

**مظاهر التغريب الثقافي في البرامج الفضائية
العربية المستنسخة - دراسة تحليلية في ضوء القيم
الإسلامية في الفكر الإسلامي**

**Manifestations of Cultural Westernization in Cloned
Arab Satellite Programs: An Analytical Study in the
Light of Islamic Values**

م.م. احمد محمد طعمة حبيب

Asst. Lect. Ahmed Mohammed Toama Habib

**جامعة سامراء - كلية العلوم الإسلامية - قسم العقيدة والفكر الإسلامي
University of Samarra - College of Islamic Sciences -
Department of Islamic Creed and Thought**

**الكلمات المفتاحية: التغريب الثقافي؛ البرامج المستنسخة؛ الفضائيات العربية؛ القيم الإسلامية؛
الهوية الحضارية.**

**Keywords: Cultural Westernization; Cloned Programs; Arab Satellite
Channels; Islamic Values; Civilizational Identity.**

الملخص

يتناول هذا البحث الموسوم بـ (مظاهر التغريب الثقافي في البرامج الفضائية العربية المستنسخة: دراسة تحليلية في ضوء القيم الإسلامية) ظاهرة استنساخ القوالب البرمجية (Formats) الغربية في الفضائيات العربية. وينطلق من إشكالية مركزية مفادها أنّ استيراد هذه القوالب الجاهزة لا يقتصر على البعد التقني، بل يحمل في بنيته أنساقاً قيمية وفلسفية تغاير منظومة المجتمع المسلم وتُسهّم في إعادة تشكيل وعيه وذائقته. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تأصيل مفهوم الإعلام ووظائفه ومقاصده في الفكر الإسلامي، ثم في رصد أبرز البرامج المستنسخة في المشهد العربي خلال المدة (2000–2025) م (وتحليل بنيتها الفنية والمضمونية وآليات تأثيرها السيكولوجي). وخلص البحث إلى أنّ هذه الظاهرة تمثّل تبعيةً هيكليةً تركز هيمنة القوالب الأجنبية على القرار الإنتاجي العربي، وتعمل أداةً ناعمةً لتفكيك المنظومة القيمية وتتميط الهوية، كما قدّم جملةً من الاستراتيجيات والتوصيات لبناء صناعة محتوى عربيّ أصيلٍ ذي مرجعيةٍ هوياتيةٍ يوازن بين الجودة الفنية والرسالة الحضارية.

Abstract

This research examines the phenomenon of cultural Westernization in Arab Islamic media through an analytical investigation of the cloning of Western entertainment program formats in Arab satellite channels. It proceeds from a central premise that importing these ready-made formats is not merely a technical matter but carries embedded value systems and philosophical assumptions that conflict with the framework of Muslim society and contribute to reshaping its consciousness and taste. Adopting the descriptive-analytical method, the study first grounds the concept of media in Islamic thought, then surveys the most prominent cloned programs during 2000–2025 and analyzes their artistic structures and psychological mechanisms of influence. The study concludes that this phenomenon constitutes a structural dependency that entrenches the dominance of foreign formats over Arab production decisions and operates as a soft instrument for dismantling the value system and homogenizing identity.

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، حمداً يوافي نعمه وكماله، وينبغي لجلاله وجماله، والصلاة والسلام على سيدنا محمد خاتم الأنبياء والمرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أما بعد:

يشهد العالم المعاصر تطوراً متسارعاً في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، جعل وسائل الإعلام — ولا سيما الفضائيات والمنصات الرقمية — لاعباً أساسياً في صياغة أفكار المجتمعات وتوجيه سلوكياتها. ولم يعد دور الإعلام مقتصرًا على نقل الأخبار أو الترفيه العابر، بل تجاوز ذلك ليغدو أداة فاعلةً وسلاحاً ناعماً في نقل الثقافات والتأثير المباشر في المنظومة القيمية والاجتماعية للمتلقّي. وفي ظلّ هذا الانفتاح الإعلامي غير المسبوق برزت تحدياتٌ جوهريةٌ تواجه الهوية الثقافية العربية والإسلامية، من أبرزها ظاهرة «التغريب الثقافي» التي تسعى لصبغ حياة المسلمين بالنمط المادي الغربي.

وينطلق الفكر الإسلامي في حمايته للهوية من ضرورة الحفاظ على التميز الحضاري والأصالة العقدية للأمة، وهو ما أصله القرآن الكريم في قوله سبحانه: ﴿صِبْغَةَ اللَّهِ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَةً وَنَحْنُ لَهُ عَابِدُونَ﴾ [البقرة: 138]؛ فهذه الصبغة الربانية تمثل المرجعية القيمية والأخلاقية التي تصون الفرد والمجتمع من الذوبان في الأنساق الدخيلة. إلا أنّ واقع البثّ الفضائي العربي الحديث بات يشهد انحرافاً عن هذه الأصالة؛ وتجلّى ذلك في لجوء كثيرٍ من القنوات إلى استنساخ برامج ترفيهية أجنبية ونقلها بصورتها الكاملة — شكلاً ومضموناً — إلى الشاشة العربية.

وتلك السيكلوجية القائمة على التقليد الأعمى واستيراد القوالب الجاهزة هي ما حذر منه المصطفى صلى الله عليه وسلم تحذيراً بليغاً في الحديث الذي رواه أبو سعيد الخدري رضي الله عنه أنّ النبي صلى الله عليه وسلم قال: «لَتَتَّبِعَنَّ سَنَنْ مَنْ قَبْلَكُمْ شِبْرًا بِشِبْرٍ، وَذِرَاعًا بِذِرَاعٍ، حَتَّىٰ لَوْ دَخَلُوا جُحْرَ ضَبٍّ لَسَلَكْتُمُوهُ» [رواه البخاري ومسلم]؛ فهذا الحديث الشريف يضع اليد على الداء السلوكي المتمثل في الاستنساخ البرامجي غير الواعي «الذي يشتري حتى دليل التشغيل التفصيلي للبرنامج الغربي دون أدنى مراعاةٍ لخصوصية المجتمع المسلم. ومن هنا جاء هذا البحث لِيُسَلِّطَ الضوء على مظاهر التغريب في البرامج العربية المستنسخة، ويحلّل أبعادها الثقافية والاجتماعية في ضوء الفكر الإسلامي والثقافة العربية الأصيلة.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث في بُعدين: الأهمية النظرية، إذ يُثري المكتبة العربية بدراسة تحليلية تربط بين ظاهرة البرامج المستنسخة ومفاهيم التغريب الثقافي من منظور الفكر الإسلامي. والأهمية التطبيقية، إذ يقدّم رؤية نقدية للقائمين على المؤسسات الإعلامية حول مخاطر الاستنساخ البرامجي غير الواعي، والحاجة الملحة إلى إنتاج بدائل إعلامية تعزّز قيم المجتمع وأصالته.

