

به نام خداوند جان و خرد

مدیریت مراکز و سازمان‌های هنری

مؤلفان

آرمان کیپوری

امین تعادل خواه

تهران

انتشارات ساکو

۱۳۹۶

سرشناسه	: کیپوری، آرمان، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت مراکز و سازمان‌های هنری / مؤلفان آرمان کیپوری و امین تعادل‌خواه
مشخصات نشر	: تهران، ساکو ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۶۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۷۹-۰۰۸-۶
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۶۰.
موضوع	: هنرها - ایران - مدیریت
موضوع	: Arts - Iran - Management
موضوع	: هنرها - مدیریت
موضوع	: Arts - Management
سند افزوده	: تعادل‌خواه، امین، ۱۳۵۴ -
رده‌بندی کنگره	: NX۶۵/ک۴ ۱۳۹۶
رده‌بندی دی‌جی	: ۷۰۰
شماره کتابخانه ملی	: ۴۹۴۱۹۶۰

تلفن مرکز یخسر ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶۰۴۹۴۵۲۴

www.iran-esaco.ir



انتشارات ساکو

نام کتاب	: مدیریت مراکز و سازمان‌های هنری
مؤلفان	: آرمان کیپوری و امین تعادل‌خواه
ناشر	: ساکو
واژه‌نگار	: انتشارات ساکو
طرح جلد	: انتشارات ساکو
لیتوگرافی	: طلاووس رایانه
چاپخانه	: عطا
سال نشر	: ۱۳۹۶
نوبت چاپ	: اول
شمارگان	: ۱۰۰۰
قیمت	: ۱۲۵۰۰ تومان
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۷۹-۰۰۸-۶

ISBN: 978-600-479-008-6

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو می‌باشد.»

اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۱	پیشگفتار
	فصل ۱: مدیریت و سازمان
۱۴	تعاریف و مفاهیم مدیریت
۱۴	تعاریف و مفاهیم مدیر
۱۵	وظایف کلی و عمومی مدیران
۱۵	برنامه‌ریزی
۱۵	سازمان‌دهی
۱۶	هدایت
۱۶	کنترل
۱۶	تعریف سازمان
۱۷	تعریف فرهنگ سازمانی
۱۸	انواع سازمان بر اساس کارکرد و اهداف
۱۸	سازمان‌های رسمی
۱۸	سازمان‌های غیر رسمی
۱۹	سازمان‌های هنری
۱۹	سازمان‌های غیر دولتی یا N.G.O (سمن؛ سازمان‌های مردم‌نهاد)
۱۹	آشنایی با برخی از انواع سازمان
۲۰	مدیریت فرهنگی
۲۰	مدیریت هنری
۲۶	چالش‌های مدیریت فرهنگی
۲۶	علم مدیریت و هنر مدیریت
۲۷	تعریف هدف
۲۷	ملاک‌ها و معیارهای تعیین هدف
۲۸	خودآزمایی فصل اول
	فصل ۲: تاریخچه هنر و مراکز هنری در ایران و سیر تکامل آن
۳۰	مقدمه
۳۰	هنر در دوره صفویه
۳۳	چهل ستون

۳۶	هنر در دوره افشاریه و زندیه
۳۹	هنر در دوره پهلوی اول
۴۰	وزارت معارف، اوقاف و صنایع مستظرفه
۴۰	اداره هنرهای ملی
۴۰	اداره موسیقی
۴۱	رادیو
۴۱	آژانس پارس
۴۲	کانون جهانگردی ایران
۴۲	سازمان پرورش افکار
۴۲	مؤسسه وعظ و خطابه
۴۳	هنر در دوره پهلوی دوم
۴۳	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۴۴	اداره کل انتشارات و تبلیغات
۴۵	اداره هنرهای زیبا
۴۵	شورای عالی جهانگردی
۴۵	سازمان جلب سیاحان
۴۶	وزارت اطلاعات
۴۷	وزارت اطلاعات و جهانگردی
۴۷	هدف اساسی از تأسیس این وزارتخانه عبارت بود از:
۴۷	سازمان اوقاف
۴۸	وزارت فرهنگ و هنر
۴۸	بنیاد شاهنشاهی فرهنگستان‌ها (وابسته به وزارت فرهنگ و هنر)
۴۹	سازمان‌های فرهنگی دربار
۴۹	شورای فرهنگی سلطنتی
۴۹	بنیاد فرهنگ ایران
۴۹	سازمان ملی حفاظت آثار باستانی ایران
۵۰	سازمان ملی فولکلور ایران
۵۰	انجمن ملی روابط فرهنگی
۵۰	تاریخچه تشکیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (وزارت فرهنگ و هنر سابق)
۵۲	سازمان‌های فرهنگی و وظایف مقرر در قانون
۵۳	سازمان‌ها و نهادهای سیاست‌گذار
۵۳	دستگاه‌ها و سازمان‌های فرهنگی مجری

