

صورة البطل في مُسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن

**The Image of the Hero in Most Popular Anime
Series in Jordan**

إعداد

آية شوكت العلاونة

إشراف

الدكتورة ليلى أحمد جرار

قدّمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2024

تفويض

أنا آية شوكت العلوانة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: آية شوكت العلوانة.

التاريخ: 2024 / 06 / 10.

التوقيع: Aya Sh

قرار لجنة المناقشة



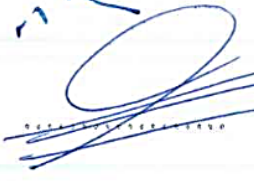

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ: صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في

الأردن.

للباحثة: آية شوكت العلاونة.

وأجيزت بتاريخ: 2024 / 06 / 10.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. ليلي أحمد جرار	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
د. هاني البديري	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. رامز أبو حصيرة	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. ناهدة مخادمة	عضوًا من خارج الجامعة	جامعة اليرموك	

شكرٌ وتقدير

(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ)

[الأعراف: 43]

أحمد الله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، ملئ السماوات والأرض على ما أكرمني به من إتمام هذه الرسالة التي أرجو أن تنال رضاه.

ثم أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان، إلى كلٍّ من: الدكتورة الفاضلة ليلي جرار حفظها الله، لتفضلها الكريم بالأشراف على هذه الدراسة، وتكرمها بنصحي وإرشادي وتوجيهي حتى إتمامها على أكمل وجه، وأود أن أقول لها كنت خير معلمة لي، أحاطني واحتضنتني بعلمها الواسع ورحابة صدرها، فشكراً لك.

وإلى كل من الدكتور رامز أبو حصيرة والدكتور محمود الرجبي، اللذان نصحاني خيرَ نصح، ولم يتوانيا عن إفادتي من بحر علمهم، حفظهما الله وأطال في عمريهما بالصحة والعافية.

إلى أعضاء لجنة المناقشة الكرام، وإلى أعضاء لجنة تحكيم الاستمارة الكرام، لما كان لهم من نصح وتوجيه

الباحثة

آية شوكت العلوانة

الإهداء

إلى السند والعضد والساعد زوجي الحبيب صديقي ورفيق دربي المهندس "عبد المجيد الجهني"

إلى روح أبي، مثلي الأعلى ومصدر فخري في هذه الدنيا " شوكت علاونة "

إلى أمي التي فُجعت بفقدان شريكها، وأصرّت على البقاء قوية من أجل أطفالها، وإتمام الطريق في التربية والحرص على تعليم أبنائها، أمي الصبورة الغالية، ذات القلب العطوف دُمتِ لنا الأم والأب " يسرى علاونة "

إلى أختي الغالية "تسنيم" وأخي الحبيب "محمد"

إلى نور عيني وبهجة أيامي وسنيني، ابنتي الجميلة " غزل"

إلى خالي الحنون الكاتب " جهاد علاونه" وعائلته اللطيفة

إلى عمي " والد زوجي " من كان لي بمثابة الأب الثاني " عبدالله نوران "

إلى صديقتي الجميلة الداعمة الصيدلانية "هاجر الديكي"

إلى شهداء فلسطين والمرابطين في أراضيها المحتلة

إلى كل من علمني حرفاً ... وساندني، حتى لو بابتسامة

الباحثة

آية شوكت العلاونة

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
تفويض.....	ب.....
شكرٌ وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
فهرس المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ط.....
الملخص باللغة العربية.....	ي.....
الملخص باللغة الإنجليزية.....	ك.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	2.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	3.....
رابعاً: أهمية الدراسة.....	3.....
خامساً: أسئلة الدراسة.....	4.....
سادساً: حدود الدراسة.....	4.....
سابعاً: مصطلحات الدراسة.....	5.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري.....	9.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	44.....
ثالثاً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.....	49.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: إجراءات الدراسة.....	53.....
ثانياً: المنهج المستخدم.....	50.....
ثالثاً: مجتمع الدراسة.....	51.....
رابعاً: عينة الدراسة.....	51.....

52 خامساً: أداة الدراسة

53 سادساً: صدق الأداة وثباتها

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

55 نتائج الدراسة

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

59 مناقشة نتائج السؤال الأول

61 مناقشة نتائج السؤال الثاني

63 مناقشة نتائج السؤال الثالث

64 مناقشة السؤال الرئيسي

66 التوصيات

قائمة المراجع

68 أولاً: المراجع العربية

72 ثانياً: المراجع الأجنبية

73 ثالثاً: المواقع الالكترونية

74 الملحقات

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
51	أبطال الأئمة الأكثر مشاهدة في الأردن.	1-3
55	السمات الإيجابية الأكثر تكراراً عند الأبطال.	2-4
56	السمات السلبية الأكثر تكراراً عند الأبطال.	3-4
57	القيم الإيجابية الأكثر تكراراً عند الأبطال.	4-4
59	مجموع السمات الإيجابية عند الأبطال.	5-5
61	مجموع السمات السلبية عند الأبطال.	6-5
63	مجموع القيم الإيجابية عند الأبطال.	7-5

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
75	استمارة تحليل المضمون	1
79	عناوين حلقات العينة ومدتها	2

صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن

إعداد: آية شوكت العلوانة

إشراف الدكتور: ليلى أحمد جرار

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن السمات الإيجابية والسلبية عند بطل الأنمي بالإضافة إلى القيم الإيجابية التي يتسم بها البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن. واعتمدت الدراسة على منهج الوصفي التحليلي ، بالتطبيق على عينة عشوائية منتظمة من مسلسلات الأنمي قوامها (75) حلقة، اختيرت على أساس استمارة استكشافية عرضت على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك " وخرجت بأكثر ثلاثة أنميات متابعة وشهرة في الأردن، وهم أنمي لوفي، ناروتو ، آرين، وخلصت نتائج الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الثلاثة أنميات، احتوت على العديد من القيم الإيجابية الجميلة مثل مساعدة الآخرين والصدقة ، أما عن السمات الإيجابية عند الأبطال فكانت سمة المرح والإصرار تظهر بقوة عند الأبطال ، أما بخصوص السمات السلبية في الأنمي فكانت سمة العنف هي السمة الأكثر تكراراً والأعلى نسبة بين الثلاثة أبطال. وخلصت الدراسة الحالية إلى نتيجة مهمة جداً مفادها، إن هناك نسق متكرر في شخصية البطل في الأنمي قد يؤدي إلى تكرار النمط من حيث السمات والقيم الموجودة بشخصيات الأبطال عند المتابعين. مما قد يفسر أحيانا زيادة نسبة العنف عند جيل المراهقين بالآونة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: الأنمي، صورة البطل، مسلسلات الأنمي.

The Image of the Hero in Most Popular Anime Series in Jordan

Prepared by: Aya Shwkat Alawneh

Supervised by: Dr. Laila Ahmad Jarrar

Abstract

The study aimed to uncover the positive and negative characteristics of the anime hero, in addition to the cultural values embodied by the hero. The study was based on a content analysis methodology, applied to a systematic random sample of anime series consisting of (75) episodes, selected based on an exploratory form displayed on the social networking site 'Facebook.' This resulted in the most followed and famous anime in Jordan, which are Luffy, Naruto, and Eren. The study concluded with a set of findings, the most important of which are: the three anime contained many beautiful positive values such as helping others and friendship. As for the positive traits of the heroes, the characteristics of humor and determination were strongly present among the heroes. Regarding the negative traits in anime, the trait of violence was the most recurring and had the highest percentage among the three heroes. The current study concluded with a very important result, indicating that there is a recurring pattern in the hero's personality in anime that may lead to the repetition of the pattern in terms of traits and values found in the heroes' characters among the Audience. This could sometimes explain the recent increase in the rate of violence among young adults.

Keywords: Anime, Hero Image, Anime Series.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

تعد الرسوم المتحركة أحد أشكال الوسائط التي تستهدف الأطفال بشكل خاص، ولكن مع تطور التكنولوجيا التي تستخدمها اليابان في صناعة الرسوم المتحركة اليابانية (وتسمى الأنمي)، اتسعت رقعة اتساعها لتشمل فئة جماهيرية أكبر؛ من مراهقين ذكور وناث. وقد ساهم ذلك بشكل كبير في نمو اقتصادها وثقافتها، فهي تعكس الثقافة اليابانية لأن الرسوم المتحركة فريدة من نوعها بجودة إنتاجها العالية ودقة رسوماتها، إذ يوحي إليك أحياناً بأن الرسوم في بعض الأنميات تبدو كأنها حقيقية وتعتبر فئة المراهقين الفئة الأكبر إقبالاً على مشاهدة الأنمي والتي تعد من أهم المراحل العمرية التي يمر بها الإنسان وتتميز بالكثير

من التغيرات الجسدية والنفسية مع انتقال المراهق من عالم الطفولة إلى عالم البلوغ (عبد النور، 2023).

في الآونة الأخيرة، اجتاحت الأنمي حياتنا اليومية بشكل ضخم، وقد وجد المراهقون طريقة للتأثر بالأنمي ومتابعته، وأصبح الأنمي جزءاً من أحاديثهم وحياتهم، وهو ما دفعنا إلى دراسة هذه الظاهرة ومدى تأثيرها.

في الوقت الحاضر، وفي عالمنا العربي، أصبحت ظاهرة مشاهدة الأنمي بارزة بين الجيل العربي، الذي بدأ يطلق على نفسه اسم "مجموعة أوتاكو"، وهي كلمة تعني "الأشخاص المهووسين والمحبين للأنمي أو المانغا". إلا أن الاتاكو العرب مختلفة عن "أوتاكو اليابان". فهي مجموعة

لا تحظى بشعبية هناك لأنها بالإضافة إلى كونها مجموعة متهمة بشكل أساسي بارتكاب جرائم جنسية، فإنها تعتبر أيضاً مجتمعاً موازياً يحتوي على العديد من العيوب (الكعبي، 2021).

وفي العالم العربي، لا يأخذ بهذا المعنى المتطرف لمحبين الأنمي، بل يُنظر إليه على أنه سبب لترابط أفراد من ذوي اهتمامات مشتركة. حيث يتنافسون لمعرفة آخر مستجدات أعمال الأنمي الياباني بفخر وحماس. أما العامل المشترك الوحيد بين جماعات الاتاوكو العرب واليابان، هو الهوس في المتابعة وحفظ أدق تفاصيل أعمال الأنمي (wang.2023).

ويجدر الإشارة إلى ثقافة الأنمي أصبحت الوجه الإعلامي الأكثر شهرة لليابان، حيث يقول (دوريون تشونغ) كبير المشرفين على متحف (M+) في هونغ كونغ بأنه يوجد لدى الأنمي متابعين مثل "الروك اند رول" و "سينما هوليوود" وأضاف قائلاً: " من الممكن الجدل بأن الأنمي من أولى الثقافات العالمية وأسعها نطاقاً" (الكعبي، 2021).

ثانياً: مشكلة الدراسة

إن الصور النمطية الشائعة المتداولة عن الرسوم المتحركة انها عروض ترفيهه موجهه للأطفال، ولكن هذا الحصر أصبح يتوسع تدريجياً. فقد تطورت التكنولوجيا وأصبحت تقنيات الرسم تتميز بدقة عالية، إضافة إلى وجود الحكمة بالقصة، وتعقد الأحداث جعلت الجيل المراهق ينجذب إليها. وقد تعددت تصنيفاته، وأصبح "الأنمي" يشمل جميع الفئات العمرية والميول الشخصية.

وأن هذا التعلق لابد إن يؤدي إلى تأثير على شخصياتهم بصورة إيجابية أو سلبية، ومن هنا فقد قامت الدراسة الحالية بعمل حصر لتحديد أهم ابطال الأنمي بالنسبة للشباب الأردني، ومن ثم تحليل هذه الشخصيات؛ لتوقع تأثيرها على بناء شخصيات الشباب في الأردن.

إضافة إلى ذلك يلاحظ اختلافات كبيرة في تفسير حالة الانمي وأثره على الجمهور المتلقي؛ فأصبح هناك تيار يغالي في التحمس له، يواجه تيار آخر يشكك في تأثيرات الأنمي ويحاربه، وتيار ثالث لا يستطيع تكوين موقف وأضح من الانمي لجهله في الأمر.

وبناء عليه قامت مشكلة الدراسة، على دراسة صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي، إلى معرفة صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن، وللوصول إلى هذا الهدف لا بد من تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

1. معرفة السمات الإيجابية عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن.
2. معرفة السمات السلبية عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن.
3. معرفة القيم الإيجابية الموجودة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن.

رابعاً: أهمية الدراسة

بعد الحرب العالمية الثانية، كانت الصورة المكتسبة للجيش الياباني، صورة وحشية، إذ قاموا بالعديد من المجازر والقتل للجماعي - للبدان التي احتلوها -، مثل "مذبحة نانجنغ". فقررت دولة اليابان بعد انتهاء الحروب السعي لتخفيف الصورة البشعة عنها، بل مسحها نهائياً؛ فجاءت هنا فكرة " الأنمي " الرسوم المتحركة اليابانية، برسم لطيف ومحبيب وبأفكار عصرية وجذابة للمشاهدين. وحسب دراسات سابقة، قُدرت صناعة الأنمي بأكثر من ثلاثة عشر مليار دولار، وقد ساعدت الأنمي أيضاً على تعزيز سياحة اليابان.

بالإضافة إلى ان اليابان صرحت إنها ستقوم خلال عشر السنوات القادمة بصرف ما يزيد عن عشرين مليار دولار على الأنمي بحلول عام 2023.

وشيناً فشيناً اتسعت الرقعة الجماهيرية للأنمي في العديد من بلدان العالم، إذ يوجد حسب إحصائيات ملايين المتابعين للأنمي حول العالم.

وبناء على ذلك تكمن أهمية الدراسة الحالية، بالانتشار الكبير للأنمي في العالم والبلدان العربية. الا أن المضامين التي تبث عبر الأنمي يوجد بها العديد من الأمور الإيجابية والسلبية على حد سواء، فمن سلبيات الأنمي مثلاً العادات الثقافية لبلد اليابان التي لا تناسب المنظومة الثقافية للبلدان العربية، واحتواء الأنمي على مشاهد العنف والايحاءات الجنسية.