سبب اختيار الموضوع:

لقد اخترت هذا الموضوع لما له من حضورٍ قويٍّ في الواقع المعاصر؛ إذ تتزايد معدّلات استنساخ القوالب البرمجية الغربية في الفضاءات العربية بدوافعٍ متعددةٍ بعضها مشروعٌ كالتطوير التقني، وبعضها ترفيهيٌّ وهميٌّ. ومن هنا جاءت الحاجة الماسّة إلى الدراسة الجامعة بين المنظور الإسلامي الذي يحدّد الحكمَ القيمي، والمنظور الفكري الذي يفسّر الظاهرة الإنسانية والاجتماعية.

خطة البحث:

اقتضت طبيعة البحث تقسيمه على مقدمةٍ ومبحثين رئيسيين وخاتمة، وكما يأتي:
•المقدمة.

•المبحث الأول: التأسيس المفاهيمي للإعلام والتغريب الثقافي في الفكر الإسلامي.

المطلب الأول: تعريف مصطلحات البحث (لغةً واصطلاحاً).

المطلب الثاني: أهمية الإعلام ووظائفه ونظرياته المؤثرة.

المطلب الثالث: الإعلام في منظور الفكر الإسلامي (الدور والمقاصد والضوابط).

•المبحث الثاني: ظاهرة الاستنساخ البرامجي في الفضاءات العربية.

المطلب الأول: ماهية البرامج المستنسخة وأسبابها وبنيتها الفنية.

المطلب الثاني: الانعكاسات الثقافية والاجتماعية على الهوية العربية الإسلامية

واستراتيجيات المواجهة.

المطلب الثالث: أبرز النماذج البرمجية المستنسخة في المشهد العربي حتى 2025 م

الخاتمة: احتوت على النتائج والتوصيات.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع النصوص الشرعية وأقوال العلماء المعاصرين وتحليلها في ضوء قيم الشريعة ومقاصدها الكلية، كما استعانت بالمنهج المقارن

لموازنة الآراء الفقهيّة المختلفة وربطها بالدوافع الفكرية والاجتماعية، فضلاً عن المنهج النقدي للحكم على الظاهرة الإعلامية وفق مقاصد الشريعة ومعايير الفكر الإسلاميّ الأصيل.

المبحث الأول: التأسيس المفاهيمي للإعلام والتغريب الثقافي في الفكر الإسلامي

يختصُّ هذا المبحث بتأسيس المفاهيم الجوهرية للبحث من حيث التعريف اللغوي والاصطلاحي، وبيان أهمية الإعلام المعاصر ونظرياته المؤثّرة، وتأطير الظاهرة من منظور الفكر الإسلاميّ الأصيل.

المطلب الأول: تعريف مصطلحات البحث (لغةً واصطلاحاً)

أولاً: تعريف المظاهر لغةً واصطلاحاً

المظاهر في اللغة:

مصدرٌ من (ظَهَرَ)، ويقال: ظَهَرَ الأمرُ ظُهُوراً: بَانَ وانكشف. والظاهرُ: خلاف الباطن. وقد جاء في لسان العرب: ظَهَرَ على الشيء: اطلَّع عليه وأحاط به علماً) ابن منظور، د.ت، (793/4) وجاء في معجم اللغة العربية المعاصرة: المظاهر جمع مظهر، وهو كلُّ ما يبدو للعيان ويُعبَّر عن حقيقةٍ معيَّنةٍ أو يُجسِّدها في الواقع المشاهد) 20. عمر، 2008، م، (1409/2).

المظاهر اصطلاحاً:

1- يُعرَّف اصطلاحاً بأنه: العلامات والدلائل التي تبدو للعيان وتُعبَّر عن حقيقةٍ معيَّنةٍ وتُجسِّدها في الواقع المشاهد.

2- وفي تعريفٍ آخر: الصورة الخارجية الملموسة التي تنبثق من ظاهرةٍ ما وتجعلها قابلةً للرصد والتحليل والتقييم.

فيمكن القول: إنّ مظاهر التغريب الثقافي هي الصور الخارجية الملموسة لعملية التغريب كما تتجلى في المضامين والقوالب والأساليب التي تتبنّاها البرامج الفضائية المستنسخة.

ثانياً: تعريف التغريب الثقافي لغةً واصطلاحاً

التغريب في اللغة:

مصدرٌ من (عَرَبَ) بمعنى دَهَبَ وبعَدَ وغاب. قال ابن منظور: العَرَبُ: الذهاب والتَّحْيِي، وعَرَبَ القومَ: أبعدهم) ابن منظور، د.ت، (629/1) وجاء في المعجم الوسيط: التَّغْرِيب هو النفي إلى الغرب، ثم أُطلق على محاكاة الأساليب الغربية والتأثر بها) مجمع اللغة العربية، 1972، م، ص (660).