۵۴	 دستگاهها و سازمان های فرهنگی ناظر
۵۵	 وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۵۵	 سازمان تبلیغات اسلامی
۵۶	 صدا و سیما ی جمهوری اسلامی ایران
۵۶	 حوزه ستادی
۵۶	 حوزه پشتیبانی
۵۶	 حوزه های اجرایی
۵۷	 شرکت های وابسته
۵۷	 ادارات کل صدا و سیما ی استان ها
۵۸	 خود ازمای خاص دوم

فصل ۳: آشنایی با ناماء تاریخی و موزه های شهر تهران در قبل و بعد از انقلاب اسلامی

۶۰	 مقدمه
۶۰	 بناهای تاریخی تهران
۶۱	 مجموعه کاخ های سعدآباد
۶۱	 مختصری از تاریخچه سعدآباد
۶۱	 موزه پژوهشی و مردم شناسی
۶۲	 موزه نظامی
۶۲	 موزه برادران امیدوار
۶۳	 ساختمان بهمن
۶۳	 ساختمان پردیسان
۶۳	 کاخ احمدشاهی
۶۴	 کاخ سبز
۶۴	 کاخ سفید
۶۵	 موزه هنر ملل
۶۵	 موزه هنرهای زیبا
۶۶	 موزه مینیاتور آبکار
۶۶	 موزه خط میرعماد
۶۶	 موزه آب
۶۷	 موزه بهزاد
۶۷	 موزه فرشچیان
۶۷	 مجموعه کاخ های گلستان

۶۷.....	خلاصه‌ای از تاریخ گلستان
۶۸.....	ایوان تخت مرمر
۶۹.....	خلوت کریم‌خانی
۷۰.....	نگارخانه
۷۱.....	حوضخانه
۷۲.....	عمارت برلیان
۷۲.....	سالن عاج
۷۳.....	موزه مخصوص
۷۳.....	تالار ظروف
۷۴.....	تالار آئینه
۷۵.....	تالار سلام
۷۶.....	عمارت خوابگاه
۷۶.....	شمس‌العماره
۷۷.....	عکس‌خانه
۷۷.....	عمارت بادگیر
۷۸.....	چادرخانه
۷۸.....	تالار الماس
۷۸.....	کاخ ابیض
۷۹.....	مجموعه کاخ موزه‌های نیاوران
۷۹.....	تاریخچه
۸۰.....	کاخ نیاوران
۸۱.....	موزه جهان‌نما
۸۲.....	کاخ صاحب‌قرائیه
۸۳.....	کوشک احمدشاهی
۸۴.....	کتابخانه
۸۵.....	موزه آبگینه
۸۶.....	موزه بانک
۸۶.....	مختصری از تاریخچه موزه بانک
۸۷.....	شرح موزه بانک
۸۸.....	موزه پست و تلگراف
۸۸.....	مختصری از تاریخچه موزه پست و تلگراف
۸۸.....	موزه پست

۹۱.....	موزه دکتر حسابی
۹۱.....	موزه
۹۲.....	مختصری از زندگی‌نامه دکتر حسابی
۹۳.....	موزه فرش ایران
۹۶.....	موزه هنرهای معاصر تهران
۹۷.....	موزه جواهرات
۹۸.....	موزه طبیعت و حیات وحش ایران
۱۰۰.....	موزه پول
۱۰۱.....	موزه ایران باستان
۱۰۲.....	برج طغرا
۱۰۳.....	خودآزمایی عمل سوم

فصل ۴: ساختار و ادراک هنری

۱۰۶.....	تعریف سازمان
۱۰۶.....	تعریف فرهنگ سازمانی
۱۰۶.....	چند تعریف از سازماندهی
۱۰۷.....	ساخت سازمانی
۱۰۷.....	مراحل پنجگانه سازماندهی
۱۰۸.....	مزایای سازماندهی
۱۰۸.....	مفاهیم سازمان رسمی و سازمان غیر رسمی
۱۰۹.....	واحد صف
۱۰۹.....	واحد ستاد
۱۱۰.....	انواع ستاد
۱۱۰.....	ستاد شخصی
۱۱۰.....	ستاد تخصصی
۱۱۰.....	ستاد عمومی
۱۱۰.....	تئوری سازمان
۱۱۰.....	وجه تمایز تئوری سازمان با «رفتار سازمانی»
۱۱۱.....	مبانی سازماندهی
۱۱۱.....	سازماندهی بر مبنای وظیفه یا هدف
۱۱۱.....	سازماندهی بر مبنای محصول
۱۱۱.....	سازماندهی بر مبنای فرایند