خامساً: أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي المستقل وهو: " ما هي صورة

البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟"

وللإجابة على هذا السؤال لابد من الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما السمات الإيجابية الشائعة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟
2. ما السمات السلبية الشائعة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟
3. ما القيم الإيجابية الموجودة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟

سادساً: حدود الدراسة

الحد المكاني: الأردن

الحد الزمني: الفصلين الدراسيين الأول والثاني من العام الجامعي (2023-2024)

الحد البشري: فئة الشباب في الأردن من الفئة العمرية (18-30)

سابعاً: مصطلحات الدراسة

❖ الصورة

لغة: هي الشَّكْلُ والهِئَةُ، وصُورَةُ كُلِّ مَخْلُوقٍ: هَيْئَةُ خَلْقِهِ. والصُّورَةُ أيضاً: الصِّفَةُ، ومنه قَوْلُهُمْ: صُورَةُ الشَّيْءِ، أي: صِفَتُهُ. وتأتي بِمعنى ما يُرَسَمُ في الدِّهْنِ، وكُلُّ ما أُخِذَ عن الأَصْلِ ونُقِلَ مِنْهُ فهو صُورَةٌ. ومن مَعَانِيهَا: الحَقِيقَةُ. والجَمْعُ: صُورٌ (معجم المصطلحات الشرعية، 2017).

اصطلاحاً: تعرف بأنها طريقة تعتمد على التجسيد للتعبير عن أفكار الصحفي، والتي يمكن تحقيقها من خلال التعبير الكامل عن الصورة أو نقطة جزئية. والصورة أصلها أدبي فيمكن تشكيلها من الاستعارة والتشبيهات. وعلاوة على ذلك يمكن التعبير عنها بالعبارات أو الفقرات، التي تبدو ظاهرة وصفية بشكل خاص، يوحي ببعض الخيال الزائد عن الحاجة (عبادي ورزبوق، 2018).

وتعرف أيضاً بأنها نسخة مستخرجة من وثيقة أصلية أو نسخة محاكية لها، أي أنها تسجل تفاصيل لكل الخصائص والبيانات المادية للوثيقة أو الشخص المراد تصويره (العبد لله، 2014).

وتكون الصورة طبق الأصل إذا تم الحصول عليها عن طريق التصوير الطباعي، فإن الصورة تكون مطابقة لنفس الأصل بقدر الإمكان بحالتها المادية (الفار، 2014).

التعريف الإجرائي لصورة بطل الانمي

- يقصد بصورة البطل في الأنمي مجموعة من التصورات والانطباعات التي ظهر بها البطل في مسلسلات الانمي (لوفي، نارتو، آرين) سواء كانت صورة إيجابية أم سلبية تعكس الواقع أو تخالفه.

❖ الأنمي

اصطلاحاً: هي كلمة يابانية مشتقة من الكلمة الإنجليزية Animation، وفي اللغة اليابانية يشير إلى مصطلح أنمي إلى جميع أنواع الرسوم المتحركة التي تنتجها دولة اليابان فقط، وغالباً ما يتم تمييز هذه الرسوم المتحركة عن غيرها، بحيث تتميز في أسلوب تم تطويره في اليابان قبل القرن العشرين (الكعبي، 2021).

إجرائياً: يقصد بالرسوم المتحركة اليابانية في هذه الدراسة الرسوم المتحركة ذات الإنتاج الياباني، التي تمت دبلجتها أو ترجمتها وتسويقها خارج اليابان، من خلال عرضها على شاشات التلفاز أو مواقع الانترنت في الأردن.

❖ البطل

تتعدد المفاهيم التي تعرف البطل، ومن هذه التعريفات:

هو الشخص الذي يمثل نقطة التمركز والتمركز في التكوين الأدبي والفني، وعادة ما يكون مؤهلاً لتعاطف الجمهور، وشخصيته تتأرجح بين السلبية والإيجابية، وهو الشخصية الرئيسية في الدراما (علون، 2006).

إجرائياً: هو الشخصية الرئيسية في مسلسلات الأنمي التي قامت الدراسة بتحليل صفاته وقيمه الإيجابية والسلبية.

❖ المسلسل

اصطلاحاً: قصة أو موضوع يقدم في حلقات متتابعة "مسلسل إذاعي/ تليفزيوني"، فيلم مسلسل: فيلم ذو حلقات، ذو حوادث مرتبطة بعضها البعض (عمر، 2008).

إجرائياً: هي مجموعة حلقات الانمي التي تعبر عن أفكار ومضامين وقضايا الكاتب أو رسام الأنمي التي يراد نقلها للجماهير.

❖ القيم

لغة: جاء في اللسان " القيمة: واحدة القيم، وأصله واو، لأنه يقوم مقام الشيء". والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم (ابن منظور). ويقال " ذلك دين القيمة " إي دين الأمة القيمة (معلوف، 2006).

اصطلاحاً: القيم هي مفهوم أو تصور صريح أو ضمني يميز الفرد خاصة بجماعات ويؤثر في اختيار أساليب العمل ووسائله وأهدافه (كبارة، 2003).

وتعرف أيضاً على أنها مجموعة من الأحكام التي يصدرها الأفراد حول بيئتهم الإنسانية والاجتماعية والمادية. هذه الأحكام هي في بعض النواحي، نتيجة تقويم الفرد أو تقديره، ولكنها في الأساس نتاج اجتماعي يتم استخدامه كحاكاة ويمكن تحديده بالتفصيل (العريشي والدوسري، 2015).

إجرائياً: هي مجموعة من الثوابت يرتبط بها أفراد المجتمع ويرتبطون ببعضهم من خلالها، ويتم توارثها جيلاً بعد جيل إلى أن تصبح تلقائياً جزء من سلوكهما لاجتماعي ونمط حياتهم، وتحدد بنية تفكيرهم وطريقة شخصياتهم. وفي الدراسة الحالية هي كل قيمة إيجابية ظهرت بصورة البطل مثل: مساعدة الآخرين.

❖ السمات

لغة: علامة وتأشيرة "سمة دخول"، ويقال سمة شخصية: ما يمكن الاعتماد عليه فالتفريق بين صفات شخص وآخر. وتعرف أيضاً بأنها " الأثر الذي يدل على شيء " سمة عبقرية، سمة اجتماعية" (عمر، 2008).

اصطلاحاً: هي الصفة العقلية أو الجسمية أو الاجتماعية سواء كانت صفة فطرية أم مكتسبة يتميز بها الشخص عن غيره، وتعبّر عن استعداد ثابت نسبياً لنوع معين من السلوك (نظرية السمات والعوامل).

إجرائياً: هي الصفة الظاهرة على بطل الأنمي نتيجة الملاحظة، فيمكن إن يتم تصنيفه بأنه شخص ذكي أم غبي، لديه استعدادات للعنف، للغضب، هادئ، مرح .

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

تستعرض الدراسة في إطارها النظري، النظرية التي استعانت بها، والأدب النظري، والدراسات السابقة.

نظرية الغرس الثقافي

تعرف عملية الغرس الثقافي بأنها "عملية زرع مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، وقد أصبح مصطلح الغرس منذ السبعينات عنواناً لهذه النظرية التي حاولت تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون باعتبار التلفزيون حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية".

وعليه يمكن وصف عملية الغرس بأنها ظاهرة معرفية تتعلق بدور التلفزيون في اكتساب الفرد قيماً واتجاهات معينة، وهي تعلم عرضي غير مقصود، يكتسب المشاهدون من خلالها بدون وعي الأفكار والحقائق والقيم المتضمنة في عالم التلفزيون على مدى زمني طويل نسبياً، لتشكل هذه الحقائق بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها المشاهد عن العالم الحقيقي (عمارة، 2008).

ويرى الدكتور حسن عماد مكاوي أنها: "تعتبر تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة

وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة كبيرة" (إسماعيل، 2003).

نشأة نظرية الغرس الثقافي

ترجع أصول النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جرينر، الذي بحث في تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية في إطار مشروعه المتعلق بالمؤشرات الثقافية (إسماعيل، 2003). ونتيجة لذلك، تعتبر هذه الدراسات الأساس النظري الذي استمدت منه نظرية الغرس الثقافي، حيث يرى جرينر أن وسائل الإعلام تنقل رسائل إعلامية عديدة للجمهور، ولها تأثير على رؤيتهم وفهمهم للأحداث والقضايا والأشخاص من حولهم، وترى نظرية الغرس أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على سلوك المتلقين، وذلك بقدرتها على تنمية الأنماط الثقافية. وتنفرد هذه النظرية بطرح تقديم تصور لطبيعية دور وسائل الإعلام في تعزيز الحقيقة الرمزية والصور الذهنية للواقع الحقيقي، خاصة التلفزيون (Ball, 1985).

وتدرس هذه النظرية تأثير الواقع كما تقدمه وسائل الإعلام، وقد استمدت هذه النظرية من قلق الرأي العام الأمريكي على المستوى الوطني بشأن آثار العنف الذي ميز فترة الستينيات والسبعينيات. وأصبحت دراسة العنف على شاشة التلفزيون مستحوذة على تفكير الشعب الأمريكي، وقد نتج ذلك عن محاولتين فيدراليتين لفهم المشكلة. فقد اتخذ الرئيس الراحل جونسون قراراً بتشكيل لجنة للتحقيق في أسباب العنف ومحاولة منعه، أما القرار الثاني فقد اتخذته الكونجرس الأمريكي لتحويل القيام ببحث شامل عرف فيما بعد باسم تقرير الجراح العام المشهور، وتضمنت تقارير اللجنتين وصفاً شاملاً ومفصلاً لحجم وتنوع أعمال العنف التي تم تصويرها على شاشة التلفزيون خلال تلك الفترة. لم يكن الهدف أن يتحول تحليل المحتوى إلى تقرير يصف بالأرقام عن عدد

أشكال العنف التي عُرضت على شاشة التلفزيون بتلك الفترة. وكانت النتيجة أن أظهر التلفزيون قدرًا كبيرًا من العنف.

واستمر اهتمام الرأي العام على نطاق موسع بمشكلة العنف في التلفزيون، لذلك قام جرينر ومساعدوه بإجراء تقييم سنوي للموضوع في السبعينات والثمانينات، ذكروا فيه كمية العنف المعروضة في التلفزيون على شكل سنوية للعنف (جرينر، 2018).

وقد تمكن فريق جرينر من تطوير إطار نظري وإستراتيجية تجريبية فيما يتعلق بتأثير العنف التلفزيوني على المعتقدات، كما تم توسيع نطاق اهتمامهم ليشمل دراسة جوانب أخرى من السلوكيات التي عُرضت على شاشة التلفزيون. وكانت استنتاجاتهم التي توصلوا إليها ذات أهمية كبيرة، خاصة تلك التي تشير إلى أن التلفزيون هو أحد أهم المصادر الإعلامية في التأثير على السلوك والمعتقدات (جرينر، غروس، 2018).

صاغ فريق جرينر مصطلحات جديدة تشير إلى مفهوم قدرة وسائل الإعلام على التأثير على معتقدات وسلوك الإنسان، وفي ذلك إشارة إلى "نظرية الاتجاه السائد" التي كانت ترى أن الهدف الرئيسي للتلفزيون كان ينحصر في تثقيف الناس (ديفلير وآخرون، 2004).

فقام جرينر بإدخال تعبيرات جديدة تخطت ما قدمته النظريات القديمة التي كانت سائدة آنذاك، والتي كانت محصورة في نطاق التقاليد القديمة التي تتحدث عن نموذج المعنى ونظريات التركيب الاجتماعية (ديفلير وآخرون، 2004).

لذلك يمكن القول بأن عملية الغرس هي نوع من التعلم العرضي، الذي يكون نتيجة التعرض المستمر لوسائل الإعلام، وخاصة التلفاز، حيث يتعرف مشاهد التلفاز دون وعي على حقائق الواقع

الاجتماعي، لتصبح تدريجياً أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي. وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجه من تأثيرات التلفزيون إلى الجمهور المتلقي، ولكنها جزء من عملية ديناميكية مستمرة للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وهي ذات صلة بالمرحلة العمرية، فأن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو الأطفال اللذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك المجموعات المهمشة أو الأقليات (صلوي، 2012).

وعليه تركز نظرية الغرس الثقافي على التلفزيون أكثر من غيره من الوسائل الأخرى، حيث بدأت هذه النظرية بدراسات عديدة نشرت في خمس مجلدات نشرت تحت عنوان "التلفزيون والسلوك الاجتماعي". ونتائج تلك النظرية هي التي صاغت معالم نظرية الغرس الثقافي (البشير، 2014). ويمكن استخدام هذه النظرية في دراسة وسائل الاتصال في البيئة الاتصالية الجديدة بالرغم من تركيزها على التلفزيون (صالح، 2019).

ويرى ميلفن ديفلر أن نظرية الغرس الثقافي يمكن إرجاعها إلى الصور الذهنية عند والتر ليبمان، والتي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى غموض الحقائق، وتشويه المعلومات، وسوء فهم الواقع. وبناءً على هذا الفهم، حاول ديفلر تطوير نظرية "الأعراف الثقافية"، والتي تشبه إلى حد كبير نظرية الغرس الثقافي، وفي أواخر الستينيات مر المجتمع الأمريكي في اضطرابات بسبب مظاهر العنف والجريمة وذلك في أعقاب اغتيال مارتن لوتر كينج وكيندي. وفي عام 1968، أنشأت الولايات المتحدة لجنة وطنية لدراسة أسباب العنف والوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك (Ball, 1985).

وأكد جرينر في دراساته على تأثير التلفزيون وسيطرته على قطاعات واسعة من الجمهور، وتشكيل تصوراتهم وإعادة بناء الواقع الاجتماعي. وبذلك تكمن أهمية التلفزيون في العلاقة بين التعرض للمحتوى التلفزيوني والأفكار المكتسبة، حيث تظهر هذه الأهمية في القيم والتصورات التي يدركها الجمهور عن الواقع الاجتماعي. وهنا يكون دور التلفزيون هو إعادة تعزيز هذه القيم الموجودة بالفعل في المجتمع أو خلق قيم أخرى جديدة، وبذلك أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون شيئاً يعتمد عليه الأفراد في علاقاتهم مع الآخرين. ويعود ذلك بحسب جرينر إلى أن التلفزيون أصبح مركزاً جماهيرياً كبيراً وأصبح تأثيره مسيئاً في عملية التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المشاهدين بما يعرضه من نماذج مكررة ونمطية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة (جرينر، 1978).

يرى جرينر أن وسائل الإعلام تعزز وتضخم المواقف والمعتقدات والقيم الموجودة بالفعل في الثقافة. وتسعى إما إلى الحفاظ على هذه القيم أو الترويج لها بين أفراد الثقافة أو غرس الآراء في مختلف القضايا، وخاصة القضايا السياسية (بوطبل، 2021).