التغريب الثقافي اصطلاحاً:

1- يُعرّفه المسيري بأنه: «مسيرةٌ منهجيةٌ تستهدف استئصال المسلمين من جذورهم الحضارية وصبّ حياتهم في قالب الغربي العلماني المادي» (المسيري، 2002، م، ص.45)

2- وفي تعريفٍ آخر: جملةٌ من الأفكار والأساليب والقوالب الوافدة من الحضارة الغربية التي تُعرض على المجتمعات الإسلامية بوسائلٍ متعددةٍ أبرزها الإعلام الفضائي (الأنصاري، 2005، م، ص.70)

3- وعرفه الزقزوق بأنه: «توجُّهٌ حضاريٌّ يرمي إلى نزع الخصوصية الثقافية والدينية للمجتمعات الإسلامية واستبدالها بالنموذج الغربي في التفكير والسلوك والقيم» (الزقزوق، 2001، م، ص.31).
فيمكن القول: إنَّ التغريب الثقافي هو منظومةٌ من الأنساق الفكرية والقيمية المستمدّة من البيئة الغربية، تُضخُّ في المجتمع الإسلامي عبر وسائل الإعلام المعاصرة ولا سيّما الفضائيات المستنسخة، بهدف إعادة تشكيل الهوية وفق النموذج الغربي المادي.

ثالثاً: تعريف الفضائيات لغةً واصطلاحاً

الفضائيات في اللغة:

نسبةٌ إلى الفضاء، وهو الخلاء الواسع. قال ابن منظور: الفَضاء: الأرض الواسعة (ابن منظور، د.ت، (62/15). وأفضى الشيء: اتَّسع.

الفضائيات اصطلاحاً:

1- يقصد بها الإعلاميون: محطّات البثّ التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية المتجاوزة للحدود الجغرافية والسياسية، القادرة على الوصول إلى أيّ نقطةٍ على سطح الأرض (عباس مصطفى صادق، 2008، م، ص.22)

2- وفي تعريفٍ آخر: أجهزةٌ إعلاميةٌ تعتمد على الأقمار الصناعية لنقل الإشارات المرئية والمسموعة عبر الفضاء الخارجي بصورةٍ تجعلها مؤثّرةً في أيّ جمهورٍ في أيّ مكانٍ من العالم.

رابعاً: تعريف البرامج المستنسخة لغةً واصطلاحاً

المستنسخة في اللغة:

مشقّةٌ من النسخ، وهو في اللغة: النقل والتحويل والمطابقة. قال ابن منظور: نَسَخَ الشيءَ: نقله وحوِّله من صورةٍ إلى صورة، والاستنساخ: طلب نسخ الشيء ونقل (ابن منظور، د.ت، (193/3)

البرامج المستنسخة اصطلاحاً:

1-عرّفها الإعلاميون بأنها: «قوالب برمجية (Formats) تُشتري حقوق ملكيتها الفكرية من شركات الإنتاج العالمية وتُعاد إنتاجها محلياً بالالتزام التام بنسختها الغربية الأصلية شكلاً ومضموناً» (عباس مصطفى صادق، 2008، م، ص. 24-22)

2-وفي تعريفٍ آخر: هي مجموعة من الإجراءات التشغيلية والبصرية والمضمونية المفصلة في «دليل التشغيل (Bible)» الذي يحدّد كلّ تفصيلة في البرنامج من الديكور إلى الحوار (الديرشوي، 2023، م، ص. 58).

3-وعرّفها مجمع الفقه الإسلامي الدولي بأنها: الجراحة التي تُعنى بتحسين وإعادة تشكيل القوالب التلفزيونية الخارجية، وإعادة وظيفتها إذا ما طرأ عليها خللٌ مؤثّرٌ بسبب تبدّل الذوق العام (مجمع الفقه الإسلامي، 173، 11/18).

فيمكن القول: إنّ البرامج المستنسخة هي مجموعة من الإنتاجات الإعلامية المرئية التي تُجربها القنوات العربية باستيراد قوالبها من مصادر غربية جاهزة، وتقدّم بوجوهٍ عربيةٍ وأفلاظٍ محليةٍ مع الإبقاء الكامل على بنيتها القيمية الغربية. وتستمدُّ مصطلحها المعاصر من المصدر الصناعي (Format Licensing) الذي يُشير إلى عملية الترخيص والنقل الكامل للقالب الإنتاجي.

المطلب الثاني: أهمية الإعلام المعاصر ووظائفه ونظرياته المؤثرة

احتلّ الإعلام في العصر الحديث مكانةً مركزيةً لم يسبق لها مثيلٌ في تاريخ المجتمعات البشرية، فتجاوز كونه مجرد أداة لنقل الأخبار أو وسيلة للتسلية العابرة، ليصبح مؤسسةً مجتمعيةً كبرى توازي في تأثيرها مؤسسات التنشئة التقليدية كالأسرة والمدرسة والمسجد (كرومي، د.ت، ص. 3).

أولاً: التطور التاريخي للانفتاح الفضائي العربي:

انتقل الإعلام العربي في تسعينيات القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة من إعلامٍ حكوميٍّ محليٍّ يتسم بالمحدودية والرقابة الصارمة، إلى إعلامٍ فضائيٍّ عابرٍ للحدود الجغرافية. وقد أفضى هذا الانفتاح إلى تكاثر القنوات الفضائية الخاصة التي لجأت لسدّ ساعات البثّ الطويلة وتحقيق الأرباح السريعة إلى استيراد «القوالب البرمجية (Formats)» الغربية الجاهزة واستنساخها (عباس مصطفى صادق، 2008، م، ص. 24-22)، وهكذا غدت الشاشة العربية مسرحاً مفتوحاً لتدفقٍ ثقافيٍّ غير مسبوقٍ مهّد الطريق لظاهرة التغريب الثقافي.

