之初就对如何建设一座现代化、数字化、集成应用的博物馆进行全面规划,建立包括以文物保护为核心并兼顾环境舒适度、设备节能等要求的楼宇自控系统;以多媒体导览服务、计算机检索、各种信息的收集、存储、传递、查阅等为内容的办公自动化及通信网络系统;安全防范系统;火警自动报警及联动控制系统等等。第三,数字化博物馆。在博物馆中建立网上传播体系,以网站为基础,以数字博物馆为内容,增进不同地区、不同文化背景的人们之间的相互了解,更好地推动博物馆向社会公众传播知识,并为公众自助、探索性地寻求知识提供了更大的可能。第四,博物馆信息化系统工程。展品信息化、建筑智能化、传播网络化是博物馆信息化的三大部分,但是将其综合起来,轻松自如的管理则又是一个难题,所以有必要打造一个涵盖了数字化信息的生成、维护与存储和应用的完整流程,将文化遗产信息、博物馆信息工作的各环节、各组成部分,集成到一个完整的平台体系之中。为博物馆的展览收藏、学术研究、行政管理、观众服务提供一个完整、高效的服务平台、服务工具。

5. 客户关系管理。客户关系管理在博物馆业中还是鲜为尝试的新领域,因为国内博物馆大多为国有性质,主要由政府投资和管理,市场参与程度少,客户意识淡薄。然而,现代博物馆要吸引参观者的注意力,在全球化经济时代中占得一席之地,必然要注重客户关系的管理。博物馆的客户就是到博物馆参观、学习、活动、研究的组织或个人,所涉及的客户关系主要包括与政府、学校、旅游公司、研究机构、新闻媒体和参观者的关系管理等。首先需要将客户关系的概念深入到管理和工作人员的思想中,在与关键客户建立长期合作关系的基础上,重视建立更高层次的客户关系处理模式,建立有效的客户反馈机制,倾听他们的想法,尊重他们的意见,引导他们共同参与管理;在博物馆的建设和发展中融汇进他们的意愿,给予他们主人翁般的消费感受,真正做到贴合客户需求,关注客户体验,有效地提高客户的满意度,以期维系持久良性互动的和谐关系。

6. 财务管理。博物馆虽然是非盈利组织,但在市场化的环境中,要维持博物馆的正常运作,并且保证博物馆具有足够的发展潜力,必然对现代博物馆的财务管理提出更高的要求。第一,严格秉承公共事业单位的财务管理原

则。作为博物馆的财务部门,应在实际工作中坚决贯彻“统一领导、分级管理”,责、权、利有效结合,事权、财权区别对待等原则,执行国家有关法律、法规和规章制度,正确处理国家、单位、个人三者之间的利益关系,坚持将社会效益与经济效益相结合,以社会效益为先;量入为出、勤俭节约、依法理财,不断创新公共事业单位的财务管理措施。第二,做好财会基础工作。基础工作是财务管理的基本环节。只有抓好基础工作,才能规范财会工作秩序,提高财务管理水平。第三,强化预算资金管理。博物馆的预算资金是进行各项财务活动的前提和依据,也是向社会提供服务的物质保证,因此要统筹安排,以保持支出结构的合理性;同时严格执行国家相关规定,以促进事业的发展。第四,引入财务分析。财务分析可以正确评价组织过去的经营情况,全面反映组织目前的财务状况,为博物馆工作的开展提供财务依据。第五,严格管理和使用非税收入资金。免费开放后,博物馆可能会因提供有关服务或进行文化产业开发而有一些非税收入。这些收入理应纳入财政预算进行统一管理,以保证政府资金收支的完整性。博物馆财务部门针对新的情况,应遵循坚持性、完整性、效率性、公开性相结合的基本原则,严格落实有关法规,实行“统一核算,统一管理”,加强对这一部分资金的管理,保证收入的合法性和合理性;同时也应充分利用各种现有资源,努力通过多种途径提高博物馆的经费自给率,挖掘自我发展的潜力。

7. 人力资源管理。人们一般把博物馆的管理归纳为人、财、物、制。四者之中,人是诸管理要素中最为关键的因素。博物馆的人力资源管理和其他人力资源管理有共性的地方,也有自己的特点。第一,要做到人力资源配置科学化。首先,加强计划性,使劳动人事工作的各个方面在一个经过精心设计的系统中,得到合理、妥善的安排,各人适得其所、各司其职;其次,管理过程要系统化、规范化,要具有全局性、超前性;再次,管理手段要现代化,如运用计算机来储存和处理人力资源管理信息等。第二,要做到人力资源管理体制科学化。首先,实行竞争上岗、双向选择、优化组合的人事改革制度,用好人。其次,改革用人制度,选好人。要坚持因事择人、适才适所、德才兼备、扬长避短的原则,引进高素质人才,改善人才队伍的知识结构,提高人才队伍的整体水平,建立内部人员流动机制。再次,加强制度建设,管好人。从制度建设入手,规范博物馆干部职工的行为,从博物馆干部职工的招聘、录用到培训、考核、晋升、奖惩、报酬、福利等各个环节都应实现制度化、规范化,做到有章可循、有据可依。第三,要做到人员激励机制科学化。首先,要了解影响干部

职工积极性的因素;其次,要改革奖励制度和分配制度;其三,积极改善物质和生活条件,为博物馆人才创业提供各种进修深造的机会,稳定业务骨干队伍;第四,将博物馆发展战略与人才的个人发展目标一并考虑,使人才感到有充分展示和提高其才能的机遇和条件;第五,建立系统的“留才”体系,关键是建立有效的绩效管理体系和薪酬体系,在薪酬管理上实施“按劳分配、优工优酬、兼顾公平、效益优先”的分配办法。

此外,人力资源管理还要致力于建设学习型的博物馆。通过邀请国内一流的专家、学者到博物馆讲学,不断选送有培养潜力的专业技术人员根据实际需要接受培训,或到各高等院校在职攻读博士、硕士学位,以开阔视野、提高理论与实践水平。

三、结语

博物馆不仅是旧遗产的投影机,还应成为新文化的发生器。经济、文化的全球化脚步已不可阻挡,博物馆就必然要密切关注并且积极参与这种大环境的变化。新形势下的博物馆不能仅仅停留在向参观者提供简单的教育性展览服务的层面,应尽快与时代相适应,更好地发挥其社会价值;把博物馆的教育功能引向多元化的社会需要,使博物馆成为大众乐于参与、终身学习的场所,使作为“人类理解世界的钥匙”的博物馆真正成为民众生活的一部分,成为大多数人一生中最重要的文化体验。

【参考文献】

- [1]李广新.对博物馆财务管理工作的几点思考[J].博物馆研究,2008(01).
- [2]王喜.试论我国博物馆人才培养[J].博物馆研究,2008(04).
- [3]裴尧芬.体验经济时代博物馆运营管理的探讨[J].吉林师范大学学报(人文社科版),2008(04).
- [4]张小丽.数字博物馆的视角:使用博物馆[A].数字博物馆研究与实践,2009.
- [5]彭玉华.博物馆免费开放漫谈[J].博物馆研究,2009(03).
- [6]张健.博物馆市场营销理念的引入及其意义[J].博物馆研究,2010(01).
- [7]Hans Manneby,王奇志.博物馆管理[J].东南文化,2011(01).
- [8]单舜翔.关于博物馆的社会职能[J].中国文化遗产,2011(01).