وأعتبر عروس بأن التلفزيون كان السلاح الثقافي للنظام الصناعي القائم، وبالتالي كان دوره الأساسي هو الحفاظ على المعتقدات والسلوكيات التقليدية واستقرارها وتعزيزها بدلاً من تغييرها أو تهديدها أو إضعافها (جرينر، 1978).

وبذلك فقد قام جرينر بدراسة ما إذا كانت وسائل الإعلام تغرس مجموعة من المعتقدات والتصورات الاجتماعية حول المجتمع وتتحرى عنه. فيما إذا كان مشاهدو التلفزيون يعتقدون أن الصور التي يرونها على الشاشة تمثل الواقع كثيراً، كما أوضح جرينر وزملاؤه أن المحتوى التلفزيوني له مجموعة من المؤثرات، ومن المرجح أن يتأثر الأشخاص الذين يشاهدون التلفاز

بشكل كبير أكثر من الأشخاص الذين يشاهدون التلفاز بشكل أقل. خاصة فيما يتعلق بالمواضيع التي يكون لدى المشاهد خبرة بسيطة بها. وهذا ما يفسر اعتماد الأطفال وتأثرهم أكثر بما يشاهدوه على التلفزيون (إيفرا،1990). على الرغم من أن (هوكيز وبنجر) يجادلان بأن بعض الأطفال قد لا يختبرون تأثير الغرس على الإطلاق.

ومن خلال هذه الدراسات، وضع جرينر مشروعه الخاص بالمؤشرات أو المعالم الثقافية، الذي يهدف إلى التأكد من قيام هذه العلاقة، من خلال دراسة ثلاث مكونات أساسية (محمد،2004):

1. العمليات المؤسسية التي تشارك في إنتاج المحتوى الإعلامي.

2. الصور الذهنية المستمدة من وسائل الإعلام

3. العلاقة بين التعرض للتلفزيون ومعتقدات الجمهور وأنماط السلوك.

ولتطبيق نظرية الغرس الثقافي على ظاهرة أو موضوع معين، لا بد من استخدام عدد من الخطوات:

1. تحليل المضمون الذي تعتمد عليه النظرية بالمقام الأول يسعى لوصف عالم التلفزيون

وما يعرضه للجمهور. على سبيل المثال، بعد تطبيق نظرية الغرس الثقافي فيما يتعلق

بموضوع العنف في التلفزيون، كانت النتائج أن العنف التلفزيوني أكثر بكثير من

العنف في الحياة الحقيقية (بوظيل،2021).

2. إنشاء استمارة الاستبانة لقياس كيفية تعرض الجماهير للبرامج التلفزيونية وكذلك التعرف على

معتقداتها وآرائها قبل وبعد التعرض لقياس الفروق.

في مقابل ذلك ترى نظرية الغرس الثقافي أن التعرض المكثف للجمهور يؤدي إلى إن يتصور

المشاهد العالم كما يقده التلفزيون وليس كما هو فعلاً. وبهذا يسيطر التلفزيون على بنية الرموز

ويغرس الوضع القائم ولا يجابهه (Griffin,2009).

3. قياس تأثير هذه الرسائل على الجماهير.

فروض نظرية الغرس الثقافي ودعائمها والنماذج المفسرة لها.

تقوم هذه النظرية على افتراض رئيسي وهو:

إن تعرض الأفراد لساعات طويلة من مشاهدة التلفزيون يجعلهم أكثر قدرة على تبني معتقدات وصور عن الواقع الاجتماعي وفقاً لما يصوره التلفزيون من أفكار ونماذج وصور ذهنية عن العالم الحقيقي الذي يعيش فيه الأفراد (جرينر، 1986).

وتقوم نظرية الغرس الثقافي على مجموعه من الفرضيات الفرعية:

- يوجد ارتباط قوي بين حجم مشاهدة التلفزيون وتصورات المشاهدين للواقع الاجتماعي، ونتيجة لذلك، تكون الصورة المدركة لدى كثيفي المشاهدة أكثر ارتباطاً بعالم التلفزيون من العالم الحقيقي (عمارة، 2008). بمعنى إن الجمهور المشاهد بكثافة للتلفزيون يستقي كل معلوماته ووجهات نظرة حول الحياة والمجتمع من هذه الوسيلة، فيصبح خاضع لما يبثه التلفزيون دون غيره (بوطبل، 2021).

- وفيما يتعلق بالفئة العمرية، يكون تأثير التلفزيون أكبر على الأطفال الذين ما زالوا في مرحلة تطوير القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال، وكذلك على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة، أو الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة (محمد، 2004).

- "إن التلفزيون ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، فالناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واعي عبر التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لهذا العالم الذي يقدمه التلفزيون" (عمارة، 2008).

- يعتمد الأفراد في المجتمعات الحديثة بشكل أساسي على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، وخاصة التلفزيون، الذي يشكل ثقافة جماهيرية تكوّن وعياً مشتركاً للناس، بمعنى إن ثقافة الناس تتشكل غالباً عبر التلفزيون (السيد ومكاوي، 1998).

- إن زيادة التعرض لوسائل الإعلام يجعل المتلقي أو المشاهد يكتسب مجموعة من الأعراف والأفكار والصور التي تشكل له واقع رمزياً يختلف عن الواقع الحقيقي في البيئة الاجتماعية.
(صلوي، 2012).

الأسس التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي

1. يعد التلفزيون وسيلة تساهم في عملية الغرس أكثر من وسائل الاتصال الأخرى:

وذلك لأن التلفزيون يعتبر من أكثر الوسائل شيوعاً في المنزل، والتي تسهل عملية التعرض له، كما أنه يلعب دوراً أكبر في تربية الأطفال أكثر مما تقوم به وسائل الاتصال الأخرى. على سبيل المثال، إذا ربطنا وسيلة التلفاز بالأطفال نجد أن هناك علاقة قوية بين هذه الوسيلة وبين الأطفال الذين يتابعونها منذ ولادتهم، لأنّ التلفاز يحتوي على صور وألوان وأفعال تجعل الأطفال ينجذبون إليه، إضافة لتصويره مجموعة من القصص التي تجعل الطفل يخصص معظم وقته لمتابعته، وسهولة استخدام التلفزيون عن غير من الوسائل المطبوعة التي تقتضي القراءة والكتابة أو الوسائط المسموعة فقط مثل الراديو، التي تجبر المستمعين على استخدام مخيلتهم (السيد ومكاوي، 1998).

2. خلق الإعلام الاتجاهات السائدة في المجتمع

"فالغرس عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توحد الاستجابة لأسئلة ومواقف معينة، لا ترتبط بالحقائق والمعتقدات المنعزلة وتأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التلفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقاة" (عيد، 2010).

"ويعبر الاتجاه السائد في المجتمع عن الأمور الأكثر عمومية واستقرار فهو يمثل الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني والافتراضات المشتركة، كما يشتمل على كل الأمور المعارضة والفرعية، وبسبب الدور الفريد الذي يقوم به التلفزيون في الحياة اليومية، فإنه يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع، فهو يقدم عادات يومية وصور ذهنية يشترك فيها ملايين البشر من كل الطبقات والاهتمامات، كما يتيح التلفزيون قائمة محدودة من الاختيارات التي تعكسها البرامج عبر تنوع غير محدود من الاهتمامات والشخصيات" (السيد ومكاوي، 1998). ويعمل الإعلام على خلق اتجاه

سائد يبرز من خلاله ثقافة المجتمع والأسس والمبادئ التي يقوم الواقع الاجتماعي من جهة، وبقل من الاختلافات في الآراء ووجهات النظر والمواقف وسلوكيات المشاهدين من جهة أخرى (بوطبل، 2021).

3. الاعتماد على تحليل مضمون الرسائل الإعلامية لتقديم المفاتيح الخاصة بالغرسة:

تفترض نظرية الغرسة الثقافي القيام بتحليل المحتوى الإعلامي ذي الصلة بالموضوع قيد الدراسة، إذ يساهم تحليل المحتوى في الكشف عما يحتويه عالم التلفزيون أهم تحليل المحتوى في الكشف عما يحتويه عالم التلفزيون (بوطبل، 2021).

"وهناك مطلبان أساسيان في عملية التحليل الأول هو صياغة الأسئلة التي تكشف إجاباتها عن العالم الواقعي أو الحقيقي، والثاني هو الأسئلة المقارنة التي تكشف عن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون، وبالتالي يمكن أن تصل إلى الاتجاه السائد الذي يرسمه التلفزيون في المجالات المختلفة والصور الرمزية التي يهدف إلى غرسها في أذهان المشاهدين" (محمد، 2004). وفي هذه الدراسة سيتم التركيز على دراسة العالم الذي يقدمه الإعلام عبر صورة البطل في مسلسلات الأنمي.

4. الكشف عن مساهمة الإعلام في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد عبر تحليل الغرسة:

تتمثل الوظيفة الرئيسية لنظرية الغرسة الثقافي في الكشف عن تأثير الإعلام على الجمهور، نتيجة تعرضه بشكل مستمر لقصص متكررة، وأفكار متشابهة، ومواقف واتجاهات موحده يجذب عبرها المشاهدين. الأمر الذي يؤدي إلى خلق اتجاه سائد بين المشاهدين من خلال خلق حالة من الاتفاق والتجانس بينهم. ويمكن تشبيهه ذلك إلى حد ما باجتماع الأفراد على وجهة نظر واحدة، فكر واحد، دين واحد...، وعليه، يخلق التعرض الكثيف للإعلام وجهة نظر موحده لدى الجمهور،

ويلغي الطبقيّة أو الفوارق الاجتماعيّة، ويجمع الأفراد تحت سقف فكري واحد (بوطبل، 2021). ومن هنا انطلقت مشكلة الدراسة الحاليّة، التي تقوم على دراسة صورة البطل في مسلسلات الأنمي وتوقع نتائج التعرض لهذه الصورة عند المتلقين.

5. زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية تبعاً للمستحدثات التكنولوجية

أدى التطور المتزايد في عالم التكنولوجيا ووسائل الاتصال كنظم الكابلات ونوعية الصورة عالية الدقة، وتنوع القنوات التلفزيونية وسهولة التقاطها، إضافة إلى تعدد الوسائط الحديثة التي تقدم المضامين الإعلامية. جعلت من التلفزيون أكثر سيطرة على متلقي البرامج. وحتى الوسائل التكنولوجية الجديدة التي تستخدم الإنترنت لعرض المحتوى التلفزيوني، فهي تقدم من جهة طرقاً بديلة لتلقي هذه المضامين. لكن من جهة أخرى لم تغير كثيراً نوعية البرامج التي تُعرض، بل تحاول زيادة التعرض لمثل هذه الصور الإعلامية وتعزز ذلك بشكل أكبر (عيد، 2010). وهذا ما ينطبق على مسلسلات الأنمي في الدراسة الحاليّة.

6. النتائج العامة والمتجانسة مهمة في تحليل الغرس الثقافي:

"يعتبر العالم الرمزي الذي يقدمه الإعلام من خلال الرسائل المتكررة والصور النمطية المصدر الأساس في تحقيق التنمية الاجتماعية وتنمية المفاهيم والسلوكيات في المجتمع، ومساهمة الإعلام المستقلة تكون متجانسة داخل الجماعات الاجتماعية المختلفة، كما يقوم أيضاً على تدعيم هذا التجانس وثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي بدلاً من التغيير أو ضعف هذه المفاهيم والمعتقدات" (نظرية الغرس الثقافي، 2014)

وعلى الجانب الآخر تعكس أنماط التعرض بناء ومرتكزات المجتمع المستقر، وبالتالي فإن الإعلام يعمل على ثبات المجتمع واستقراره من خلال صورة العالم الرمزي الذي يقدمه، وعلى ذلك

فإن نتائج تحليل الغرس سوف تعكس الميل نحو التجانس والاستقرار، ومقاومة التغيير الذي يمكن أن يحدث في أي مظهر من مظاهر الحياة أو الثقافة" (محمد، 2004).

أهم المفاهيم التي أضيفت لنظرية الغرس:

1. **الاتجاه السائد:** "يعبر هذا الاتجاه عن الأمور الأكثر عمومية واستقراراً وهو يمثل الأبعاد

الأكثر شيوعاً للمعاني والافتراضات المشتركة، كما يشتمل على كل الأمور المعارضة

والفرعية، وسبب الدور الفريد الذي يقوم به التلفزيون في حياتنا، فإنه يعكس الاتجاه السائد

لثقافة المجتمع، ويقدم عادات يومية وصور ذهنية يشترك فيها ملايين البشر من كل

الطبقات والاهتمامات، كما يتيح التلفزيون قائمة محدودة من الاختيارات التي تعكسها

البرامج، وتتنوع غير محدود من الاهتمامات والشخصيات" (السيد ومكاوي 1998, 305)

2. **الصدى أو الرنين:** "يقصد به تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية

الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال

استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة

أعلى، وركز جرينر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية ووصف

العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون

للتلفزيون بكثافة أعلى" (صلوي 2012, 27)

3. **التضخيم:** يعني أن وسائل الإعلام تعرض ما هو موجود في الواقع سواء من أحداث أو

ظواهر أو مواقف وسلوكيات وأعراف وثقافات وبذلك هي تدعم الواقع الحقيقي، هنا يصبح ما

هو موجود في العالم الفعلي يعاد مجدداً عبر وسائل الإعلام، هذا ما يعززه أكثر لدى الأفراد

كثيفي المشاهدة، هذا يؤدي إلى التطابق بين العالم الرمزي وظروف الحياة الواقعية، تعرض

الفرد مثلاً في حياته الواقعية للعنف سواء بشكل شخصي أو مشاهدة لنوع من أنواع العنف في مجتمعه، ثم تعرضه مجدداً لمشاهد العنف على شاشة التلفزيون وبشكل مكثف، يؤدي إلى تضخيم هذا المشهد لديه ويعززه بشكل أكبر (عيد، 2010).

وتتطبق هذه النظرية تماماً على الدور الذي يؤديه عالم الأنمي خاصة بالنسبة للمراهقين، إذ أن الأنمي هو الرسالة الفنية التي تعكس الهوية الثقافية لليابان. ولا شيء يبرهن هذه الحقيقة أفضل من ميل العديد من المراهقين العرب إلى تعلم اللغة اليابانية وإتقانها، حيث تمثل اللغة الوجه الأبرز من الهوية الثقافية لبلد ما.

