



مجموعه گفتارهای

فقه و مسائل و ارتباطات

جلد دوم

علی نهانندی

www.ketab.ir

سرشناسه: نهاوندی، علی، ۱۳۴۸ -

عنوان و نام پدیدآور: مجموعه گفتارهای فقه رسانه و ارتباطات/ علی نهاوندی.

مشخصات نشر: مشهد: به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی)، ۱۳۹۸ -

مشخصات ظاهری: ج.

فروست: به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی) ۲۷۵۷؛

شابک: ۳-۳۲۵۸-۲-۹۶۴-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

موضوع: رسانه‌های گروهی -- قوانین و مقررات (فقه)

Mass media -- Law and legislation (Islamic law) * موضوع:

موضوع: رسانه‌های گروهی

Mass media: موضوع:

شناسه افزوده: به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی)

Behnashr (Astan Quds Razavi Publications)

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۸/BP۱۹۸ ۶/۴۶ ر

رده‌بندی دیوین: ۳۹۷/۳۷۹

شماره کتابشناسی ملی: ۵۶۲۶۹۸۸

به نشر
انتشارات آستان قدس رضوی



جلد دوم

مجموعه گفتارهای فقه و احکام و اباطات

۲۷۵۷

نویسنده: آیت الله العظمی

مدیر هنری: آیت الله العظمی

طراح جلد: حسین قریب

ویراستار: سید حمید حیدری

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قطع: وزیری

چاپ: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۰۲-۳۲۵۸-۳

حق چاپ محفوظ است.
به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی)

قیمت: ۵۰۰,۰۰۰ ریال

دفتر مرکزی: مشهد، بلوار سجاد، خیابان میلاد ص.ب. ۹۱۳۷۵/۴۹۶۹

تلفن و دورنگار: ۳۷۶۵۲۰۰۸

دفتر تهران: تلفن و دورنگار: ۸۸۹۶۰۴۶۶

نشانی اینترنتی: www.behnashr.com پست الکترونیکی: publishing@behnashr.com

فهرست

- پیشگفتار اول ۱۰
- پیشگفتار دوم ۱۵

..... فصل اول | کلیات و مفاهیم | ۱۷

✿ گفتار اول | رسانه چیست؟ | ۱۷

- ۱. نظریه‌های رسانه‌ای ۱۹
- ۲. اقسام رسانه ۲۱
- ۳. نقش و قدرت و کارکرد رسانه ۲۵
- ۴. رویکردها و کارکردها ۲۶

گفتار دوم | مفهوم اساسی فقه رسانه | ۳۳

- ۱. معنای فقه ۳۳
- ۲. سطوح فقه ۳۵
- ۳. چیستی فقه رسانه ۳۵
- ۴. ضرورت فقه رسانه ۳۶
- ۵. موضوع فقه رسانه ۳۸
- ۶. جایگاه فقه رسانه ۳۹
- ۷. الزامات و اقتضائات فقه رسانه ۴۰
- ۸. مسئله‌شناسی فقه رسانه ۴۱

..... فصل دوم | مبادی و مبانی ارتباطات | ۴۲

✿ گفتار اول | مفهوم‌شناسی ارتباطات | ۴۳

- واژه ارتباط ۴۳
- تعریف ارتباط ۴۳
- عناصر ارتباط ۴۴
- وسیله، پیام و گردونه ارتباط ۴۵
- نقش رسانه‌ها در ارتباطات ۴۶