ثانياً: النظريات العلمية المؤثرة للظاهرة:

تستند الدراسة إلى جملةٍ من النظريات العلمية التي تُفسّر آليات تأثير البرامج المستنسخة، أبرزها:

نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory) لجورج جرينر: تنطلق من مبدأ أنّ المشاهدة المتواصلة والمكثّفة للتلفاز تُفضي تدريجياً إلى ترسُّخ قناعاتٍ وتصوُّراتٍ في وعي المتلقّي تتسجم مع ما تُقدِّمه الشاشة، بصرف النظر عن مدى توافقها مع واقعه المُعاش وموروثه الثقافي الأصيل (محمد عبد الحميد، 2004م، ص. 185)

نظرية حارس البوابة (Gatekeeping Theory) لكيرت إيفين: تُبيِّن أنّ تراجع دور الرقابة المحلية في عصر البثّ الفضائي المفتوح أفضى إلى انكشاف الفضاء الإعلامي العربي أمام موجةٍ متدفّقةٍ من القوالب المستوردة، دون أيّ غرلةٍ تُراعي الخصائص الدينية والاجتماعية للمجتمع المسلم (محمد عبد الحميد، 2004م، ص. 210-212)

نظرية التعلُّم الاجتماعي لألبرت باندورا: ترى أنّ اكتساب الأنماط السلوكية الجديدة يتمُّ عبر رصد النماذج المعروضة واستيعابها واحتذاءها؛ إذ يميل المشاهدون — ولا سيّما فئة الشباب — إلى محاكاة شخصيات هذه البرامج في تفاصيل حياتهم من أسلوب اللباس وطريقة الحديث ونمط التفكير (محمد عبد الحميد، 2004م، ص. 230)

ثالثاً: وظائف الإعلام والترفيه بوصفه حاملاً قيمياً:

يُخطئ من يظنُّ الترفيه الإعلامي نشاطاً محايداً بل هو في حقيقته حاملٌ خفيٌّ للقيم (Value Carrier) فالبرامج الترفيهية المستنسخة تُمرّر مفاهيمها عن العلاقات الاجتماعية والنزعة الفردية الاستهلاكية تحت غطاء التسلية (الجميل، 2005م، ص 88-90). كما يُسهم الإعلام الجديد بخاصيّتي التفاعلية (Interactivity) واللامكانية في تكريس هذه الظاهرة، إذ يتحوّل المتلقّي إلى (Prosumer) يُنتج المحتوى ويستهلكه في آنٍ واحدٍ، مما يزيد انغماسه النفسي فيه (محمد عبد الحميد، 2010م، ص 45). ويُنتج الانغماس المتواصل في البرامج المستنسخة حالةً من «التنافر المعرفي (Cognitive Dissonance)» «تُؤدّ لدى المتلقّي إحساساً بالغربة عن ثقافته المحلية وموروثه الحضاري، مُمهِّدةً بذلك الأرضية الخصبة لتجذُّر التغريب (العشماوي، 2015م، ص 112)

المطلب الثالث: الإعلام في منظور الفكر الإسلامي (الدور والمقاصد والضوابط)

ينطلق الفكر الإسلامي في نظره إلى الإعلام من رؤية كونيةٍ شاملةٍ تختلف جذرياً عن الفلسفات المادية الغربية؛ فالإعلام في المنظور الإسلامي رسالةٌ حضاريةٌ وأداةٌ من أدوات «التبليغ» والدعوة إلى الله، ووسيلةٌ فاعلةٌ في بناء الإنسان الصالح والمجتمع المتماسك (الصاوي، 1992م، ص 19-21). وعليه فإنّ الممارسة الإعلامية في الفضاء الإسلامي محكومةٌ بنسقٍ قيميٍّ

وأخلاقياً يوازن بين احتياجات الفطرة البشرية للترويح والمعرفة، وبين الحفاظ على ثوابت الأمة وهويتها.

أولاً: المقاصد الشرعية أساساً لتقييم الإعلام:

يستند العمل الإعلامي في الفكر الإسلامي إلى مقاصد الشريعة الكلية (حفظ الدين والنفس والعقل والنسل والمال)، وتتجلى في الوظائف الإعلامية على النحو الآتي: حفظ العقل وبناء الوعي، إذ يرفض الإعلام الإسلامي كلّ المضامين التي تؤدي إلى تغييبه (الزقزوق، 2001، م، ص 55). وحفظ الدين والهوية، إذ يكشف الأنساق الفلسفية المادية التي تتسرّب عبر البرامج المستنسخة (الجميل، 2005، م، ص 211) وحفظ النسل والنسيج الاجتماعي، إذ يقف سداً أمام القوالب التي تروج للنزعة الفردية وتشجّع على التمرد على القيم الأسرية (محمد عبد القادر، 2018، م، ص 88).

ثانياً: التوازن بين الترويح والتربية:

لا يقف الفكر الإسلامي موقف الرفض للترويح عن النفس؛ فالنفس البشرية تملّ وتحتاج إلى ما يجدد نشاطها. إلا أنه يضع خطأً فاصلاً بين «الترويح المباح» الذي يجدد الطاقة ولا يخالف شرعاً، و«اللهو المحرم» الذي يُميت القلوب. فالترفيه في الإعلام الإسلامي ليس غايةً في ذاته، بل وسيلة تُمرّر من خلالها رسائل تربويةً وجماليةً ترتقي بالذوق العام، بعيداً عن الإثارة الرخيصة والابتذال اللفظي (عبد الله بن ناصر، 1425 هـ، ص 36-34).

ثالثاً: ضوابط الإعلام الإسلامي:

تشمل الضوابط الأخلاقية للإعلام الإسلامي: تحري الصدق والأمانة وتجنب التهويل. والالتزام بالعهدة اللفظية التزاماً بالتوجيه القرآني: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ [البقرة 83]. وعدم التطبيع مع الرذائل؛ فتكرار عرض النماذج السلبية نوعٌ من إشاعة الفاحشة التي حذر منها القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَنْ تَشِيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾ [النور: 19] (الصاوي، 1992، م، ص 42). ويُقيّم الفكر الإسلامي ظاهرة «استنساخ البرامج الغربية» باعتبارها مظهراً من مظاهر «الانهزام النفسي» والتبعية الحضارية؛ فاستيراد القوالب الإعلامية الجاهزة وتطبيقها دون تمحيص يُعدّ خيانةً لوظيفة الإعلام البنائي (عباس مصطفى صادق، 2008، م، ص 91-89).

المبحث الثاني: ظاهرة الاستنساخ البرامجي في الفضائيات العربية

يرصد هذا المبحث ظاهرة الاستنساخ البرمجي في الفضاءات العربية واقعاً وآليات وانعكاسات، ويقدم الاستراتيجيات الكفيلة بمواجهة التبعية القلبية وبناء إعلام عربي أصيل.