الاستفادة من النظرية في الدراسة

- تقوم هذه الرسالة بدراسة التعرض التراكمي لمتابعة الشباب الأردني لحلقات الأنمي، وإن التعرض المستمر يدفع المشاهد إلى الاعتقاد بأن ما يراه على الشاشة هو نفس ما يراه الشخص في الحياة الحقيقية.
- تعتبر نظرية الغرس الثقافي امتداداً لدراسة وسائل الإعلام خلال عملية التنشئة الاجتماعية عبر التعلم بالتعرض، والذي يشير إلى التفاعل الذي يوفره التعرض بين الفرد ووسائل الإعلام. يكسب الفرد اتجاهات وسلوكيات تمكنه من مواكبة ذلك، أن يكون متوافق مع مجتمعه، ومنسجماً معه، ويسهل اندماجه فيه.
- مع أن نظرية الغرس الثقافي تختص بالتلفزيون بشكل خاص، إلا أنها كانت خاضعة لهذه الدراسة التي حللت حلقات الأنمي المنشورة على مواقع الانترنت. بالرغم إن وسيلة المشاهدة لمسلسلات الأنمي ليس بالضرورة عن طريق التلفزيون، إلا أن متابعتها عبر منصات

التواصل وشبكات الانترنت لا تختلف كثيراً عن التلفزيون. ويعرف عن هذه النظرية إمكانية إسقاطها وتطبيقها على الوسائل التكنولوجية الحديثة (صالح، 2019).

- مع أن نظرية الغرس الثقافي تقوم على قياس عادات تعرض الجماهير للبرامج الإعلامية وتحتاج إلى التعرف على معتقدات المبحوثين وآرائهم قبل وبعد التعرض، وكذلك تحليل مضمون البرامج والمواد الإعلامية التي يراد التعرف من خلالها على التأثير، فإن الدراسة الحالية قامت بتحليل مضمون مسلسلات الأنمي، لمعرفة القيم الإيجابية والسماة الإيجابية والسلبية عند بطل الأنمي.

1. الصورة الإعلامية

الصورة الإعلامية هي الرسالة التي تبث عبر القائمين بالاتصال عن طريق الوسائل الإعلامية وتصل إلى الجمهور كأحد المدخلات إذ تقوم وسائل الإعلام بتقديم هذه الصور الإعلامية خلال المحتوى وتشكيل تصورات القائمين بالاتصال وإيصالها للجمهور والعمل على غرسها بقوة في أذهانهم إلى الحد الذي يشعر فيه المتابع انه التقى بالفعل مع إحدى شخصيات الأبطال في الحياة الواقعية (معد وآخرون، 2021).

وتم تعريفها أيضا على أنها الرؤية الخاصة التي تقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمعي معين لكل ما يتضمنه من مؤثرات مثل الأنظمة السياسية والاقتصادية ورقابة المؤسسات، إذ تؤثر وتتأثر بها (عبد المغيث، 2014).

وترى الدراسة أن الصورة الإعلامية لأبطال الأنمي الأكثر شهرة بالأردن هي التي تقدم في شكل قصة مستوحاة ذات حبكة معينة، يتأثر بها الجمهور وبشكل اتجاهاته وموافقة بصورة محددة إلى أن ينطبع وتصبح صورة ذهنية لدى الجمهور.

مراحل تكوين الصورة الإعلامية

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على تكوين الصورة الإعلامية إذ يبدأ التشكيل في الصورة الإعلامية منذ ولادة الإنسان، حيث يرى النور في هذه الدنيا من خلال تلقيه للرسائل المحيطة به من خلال حواسه.

أما العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية (عبد الخالق، 2015):

1. العملية الأولية للصورة.

2. مساهمة عمليات أخرى في نمو هذه الصورة.

3. عوامل أخرى تدعم وترسخ الصورة عند المتلقي.

يعد تشكيل الصورة عملية ديناميكية إذ يتم تشكيل الصور استجابةً للأفعال والمواقف المتغيرة، فمن المنطقي أن تظل بالصورة الديناميكية الدائمة، نظرًا لأن عناصر الصورة تعتمد على آلية انتقائية تتضمن تثبيت معلومات وانطباعات معينة في أذهاننا عن الآخرين. في حين تغيب عناصر أخرى لا نراها أو يمكن نحن لا نريد رؤيتها أو الاعتراف بها (معبد وآخرون، 2021).

العوامل التي تحدد تأثير الصورة الإعلامية (معبد وآخرون، 2021):

1. العوامل الشخصية

وهي مجموعة من العوامل المتعلقة بالفرد مثل العمر والتعليم، الجنس، المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

2. عوامل انتقائية الجمهور

عندما يتأثر الإنسان بمجموعة من المنبهات والمحفزات فإنه ينجذب إليها، ولكن يركز انتباهه على أحد هذه المحفزات، إذ انه لا يستطيع الاحتفاظ بكل هذه الرسائل والمنبهات التي تصل إليه (علي، 2013).

3. العامل البيئي

تتكاثف المؤسسات الإعلامية مع النظم الاجتماعية والتجمعات الإنسانية، حيث إن الأصدقاء والأسرة تقوم بترشيح وسائل الإعلام. فيتشارك أعضاء المجموعات القيم والاتجاهات الاجتماعية التي تعمل على خلق الشبه بينهم، مما يؤدي إلى استجابة متماثلة ومتقاربة للرسائل الإعلامية. (المتبولي، 2003).

4. العوامل الإعلامية

تعتبر الصورة الإعلامية المتحركة اشد تأثيراً من الصور الإعلامية الثابتة، إذ تمتع الصور التلفزيونية بالمرونة واقترانها بالصوت أضفى عليها واقعيه أكثر. وأثبتت العديد من الدراسات التي أجريت على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام إن التلفزيون هو إحدى أهم الوسائل الإعلام استخداماً وتعرضاً من قبل الجمهور (حسب النبي، 2017).

5. العامل الاقتصادي

إذ الشباب بالوقت الحالي يهتمون بالأنمي تبعاً لوقتهم وظروفهم الاقتصادية المحيطة بهم، فشباب لا يعمل وليس لديه وقت، مختلف عن اخر لديه وقت فراغ يقضيه بمشاهدة الانمي. كما أن

الشباب الذين يحملون الهواتف الذكية يستطيعون مشاهدة الانمي بأي وقت، ليس كالذين يشاهدونه عبر التلفزيون.

سلبيات الصورة الإعلامية

1. تختلف الصور الإعلامية المقدمة للجمهور حسب المجتمع الذي ينتمي إليه، ففي المجتمعات النامية ودول عالم الثالث تسيطر الدولة على الصور الإعلامية الموجهة للجمهور، حيث تستخدم وسائل الإعلام في طرح الأفكار والآراء التي تخدم مصالحها، وبغض النظر عن واقعيتها وإن كانت تخدم الواقع أم لا.
2. المبالغة الشديدة والملحة لتقديم الصور الإعلامية من قبل المؤسسات تجعل الجمهور يعزف عنها، إذ يقل شعور التأثر بها مثال: (صور الشهداء الفلسطينيين التي تعرض على الشاشات العربية، قد جعلت الجمهور أقل تأثراً وعاطفة بما يراه).
3. تؤدي الصورة الإعلامية إلى اغتراب صورة الفرد اجتماعياً، إذ يرى أن ما يقدم له لا يتناسب مع خصائص الجماعة التي ينتمي إليها الفرد؛ أي توجد فجوة بين ما يقدم والجمهور المقدم له (ندا، 2004).
4. اختلاف سياسية القائمين بالاتصال وتصوراتهم الخاصة أدت في بعض الأحيان إلى تشويش الصورة المقدمة للجمهور، فنرى أحيانا أن الجمهور لا يستطيع تحديد تصوره ورؤيته الواضحة تجاه موقف ما.
5. وتأتي خطورة الصورة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام في صياغة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد من الدول أو الشعوب الأخرى، حيث تكون هذه الصور خاطئة أو مشوشة في بعض الأحيان (يوسف، 2006).

الصورة الإعلامية للبطل في مسلسلات الانمي:

يعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية جذباً للجمهور، وإن الشباب الحالي تعلق ببرامج الانمي منذ الصغر عبر ما يراه على الشاشة، فجيل الشباب الحالي يقضي العديد من الساعات في مشاهدة مسلسلات الانمي.

والمبالغة الشديدة في المشاهدة ومتابعة كل ما هو جديد أدى إلى تعلق الشباب بأبطال الانمي الذي يتابعونه والأخذ من سماتهم الإيجابية والسلبية والقيم التي يتسمون بها.

البطل في المسلسلات

يعد البطل الحجر الأساس في الأعمال الدرامية، فهو أكثر العناصر التي تؤثر في العمل الدرامي والسبب الرئيس لنجاح العمل أو فشله. لأن شخصية البطل هي التي تخلق الأحداث ويستمر معها لنهاية العمل. فهو ركيزة أساسية يبني عليها المؤلف حكايته، لذا يجب توخي الحذر عند اختيار سمات وقيم شخصية البطل.، لأن البطل له هو قدرة كبيرة بالتأثير على المتابعين سلباً أم ايجاباً.

أنواع الأبطال (عيد، 2004):

1. البطل الملحمي: هو الذي يتصارع مع قوى الطبيعة والقوى الخارجية
2. البطل التراجيدي: هو الذي تقضي عليه أجزانه وعواقبه
3. البطل الدرامي (الشعبي): هو الذي يجمع بين صفات البطل التراجيدي من حيث العوائق الداخلية وبين صفات البطل الملحمي من حيث العوائق الخارجية.
4. البطل الرومانسي: هو شخصية متمردة على الواقع، يتمتع بأحلام وطموح بإقامة مجتمع إنساني ضد الواقع غير المرضي له.

نشأة الرسوم المتحركة

1. المسلسلات الكرتونية

المفهوم:

وهي سلسلة تعتمد على الصور المرسومة يدويًا أو بالحاسوب. يتم تحويل الصور من ثابتة إلى متحركة بواسطة آلية خاصة تسمح بمرور أكثر من 16 إلى 24 صورة أمام العين في الثانية الواحدة. فرسوم الكرتون هي الرسالة التي تقرب المشاهد من هذه الأشياء البعيدة(العجال،2016).

يعود تاريخ صناعة أفلام الكرتون إلى حوالي ثلاثينيات القرن العشرين في الولايات المتحدة الأميركية، عندما بدأت الشركات القائمة في الرسم بطريقة بدائية ومضنية، وبدأت في نشر وترويج شخصيات معينة، مثل (باباي رجل البحار)، من خلال الأحداث المسرحية، ويبلغ عمر هذه الشخصية ما يقرب مئة عام. ويبلغ عمر شخصية توم وجيري التي ولدت عام 1946 الثمانين عامًا. ولم يكن الكرتون للصغار فقط، بل كان للصغار والكبار معاً، وما زال كذلك إلى الآن في كثير من الدول(عبنده،2013).

وتعتمد الرسوم المتحركة على الخداع البصري وعلى الواقع الخيالي وعوالم أخرى لإبهار المشاهد وجعله يعتقد أنها تظهر أفكارًا هادفة ومواقف جيدة. والرسوم المتحركة هي طريقة فنية لإنتاج أفلام يتم توصيلها بصريًا (عبنده، 2013).

الرسوم المتحركة أو كما تسمى أحياناً بالفيلم أو المسلسل الكرتوني تعتبر من البرامج التلفزيونية الترفيهية التي يشاهدها المشاهدون ويكون لها هدف ترفيهي أو تعليمي واضح. يتم تعريف الرسوم المتحركة في المعاجم والموسوعات ومنها موسوعة السينما على أنها "تقنية سينمائية تسمح بإنشاء شخصيات وعالم خيالي، كما أنها أحد أنواع التحريك السينمائي الذي يعتمد على مبدأ

بث الحياة في الرسوم، المنحوتات، الصور، والدمى، وذلك بفضل تعاقب عدد ممن الصور المتتالية لبعض الأشكال أو عن طريق عدد من الأشكال أو عن طريق عدد من الرسوم التي تمثل المراحل المتعاقبة للحركة معتمدة على مبدأ التسجيل صورة بصورة (مكيري، 2011).

2. الدخول إلى عالم الأنمي عبر الرسوم المتحركة

بدأ تاريخ إنتاج الرسوم المتحركة اليابانية عام 1917، عندما بدأ اليابانيون محاولة بدائية لصناعة أفلام الرسوم المتحركة القصيرة عن طريق قص الصور ولصقها باليد، وفي هذا المجال تأثروا بالشركات الرائدة في صناعة الرسوم المتحركة الأمريكية والفرنسية، ولكن التكلفة العالية منعت الرسوم المتحركة اليابانية حينها من الصمود أمام أعمال شهيرة مثل تلك التي أنتجتها شركة والت ديزني الأمريكية، واستمرت الرسوم المتحركة اليابانية في التقلب والتراجع لفترة من الزمن حتى نهاية الحرب العالمية الثانية. في ذلك الوقت، أنتجت قوات البحرية اليابانية الفيلم الشهير (موموتارو وجندي البحرية) بالأبيض والأسود، بهدف رفع الروح المعنوية القتالية للجنود اليابانيين، واستمر الفيلم 74 دقيقة، وكان أطول فيلم في تاريخ الأنمي آنذاك (الكعبي، 2021).



موموتارو وجندي البحرية

في السنوات التي تلت الحرب العالمية الثانية، شاهد رئيس شركة توي، (أوكاوا هيروشي)، فيلم الرسوم المتحركة "بياض الثلج" من إنتاج شركة ديزني عام 1937. أعجب به بشدة وقرر بناء أستوديو خاص لشركة (توي). وكان يطمح بأن يصبح هذا الأستوديو ديزني الشرق، فاستضافت شركة (توي) خبراء في اليابان وأرسلت وفد استطلاع إلى أمريكا أتقنوا نظام شركة (ديزني) وأفادوا منه على نحو كبير، كما قامت الشركة بتعيين العديد من الموظفين وأعدتهم للإنتاج بطريقة أكثر احترافية تحت إشراف أمهر رسامي الكاريكاتير. وكان أول فيلم أنتجه هذا الأستوديو يحمل عنوان (أسطورة الأفعى الأبيض) عام 1958 (الباحثون السوريون، 2019).