❁ گفتار دوم | نظریه و قاعدهٔ داعویت | ۴۷

- ۴۷. نظریه چیست؟.....
- ۴۸. ضرورت ارائهٔ نظریهٔ داعویت.....
- ۵۰. نظریه‌های ارتباطی.....
- ۵۱. مفهوم‌شناسی داعویت.....
- ۵۷. داعویت در شبکهٔ هستی.....
- ۶۴. معنای فلسفی ربط و ارتباط.....
- ۶۹. داعویت و ارتباط در نظام اجتماعی.....
- ۷۲. رادیکالی بودن حقایق عالم.....
- ۷۴. حکم‌سازی نظریه و فرضیهٔ داعویت.....
- ۷۵. عناصر علی فیه داعویت.....
- ۷۶. سلسلهٔ علل ارتباط.....
- ۷۷. اقسام کلی داعویت.....
- ۸۷. گونه‌های داعویت.....
- ۸۷. تعاریف ارتباطات.....
- ۹۰. اصول حاکم بر نظام ارزش‌گذار نظریهٔ ارتباطات مبتنی بر داعویت.....

❁ گفتار سوم | فقه ارتباطات بر اساس نظریهٔ داعویت | ۹۴

- ۹۴. الف. امکان تعامل فقه و ارتباطات و رسانه.....
- ۹۵. ب. چهار حالت متصور در هر ارتباط.....
- ۱۱۰. ویژگی داعیان حق.....
- ۱۱۴. انواع داعویت.....
- ۱۱۷. الگو و فرایند داعویت.....
- ۱۲۰. یکی از مداخلات اصلی تحقیق.....

..... فصل سوم | بررسی فقهی مسائل و پدیده‌های رسانه و ارتباطات | ۱۲۷

❁ گفتار اول | مکتوبات رسانه‌ای | ۱۲۷

- ۱۲۷. ۱. حکم کُتب ضالّه و پیام‌های انحرافی.....
- ۱۳۷. ۲. حکم سناریو، فیلم‌نامه و نمایشنامه نویسی.....

❁ گفتار دوم | حکم فقهی فعالیت رسانه‌های مستقل | ۱۴۴



- ۱. رسانه مستقل ۱۴۴.
- ۲. اقوام و مذاهب ۱۴۵.
- ۳. کارکردهای مورد انتظار ۱۴۶.
- ۴. فتاوا و استفتانات ۱۴۸.
- ۵. جهاد رسانه‌های مستقل در جنگ نرم ۱۴۹.

❁ گفتار سوم | فقه‌النظر | ۱۶۲

- ۱. ریشه‌آلودی های اجتماعی ۱۶۳.
- ۲. چستی تصویر ۱۶۴.
- ۳. قلمرو مجازند ۱۷۰.
- ۴. جواز نگاه به وجه و تن ۱۷۱.
- ۵. جایز نبودن نگاه به وجه و تن ۱۷۷.
- ۶. پوشش واجب و نگاه حرام ۱۸۳.
- ۷. حکم نگاه کردن به تصویر ۱۸۶.
- ۸. احکام تصویرزن نامعین ۱۹۳.

❁ گفتار چهارم | حکم پخش پدید های الزام آور شرعی | ۱۹۵

- ۱. اعلان اوقات شرعی ۱۹۵.
- ۲. استحباب اذان در رسانه ۱۹۷.
- ۳. حکم پخش آیات عزائم از رسانه ۱۹۸.
- ۴. حکم وجوب جواب سلام در رسانه ۲۰۰.

❁ گفتار پنجم | فقه معاملات در رسانه | ۲۰۳

- ۱. معاملات و قراردادهای ۲۰۳.
- ۲. فقه تبلیغات و آگهی بازرگانی ۲۱۶.

❁ گفتار ششم | حکم تولید و ساخت عروسک و ربات در برنامه‌های ترکیبی نمایشی | ۲۱۸

- ۱. عروسک‌سازی ۲۱۸.
- ۲. ادله حرمت ساخت مجسمه ۲۲۰.