المطلب الأول: ماهية البرامج المستنسخة وأسبابها وبنيتها الفنية

أولاً: مفهوم الاستنساخ البرمجي: (Format Licensing)

ويُراد بالاستنساخ البرمجي امتلاك القنوات العربية لحقوق الفورمات من الشركات العالمية المنتجة؛ إذ لا يقتصر هذا القالب على الإطار العام للبرنامج بل يمتد ليشمل وثيقة تشغيلية تفصيلية (Bible) تُحدّد كلّ عناصر الإنتاج بدقة بالغة: من تصميم الاستوديو وأسلوب الإنارة وتحريك الكاميرات، حتى نصوص الحوار ومواضع المقاطع الإعلانية؛ وهذا ما يُحوّل البرنامج إلى نسخة منقولة تُهمّش البصمة الإبداعية المحلية (عباس مصطفى صادق، 2008م، ص-25). (27).

ثانياً: أسباب انتشار ظاهرة الاستنساخ:

لم يأت انتشار هذه البرامج من فراغ، بل كان نتيجة تقاطع مصالح اقتصادية وتقنية، أبرزها: تقليل المخاطر الإنتاجية إذ البرامج المستنسخة استثماراً مضمون النجاح (عبد العزيز بن صالح، 2024م، ص 115) وعُضْرنة الصورة والحق بالعالمية. وسدّ الفراغ البرمجي بجهد أقلّ. والضغط التنافسي (Trend Racing) بين القنوات. غير أنّ الإشكالية الجوهرية تكمن في أنّ القالب الغربي «ليس وعاء فارغاً، بل محمّل بالقيم والمنطلقات الفلسفية التي أنتجته (الأنصاري، 2005م، ص70).

ثالثاً: البناء الفني للبرامج المستنسخة أداة للتغريب:

يعتمد البناء الفني للبرامج المستنسخة على تقنيات «الإبهار البصري» التي تُغيّب العقل النقدي للمشاهد، والإيقاع البصري السريع (Fast-paced Editing) الذي يحرمه من لحظات التأمل (لوبون، 1991م، ص 78) كما تُصمّم الشخصية البرمجية نموذجاً لـ«التحرر والعالمية» مما يُسهّل التماهي النفسي للشباب (محمد عبد الحميد، 2004م، ص 245). وتستخدم آليات لتفكيك المنظومة القيمية ك: تفكيك الخصوصية عبر تلفزيون الواقع (29. مراد، 2002م، ص102)، والفردانية المطلقة التي تُهمّش قيم التكافل (الأنصاري، 2005م، ص 88)، وتغريب السياق بوضع المشاركين في بيئات تحاكي الأنماط الغربية (أحمد عبد الله، 2012م، ص 156)، فضلاً عن استغلال التفاعلية الرقمية لجعل الجمهور جزءاً من الآلة الترويجية للبرنامج (العشماوي، 2015م، ص 135). وقد كشفت الدراسات عن معوقات بنيوية تحول دون الإبداع المحلي، أبرزها: هيمنة رأس المال الإعلامي (عبد العزيز بن صالح، 2024م، ص115).

(، وغياب مراكز البحث والتطوير (R&D) فوزية محمود، 2023 م، ص 72)، والارتهان لمعايير « دليل التشغيل (Bible) » الذي لا يُتيح مساحةً للتعديل الجوهري (فوزية محمود، 2023 م، ص 79).

المطلب الثاني: الانعكاسات الثقافية والاجتماعية على الهوية العربية الإسلامية واستراتيجيات المواجهة

الانعكاسات الثقافية والاجتماعية على الهوية العربية الإسلامية:

تجاوزت البرامج المستنسخة كونها مجرد محتوى ترفيهي لتتحول إلى عاملٍ ضاغطٍ يُعيد تشكيل المنظومة القيمية في الفضاء العربي:

تآكل الخصوصية الثقافية والاجتماعية: أدى استنساخ برامج تلفزيون الواقع إلى اختراق مفهوم «الخصوصية» في المجتمع العربي وتراجع الحياء الاجتماعي (العشماوي، 2015 م، ص 145).
التبعية الثقافية واغتراب الأجيال الناشئة: تُرسخ هذه البرامج نظرةً إلى النمط الغربي بوصفه «النموذج الأمثل»، مما يُفرز فجوةً قيميةً بين الأجيال وحالةً اغترابٍ ثقافيٍّ (29. مراد، 2002 م، ص 115).

تسليع القيم: تُحوّل السلوكيات والمشاعر الإنسانية إلى سلعٍ استهلاكيةٍ، فيُفرغ المحتوى من طابعه التربوي الإنساني (سامي عبد العزيز، 2012 م، ص 98).

التفكيك الهادئ للمنظومة الأخلاقية: تتبّع هذه البرامج منهج التطبيع التدريجي حتى تتحوّل السلوكيات المرفوضة إلى مألوفةٍ مقبولةٍ، وهو الانكسار الأول في جدار المناعة الثقافية (الزقزوق، 2001 م، ص 60).

استراتيجيات المواجهة والرؤية المستقبلية للإعلام العربي:

تتطلب معالجة التبعية القلبية الانتقال إلى استراتيجياتٍ بديلةٍ ترتكز على تأصيل المحتوى الإعلامي: اعتماد « التبيئة الإبداعية (Localization) » التي تُعيد هيكلة البناء الدرامي وفق الأنساق القيمية المحلية (خالد بن عبد الله، 2025 م، ص 134) واستحداث « موائيق الشرف الإعلامي » للرقابة الذاتية (زينب يوسف، 2024 م، ص 92). وتأسيس حواضن الابتكار البرامجي (Incubators) لتطوير قوالب أصيلةٍ (خالد بن عبد الله، 2025 م، ص 141). وتطوير التشاركيات الإعلامية الإقليمية (إبراهيم النجار، 2023 م، ص 205). وتوطين الخبرات البشرية في هندسة المحتوى لصناعة « فورمات عربيّ » منافسٍ دولياً (إبراهيم النجار، 2023 م، ص 212)

المطلب الثالث: أبرز النماذج البرمجية المستنسخة في المشهد العربي حتى 2025 م

أبرز النماذج البرمجية المستنسخة في المشهد العربي حتى 2025 م:

شهد المشهد الإعلامي العربي خلال العقدین الأخيرین طفرةً نوعيةً في البرامج الترفيهية ذات القلب الغربي المُعَرَّب، ومن أبرزها (عباس مصطفى صادق، 2008 م، ص 135-130).