ثم جاء الفنان الشهير أوسامو تيزوكا الذي أتفق النقاد والمؤرخون على تسميته "بالأب الروحي للمانجا والرسوم المتحركة اليابانية"، وأسس شركة خاصة في عام 1962. وابتدأ فيها عمله كرسام لقصص المانجا التي يمكن بسهولة نقل شخصياتها إلى الرسوم المتحركة، كما كان لديه القدرة على إنشاء أفلام رسوم متحركة تجريبية وعامة للجمهور، وأستمد أسلوبه في الرسم من الأفلام الفرنسية والألمانية واستطاع إيجاد توليفة بين خصائص الفن الياباني التقليدي ومدارس فنية غربية ليقدّمها بشكل مقبول على صعيد شعبي في اليابان والعالم. وأنتج تيزوكا أفضل أعماله تحت اسم استرو بوي عام 1963 متأثراً بشخصية ميكي ماوس (قرة البيت، 2015). وقد عبر هذا الكرتون الحدود وعرض لأول مرة في محطة (أن بي سي) الأميركية، وبعد نجاحه الكبير أصدر (تيزوكا) عملاً شهيراً آخر يعرف باسم "كيمبا الليث الأبيض" (العربي بوست، 2020).

الأنمي كقوة ناعمة

في الثمانينيات، ومع انتعاش الاقتصاد الياباني، تطورت صناعة الرسوم المتحركة، وتم إدخال رسوم الأنمي إلى الفصول الدراسية كأداة تعليمية. وفي أواخر التسعينات قامت الشركات اليابانية

وعلى رأسها شركة الألعاب الشهيرة نينتندو بإنتاج مسلسل أنمي اسمه (بوكيمون) وحقق نجاحاً كبيراً، حيث أصبحت شخصية بيكاتشو بلونه الأصفر الزاهي عنصراً أساسياً على شاشات التلفزيون الأمريكية، وتم عرضه في أكثر من 100 دولة، وأجتاح العالم وأشعل حرباً تجارية قائمة على الأنمي والدمى والبطاقات التجارية. غيرت إنجازات "بوكيمون" موقف الحكومة اليابانية من صناعة الرسوم المتحركة برمتها، فسرعان ما اكتسبت الصناعة الدعم، وبدأت الوكالة اليابانية للشؤون الثقافية بدعم معارض تصدير أعمال الأنمي والمانجا وألعاب الفيديو. وفي هذا الصدد يقول (كيشيرو موريكافا) خبير الأنمي بجامعة (ميجي) في طوكيو: "نجحت شعبية الأنمي اليابانية في غرس صور أكثر إنسانية لليابان" (سي إن بالعربية، 2019).

هذا التصريح الذي أدلى به موريكافا يجعلنا نناقش أسباب رغبة الحكومة اليابانية في تصدير صناعاتها الثقافية إلى العالم. ولا يقتصر الأمر على المكاسب الاقتصادية وحدها، بل له فائدة على المستوى الدولي تتمثل في رغبة اليابان في تعزيز سمعتها أمام المجتمع الخارجي، حيث كانت اليابان تعتبر ذات سمعة وحشية بسبب قتلها وتعذيب الكثير وقت الحروب (وكالة الأنباء الصينية شينخوا، 2017).

ونتيجة لذلك قررت اليابان تغيير سمعتها بالكامل من خلال الاهتمام بتصدير الأعمال الثقافية إلى العالم، وكان من صور هذا الاهتمام إنشاء مؤسسة اليابان عام 1972م، والتي تخضع لإشراف وزارة الخارجية اليابانية. ومهمة هذه المنظمة هي تعزيز الصداقة والعلاقات بين اليابان والعالم، وكذلك خلق فرص للتبادل الثقافي العالمي، وتمتلك مؤسسة اليابان حالياً 26 مكتبا في 25 دولة مختلفة، وتركز على ثلاثة جوانب رئيسية: نشر الثقافة واللغة اليابانية، وتعليم اللغة اليابانية، ودعم الثقافة والدراسات والأبحاث اليابانية (Japan Foundation).

وضمن المخطط الدبلوماسي ذاته، تحول التركيز بشكل كبير إلى ترويج ثقافة الضرافة اليابانية (الكاوي) وتعد شخصيات الأنمي اللطيفة، مثل (بيكاتشو) من أبرز الأمثلة على هذه الثقافة. وكانت هذه السياسة مع - عوامل أخرى- بما في ذلك شعبية اليابان، السبب الأكبر لجذب حوالي 40 مليون سائح سنويا من دون احتساب محبي هذه الثقافة والذي يقدر عددهم بمئات الملايين (مجلة اليابان، 2019).

في عام 2013، أنشئت الحكومة اليابانية صندوق "Cool Japan fund" وقامت بتمويله؛ لتسويق الهوية الوطنية والقوة الناعمة من خلال دعم المنتجات اليابانية في عدة مجالات: الإعلام، والطعام والخدمات، والأزياء، ونمط الحياة.

وواصلت اليابان تكريس الأنمي كأحد أهم مصادر قوتها الناعمة، للكسب منه محبة وود أجيال الشباب الناشئة لتكون جزءاً في حياتهم وذكرياتهم. فتلاحظهم يحفظون أسماء شخصيات الأنمي ويتفاعلون معها ويترقبون جديدها. ووصفت مجلة (فورين بوليسي) الأمريكية اليابان بأنها قوة ثقافية عظيمة وناقشت تأثير الأنمي على العالم، وأصدرت صحيفة نيويورك تايمز مقالا شاملا عن التأثير الياباني على الأطفال الأمريكيين والطريقة التي أصبحت بها الشخصيات اليابانية مثل البوكيمون ودراغون بول جزءاً لا يتجزأ من الطفولة الأمريكية وتتنافس بشكل شرس مع العلامات التجارية الأمريكية الشهيرة الأخرى مثل Disney (الكعبي، 2021).

عناصر الجذب في الأنمي وتصنيفاته (الكعبي، 2021):

1. عناصر الجذب في الأنمي:

استخدام المعايير المثالية للجمال: يتبع أسلوب رسم الأنمي تقنية فريدة تتفوق على الإنتاجات الاحترافية للرسوم المتحركة الغربية، وهي تقنية تظهر بأغلبية ساحقة تقريباً في معظم مسلسلات

وأفلام الأنمي، حيث تستخدم معايير مثالية لتصوير الجمال، ومن الأمثلة على ذلك: السمات الجذابة للشخصيات الرئيسية، مثل وجه البطل الذي يتميز عادة بعيون كبيرة ومشرفة، وفم وأنف صغيرين، وشعر منسدل، وبشرة صافية خالية من العيوب، عضلات ضخمة. مع العلم أن الالتزام بالمعايير المثالية عند تصوير الجمال لا يقتصر على الشخصيات الجيدة في الأنمي، بل يمكن أن يشمل الشخصيات الشريرة أيضاً.

الخيال المبالغ فيه: مهما حاولت استوديوهات الرسوم المتحركة الغربية أن تجاري الأنمي بالخيال الذي تولده، إلا إن الخيال بالأنمي يغلب ويتجاوز الحدود العادية. المبالغة بالخيال يكاد لا يكون له أي مساحة منطقية في أعمال الرسوم المتحركة اليابانية، بالإضافة إلى المبالغة في التعبير. في حين أن يعتمد النجاح الدرامي على قاعدة تحقيق التوازن بين الخيال والمنطق، إلا أنه بالأنمي يعتمد على كسر هذه القاعدة.

توظيف أفكار عميقة: تنتمي اليابان إلى البيئة الشرقية التي تهتم بالبعد النفسي والعقلي بدرجة لا مثيل لها في المدارس الغربية. وقد استخدم الكتاب اليابانيون هذه الأبعاد في بناء الحكمة في العديد من أعمال المانجا والرسوم المتحركة اليابانية، حيث تعتمد الأحداث على سلسلة من المفاهيم المتقدمة، مثل: المطلق والنسبي في الخير والشر، والطوباوية والبراغماتية في المعتقدات والسلوكيات، والغوص في أعماق الذات والتفكير والبحث عن طاقتها الكامنة، وفهم أفكار الجماهير ومحاولة تسخيرها، وغيرها من الأفكار المتعلقة بالعقل والنفوس والعالم الاجتماعي.

التركيبة العاطفية المؤثرة: تضخ صناعة الرسوم المتحركة اليابانية في المشاهد مشاعر أقوى من الرسوم المتحركة الغربية، وتظهر هذه المشاعر بوضوح في الملامح التعبيرية والأداء الصوتي لشخصيات الأنمي الذي هو وسيلتنا لمعرفة الشخصيات ومعايشة انفعالاتها من خلال الصوت

وطبقاته جنباً إلى جنب مع دقة رسم التعبيرات، إلى جانب الاهتمام العالي بالموسيقى التصويرية الفريدة القادرة على أسر قلوب المتابعين وتغطية كل الحالات الانفعالية التي تمر بها شخصيات الأنمي.

والتأثير العاطفي في الأنمي لا يتوقف عند حدود المؤثرات السمعية والبصرية فقط، بل يمتد إلى محتوى القصة التي تشكل النسبة الأكبر، فالصداقة والوفاء والتضحية والتعاون أصبحت قالباً مؤثراً جداً في قلوب الجمهور. كما تلتزم صناعة الأنمي بأعلى معايير التأثير الدرامي. وأهمها مراحل تطور الشخصيات وعدم وضعها في قالب محدد، " إذ قلما تجد الشخصيات في الأنمي جامدة على فكر واحد من بدايات الحلقات لآخرها مما يجعلها أقرب للتصديق والتفاعل معها، كمشاهد ستشعر أن بطلك حي يؤثر ويتأثر مثلك وتتبدل مواقفه وفق ما تعلمه من الحياة مثلك" (علي، 2018).

توظيف الإثارة الجنسية: تتبع اليابان نهجا متحررا للغاية في تصوير العلاقات الجنسية، وتشكل هذه المشاهد جزءا كبيرا من الأنمي، تتفوق فيه بشكل ملحوظ على الرسوم المتحركة الغربية، وربما تكون هكذا في محاولة منها لدفع شباب اليابان لتنشيط علاقتهم الجنسية.

ومن ناحية أخرى فإن كثرة المشاهد الجنسية في الأنمي تحقق عوائد مالية ضخمة. ولأنها تزيد من الاهتمام بالمتابعة لدى المراهقين والشباب، فإن شركة الإنتاج وظفت مساحة كبيرة لهذا الجانب وهو ما يسمى (خدمة المعجبين)، ونادراً ما يخلو مسلسل أو فيلم أنمي من هذه الإثارات، على سبيل المثال تظهر الفتيات بملابس السباحة، أو إبراز أجزاء من أجسامهن لجعلها أكثر إثارة، وقد يتطور المشهد ليوحي بسلوكيات جنسية معينة، وكلها هذا لا يدخل ضمن فئة الأنمي (الهنثاي) الذي يقدم مشاهد إباحية كاملة.

تنوع وكثافة الإنتاج: تفوق الأنمي على نظيره الغربي من حيث ديناميكية الإنتاج، خاصة في السنوات الأخيرة. إذ إن الأرباح المتزايدة التي حققتها الأنمي في جميع أنحاء العالم، إلى جانب الدعم الحكومي، الذي زاد من ظهور الشركات اليابانية المنتجة للأنمي ونشاطها. وقد انعكس ذلك على المنافسة فيما بينها لكسب المزيد من المال، حيث كان الشكل جنونياً في الجودة والكمية، وكانت صناعة الرسوم المتحركة الغربية الأمريكية مقتصرة بشكل خاص على عدد قليل من الاستوديوهات الكبرى مثل دريم ووركس وديزني.

وفي الوقت الذي كان فيه إنتاج الرسوم المتحركة الغربية مقتصراً على فئة عمرية محددة، تجاوزت الرسوم المتحركة هذا النطاق وامتدت إلى فئة عمرية واسعة جداً لأنها تلبي أذواق جمهور عريض، بدءاً من الطفولة واستمراراً حتى البلوغ، وبلغت مساحة الإنتاج من السعة ما جعلها توزع إلى تصنيفات عديدة.

2. تصنيفات الأنمي

كودومو: رسوم متحركة ومانجا تستهدف الأطفال. غالباً ما تكون فكرة قصصه أخلاقية جداً، حيث تهدف إلى تقويم وتنقيف سلوك الطفل وتعليمه كيفية التصرف بشكل جيد. ويتم سرد قصتها في حلقة واحدة بدلاً من مشهد واحد لجذب انتباه الأطفال. ومن الأمثلة على هذا النوع أنمي (درايمون).

شوجو: (تعني حرفياً فتاة صغيرة) هو نوع من الرسوم المتحركة والمانجا يستهدف الفتيات اللاتي تتراوح أعمارهم بين 10 و18 عاماً. بشكل عام يمتلك الشوجو مجموعة واسعة من المواضيع والأساليب السردية، بدءاً من قصص الدراما التاريخية وقصص الخيال العلمي، ويحتوي

(الشوجو) غالباً على مواضيع تلامس العواطف والأحاسيس ولها بعد رومانسي خيالي وتتناول جانباً من الحياة المدرسية، ومن الأمثلة على هذا التصنيف (رئيسة مجلس الطلبة نادلة).

شونين: ويعني (صبي)، هو نوع من أنواع الأنمي والمانجا يستهدف الفتيان الذين تتراوح أعمارهم بين 10 إلى 18 عامًا، وغالبًا ما يتميز هذا النوع بالحماس والحركة والإثارة والروح الترويجية، ومن أمثلة هذا التصنيف أنمي (نارتو)

سينين: ويعني (رجل بالغ)، ويستهدف فئة الشباب من عمر (18-30) ويتناول العديد من القضايا والأفكار المتنوعة التي تهم هذه الفئة العمرية بطريقة أكثر نضجًا. وقد تتضمن على مشاهد العنف والدم والإثارة الجنسية.

جوسي: وتعني (امرأة بالغة)، ويستهدف فئة النساء من عمر (18-30)، وهو أندر أنواع الأنمي أو المانجا ويتناول هذا التصنيف حياة المرأة اليابانية بطريقة أكثر جده وواقعية. وتكون الرومانسية فيها متحفظة أكثر بعكس (الشوجو) التي تصور الرومانسية المثالية المبالغ فيها.

إيتشي: هو نوع من الأنمي أو المانجا الفكاهي وفيه تلميح إلى الإباحية غير الصريحة، ويحتوي درجة معينة من العري غير المبالغ فيه.

يوري: نوع من الأنمي أو المانجا الذي يصور المثلية الجنسية كشكل من أشكال الانجذاب العاطفي والجنسي بين النساء.

