

موزه داری نوین

از مفاهیم تا کاربردها

سید محمد علی پور

دکتر ادب و فرهنگ

مصطفی حاجی زاده



تهران

تابستان ۱۳۹۲

سرشناسه: محمد علی پور ، رسول ، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدید آور: موزه داری نوین از مفاهیم تا کاربردها / رسول محمد علی پور ، اصغر حیدری ،
مصطفی حاجی امینی
مشخصات نشر: تهران : کیان دانش ، ۱۳۹۲ .
مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص.
شابک: 978-600-93148-5-0
حیثیت: درست نویسی: فیبا
موضوع: موزه داری
شناسه افه ده: ۱۳۶۳ - مصطفی ، امینی
رده بندی کنگ: ۳۹۲ م ۳/م ۵/AM
رده بندی دیویی: ۹
شماره کتابشناسی ملی: ۱۵۵



نام کتاب: موزه داری نوین، از مفاهیم تا کاربردها
مؤلف: رسول محمد علی پور، دکتر اصغر حیدری، مصطفی حاجی امینی
طرح جلد: نرگس محمد علی پور
ناشر: کیان دانش
نوبت چاپ: اول - تابستان ۹۲
شماره شابک: 978-600-93148-5-0
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۹۵۰۰۰ ریال

مرکز پخش: تیم انتشارات گردشگری، وابسته به علم گردشگری

www.tourismscience.ir

info@tourismscience.ir

SMS: 3000705030

فهرست مطالب

۱	 سگفتار
۳	 فصل ۱ ریشه شناسی و ارتباط موزه با گردشگری و میراث
۱۹	 فصل ۲ موزه ها، مجموعه ها و آثار موزه ها
۳۱	 فصل ۳ نگهداری و حفاظت از مجموعه های موزه
۵۳	 فصل ۴ فنون نمایش مجموعه ها و آثار موزه ها
۶۹	 فصل ۵ برنامه ریزی در موزه ها
۷۹	 فصل ۶ مدیریت منابع / سرمایه انسانی موزه ها
۹۵	 فصل ۷ مدیریت بازاریابی و روابط عمومی موزه ها
۱۱۶	 منابع

پیشگفتار

آنچه نگارندگان این اثر را به تدوین آن واداشته و انگیزه بخشیده است، فاصله بین استانداردهای موزه داری در سطح بین الملل با آن چیزی است که در حال حاضر در کشورمان موجود است. نگارندگان اثر پیش روی بر این عقیده اند که دادن و انتقاد از عدم نگهداری مناسب آثار گرانبهای کشور در موزه ها کافی نیست و می بایست بتدریج در جهت ایجاد تحولی عظیم در مدیریت موزه های کشور گام برداشت.

کتاب حاضر حاصل مطالعه و نیز مشاهدات نگارندگان در میان آثار فارسی و لاتین و نیز برخی بررسی های میدانی بوده است که در ۷ فصل پیش روی قرار گرفته است. فصل اول مقدمه ای است بر موزه و ارتباط دو سویه آن با گردشگری و میراث و به بیان تاریخچه موزه داری پرداخته است. فصل دوم اصول و مفاهیم مجموعه داری را تشریح نموده و در فصول سوم و چهارم نگهداری مجموعه ها و نحوه نمایش آن مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل پنجم برنامه ریزی امور موزه و مدیریت مالی مدنظر قرار گرفته و در فصل ششم مدیریت منابع انسانی مجموعه دیده شده است.

در نهایت فصل هفتم کتاب، بازاریابی و روابط عمومی مجموعه را، بعنوان نقطه تماس با بازدیدکنندگان تشریح نموده است. خوانندگان عزیز می توانند جهت بسط دانش خود در این زمینه، به اثر دیگر مولفان با عنوان بازاریابی الکترونیک مراجعه فرمایند. در نگارندگان توسط دفتر پژوهشهای فرهنگی منتشر شده، مراجعه فرمایند. در نگارندگان اثر پیش رو بر این فرض استوار بوده است که خوانندگان عزیز دسترسی گسترده به منابع و اصول بومی موزه داری را داشته و نیاز به توسعه آگاهی روزآمدتر از این مفاهیم آنان را به مطالعه اثر فوق سوق داده است.

در پایان امید است گامی هر چند کوتاه، اما عملیاتی در تغییر سیستماتیک نگرش به گردشگری در کشور عزیزمان برداشته باشیم. کتاب فوق اثری دیگر از مجموعه آثار

منتشر شده توسط گروه علم گردشگری^۱ (واحد انتشارات گردشگری^۲) می باشد. بی شک
ارائه نظرات و انتقادات شما عزیزان از طریق پست الکترونیک info@tourismscience.ir
موجب بهبود و تقویت چنین آثاری خواهد شد.

رسول محمدعلی پور
دکتر اصغر حیدری
مصطفی حاجی امینی

^۱ www.tourismscience.ir

^۲ www.tourismpublications.ir