«ستار أكاديمي» «من ابتكار شركة» إندمول «الهولندية 2003) م: يقوم على فكرة تلفزيون الواقع إذ يعيش المشتركون معاً خمسة عشر أسبوعاً، ويُعدُّ من أخطر نماذج الاستنساخ لدمجه بين المسابقات الغنائية واختراق الخصوصية اليومية.

«أراب أيدول» عن النسخة العالمية: (Pop Idol) نموذجٌ لتسليع الموهبة الغنائية وتحويلها إلى سلعةٍ تجاريةٍ تخضع لمعايير السوق.

«ذا فويس» العربي عن النسخة الهولندية 2012 م: أسهم في ترسيخ معاييرٍ فنيةٍ غربيةٍ في الأداء الصوتي والتقييم، فأثّر في الذائقة الموسيقية العربية.

«أرابز غوت تالنت 2011) م: (يعمل على تعميم مفهوم» الاستعراض «هدفاً نهائياً للموهبة العربية.

«يلاً نرقص» عن النسخة الأمريكية: يتطلّب تماهياً كاملاً مع الأنماط الحركية الثقافية الغربية.

«ديل أور نو ديل» البريطاني الأصل: يروّج لثقافة الحظ والربح المحض بعيداً عن المهارة والمعرفة.

«دراج ريس 2021-2024) م: (يمثّل ذروة الاستنساخ الذي يستهدف تغيير الأنساق الثقافية والقيم الاجتماعية المتعلقة بالهوية.

قوالب البودكاست 2022) م: (تُتمّط الحوار الفكري العربي بأساليبٍ غربيةٍ معتمدةً على» العفوية المصطنعة.»

برامج المغامرة والبقاء 2023-2025) م: (تُكرّس قيمة» البقاء للأقوى «على حساب قيم التعاون والأخوة.

الخاتمة: النتائج والتوصيات

بعد استعراض ظاهرة استنساخ القوالب البرمجية في الفضائيات العربية وتحليلها في ضوء الفكر الإسلامي والثقافة العربية الأصيلة، خلصت الدراسة إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: النتائج

1. أثبت البحث أنّ ظاهرة الاستنساخ البرامجي تتمثل تبعيةً هيكليةً تكرس هيمنة الشركات الأجنبية على القرار الإنتاجي العربي، وهو ما يفتح الباب أمام الباحثين في الفكر الإسلامي لدراسة أثر هذه التبعية على منظومة القيم من زاويةٍ مقاصديةٍ متخصّصة.
2. كشف البحث أنّ اعتماداً اقتصاديات الأمان «دفع المؤسسات الإعلامية إلى تعطيل مراكز البحث والتطوير، وهي نتيجةٌ تستدعي بحثاً تطبيقياً مستقلاً يُعنى بدراسة العلاقة بين الهيكل التمويلي للفضائيات العربية والأداء الإبداعي.
3. أظهرت النتائج أنّ البرامج المستنسخة تعمل أداةً ناعمةً لإعادة صياغة القيم العربية وفق أنماطٍ استهلاكيةٍ وفرדانيةٍ وافدةٍ، مما يجعل دراسة آليات «التطبيع القيمي (Normalization)» في ضوء الفكر الإسلامي حاجةً بحثيةً ملحةً لم تُعالج كافيةً بعد.
4. أثبت الرصد أنّ المنصات الرقمية في المدة (2020-2025) م (لم تكن بديلاً إبداعياً بل عمّقت التبعية، وهو ما يُشير إلى فجوةٍ بحثيةٍ في دراسة «الاستنساخ الرقمي» و«مدى انعكاسه على الهوية الإسلامية بصورةٍ خاصة.
5. خلص البحث إلى أنّ البرامج المستنسخة أسهمت في إحداث فجوةٍ قيميةٍ بين الأجيال، مما يفرض على الباحثين في التربية الإسلامية دراسة «الفجوة القيمية الرقمية» وأثرها في التنشئة الأسرية والمدرسية.
6. أكّدت الدراسة وجود فراغٍ تشريعيٍّ في حماية الملكية الفكرية للقوالب البرمجية المحلية، مما يستوجب بحثاً قانونياً متخصّصاً يستند إلى مقاصد الشريعة في حفظ المال والهوية.
7. تبين أنّ توحيد الديكورات والمعايير الفنية للقوالب المستنسخة أدّى إلى تراجع الهوية البصرية المميّزة للشاشات العربية، وهذا الجانب الجمالي يحتاج إلى دراسةٍ مستقلةٍ تُعنى بفلسفة الجمال الإسلامي ودوره في بناء هويةٍ إعلاميةٍ متميّزة.
8. أكّد البحث أنّ قضية التغريب الإعلامي لا يمكن معالجتها دون رؤيةٍ إسلاميةٍ متكاملةٍ تجمع بين التأصيل الفقهي والتشخيص الفكري والتطبيق الميداني، وهو ما يفتح آفاقاً رحبةً أمام أطاريح الدكتوراه في تخصّصي الفكر الإسلامي والدراسات الإعلامية الإسلامية.