ياوي: نوع من الأنمي أو المانجا الذي يتحدث عن المثلية الجنسية بين الرجال، ويصنف أنمي إباحي، جنسي، لوطي.

هينتاي: وتعني حرفياً (منحرف جنسي)، يصنف هذا النوع من الأعمال الإباحية، إذ يعرض الممارسات الجنسية بشكل مركز وأدق بين الجنسين.

الإيجابيات والسلبيات في الأنمي

الإيجابيات

الثقة والإصرار على النجاح: يكاد لا يخلو أنمي موجه إلى فئة المراهقين والشباب من هذه السمة الإيجابية، والتي هي صفة أساسية لتحقيق الأهداف الأخلاقية في صناعة الأنمي الموجه لهم. ففي أغلب الأحيان، يواجه أبطال الأنمي صعوبات وتحديات ساحقة قد تدفعهم إلى اليأس في تحقيق أهدافهم، لكن ذلك سرعان ما يصبح أكثر سبب في تحقيق أهدافهم ويحثهم على النجاح والفوز.

التعرض للعلم والتاريخ: إن الحقائق العلمية والتاريخية المقدمة في العديد من قصص الرسوم المتحركة اليابانية مبنية على واقع الحياة، ويتعمد المؤلفون تطبيقها في الداخل لإضافة قيمة فكرية للعمل، ولذلك فإن هنالك نوع من الأعمال الفنية في الأنمي هدفه الجمع بين الأدب الخيالي والقيمة العلمية في آن واحد.

تنمية مهارات اللغة العربية: أكتسب الأطفال من مشاهدة الأنمي المدبلج على قناة سيسبتون مهارات في اللغة العربية، وكانت مهارات الأطفال تتحسن بشكل ملحوظ من المتابعة والاستماع حيث تخزن عقولهم كمية هائلة من المفردات وتراكيب الجمل العربية، وكل هذا الفضل يُنسب إلى قناة سيسبتون في حرصها على دبلج اللغة العربية صحيحة.

غرس الأخلاق الحميدة: هذه الإيجابية تكاد تغلب في إنتاجات الرسوم المتحركة اليابانية من تصنيف "كودومو" الموجهة للأطفال، حيث يحرص منتجو هذا النوع على غرس الأخلاق الحسنة، العادات الجيدة في أذهان الأطفال، مثل الصدق والنزاهة والوفاء وحب الخير والتعاون والصبر وغيرها، وتكون تركيبه الحلقات مزيج من الفكاهة والحكمة بطريقة رائعة.

السلبيات

الأفكار العقائدية المنحرفة: إن الأنمي غني بمزيج غريب من المعتقدات الروحية وهو نتاج طبيعي لطريقة تشكل الإيمان في اليابان بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أصبح مزيجاً من الشنتوية والبوذية والمسيحية. لذلك تكثر بقوة صور الإلهة والأرواح في أعمال الأنمي، وتتمحور أهدافها حول الحياة الدنيوية. إضافة إلى تصوير الشياطين بأنها تلعب دوراً كبيراً في الأعمال الصالحة والخير، وكثيراً ما تظهر إيجابية بالرغم من ذات أبعاد ظلاله. ومن الأفكار الأخرى التي تتادي بها بعض الأنميات الظلامية، تحول الإنسان بنفسه إلى الإله بعد حصوله على قدرة معينة من الطاقات الروحية

أن هذه المفاهيم العقائدية تتقاطع بشكل كامل مع مبادئ العقيدة الإسلامية التي تمثل الدين الأساسي لأغلب المجتمعات العربية، مثل التوحيد الإلهي، والحاجة الإنسانية الدائمة إلى الله تعالى، ومركزية الآخرة، وبالتالي حقيقة الأمر، أننا أمام سؤال مهم: هل الأفكار الدينية التي تتبناها قصص الأنمي تجعل الشباب العربي يشكك في أسس عقيدتهم الإسلامية؟

تغير الهوية الثقافية: إن الأنمي عبارة عن رسالة فنية تعكس فيها الهوية الثقافية لليابان، وهناك الكثير من صور أنماط الثقافة قدمتها مسلسلات وأفلام الأنمي للمجتمع العربي، أهمها تعلم اللغة اليابانية؛ فنرى الكثير من المراهقين والشباب العرب يتوافدون إلى تعلم اللغة وإتقانها. فيعد

التعلق باللغة من أبرز الأمثلة على قدرة الأنمي على غرس الأنماط الثقافية اليابانية في الجيل العربي.

ومن الصور النمطية الخطيرة جداً التي يمتلئ بها عالم الأنمي هو مبدأ الغاية تبرر الوسيلة، وهذا المبدأ الذي تتميز به الهوية الثقافية الغربية، أي أن المرء يقبل على نفسه استخدام الأساليب غير الصحيحة والخاطئة في سبيل تحقيق هدفه، مما يجعل الخلط بين المعصية والفضيلة سلوكاً مقبولاً للإنسان.

ترويج الانحراف الجنسي: إن الترويج للصورة النمطية للمرأة في عالم الأنمي على أنها أداة جنسية، يعبر عن الانتصار الساحق للتوجه الغربي اتجاه المرأة. فأن تغيير الثقافة الاجتماعية اليابانية هدف من أغراض العولمة وتحقيق لأهداف الرأسمالية في ترويجها وتسويقها لجسد المرأة وجني الأرباح السريعة. ويكاد لا يخلو أنمي من العلاقات الرومانسية بين فتى وفتاة وغالبا ما تتضمن هذه العلاقات مشاهد التقبيل واللمس والتلميحات الجنسية. يمكن أن تظهر مثل هذه المشاهد في أنمي من فئة (كودومو).

مصطلحات ذات علاقة بالأنمي

1. **الاوتاكو:** كلمة تطلق على كل شخص مهووس وعاشق للأنمي والمانجا (القصص المصورة) والعباب الفيديو المتعلقة بالأنمي، وأي منتج ثقافي أو تكنولوجي متعلق بشخصيات الأنمي، ويمضي الاوتاكو اغلب يومه بالمشاهدة لدرجة الانغماس في المتابعة. وهناك كلمة أخرى وهي (ويابو weeaboo) تطلق على الشخص الذي لا يكتفي بمشاهدة الأنمي بكثرة فقط، بل ويعزل نفسه عن المجتمع المحيط ليتفرغ أكثر للمشاهدة، كما يسعى

دائماً إلى أنفاق أمواله بكثرة على المجسمات والمقتنيات من دمي والعباب وملصقات متعلقة بالأنمي وغيرها الكثير.

2. **المانجا:** يشير هذا المصطلح إلى القصص المصورة اليابانية التي تشبه فن (الكومكس) الغربي الذي هو عبارة عن فن يجمع بين التصوير السينمائي المتتابع والحوارات المكتوبة؛ إلا أن ما يميز قصص المانجا عن غيرها، أنها تحتوي على مشاهد متتابعة توجي بوجود فاصل زمني بينها. إضافة إلى أن المانجا تختلف أيضاً عن الكومكس أنها ترسم بالأسود والأبيض وغالباً ما تركز على انفعالات العاطفية للشخصيات ولغة الجسد وتعابير الوجه. ويسمى والفنان الذي يرسم المانجا "مانجاكا" (مجلة اكتشاف اليابان، 2021).

3. **كوسبلاي:** وهي كلمة مكونة من شقين (costume) وتعني زي و (play) وتعني لعب. وتستخدم هذه الكلمة للتعبير عن فن استعراضى يقوم بتنظيمه محبين الأنمي، إذ يقوم شخص بالتشبه بشخصية الأنمي عن طريق المكياج والأزياء والإكسسوارات. وهي أشبه ما يكون إلى حفلات التنكر، وتحتوي على العديد من النشاطات مثل بيع المنتجات المرسوم عليها شخصيات الأنمي.

4. **فانز:** وتعني المعجبين، وهو مصطلح يطلق على متابعي أنمي معين يتابعونه ويدافعون عنه، وقد يصابون بالتعصب إلى درجة التطرف. فيقومون بمهاجمة أي شخص ينتقد ما يشاهدهه بالألفاظ البذيئة وقد يهجمون عليه. ويقابل هذا المصطلح (anti fans) ويعني الأشخاص الكارهين لدرجة التعصب لأنمي معين، فيتعمدون لإطلاق الشائعات ضد الأنمي الذي يكرهونه، وكثيراً ما تحصل مشاحنات وخلافات بين "الفانز" و"الانتي فانز" (الكعبي، 2021).

انتشار الأنمي في الوطن العربي، والأنمي في الأردن.

1. انتشار الأنمي في الوطن العربي

تاريخياً، الرسوم المتحركة اليابانية ليست بجديدة على العالم العربي، ويمكن إرجاع عرضها في الدول العربية إلى السبعينيات أو حتى قبل ذلك، وإن شعبية الأنمي بين العرب ليست على خطى زمني واحد، فهناك تفاوت بالانتشار والاتساع بين الدول العربية. ومن المؤكد أن درجة شهرة الأنمي في يومنا هذا لا يقارن مع الماضي، إذ أستمروا الأنمي بالشهرة بالتدرج إلى أن وصل لهذا الاتساع. ومر الأنمي بمرحلتين أساسيات:

المرحلة الأولى: مرحلة الأنمي المدبلج والتي تم بثها على القنوات التلفزيونية المملوكة للحكومات العربية في السبعينيات والثمانينيات والتسعينيات. فحقق الأنمي فيها نجاحاً كبيراً نظراً لجودته. وكان عرض الأنمي وقتها نادر وعزيزاً لأن التلفزيون العربي كان يخصص وقت بث محدود للأطفال.

ومن مميزات هذه المرحلة الرقابة الشديدة على المحتوى الذي يُعرض بحيث يتماشى مع العادات والتقاليد العربية السائدة، والأنمي بها انتقائي ويتماشى مع الجو التعليمي العام، ومن الأنميات التي اشتهرت بتلك الفترة: (الكابتن ماجد) (عدنان ولينا) (جرانديزر).

المرحلة الثانية: مرحلة الأنمي المترجم المنتشر عبر الإنترنت. بدأت حوالي عام 2012 وتستمر حتى يومنا هذا. ظهرت هذه المرحلة مع انتشار مسلسلات الأنمي الطويلة والتي يبلغ عدد حلقاتها حوالي 400 حلقة، وظهرت مواقع إلكترونية يمكنك من خلالها مشاهدة الرسوم المتحركة المترجمة مجاناً، يطالها الأطفال والشباب معاً؛ فالمحتوى متاح والرقابة على مشاهدة الأنمي في الإنترنت شبه معدومة.

2. الأئمي في الأردن

المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي في الأردن، يدرك الهوس الكبير لدى المراهقين والشباب بمتابعة الأئمي وترقب كل ما هو جديد منه، كما إن الأسماء المستعارة بالذكور والإناث على مواقع التواصل الاجتماعي مليئة بأسماء من شخصيات الأئمي التي يفضلونها وأحياناً تكون مكتوبة باللغة اليابانية.

الغريب أن الخطر لا يأتي من الإنترنت فحسب، بل أيضاً من البرامج التي تثبت في الأردن والتي تعرض رسوماً متحركة لا ترتكز على قيمنا وتصور للمشاهد العنف والانحراف على أنها عادة حميدة.

أشهر الأنميات في الأردن

بعد عمل قياس رأي على موقع الفيس بوك حول ثلاث اشهر أنميات في الأردن ، ظهرت به



لوفي

النتائج إن هنالك ثلاث أنميات هي الأكثر متابعة في الأردن.

1.ون بيس

مسلسل رسوم متحركة ياباني مقتبس من

قصة المانغا تم إنتاجه عام 1999، وتم بث

أكثر من 1000 حلقة للآن، تدور قصته الانمي حول صبي اسمه " مونكي لوفي" الذي أكتسب جسده خصائص المطاط بعد أكلة من "فاكهة الشيطان" من دون قصد، ليذهب بعد ذلك في رحلة مع أصدقائه للبحث عن كنز "ون بيس" من أجل أن يصبح ملك القراصنة. وفي عام 2016، تمت مشاهدة المسلسل 1.9 مليون مشاهدة على المواقع الإلكترونية. وفقاً لموقع بيزنس إنسايدر، فإن هذا يجعله مسلسل الأنمي الأكثر شعبية لهذا العام.

2. أنمي ناروتو



ناروتو

تدور قصة الأنمي الشهير (ناروتو) حول الفتى المراهق (ناروتو أوزماكي) الذي وجد نفسه منبوذاً من قبل سكان قريته من تاريخ ولادته بسبب تلبسه روح شريرة. ولهذا يسعى (ناروتو) نصب عينيه لنيل لقب (هوكاجي)، وهو لقب يطلق على قائد القرية وأقوى نينجا فيها. بهدف

حصد احترام الجميع. وبعد سلسلة من المغامرات يصل ناروتو إلى هدفه. وتم بداية بث حلقات أنمي (ناروتو) عام 2002، وأنتج منه جزأين؛ الجزء الأول تحت أسم (ناروتو) وعدد حلقاته 220، والجزء الثاني تحت اسم (ناروتو شيبودون) وعدد حلقاته 500 حلقة.

3. هجوم العمالقة



ايرين

سلسلة مانغا يابانية من تأليف ورسم "هاجيمي إيساياما". تدور أحداث القصة حول حياة (إرين بيغر) (وميكاسا أكرمان) ورفيقهما (أرمين أربيرت)، وجميعهم

يعيشون في عالم يقيم فيه ما تبقى من

الجنس البشري في مدن محاطة بأسوار سميقة بسبب الظهور المفاجئ للعمالقة، الذين هم مخلوقات كبيرة تلتهم البشر بدون سبب. تغيرت حياتهم بعد ظهور عملاق ضخم وجلبه للدمار إلى أرضهم ووفاة والدة إيرين. سعياً وراء الانتقام واستعادة العالم من يد العمالقة، قرر إرين وميكاسا وأرمين الالتحاق بفيلق الاستطلاع، وهي مجموعة من جنود النخبة الذين يقاتلون العمالقة خارج الأسوار.

تم عرض الأنمي للمرة الأولى على MBS في 7 أبريل 2013، وحققت السلسلة نجاحاً تجارياً

كبير، حيث تم بيع أكثر من 74 مليون مجلد بحلول مايو 2018.

