

## عنوان مقاله:

اخلاق در مناظره با مبانی و دیدگاه شیعی

## محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسنده:

زهرا غائی

## خلاصه مقاله:

عصر حاضر، عصر اطلاعات، حائز ویژگی های مثبت فراوانی است. چون دسترسی به اطلاعات و علوم و ...، در عین حال تنیده به آسیب هایی چون از بین رفتن چهارچوب ها و حریم هاست. باری، این شرایط، عده ای را در حوزه تبلیغ به رویکردهای افراطی و دسته ای دیگر با به واکنش های تفریط گونه واداشته است. در چنین شرایطی فرد موفق، بی تردید آن مبلغی است که هرچه بیشتر مسلح به اصول و ضابطه مندی صحیح است. پرواضح است که تبلیغ در عصر حاضر و با شرایط پیش گفته حساسیت و اهمیت ویژه ای را ایجاب می کند. از آن جایی که مناظره و گفتگوهایی که بین اطراف مختلف الراء در می گیرد، یکی از راه ها و ابزارهای تبلیغ شناخته می شود و از دیگر سو اصول و مبانی معینی برای یک مناظره موفق موجود نیست؛ ضرورت چنین تدوینی بیش از پیش خود می نماید. باری، اولاً در روش تبلیغی مناظره، اصل بر روش جذب، حذر از عوامل دفع و التزام به راهکارهای آن می باشد. عوامل دفع چون: کبر و عجب، درشت خویی و بداخلاقی، بدگمانی مخالف زیاد، مناقشه و عیب جویی و روحیه مرائی و ... است. و راهکارهای جذب از این قبیل اند: تواضع، نرمی زبان، انصاف، صبر و خودداری کردن و ... ثانیاً از لوازم یک مناظره ی اخلاق مدارانه، شناخت مخاطب- چه فرد یا افراد مناظر و چه ناظرین- و رعایت حال وی بر اساس این شناخته است. این مراعات می تواند در آن چه می گوئیم (نشر حق و کتمان آن بسته به ظرفیت مخاطب) و روشی که در گفتگو با وی پیشه می گیریم (عدم تحریک مخاطب) متجلی شود. ثالثاً از دیگر مبانی که می باید خود را به آن ملتزم داریم و در درون خود بدان باور داشته باشیم، این است که بهره ی ما حداکثر بخشی از حق است و هر اهل باطلی هم ممکن است بهره ای از حق در کلام و در دل داشته باشد. الله اعلم.

## کلمات کلیدی:

مناظره، اخلاق، تبلیغ، فضای مجازی، جذب مخاطب

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/534957>