❁ گفتار هفتم | اختلاط بازیگران مسلمان با غیرمسلمان | ۲۲۶

۱. اصل اختلاط ۲۲۶
۲. انتساب‌های مجازی ۲۲۷
۳. شنیدن صدای نامحرم ۲۲۷
۴. ادله جواز شنیدن صدای زن ۲۲۸
۵. حکم نگاه کردن ۲۲۹
۶. حکم لمس کردن ۲۳۲
۷. کلاه گیس و موی مصنوعی ۲۳۳
۸. فتاوا و استفتائات ۲۳۵

❁ گفتار هشتم | رسانه و حریم خصوصی | ۲۳۶

۱. تعریف حریم خصوصی ۲۳۶
۲. شناسایی وضو و قلمرو بحث ۲۳۸
۳. دلایل فقهی ۲۴۰
۴. انتشار صدای تصاویر افراد بدر زده آن‌ها ۲۴۵
۵. بررسی قوانین حریم خصوصی ۲۴۶

..... فصل چهارم | فقه رسانه‌های تملک ملی و پیوستاری (ارتباطی) | ۲۴۹

❁ گفتار اول | مسئله شناسایی و تحدید موضوع | ۲۴۹

❁ گفتار دوم | فقه فضای مجازی رسانه‌های اجتماعی | ۲۵۳

- مقدمه ۲۵۳
- دلایل شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی ۲۵۵
- مزایای شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی ۲۵۵
- معایب شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی ۲۵۶
- جرایم فضای مجازی ۲۵۸
- سلطه آمریکا و رژیم صهیونیستی بر فضای مجازی ۲۵۹
- هژمونی و لابی رسانه‌ای صهیونیسم ۲۶۰
- فضای مجازی در ایران ۲۶۱
- انواع شبکه‌های اجتماعی ۲۶۲
- فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از منظر فقهی ۲۶۳
- فقه فضای مجازی ۲۶۴



- حکم استفاده از شبکه های اجتماعی ۲۶۷
- احکام حاکمیت فضایی مجازی ۲۷۵

❁ گفتار سوم | فقه تجارت الکترونیک و تله شاپینگ یا خرید از راه دور | ۲۸۰

- اختیار رؤیت ۲۸۵
- اختیار مجلس ۲۸۶
- توجه به برخی از پیامدها ۲۸۷
- تبلیغات و آگهی از رگانی ۲۸۸

❁ گفتار چهارم | احکام رسانه های تعاملی | ۲۹۰

❁ گفتار پنجم | فقه زیارت مجازی و تشرف غیر حضوری | ۲۹۲

- ۱. عناصر و ارکان زیارت ۲۹۳
- ۲. حقیقت و هدف زیارت ۲۹۵

❁ گفتار ششم | احکام بازی های مجازی | ۲۹۸

- ۱. مراد و رابطه در خارج از چهار چوب شرع ۳۰۰
- ۲. حکم استفاده از وایفای بدون پسورد ۳۰۳

❁ گفتار هفتم | فقه بازی ها و ورزش های رایانه ای | ۳۰۱

- ۱. آسیب های بازی های رایانه ای ۳۰۵
- ۲. حکم بازی های رایانه ای ۳۰۶
- ۳. فتاوا و استفتائات ۳۱۳

❁ گفتار هشتم | حکم ازدواج اینترنتی | ۳۱۴

- تعریف نکاح اینترنت ۳۱۴
- انواع نکاح اینترنتی ۳۱۵
- حکم مسئله ۳۱۵
- نظر برخی از فقها ۳۱۷
- سؤالات فقهی مربوط به شبکه های اجتماعی و فضای مجازی ۳۱۹
- کتابنامه ۳۲۲





پیشگفتار اول

نقش و جایگاه رسانه‌ها در کلام امام و رهبر معظم انقلاب

امام خمینی (ره):

«رسانه‌ها باید بیشتر کار کنند. از گردانندگان و هنرمندان متعهد بخواهند در راه تعریف و ترویج تمدن و تزیین جامعه، وضعیت تمام هنرجوها را در نظر گرفته، راه‌وروش زندگی شرافت‌نشانده، آزادمنشانه را با هنرها و نمایشنامه‌ها به ملت بیاموزند و از هنرهای بدآموز و مبتذل جلوگیری کنند.»^۱