ولاقى هذا المسلسل رواجاً بين الجمهور، ووصلت أخباره إلى الوطن العربي والمملكة العربية

السعودية بشكل خاص.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

عبد النور، عثمان. (2023). تأثير الأئمة على الشباب والمراهقين.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط وعادات المراهقين في مشاهدة الأئمة، بالإضافة إلى معرفة سبب لجوء المراهقين والشباب لمشاهدة الأئمة، ومعرفة الاشباعات المحققة لهم من المشاهدة. والتعرف إلى نوعية المضامين التي يبثها الأئمة. وتناولت الدراسة بدايةً الحديث عن تأثير الأئمة على الأفراد كجزء مرتبط بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي التي غزت حياة الشباب والمراهقين بشكل كبير. ثم تحدث الباحث عن ارتباط الأئمة بشكل وثيق بنمو اقتصاد اليابان وتحسين صورة الدولة. وتضمن البحث الحديث عن مراحل تطور الأئمة. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بظاهرة الأئمة من قبل مؤسسات البحث العلمي والمؤسسات الدينية والثقافية، لما للأئمة من تأثير كبير على حياة الشباب ويسبب لهم الإدمان والانغماس بالمشاهدة. بالإضافة إلى إعانة أولياء الأمور على تقليص الفجوة الثقافية بين الأجيال ومساعدتهم على الاحتكاك بهم؛ للحد بقدر الإمكان من أخطار الأئمة عليهم.

رادوي، منال وعجال، يونس. (2021). القيم المتضمنة في أئمة المحقق كونان (الجزء الثامن).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن القيم المتضمنة في أئمة المحقق كونان من حيث الموضوعات والقيم. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون من خلال مسح شامل لأئمة المحقق كونان الجزء الثامن للدورة التلفزيونية لعام 2018، المتمثلة في 52 حلقة تم عرضها على قناة سيسبتون. وكانت نتيجة البحث أن أئمة المحقق كونان يغلب عليه القيم الإيجابية بالمجمل؛ مثل تعلم التواضع في التعامل مع الأصدقاء، والاندفاع في مساعدة الغير.

خنفوف، بهجة النفوس (2021). القيم المتضمنة في الرسوم المتحركة اليابانية، دراسة تحليله على أنمي " أنا وأخي " .

هدفت الدراسة للكشف عن القيم الثقافية التي تتضمنها الرسوم المتحركة اليابانية، وطرق التسويق لها. عن طريق استخدام منهج المسح بالعينة، في دراسة وصفية اعتمدت أداة تحليل المحتوى. وطُبقت الدراسة على عينة قصديه من الرسوم المتحركة تم اختيارها بناءً على ملاحظة الباحث، وهي سلسلة مسلسل " أنا وأخي " المترجمة للعربية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الأنمي وسيلة لعرض الثقافة اليابانية والتسويق لها خارج حدود اليابان وذلك من خلال مجموعة من الطرق منها: استغلال الأنمي في التسويق للثقافة اليابانية سواء كان ذلك عن طريق كتابة السيناريو أو عن طريق توظيف الثقافة في حياة الشخصيات، كما توصلت إلى أن أنمي " أنا وأخي " بالمجمل العديد من القيم الإيجابية مثل؛ المحافظة على التراث والتقاليد المجتمعية، الاعتذار عند الخطأ واحترام الكبير بالسن.

حنان، بوملال. (2020). تأثير مشاهدة الأنمي على المراهقين، دراسة مسحية على عينة من المراهقين المتابعين لأفلام الأنمي.

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مشكلة بحثية مفادها تأثير متابعة الأنمي الكبير على حياة المراهقين المتابعين له واندماجهم الكبير به، وتم استخدام منهج المسح الاجتماعي واعتمدت الدراسة الملاحظة والاستبيان في جمع المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها؛ نظرة المراهقين المتابعين للأنمي بأنه روتين يومي لا يمكن الاستغناء عنه في حياتهم، وتبلغ نسبة المشاهدة اليومية للأنمي بحجم ساعي يفوق الثلاث ساعات.

صابري، رمسية. (2020). القيم المتضمنة في شارات الرسوم المتحركة اليابانية المدبلجة للغة العربية، دراسة تحليله سيميولوجية لشارتي "دروب ريمي" و"هجوم العمالقة"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن القيم المتضمنة في شارات الرسوم المتحركة اليابانية، عن طريق استخدام المنهج السيميولوجي الذي يهتم بدراسة أساليب التواصل والأدوات المستخدمة للتأثير بالمتلقي. وطبقت الدراسة على عينة قصديه من شارات الرسوم المتحركة اليابانية وفقاً لاستطلاع رأي الأمهات على موقع "الفيسبوك"؛ حول أغنية الرسوم المتحركة المفضلة لديهم، ليتم الاختيار النهائي لشارتي دروب ريمي وهجوم العمالقة. وكانت نتيجة الدراسة حول القيم المتضمنة في أغاني الرسوم المتحركة اليابانية أنها تغلب عليها العديد من القيم الإيجابية من: قيم التعاون والمحبة والتضحية، والأمن، والتفاؤل. أما القيم السلبية مثل العنف والانتقام والوحشية وإن كانت موجودة فهي قليلة.

الزعيبي، حلا قاسم. (2016). تأثير مشاهد العنف في برامج الأطفال التلفزيونية (الرسوم المتحركة) على الأطفال من وجهة نظر أولياء الأمور (الأمهات) والمدرسات

هدفت الدراسة إلى التعرف على مشاهد العنف في الرسوم المتحركة على الطفل ومدى تقبله لهذه المشاهد العنيفة، وذلك من وجهة نظر الأمهات والمدرسات. تم استخدام المنهج المسحي في الدراسة على عينة من الأمهات في المنازل والمدرسات، بغية التعرف على مواقفهن من المشاهد العنيفة في الرسوم المتحركة ومدى تأثيرها على الأطفال. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها؛ أولاً انه غالباً ما تلاحظ الأمهات والمدرسات تقليد الأطفال والتلاميذ لما يشاهدونه من مشاهد عنيفة في الرسوم المتحركة، وحسب الدلالات الإحصائية الذكور أكثر تقليداً لهذه المشاهد. ثانياً إن مشاهدة الأطفال والتلاميذ للرسوم المتحركة قد ينعكس على سلوكياتهم بحيث يصبحون أكثر رغبة في استكشاف الأشياء وإكسابهم معارف ومفردات لغوية جديدة.

Hassan, nor. (2016). Study on Anami and Its Impacts Among University Students.

هدفت الدراسة للكشف عن اتجاهات الشباب الماليزيين في متابعة الأنمي، وبينت أن الشباب والفتيات الجامعيين يتجهون لمشاهدة الأنمي على حد سواء، لتعبئة وقت الفراغ ولأن مشاهدة الأنمي بالنسبة لهم ممتعة. وبينت الدراسة إن فئات الأنمي الأكثر مشاهدة عند الطلاب الجامعيين هي: أنمي الأطفال، أنمي العنف، أنمي هنتاي (الإباحي). وتم استخدام المنهج البحث الكمي من خلال أداة الاستبانة في عملية جمع البيانات، وكانت نتيجة الدراسة إن هناك تأثيرات إيجابية وسلبية في مشاهدة الأنمي على الطلاب الجامعيين، أظهرت نتائج الدراسة، أن 43.3% من الشباب الماليزي يقضي من ساعة إلى ساعتين بمشاهدة الأنمي، بينما 29.1% منهم يقضي ما نسبته ثلاث إلى أربع ساعات يومياً بالمشاهدة. وإن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة برامج الأنمي مع العائلة بنسبة 41.7%، بينما يفضل 36.8% منهم مشاهدة الأنمي بمفردهم. وأظهرت النتائج بشكل عام إن الطلاب الماليزي، ذكوراً أم إناث على حد سواء ليسوا مهوسين بشدة بمشاهدة الأنمي.

Yamamura, Eiji. (2013). The effect of young children on their parents' anime viewing habits: Evidence from Japanese micro data.

هدفت الدراسة إلى تحديد عوامل مشاهدة الأنمي في اليابان وما هي أسباب ازدياد أعداد المتابعين له، ويقوم البحث بفحص العديد من العوامل الخارجية التي من الممكن إن تزيد من ذلك. ومن الأمثلة الخارجية التي قام الباحث بفحصها هي: كيف يتأثر البالغون بوجود أطفالهم التي تقل أعمارهم عن عمر (12 سنة) بمشاهدة الأنمي. حيث بينت الدراسة إن هذه الفئة من الأباء والأمهات تزيد نسبة مشاهدتهم للأنمي واندماجهم به بسبب أطفالهم. وكانت نتيجة البحث إن التأثيرات الخارجية من الأشخاص المحيطين تلعب دوراً حاسماً في توسيع سوق السلع الثقافية

الجديدة التي تتمثل بـ " كول جابان ". أوجدت الدراسة أن الأنمي يعتبر من أشكال الثقافة الحديثة في اليابان، ومع ذلك ليس مسموح في دولتهم للأطفال (أطفال المرحلة الابتدائية) بالذهاب إلى السينما بمفردهم لمشاهدة أفلام الأنمي، فيجب على الآباء مرافقتهم. وتوصلت الدراسة إلى، إن تفضيل الأطفال لمتابعة الأنمي يدفع الآباء إلى المتابعة معهم والتعرف أكثر إلى عالم وثقافة الانمي بشكل أكبر؛ إذ أن وجود أطفال صغار في المنزل يزيد من وتيرة متابعة الانمي ".

Yusof, Nur Afian. (2021). Anime and Social Disorders among Secondary School Adolescents.

هدفت الدراسة إلى بيان التأثيرات الإيجابية والسلبية من مشاهدة الأنمي على المراهقين، وترتبط هذه الدراسة المشكلات الاجتماعية المحيطة بالمراهقين بهروبهم من الواقع إلى مشاهدة الأنمي. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال أساليب كمية على عينة متضمنة من (85 مراهق) أعمارهم تتراوح بين (13-16). وكانت النتيجة إن التأثيرات الإيجابية من مشاهدة الأنمي تغلب على التأثيرات السلبية. وجدت الدراسة أن مشاهدة المراهقين للأنمي ليس له تأثير سلبي كبير عليهم، ويرجع ذلك إلى نوعية الأنمي الذي يتابعونه إذ لا زال بمرحلة (الكودمو والشونن) مثل أنمي: أنا وأخي، عهد الأصدقاء، القناص، كونان الخ. الذي يحتوي على قيم سلبية اقل. بالإضافة إلى أن الدراسة لم تخرج بنتيجة سلبية تفيد أن الأنمي يؤدي إلى التدهور الأخلاقي عند المراهقين. ولكن لا يمكن تعميم هذه النتائج إذ اقتصر على جزء صغير من عينة المشاركين في الدراسة التجريبية، وأوصت الدراسة بضرورة تدقيق أولياء الأمور والآباء في محتوى الأنمي المشاهد من قبل المراهقين.

ثالثاً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

تمت الاستفادة من جميع الدراسات السابقة في الجانب المنهجي بدايةً، وهذا اختصر الكثير من الجهد بالفهم الأنسب، أما فيما يخص جزئية القيم الاجتماعية والسمات الإيجابية والسلبية لبطل الأنمي فقدت استفادت الدراسة من القراءات الكمية والكيفية التي قام بها معظم الباحثون في الدراسات السابقة.

رابعاً: أوجه التشابه بين هذه الدراسة مع الدراسات السابقة

تتشابه دراستي الحالية مع نتائج الباحثة (خنوف، 2021) إذ تشابهت الدراستين بأن الانمي يحتوي على العديد من القيم الإيجابية الجميلة، مثل قيمة الصداقة ومساعدة الآخرين. وتوافقت أيضاً مع دراسة الباحث (رادوي، منال وعجال، يونس، 2021) الذي أكد أيضاً على ظهور العديد من القيم الإيجابية في انمي المحقق كونان بالإضافة إلى تشابهه الدراسة الحالية مع الباحث (عبد النور، 2023) الذي أكد على أن الانمي لديه تأثير كبير على حياة الشباب والمراهقين ويؤدي بهم إلى الانغماس في المتابعة الطويلة، بالإضافة إلى ضرورة إعانة أولياء الأمور على التخفيف من حدة أخطار الانمي.

خامساً: أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة مع الدراسات السابقة

اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع الباحث (yousf,2021) إذ أوجدت الدراسة أن الانمي ليس له تأثير سلبي كبير على المتابعين، بينما أظهرت هذه الدراسة الكثير من السمات السلبية لشخصيات أبطال التي قد تؤثر على المتابعين له

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: المنهج المستخدم

تختلف أساليب البحث باختلاف المتغيرات التي يتم دراستها للوصول إلى الحقيقة، وبما إن موضوع البحث هو الذي يحدد المنهج المناسب لها فقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون والذي يعتبر أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف الظاهرة أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية، وصفاً موضوعياً، ومنظماً، وكمياً. ويعتبر بمثابة أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح لمادة الاتصال ووصفها وصفاً موضوعياً وكمياً بالأرقام.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتضمن وصف خصائص الوضع أو الحدث الحالي والعوامل المؤثرة عليه وعلى الظروف المحيطة به، وتحديد العلاقات ذات الصلة بين المتغيرات التي لها قدرة على التأثير على تلك الظاهرة حتى يتمكن الباحث من بناء تصور شامل يمكنه التنبؤ بالمواقف المستقبلية التي ستنجح عن الظاهرة (المعايطة، 2011).

يُعرّف هولستي تحليل المحتوى أو المضمون؛ بأنه طريقة بحثية مصممة لاستخلاص استنتاجات والوصول إلى استدلالات من خلال تشخيص صفات محددة للرسائل بطريقة موضوعية (المشهداني، 2019). وتعد عملية تحليل المضمون خطوة متقدمة في البحث العلمي، تستخدم لتحقيق الاكتشافات بطريقة علمية تجعل معنى مدلول الاكتشاف محدد العناصر والأوزان، بغض النظر عن شخصية الباحث (سميس، 2015).

ثانياً: مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة على انه جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها الخصائص المراد دراستها، تبعاً لظروف البحث والإمكانيات المتوفرة خدمة لأهدافه، ويتمثل مجتمع الدراسة هنا في جميع مسلسلات أبطال الأنمي النسخ الأصلية المترجمة للغة العربية.