ثانياً: التوصيات

1. يُوصى الباحثون في الفكر الإسلامي بفتح مسارٍ بحثيٍّ متخصّصٍ يُعنى بـ«فقه الإعلام المعاصر» يُعالج النوازل الإعلامية المتجدّدة وفق مقاصد الشريعة الكلية، بدءاً من ظاهرة الاستنساخ البرامجي وصولاً إلى الاستنساخ الذكائي الاصطناعي للمحتوى.
 2. يُوصى بإجراء دراساتٍ مقارنةٍ بين المنظور الإسلامي الأصيل ومفاهيم «التيئة الإبداعية» (Localization) «الحديثة لاستخلاص إطارٍ نظريٍّ يُعيد تعريف» الإعلام الإسلامي الأصيل «بصورةٍ قابلةٍ للتطبيق في المؤسسات الإعلامية.
 3. يُوصى أقسام الفكر الإسلامي والدراسات الإسلامية في الجامعات العربية بتبني موضوع «أثر البرامج الفضائية المستنسخة في منظومة القيم الإسلامية لدى الشباب» بحثاً ميدانياً كمياً ونوعياً يُنجز على مستوى أطاريح الماجستير والدكتوراه.
 4. يُوصى بإنشاء قاعدة بياناتٍ بحثيةٍ متخصّصةٍ ترصد البرامج المستنسخة وتُصنّفها وفق درجة تعارضها مع مقاصد الشريعة، لتكون مرجعاً علمياً للباحثين وصنّاع القرار الإعلامي.
 5. يُوصى بتضمين مقرّر» الإعلام الإسلامي المعاصر «في مناهج تخصّصي الفكر الإسلامي وأصول الدين، يتناول ظاهرة الاستنساخ البرامجي بوصفها نموذجاً تطبيقياً لدراسة التغريب الثقافي في ضوء الفكر الإسلامي.
 6. يُوصى بتأسيس شراكةٍ أكاديميةٍ بين كليات التربية الإسلامية وكليات الإعلام في الجامعات العربية لإنتاج بحوثٍ مشتركةٍ تجمع بين العمق الشرعي والمنهجية الإعلامية في تشخيص ظاهرة التغريب الثقافي.
 7. يُوصى المؤسسات الإعلامية العربية بالاستعانة بمجالس استشاريةٍ من علماء الفكر الإسلامي عند تقييم أيّ قالبٍ برامجيٍّ وافدٍ، لضمان انسجامه مع مقاصد الشريعة في حفظ الدين والعقل والهوية قبل الترخيص له.
- وفي الختام، فإنّ مواجهة التغريب الإعلامي لا تكون بالانكفاء والمنع وحده، بل ببناء البديل الحضاري الأصيل القادر على منافسة المنتج الوافد جودةً وإتقاناً مع صون الهوية وثوابت الأمة . والله وليّ التوفيق.

المصادر والمراجع

أولاً: كتب السنة النبوية

1. البخاري، محمد بن إسماعيل) .د.ت .(صحيح البخاري) .تحقيق محمد زهير الناصر .(بيروت :دار طوق النجاة.
2. مسلم، أبو الحسين(1955) م .(صحيح مسلم .القاهرة :دار الحديث.

ثانياً: المصادر العربية الكلاسيكية

3. ابن منظور، محمد بن مكرم) .د.ت .(لسان العرب .بيروت :دار صادر.
4. السبكي، تاج الدين(1991) م .(الأشباه والنظائر) ط .(1بيروت :دار الكتب العلمية.
5. مجمع اللغة العربية(1972) م .(المعجم الوسيط .القاهرة :مجمع اللغة العربية.

ثالثاً: المراجع العربية المعاصرة

6. إبراهيم النجار(2023) م .(مستقبل التعاون الإعلامي العربي في عصر العولمة .دار الفكر.
7. أحمد عبد الله(2012) م .(البنية الفنية في الإعلام الفضائي .دار الفكر.
8. الأنصاري، محمد جابر(2005) م .(العولمة الثقافية .بيروت :دار الشروق.
9. الجميل، سيّار(2005) م .(العولمة واستراتيجيات التفكير .بيروت :دار النفائس.
10. الزفزوق، محمود حمدي(2001) م .(الإسلام في عصر العولمة) ط1
11. الصاوي، فاروق(1992) م .(فقه الدعوة الإسلامية والإعلام عند المودودي دار المنار الحديثة.
12. العشماوي، عبد الرحمن(2015) م .(التغريب الثقافي :الجزور والتداعيات .الرياض
13. المسيري، عبد الوهاب(2002) م .(العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة) ط 1
14. بن ناصر، عبد الله(1425) هـ .(الترويج في الإسلام :ضوابطه وأحكامه .دار التوزيع والنشر الإسلامية.
15. خالد بن عبد الله(2025) م .(استراتيجيات التبيئة في الإعلام الرقمي المعاصر .
16. زينب يوسف(2024) م .(مواثيق الشرف الإعلامي والسيادة الثقافية .بيروت :دار النهضة.
17. سامي عبد العزيز(2012) م .(القيم الاجتماعية والإعلام المعاصر .القاهرة :دار المعارف.

18. عباس مصطفى صادق (2008). م. (الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمّان
19. عبد العزيز بن صالح (2024). م. (اقتصاديات الإعلام العربي: التحديات والفرص. بيروت : دار المنهل.
20. عمر، أحمد مختار (2008). م. (معجم اللغة العربية المعاصرة) ط. (1) القاهرة: عالم الكتب.
21. فوزية محمود (2023). م. (صناعة البرامج التلفزيونية بين الأصالة والتقليد. المركز القومي للبحوث الإعلامية.
22. كرومي، بيداء صبيح). د.د.ت. (الإعلام وأهميته في المجتمع المعاصر] منشورة إلكترونياً
23. لوبون، غوستاف (1991). م. (سيكولوجية الجماهير) ترجمة: هاشم صالح) ط. (1) بيروت : دار الساقى.
24. محمد عبد الحميد (2004). م. (نظريات الاتصال وتأثيراتها) ط. (3) القاهرة: عالم الكتب.
25. محمد عبد الحميد (2010). م. (مفاهيم وتطبيقات الإعلام الرقمي) ط. (2) القاهرة: عالم الكتب.
26. محمد عبد القادر (2018). م. (مقاصد الشريعة والإعلام المعاصر: دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإسلامية، (45)، 80-98.
27. محمود كمال (2026). م. (الذكاء الاصطناعي وصناعة المحتوى الإعلامي. بيروت: دار المنهل.
28. مجمع الفقه الإسلامي الدولي (2007). م. (قرار رقم (18/11) بشأن عمليات التجميل. الدورة الثامنة عشرة، بوتراجايا، ماليزيا.
29. مراد، عبد الفتاح (2002). م. (الإعلام والقبول النفسية. الإسكندرية: دار الإشعاع.