«آنکه از همه خدمت بالاتر است، این است که نیروی انسانی ما را رشد بدهد و این به عهده مطبوعات است. مجدها است، رادیوتلوویزیون است، سینماهاست، تئاترهاست. این‌ها می‌توانند نیروی انسانی ما را تقویت کنند و تربیت صحیح بکنند و خدمتشان ارزشمند باشد.»^۲

«از تمام دستگاه‌های تبلیغاتی الان، امر بر نقش رادیوتلوویزیون از همه دستگاه‌ها بالاتر است. اگر این اصلاح بشود، یک کشور را می‌توان اصلاح کرد و اگر خدای نخواستہ انحراف در این باشد، یک کشور را می‌تواند منحرف کند.»^۳

«الان شما موظفید که همه این کسانی که در رأس کارها هستند و رأس کار هستند در تلویزیون - البته بنگاه بزرگی است - مراقبت کنید که یک اشخاص متعهد باشند به اسلام و معتقد به جمهوری اسلامی باشند و بدانند که جمهوری اسلامی یعنی چه. محتوایش باید اسلامی باشد. باید آن‌ها را در رأس کارها قرار بدهید در سراسر ایران.»^۴

«رسانه‌های گروهی، به‌ویژه صداوسیما، این مراکز آموزش و پرورش عمومی، می‌توانند خدمت‌های گرانمایه‌ای را به فرهنگ اسلام و ایران نمایند. بنگاه‌هایی که شب و روز ملت در سراسر کشور با آن‌ها تماس سمعی و بصری دارند، چه مطبوعات در مقالات و نوشتارهای

۱. صحیفه نور، ج ۱۹، ص ۱۰۹.

۲. همان، ج ۸، ص ۴۹۸.

۳. همان، ج ۱۶، ص ۱۱۸.

۴. همان، ج ۱۱، ص ۱۹۶.

خود و چه صداوسیما در برنامه‌ها و نمایشنامه‌ها و انعکاس هنرها و انتخاب فیلم‌ها و هنرهای آموزنده، باید همت گمارند و بیشتر کار کنند و از گردانندگان و هنرمندان متعهد بخواهند تا در راه تربیت صحیح و تهذیب جامعه، وضعیت تمام قشرها را در نظر گرفته و راه و روش زندگی شرافتمندانه و آزادمنشانه را با هنرها و نمایشنامه‌ها به ملت بیاموزند و از هنرهای بدآموز و مبتذل جلوگیری کنند...»^۱

«همچنین رادیو و تلویزیون باید مستقل باشند و همه‌گونه انتقاد را با کمال بی‌طرفی منتشر سازند.»^۲

«رادیو و تلویزیون یک دستگاهی است که هم در طرف تبلیغات فاسد اهمیت زیاد دارد و هم در طرف تبلیغات صحیح. این با آن طوری که از اول شاید آن‌هایی که درست کردند این‌ها را، نظر آموزشی داشتند به این‌ها، [به] این دستگاه‌ها. تمام مطبوعات [هم] این‌طور است؛ منتها اهمیت تلویزیون بیشتر از همه است. اهمیت رادیو تلویزیون بیشتر از همه است. این دستگاه‌ها، دستگاهی تربیتی است. باید تمام اقشار ملت با این دستگاه‌ها تربیت بشوند. یک دانشگاه عمومی است. دانشگاه‌ها دانشگاه‌های موضعی است؛ این یک دانشگاه عمومی است؛ یعنی دانشگاهی است که در تمام سطح کشور گسترده است. باید از آن، عمل دانشگاه را به آن اندازه‌ای که می‌شود، استفاده کرد. باید این دستگاه دستگاهی باشد که بعد از چند سال، تمام قشر ملت، دانشمند شود، تمام را مبارز بار بیاورد، تمام را متفکر بار بیاورد، تمام این‌ها را مستقل بار بیاورد. آزادمنش بار بیاورد، از غرب‌زدگی بیرون کند، استقلال به مردم بدهد. این از همه چیزهایی که در این دستگاه‌ها هست، مهم‌تر است و این وظیفه دارد که با مردم حکم معلم و شاگرد داشته باشد. اشخاص نویسنده، اشخاص گوینده، اشخاص فهیم، اشخاص مطلع در اینجا صحبت بکنند. فرصت به آن‌ها بدهند که در اینجا صحبت بکنند. زیادند اشخاصی که پیشنهاد این‌ها را نمی‌کنند. به این‌ها باید فرصت بدهند و آن‌ها صحبت بکنند. به جای آنکه چیزهایی که به مردم ملت نمی‌خورد یا مضر به حال ملت است، یک چیزهای مفید را به مردم بدهند و یک غذای مفیدی به مردم بدهند؛ مردم را تغذیه کنند و غذاهای صحیح سالم. و من امیدوارم که این دستگاه هم همان طوری که وعده کردند که به تدریج درست بشود، قدم را یک خرده بلندتر بردارند و زودتر ان شاء الله تصفیه بشود و تعدیل بشود.»^۳

