

عنوان مقاله:

تبیین «قرابت» بهمثابه «اعتبار محوری» در مدیریت اسلامی

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات بنیادین علوم انسانی، دوره 2، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

مصباح‌الهدی باقری - *assistant professor and faculty member of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq university. Tehran. Iran*

مهدی سپهری - *assistant professor and faculty member of Islamic Studies Theology and Guidance, Imam Sadiq university. Tehran. Iran*

جواد آزادی احمدآبادی - *Corresponding Author: member of Rushd center and Ph.D. student of Public Policy. the Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq university. Tehran. Iran*

خلاصه مقاله:

چکیده مسئله پژوهش حاضر از تدقیق در اثرات فروکاهش مبانی انسانشناسی، هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی در تئوری سازمان و مدیریت غربی نشئت می‌گیرد. بر این اساس، با رهگیری این فروکاهش در مبانی، نشان داده میشود که «رقابت» به‌عنوان داعی اصلی و اعتبار محوری در دیدگاه‌های سه‌گانه مدرن، نمادین تفسیری و پستمدرن مطرح است. در ادامه با رویکرد موضوع‌شناسی فلسفی، و با استفاده از روش‌های متناسب با ساحات گوناگون تحقیق در حوزه اعتباریات و شیوه تحلیل مضمون، به شناسایی و معرفی قرابت به‌مثابه اعتبار محوری در مدیریت اسلامی پرداخته میشود. نتایج تحقیق نشان میدهد که در اندیشه اسلامی، کمال حقیقی، قرب به خدای متعال است که از مسیر ولایت‌پذیری انسان کامل محقق میشود و در ظاهر این قرب، هسته اصلی تعاملات اجتماعی بر محور قرابت خانوادگی است. با کشف اعتبار «قرابت» به‌عنوان اعتبار محوری، در ساحت ساخت یکی از نمونه‌های منتج از محوریت قرابت تفریع خواهد شد و در ساحت تغییر به تبیین اثرات آن در طرح سازمان و با سه مولفه پیچیدگی، رسمیت و تمرکز پرداخته خواهد شد.

کلمات کلیدی:

Keywords: Islamic management, competition, Etebariat, Qerabat, unconditional bounty

کلیدواژه‌ها: مدیریت اسلامی، رقابت، ادراکات اعتباری، قرابت محوری، قرب، بذل بیدریغ.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1198447>