رابعاً: المصادر الأجنبية

30. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Perspectives on media effects (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates.
31. Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Channels of group life. Human Relations, 1(2), 143-153.



References

1. Al-Bukhari, M. I. (n.d.). Sahih al-Bukhari (M. Z. Al-Nasser, Ed.). Dar Tawq Al-Najah.

2. Muslim, A. H. (1955). Sahih Muslim. Dar Al-Hadith.

Second: Classical Arabic Sources

3. Ibn Manzur, M. M. (n.d.). Lisan al-Arab [Tongue of the Arabs]. Dar Sadir.

4. Al-Subki, T. (1991). Al-Ashbah wa al-Naza'ir [Analogies and Parallels] (1st ed.). Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.

5. Arab Language Academy. (1972). Al-Mu'jam al-Wasit [The Intermediate Dictionary]. Arab Language Academy.

Third: Contemporary Arabic References

6. Al-Ansari, M. J. (2005). Al-Awlamah al-Thaqafiyyah [Cultural Globalization]. Dar Al-Shorouk.

7. Al-Jamil, S. (2005). Al-Awlamah wa Istratijiyyat al-Tafkir [Globalization and Thinking Strategies]. Dar Al-Nafaes.

8. Al-Zaqzouq, M. H. (2001). Al-Islam fi Asr al-Awlamah [Islam in the Age of Globalization] (1st ed.). Al-Shorouk Library.

9. Al-Sawi, F. (1992). Fiqh al-Da'wah al-Islamiyyah wa al-I'lam 'ind al-Mawdudi [Islamic Advocacy Jurisprudence and Media according to Al-Mawdudi]. Dar Al-Manar Al-Haditha.

10. Al-Oshmawi, A. R. (2015). Al-Taghrib al-Thaqafi: Al-Judur wa al-Tada'iyyat [Cultural Westernization: Roots and Implications]. Al-Obeikan Library.

11. Al-Masiri, A. W. (2002). Al-'Ilmaniyyah al-Juz'iyyah wa al-'Ilmaniyyah al-Shamilah [Partial and Comprehensive Secularism] (1st ed.). Dar Al-Shorouk.

12. Bin Nasir, A. (2004). Al-Tarwih fi al-Islam: Dawabituh wa Ahkamuh [Recreation in Islam: Its Rules and Provisions]. Islamic Distribution and Publishing House.

13. Bin Abdullah, K. (2025). Istratijiyyat al-Tab'iah fi al-I'lam al-Raqmi al-Mu'asir [Localization Strategies in Contemporary Digital Media]. Arab Media Center.

14. Yusuf, Z. (2024). Mawathiq al-Sharaf al-I'lami wa al-Siyadah al-Thaqafiyyah [Media Ethics Charters and Cultural Sovereignty]. Dar Al-Nahda.



15. Abdel-Aziz, S. (2012). Al-Qiyam al-Ijtima'iyah wa al-I'lam al-Mu'asir [Social Values and Contemporary Media]. Dar Al-Maarif.
16. Mustafa Sadiq, A. (2008). Al-I'lam al-Jadid: Al-Mafahim wa al-Wasa'il wa al-Tatbiqat [New Media: Concepts, Tools and Applications]. Dar Al-Shorouk.
17. Bin Saleh, A. A. (2024). Iqtisadiyyat al-I'lam al-'Arabi: Al-Tahaddiyat wa al-Furas [Arab Media Economics: Challenges and Opportunities]. Dar Al-Manhal.
18. Omar, A. M. (2008). Mu'jam al-Lughah al-'Arabiyyah al-Mu'asirah [Dictionary of Contemporary Arabic Language] (1st ed.). Alam Al-Kutub.
19. Mahmoud, F. (2023). Sina'at al-Bara'mij al-Tilfiziyyuniyyah bayna al-Asalah wa al-Taqlid [Television Program Production between Authenticity and Imitation]. National Center for Media Research.
20. Kromi, B. S. (n.d.). Al-I'lam wa Ahamiyyatuh fi al-Mujtama' al-Mu'asir [Media and Its Importance in Contemporary Society]
21. Le Bon, G. (1991). Sikusulujiyyat al-Jamahir [The Crowd: A Study of the Popular Mind] (H. Saleh, Trans.) (1st ed.). Dar Al-Saqi.
22. Abdel-Hamid, M. (2004). Nazariyyat al-Ittisal wa Ta'thirataha [Communication Theories and Their Effects] (3rd ed.). Alam Al-Kutub.
23. Abdel-Hamid, M. (2010). Mafahim wa Tatbiqat al-I'lam al-Raqmi [Concepts and Applications of Digital Media] (2nd ed.). Alam Al-Kutub.
24. Abdel-Qader, M. (2018). Maqasid al-Shari'ah wa al-I'lam al-Mu'asir: Dirasah Tahliliyyah [Objectives of Islamic Law and Contemporary Media: An Analytical Study]. Journal of Islamic Research, (45), 80-98.
25. Kamal, M. (2026). Al-Dhaka' al-Istina'i wa Sina'at al-Muhtawa al-I'lami [Artificial Intelligence and Media Content Production]. Dar Al-
26. International Islamic Fiqh Academy. (2007). Resolution No. 173 (18/11) regarding Cosmetic Surgeries. 18th Session, Putrajaya, Malaysia.
27. Murad, A. F. (2002). Al-I'lam wa al-Qawlabah al-Nafsiyyah [Media and Psychological Stereotyping]. Dar Al-Isha'a.

Fourth: Foreign Sources

28. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Perspectives on media effects (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates.
29. Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Channels of group life. Human Relations, 1(2), 143-153.