۱۱۲	سازماندهی بر مبنای ناحیه جغرافیایی
۱۱۲	سازماندهی بر مبنای توجه به نوع مشتری
۱۱۲	سازماندهی بر مبنای نوع بازار یا فعالیت
۱۱۳	سازماندهی بر مبنای زمان فعالیت
۱۱۳	سازماندهی خزانه‌ای یا ماتریسی
۱۱۳	حیطه نظارت (سازمان‌های مسطح، سازمان‌های بلند، سلسله‌مراتب)
۱۱۶	انواع ساختار سازمانی از دیدگاه مینتزبرگ
۱۱۸	ساختاربندی مراکز هنری
۱۱۹	سازماندهی و تشکیلات یک سازمان و ترسیم نمودار (جارت سازمانی)
۱۲۰	انواع مدیران بر اساس بخش فعالیت
۱۲۰	بخش هنرهای زیبا
۱۲۱	بخش‌هایی که به طور سنتی ارتباط با فرهنگ در نظر گرفته می‌شود
۱۲۱	جایگاه مدیریت هنری در ساختارهای سازمانی / صف و ستاد
۱۲۱	رفتار سازمانی
۱۲۲	برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل رفتار سازمانی در مدیریت هنری
۱۲۳	ویژگی‌های رفتاری هنرمندان
۱۲۴	خودآزمایی فصل چهارم

فصل ۵: هنر، اقتصاد و جامعه

۱۲۶	رابطه هنر، جامعه، اقتصاد فرهنگی و بودجه‌ریزی برنامه‌های هنری
۱۲۸	روش بودجه‌بندی در شرکت‌های دولتی
۱۲۸	بودجه‌بندی برنامه‌های هنری
۱۳۰	نقش روابط عمومی در بازاریابی و موضوعات مرتبط با نمایشگاه‌ها و گالری‌ها
۱۳۰	نقش روابط عمومی در سازمان
۱۳۱	نقش روابط عمومی در بازاریابی
۱۳۳	اهمیت و نقش بازاریابی در ارائه محصولات فرهنگی
۱۳۴	بازار
۱۳۵	انواع بازار
۱۳۶	عوامل مؤثر در بازار پیام
۱۳۶	اصول بازاریابی
۱۳۷	ایجاد مزیت رقابتی
۱۳۷	گام‌های اجرایی تحقیق بازاریابی

فرهنگ	۱۳۷
مدیریت بازاریابی فرهنگی	۱۳۸
تفاوت بازاریابی فرهنگی با سایر انواع بازاریابی	۱۴۰
کارآفرینی در بخش هنر	۱۴۰
فرصت‌های کارآفرین در حیطه هنر	۱۴۲
خودآزمایی فصل پنجم	۱۴۵

فصل ۶: مدیریت نوین فرهنگی - هنری

مقدمه	۱۴۸
مدیر هنری و رهبر هنری	۱۴۸
عناصر رهبری هنری	۱۴۸
سبک‌های مدیریت هنری	۱۴۹
سبک دوریان مارش	۱۴۹
نظارت فرهنگی - هنری	۱۵۰
ویژگی‌های نظارت فرهنگی - هنری در بخش‌های دولتی	۱۵۰
ویژگی‌های نظارت فرهنگی - هنری در بخش خصوصی	۱۵۰
مدیریت هنری با سبک کارآفرینی	۱۵۰
عوامل هسته‌ای کارآفرینی هنری - فرهنگی	۱۵۱
مرحله‌بندی نقاط مهم در مدیریت سازمان‌های هنری	۱۵۳
استراتژی و ساختار مشخص در مدیریت هنری - فرهنگی	۱۵۳
تأثیر حکومت‌ها و هنرمندان بر یکدیگر	۱۵۵
نوآوری فرهنگی	۱۵۶
سه امکان در مدیریت و نوآوری فرهنگی - هنری	۱۵۶
وظیفه مدیر هنری در مقوله نوآوری	۱۵۶
اعتبار فرهنگی	۱۵۷
رهبری هنری	۱۵۸
خودآزمایی فصل ششم	۱۵۹
کتابنامه	۱۶۰

آبی که بر آلود
زینش بخورد زود
دیا شود آن رود
که پیوسته روان است

مدیریت هنر و اداره سازمان‌های هنری اساساً مقوله‌ای متفاوت و متمایز از مدیریت سازمان‌های غیر هنری است و از الگویی پیش ساخته و نظام مدیریتی از قبل تدوین شده پیروی نمی‌کند و بسیار در تبعیت از سبک اقتضایی مدیریت بوده، چارچوب مدیریت خود را به مقتضای شرایطی که در آن قرار گرفته، مطالبه می‌کند.