«این دستگاه رادیو تلویزیون که در خانه‌های حتی روستاها، در همه جا نفوذ دارد، اگر ۱۰ درصد اسلامی نشود، معنایش این است که اسلام در ایران پیاده نشده است. اگر بنا

۱. همان، ج ۱۹، ص ۱۰۹ و ۱۱۰.

۲. همان، ج ۱۲، ص ۲۳.

۳. همان، ج ۵، ص ۲۰۳.





باشد رادیوتلوویزیون در خدمت دسته‌ای و یا گروهی که منحرف هستند و اعوجاج دارند قرار داده بشود، ممکن است که سراسر مملکت را به فساد بکشد.^۱

رهبر معظم انقلاب

«ما یک مأموریت محوری برای رسانه ملی قائل هستیم که الزاماتی دارد و این مأموریت ملی اهداف کلانی را هم با خودش همراه دارد. به نظر ما، آن مأموریت محوری عبارت است از: مدیریت و هدایت فکر، فرهنگ، روحیه، اخلاق رفتاری جامعه، جهت‌دهی به فکر و فرهنگ عمومی، آسیب‌زدایی از فکر و فرهنگ و اخلاق جامعه، تشویق به پیشرفت یعنی روحیه دادن و زدودن احساس عقب‌ماندگی.»^۲

انسان همچنین در خصوص اهداف کلان رسانه می‌فرماید: «هدف‌های کلان ما در این زمینه چیست؟

اول ارتقاء معرفت دینی روشن‌بینانه. من روی عنوان «روشن‌بینانه» تکیه می‌کنم. معرفت دینی با استقامت و گسترش پیدا کند؛ اما یک معرفت روشن‌بینانه و آگاهانه. دوم، رفتار دینی مخلصانه. باز روی کلمه «مخلصانه» می‌خواهم تکیه کنم. رفتارهای دینی می‌تواند ریاکارانه و متعصبانه و ظاهرسازانه باشد؛ می‌تواند مخلصانه باشد. ما باید مردم را به رفتار و عمل دینی، عمل صالح بکشانیم و این عمل، مخلصانه از آن‌ها صادر شود.

سوم، ریشه‌دار کردن شناخت و ور به ارزش‌ها و بنیان‌های فکری انقلاب و نظام اسلامی. صرف اینکه ما در زمینه انقلاب و نظم، چه‌ها را را کلیشه‌ای و شعاری تکرار کنیم، کافی نیست. باید نسبت به این شعارها در مردم، باریختی به وجود بیاید. این، کار رسانه ملی است.

چهارم، مصونیت دادن به ذهن جامعه از تأثیر مخرب به ارزش‌های فرهنگی و ارزشی دشمن که اشاره شد.

پنجم، باور به کارآمدی نظام.

ششم، ایجاد هم‌گرایی عمومی و فضای همکاری و محبت و وحدت در درون کشور و میان مردم. باید روحیه محبت، وحدت، هم‌گرایی و ارتباط و پیوند در میان مردم تقویت شود.