در واقع برای اداره سازمان‌های هنری ما قادر به ارائه یک قالب مدیریت کلیشه‌ای و یا یک نسخه از پیش تجویز شده نیستیم، بلکه بایستی چارچوب اداره سازمان‌های هنری را با توجه به ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد هر سازمان ترسیم کنیم.

سازمان‌های هنری و به تبع آن مدیریت سازمان‌های هنری در دو سطح یا حالت، منحصر به فرد هستند؛ حالت اول انحصار به فرد عام است، یعنی سازمان‌های هنری در مقایسه با سازمان‌های غیر هنری منحصر به فرد و متمایز هستند. در سطح دوم که می‌توانیم آن را انحصار به فرد خاص نام نهیم، مطلب قدری ریزتر، کوچکتر و جزئی‌تر شده و به معنای خاص و متمایز بودن هر سازمان هنری از سایر سازمان‌های مشابه خود می‌باشد. مثلاً این مطالب، صاحب‌نظران و طراحان این سازمان‌ها ملزم به ارائه و خلق دو سبک مدیریت هنری در سطح عام (برای کلیه سازمان‌های هنری) و در سطح خاص (جهت هر سازمان به طور اختصاصی) هستند.

توصیه می‌شود که برای رهبری سازمان‌های هنری الزاماً افرادی انتخاب شوند که سر و مدیریت را توأمان بدانند و این دو مقوله فارغ از هر خط تفکیک، با روح و سرشت آنها عجین باشد، تا قادر به برقراری ارتباط متقابل با مخاطبین (جامعه هنرمندان) و مدیران سطوح بالا دست خود باشند و جهت تحقق این منظور بهتر است که از روش‌های سنتی (آموزش هنر به مدیران و مدیریت به هنرمندان) فاصله بگیریم و به سوی بسط و گسترش مراکز دانشگاهی که به آموزش اکادمیک مدیریت هنری به نوجوانان مشتاق در این زمینه می‌پردازند، حرکت کنیم.

متأسفانه در جوامع سنتی به نقش و جایگاه هنر و به تبع آن سازمان‌ها و مراکز هنری نگاهی جدی و ژرف وجود ندارد و طراحان، برنامه‌ریزان و متولیان حوزه هنر غافل از تأثیر مستقیم و غیرمستقیم رشد و گسترش هنر و سازمان‌های هنری بر بلوغ فکری و سلامت جامعه هستند و در این زمینه اهمال و قصور جدی دارند.

این افراد پرداختن به ترویج و رونق هنر و سازمان‌های هنری را غالباً در درجات بعدی اولویت و اهمیت قرار داده، قادر به درک، احساس و لمس پیامدهای منفی این سهل انگاری نیستند و همواره مدیریت در حوزه هنر را نوعی تشریفات و حاشیه پردازی می‌دانند.

قدر مسلم اینکه کلید طلایی رشد، توسعه و بلوغ همه جانبه کشور در بسط و بالندگی فرهنگ و هنر و عاقب آن سازمان‌های فرهنگی و هنری است و این مهم میسر نمی‌شود مگر به مدد انتصاب مدیران ردآشار دلسوز در حوزه فرهنگ و هنر.

مطلب شایان توجه اینکه پروش این مدیران از طریق مراکز آموزش آکادمیک مدیریت هنری، مقدم بر جستجو، جهت یافان و اعصاب شایسته ایشان می‌باشد.

این کتاب به منظور تدریس درسی دقیقاً با همین عنوان (مدیریت مراکز و سازمان‌های هنری) تألیف شده است و هدف از نگارش آن، درآک مفهوم مدیریت هنری، شناخت نیازهای اساسی در حوزه فرهنگ و هنر و دستیابی به راهکارهایی برای ایجاد، رشد و پرورش استعدادهای هنری و مدیریت آن در حوزه فرهنگ و هنر می‌باشد.

بیان تاریخچه و عملکرد نظام سیاسی گذشته در خصوص سازمان‌های هنری و فرهنگی هرگز به معنای تایید آنها نبوده و قضاوتی ارزشی نمی‌باشد و صرفاً، استناد و تکیه بر منابع تأیید شده‌ای است که مؤلفان از آنها در نگارش کتاب بهره برده‌اند.

امید آنکه کتاب حاضر به عنوان واسطه‌ای در جهت رشد و بالندگی دایره معلومات دانشجویان و ارتقای سطح دانش این عزیزان قرار گیرد.

در پایان مؤلفان مراتب قدردانی و سپاس خود را از زحمات بی‌دریغ مدیریت محترم انتشارات ساکو جناب آقای غلامی کلیشمی و سرکار خانم توماچ‌نیا که با همکاری‌های مستمر و صادقانه در طول مسیر همواره یار و حامی ایشان بوده‌اند به عمل می‌آورند.

آرمان کیپوری Arman_keypoori@yahoo.com

پاییز ۱۳۹۶