هفتم، آگاه‌سازی نسبت به مقوله‌های حساس مثل علم. مسئله علم در کشور خیلی مهم است. با مطالعه دقیق و همه‌جانبه، انسان به چند سرفصل معدود می‌رسد که یکی از

۱. همان، ج ۱۲، ص ۲۹۰، ۱۸ آذر ۱۳۵۸.

۲. بیانات در دیدار با مدیران رسانه ملی، ۱۱ آذر ۱۳۸۹.

آن‌ها علم است. ما برای آینده به علم احتیاج داریم. نهضت نرم‌افزاری و تولید علم و اندیشه و فکر که مطرح شد، باید جدی گرفته شود. خوشبختانه زمینه‌ها کاملاً آماده و استقبال هم خیلی خوب است. مردم را نسبت به مقوله علم، امنیت، پرورش نخبگان، اقتدار ملی، کار و ابتکار گره‌گشا و پیش‌برنده و مقولاتی از این قبیل حساس کنید.^۱

ایشان در بخش دیگری فرماید:

«راجع به دین مردم، صداوسیما چه نقش و چه موضع و چه مسئولیتی دارد؟ طبیعتاً از وظایف صداوسیما ارتقای معرفت دینی و ایمان دینی است. معرفت و ایمان با هم تفاوت دارد. هم‌ایمان مردم باید تقویت شود، هم معرفت و شناخت آن‌ها، باید توجه داشت ایمانی که مردم پیدا می‌کنند، سست، عوامانه، سطحی و قشری نباشد. به شدت از این پرهیز شود.»^۲

«ما می‌خواهیم این قلندر را این سرچشمه زلال، معارف درست الهی و انسانی و سیاسی و درس‌های گوناگون زندگی به حس مردم سرازیر شود. این آن انتظار ماست از صداوسیما... طرف دیگر قضیه این است که افعاً در قمرهایی هست که باید رعایت شود. یک جاهایی عبور از برخی از خطوط قرمز اخلاق (منظور خطوط قرمز سیاسی هم خیلی نیست، عمدتاً انسان نگران اخلاق و دین و این چیزهاست) در بعضی از فیلم‌ها و سریال‌ها لزومی ندارد. انسان نگاه می‌کند می‌بیند این سریال خوش است و خوش مضمون اگر این زائده را نداشته باشد، هیچ زیانی به این سریال نمی‌رساند. از این قبیل هم ما داریم. بعضی از ارتباطات عشقی دختر و پسر که توی فیلم‌ها منعکس می‌شود، بدست، بدآموز است. این فرق می‌کند با آن چیزی که فرض کنید در سریال «اغما» وجود داشت. کسی با یک توهم یا تصویری به ذهنش می‌آید، آخر سریال می‌فهمد نه این اشکال نداشته. بله این جناس شماس است، اما اینکه شما نوع برخورد یک زن و مرد را، یک عشق غلط را، این عشق‌های مدام و ربع را توی فیلم بیاورید، این مضرات است، این را کاری‌اش نمی‌شود کرد. کاری کنیم که این سریال‌ها نیاید. شما وقتی زشتی را نشان می‌دهید اما آن عامل خیری را که بناست بر زشتی غلبه پیدا کند یا با آن مبارزه کند نشان نمی‌دهید، در جامعه یأس پراکنده می‌شود و نومیثی به وجود می‌آید. فیلم شما را که طرف نگاه می‌کند، می‌گوید: خب چه فایده؟ با آن تأثیر عظیمی که فیلم دارد، اثرنمایی دارد. من می‌گویم شما انتقاد کنید؛ منتها انتقاد به معنای واقعی کلمه؛ یعنی مبارزه و چالش خیر و شر را نشان بدهید تا معلوم شود که اگر این نقطه زشت و مردود در جامعه هست، اما انگیزه‌ای برای رفع آن وجود دارد، جریانی برای نابودی آن وجود دارد. اگر فقر

۱. همان.

۲. همان.





را نشان می‌دهید، معنایش این نباشد که در جامعه فقر هست؛ اما هیچ انگیزه‌ای برای مبارزه با فقر وجود ندارد. اگر این جور شد، طبعاً فیلم یأس آور می‌شود، فضا را تاریک نشان می‌دهد و برخلاف واقعیت هم هست.^۱

«وقتی ما می‌گوییم که صداوسیما بایستی تعلیم بدهد، ذهن فقط به سخنرانی نرود. تعلیم که فقط سخنرانی نیست، تعلیم فقط میزگرد نیست، تعلیم فقط درس گفتن نیست. در صداوسیما برنامه‌های هنری، فیلم‌ها، نمایش‌ها، انواع و اقسام روش‌های هنری را باید برای تفهیم مفاهیم اسلامی و روشن کردن ارزش‌های اسلامی در جامعه به کار بگیرند. غیر از این، صداوسیمای جمهوری اسلامی صداوسیمای اسلامی نیست.»^۲

«باختن به طنز و سرگرمی از نقاط قوت صداوسیما محسوب می‌شود و حجم آن باید کم‌زمان با تقویت محتوا افزایش پیدا کند. مردم باید از دیدن برنامه‌ها و فیلم‌های صداوسیما دل‌سادی نداشته باشند. بوند و برنامه‌های طنزآمیز و سرگرم‌کننده به این مهم کمک می‌کند.»^۳

«برنده‌های هنر، صداوسیما از جذابیت و شیرینی برخوردار گردد و فاخرترین هنرهای نمایشی با دین، میر، پرچار اجتماعی و اخلاقی و سیاسی در این رسانه همگانی ارائه شود. نمایش‌های سبک و بهر و گمراه‌کننده و فاقد کیفیت هنری که گاه بس پرخرج هم هست، یکسره موقوف شود از بخش موسیقی مبتذل و لهوی، به‌ویژه آنچه در این رشته هنری، فاقد هویت ملی و اسلامی است، ایراد است. پرهیز شود. موسیقی، ابزاری است که می‌تواند حرام و می‌تواند حلال باشد. نوع سلیقه آن به درستی شناسایی و برابر نظرات روشن‌گرامام راحل (طاب‌ثراه) در معرض استفاده قرار گیرد و در این باره بیشتر از هنر اصیل ایرانی که با ساخت روحی و عاطفی مردم ما هم‌خوان است، کار گرفته شود...»^۴

«هدف دیگر که از هدف‌های حتمی و اساسی صداوسیماست، استفاده از جاذبه هنر در کارهاست. صداوسیما یک انسانی نیست که با دیندار، افراد پرود و علی‌رغم اینکه آن‌ها بخواهند گوش بدهند، حرفش را به گوش آن‌ها برساند. این مردم هستند که انتخاب می‌کنند که به همه این حرف‌هایی که گفتیم، گوش بدهند یا نه. صداوسیما باید کاری کند که جاذبه گوش دادن و توجه کردن و مخاطب شدن را در مردم به وجود بیاورد و این با استفاده از هنر امکان‌پذیر است و اینجاست که مسئله هنر و اهمیت آن در... رادیو و تلویزیون مطرح می‌شود که باید صداوسیما حداکثر استفاده را از هنر بنماید و کاری کند که مردم به آن مطالبی که این دستگاه آماده کرده، گوش فرا دهند.»^۵

۱. بیانات در دیدار با رئیس سازمان و جمعی از هنرمندان صداوسیما، ۱۳۸۹ اسفند.

۲. سخنرانی در دیدار با جمعی از پزشکان، پرستاران و کارکنان مراکز آموزش عالی و درمانی کشور، ۱۳۶۸ آذر.

۳. روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۳۷۳ اسفند.

۴. روزنامه همشهری، ۲۵ بهمن ۱۳۷۲.

۵. روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۴ اسفند ۱۳۶۹.