ثالثاً: عينة الدراسة

تم عمل استطلاع رأي على موقع الفيس بوك، على مجموعة خاصة بمحبي الأنمي في الأردن تدعى بـ (JOtaku) لحصراً أعلى ثلاث مسلسلات أنمي مشاهدة في الأردن حيث تم توزيع استبانة على 300 من متابعي مسلسلات الأنمي لتحديد البطل المفضل لديهم، وبناء عليه تم اختيار أبطال هذه المسلسلات الثلاثة وفقاً للجدول التالي:

الجدول (1)

أبطال الأنمي الأكثر مشاهدة في الأردن

اسم البطل	التكرارات	النسبة المئوية
لوفي	117	39%
نارتو	73	24.4%
آرين	39	13%
أبطال آخرون	71	23.6%
المجموع	300	100%

وعينة الدراسة، عينة عشوائية منتظمة بناءً على مجتمع الدراسة، حيث تم اخذ الثلاثة أنميات الأعلى تصويت ومن ثم قامت الباحثة بحصر عدد حلقات كل مسلسل أنمي، وكانت العينة تشمل بداية ونهاية المسلسل، وكان أسلوب القفز بين الحلقات منتظماً.

وبلغ حجم العينة (75) حلقة، وتم اخذ 25 حلقة من كل أنمي مختار، فمثال أنمي " هجوم العمالقة " كان نظام القفز فيه كل 4 حلقات.

ولإجراءات تحليل المضمون تم وضع التصنيفات المناسبة في استمارة خاصة تحتوي على أطر، قامت الباحثة باستخلاصها طبقاً للمضمون ونوعية محتواه. والهدف من التحليل والوصول إلى الأطر، هو استخدامه في وصف المحتوى، وتحقيق نسبة عالية من الشمول والموضوعية، ليساعد الباحث على قدرة التحليل بسهولة والقدرة على استخراج النتائج.

وحدة وأسلوب التحليل

اعتمدت الدراسة على وحدة الموضوع والشخصية كوحدتي للتحليل. إذ تم التركيز على هاتين الوحدتين باعتبار أنهما الأكثر مناسبة للكشف عن السمات والقيم في شخصيات أبطال الأنمي

رابعاً: أداة الدراسة

قامت الباحثة باستخدام مصدرين أساسين لجمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الرئيسية الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية البحثية، صممت الباحثة استمارة لتحليل مضمون المسلسلات التي أختارها الجمهور كأعلى نسبة مشاهدة. وقامت الباحثة بعد ذلك بمتابعة حلقات من مسلسلات الأنمي المختارة لإحصاء صفات البطل الإيجابية والسلبية، والقيم الإيجابية عند كل بطل.
- لجئت الباحثة لجمع البيانات الأولية من خلال البيانات والملاحظات التي فرّغت بها السمات والقيم الموجودة عند البطل في كل حلقة شاهدها الباحثة، ومن ثم تم تصنيفها كمياً ونوعياً.

المصادر الثانوية: اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على الملاحظة بالنسبة الأكبر بالإضافة للبحث عن مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالدراسة، بالإضافة للبحث والقراءة على مواقع الانترنت المختلفة.

خامساً: صدق الأداة وثباتها

للتأكد من صدق الأداة، عُرضت أداة الدراسة (تحليل المضمون) على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام، والمختصين للأخذ بملاحظاتهم وآرائهم. وقد ساعدت ملاحظات المحكمين في تحسين شكل الأداة شكلاً ومضموناً، حيث تم إجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون، لتصبح جاهزة للتطبيق، أما ثبات الأداة فتم التحقق من ثباتها عبر أسلوب تطبيق كشاف التحليل على جزء من العينة مرتين، قبل التحليل وبعد التحليل، من خلال تحليل 10% (8) حلقات، من العينة الكلية البالغ عددها (75) حلقة، ثم تم استخدام معادلة هولستي، لحساب نسبة الاتفاق بين التحليلين، وقد بلغت نسبة الاتفاق 95.6%، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى ثبات الأداة.

تحليل جزء من العينة مقدارها (8) حلقات من كل مسلسل التي اختيرت بنسبة 10% من العينة الكلية البالغ عددها (75) حلقة، بهدف التأكد من الفئات التي أُعدت، حيث تم استخراج السمات والقيم الموجود عند البطل في المسلسلات. أما ثبات نتائج التحليل فقد تم التأكد منه من خلال إعادة تحليل مرة أخرى بعض حلقات الأنمي التمت مشاهدتها مسبقاً.

سادساً: إجراءات الدراسة

في أي بحث علمي، يقف الباحث على مجموعة من الأساليب والإجراءات المنهجية التي يرى أنها ضرورية لخدمة موضوع الدراسة بشكل مباشر، مما ينشئ صلة بين موضوع الدراسة والمنهج

المستخدم وأدوات جمع البيانات التي يستخدمها الباحث وترشده إلى الطريق الصحيح للبحث، ومن أجل ذلك يحتاج إلى الربط بين الشق النظري والميداني، باعتبار إن الميداني يعزز ويدعم ما تم التطرق إليه بالدراسات في شقها النظري.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما السمات الأكثر إيجابية عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟

الجدول (2)

السمات الإيجابية الأكثر تكراراً عند الأبطال

آرين		نارتو		لوفي		السمات الإيجابية عند البطل
				%	التكرار	
%0	0	%4.7	4	%12.8	15	الثقة بالنفس
%10.6	5	%25.5	22	%22.9	27	المرح
%40.5	19	%22.1	19	%19.5	23	الإصرار
%6.3	3	%13.9	12	%22.9	27	الحماس
%12.8	6	%7	6	%11.1	13	الشجاعة
%0	0	%0	0	%0.9	1	حب المعرفة والاستطلاع
%0	0	%0	0	%1.7	2	الصراحة
%0	0	%2.4	2	%2.5	3	الطموح
%2.3	1	%6	5	%0	0	التضحية
%4.2	2	%4.6	4	%0	0	الحياء
%0	0	%5.8	5	%1.6	2	السعي للقيادة
%0	0	%0	0	%2.5	3	العدالة
%17	8	%4.6	4	%1.6	2	الاعتذار
%6.4	3	%3.4	3	%0	0	الحب
%100	47	%100	86	%100	118	المجموع

يمثل الجدول (2) السمات الإيجابية الأكثر تكراراً عند الأبطال، إذ ظهرت عند لوفي بالمرتبة

الأولى سمتي الحماس والمرح، ثم بالمرتبة الثانية حلت سمة الإصرار بنسبة 19.4%، ثم رابعاً

الثقة بالنفس بنسبة 12.7% ثم سمة الشجاعة بنسبة 11% وكانت بالمرتبة الخامسة سمتي الطموح

والعدالة. في حين لم تظهر سمات الحب والتضحية والحياء

أما بالنسبة لنارتو، فحلت بالمرتبة الأولى بالسمات الأكثر تكراراً لديه سمة المرح بنسبة 25.5، تليها سمة الحماس، ثم تلي ذلك سمات إيجابية بتكرار قليل جداً مثل سمة الطموح والحب، بينما لم تظهر أبداً سمات العدالة وحب المعرفة والاستطلاع، والصراحة.

أما بالنسبة لآرين، فكانت سمة التكرار الأعلى تكراراً لديه بنسبة 40.4% تليها الشجاعة بنسبة 12.7%، ثم المرح بنسبة 10.6، في حين اغلب السمات الإيجابية الأخرى لم تظهر عند البطل مثل: الثقة بالنفس، العدالة، السعي للقيادة، الطموح، الصراحة، حب المعرفة والاستطلاع

الجدول (3)

السمات السلبية الأكثر تكراراً عند الأبطال

آرين		نارتو		لوفي		السمات السلبية عند البطل
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
7.7%	18	11.3%	11	0%	0	الحزن
0	0	4%	4	18.8%	20	السخرية من الآخرين وجرح المشاعر
37.6%	89	39.8%	39	54.7%	58	العنف
3%	7	9.2%	9	6.6%	7	السب والشتيم
0	0	3.1%	3	5.7%	6	الشراهة
0	0	4.1%	4	5.7%	6	الغباء
2.1%	5	3.1%	3	0%	0	التهور
1.2%	3	11.2%	11	1.8%	2	الفشل
0	0	0%	0	0%	0	الغرور
3.4%	8	1%	1	3.8%	4	تدمير الممتلكات
12.2%	29	2%	2	1%	1	الخوف
14.3%	34	0%	0	1%	1	حقد
3.8%	9	0%	0	0%	0	الانتقام
7.1%	17	0%	0	0%	0	الصراخ الدائم
3.8%	9	0%	0	0.9%	1	البحث عن الحرية المطلقة
3.8%	9	11.2%	11	0%	0	الأنايية
100%	237	100%	98	100%	106	المجموع

يمثل الجدول (3) السابق السمات السلبية الأكثر تكراراً عند الأبطال: وتمثلت كالتالي إذ كانت عند لوفي السمة الأكثر تكراراً هي العنف 54.7% ثم سمة السخرية من الآخرين وجرح المشاعر بنسبة 18.8% أما السمات السلبية التي كانت متكررة بشكل متوسط هي السب والشتم وسمة والشراة والغباء، والسمات السلبية التي لم تظهر بشخصية لوفي هي: الحزن، الحقد، الغرور، الانتقام، الصراخ الدائم، البحث عن الحرية المطلقة.

أما عن نارتو فتمثلت سمة العنف أيضاً بالمرتبة الأولى بنسبة 39.7%، ثم سمي الحزن والفشل بنسبة 11.2%. أما السمات السلبية التي لم تظهر بشخصية نارتو هي الحقد والانتقام والبحث عن الحرية المطلقة، الصراخ الدائم.

أما عن آرين فكانت سمة العنف أيضاً بالمرتبة الأولى بنسبة 42.1% ثم الحقد بنسبة 16.1% ثم الخوف بنسبة 13.7% ثم سمة الحزن بنسبة 8.5%. أما السمات السلبية التي لم تظهر بشخصية آرين هي: السخرية، الغباء، الشراة.

الجدول (4)

القيم الإيجابية الأكثر تكراراً عند الأبطال

ارين		نارتو		لوفي		القيم الإيجابية عند البطل
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0%	0	12.6%	4	9.6%	4	السعي إلى تحقيق أهداف
0%	0	0%	0	2.4%	1	التنافس الإيجابي
45.5%	10	15.6%	5	28.5%	12	الصداقة
54.5%	12	71.8%	23	59.5%	25	مساعدة الآخرين
100%	22	100%	32	100%	42	المجموع

يمثل الجدول (4) أعلاه مجموع القيم الإيجابية عند الأبطال، فبالنسبة للوفي احتلت بالمرتبة الأولى قيمة مساعدة الآخرين بنسبة 59.5%، تليها الصداقة بنسبة 28.5%، ثم السعي إلى تحقيق الأهداف بنسبة 9.5%، وأخيرا التنافس الإيجابي بنسبة 2.3%.

أما بالنسبة لنارتو، فتميز بقيمة مساعدة الآخرين بنسبة 71.8%، تليها قيمة الصداقة بنسبة 15.6%، ثم السعي لتحقيق الأهداف بنسبة 12.5%، ولم تسجل قيمة التنافس الإيجابي أي نسبة عند البطل.

أما بالنسبة لآرين، فبلغت نسبة مساعدة الآخرين 54.5%، تليها قيمة الصداقة بنسبة 45.5%، بينما لم تسجل قيمة السعي إلى تحقيق أهداف والتنافس الإيجابي أي نسبة عند البطل.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة نتائج السؤال الأول للدراسة المتمثل في " ما السمات الإيجابية الشائعة عند البطل في مسلسلات الانمي الأكثر شهرة في الأردن؟

بنظرة عامة إلى النتائج التي ظهرت في هذا السؤال يلاحظ أن أقل سمات إيجابية كانت عند آرين حيث حصل على 8.7% من مجموع السمات الإيجابية. وأعلى سمات إيجابية وجدت عند لوفي بنسبة 47% من مجموع السمات الإيجابية. يظهر في هذا الجدول (5) التالي:

الجدول (5)
مجموع السمات الإيجابية عند الأبطال

آرين		نارتو		لوفي		مجموع السمات الإيجابية عند الأبطال
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%18.7	47	%34.3	86	%47	118	251

وبالعودة إلى نتائج الاستطلاع الذي قامت به الدراسة لتحديد أكثر الأبطال شعبية، تبين أن هذه النتيجة تسير طردياً وفقاً لتفضيلات المتابعين، حيث كان البطل الأكثر تفضيلاً في الاستطلاع هو لوفي وهو صاحب السمات الأكثر إيجابية.. الأمر الذي يؤشر إلى أن المتابعين يفضلون صاحب السمات الإيجابية الأكثر، وهذا يتفق مع نظرية الغرس الثقافي التي ترى أن وسائل الإعلام تؤكد على عادات وتقاليد المجتمع السائد ولا تتخطاها.

في المقابل يلاحظ أن آرين صاحب السمات الإيجابية الأقل كان ضمن الثلاثة أبطال المفضلين عند متابعي الانمي في الأردن، الأمر الذي يشير إلى وجود فئة تتسجم مع هذا البطل وإن كانت بنسبة أقل.

وبتركيز أكبر يلاحظ أن أكثر السمات الإيجابية التي تكررت عند لوفي صاحب النسبة الأكبر من تلك السمات هي سمي المرح والحماس، حيث تكررتا بنفس العدد في سماته.. وبالنظر إلى هاتين السمتين نجد أنها متشابهتان إلى حد كبير، أما نارتو فكانت سمة المرح تحديداً أكثر السمات ظهوراً بشخصيته، وجاء آرين ليخالف الاثنين وتكون أكثر سماته الإيجابية ظهوراً هي الإصرار. ويلاحظ أن هذه السمة وعلى جمالها قد تحمل في طياتها معنى السلبية، لأنها قد تكون مؤشراً في بعض الأحيان إلى العناد أو أنها نتيجة المبالغة في ظهورها بشخصية البطل قد تؤدي إلى زيادة جانب العناد عند المتابعين، وهذا ما يمكن توقعه من خلال ما أشارت إليه نظرية الغرس الثقافي في جانب أن تكرار المشاهدة لبعض الظواهر يؤدي إلى غرسها ببطء داخل المتلقي ودون أن يدرك ما يحصل معه.

أما السمات الإيجابية التي غابت عن شخصيات الأبطال فكانت عند لوفي، التضحية والحب والحياء إضافة إلى سمة حب المعرفة والاستطلاع. وللأسف فإن غياب هذه السمات الإيجابية الجميلة يؤثر إلى عدم وجود غرس لسمات غاية في الجمال ويحتاج إلى وجودها في كل مجتمع بين أبنائه، وإذ نظرنا إلى السمات الإيجابية التي غابت عن شخصية نارتو، نجد أنها حب الاستطلاع، المعرفة، العدالة، الطموح. وهذه سمات جميلة وتكاد تكون أهم بكثير من المرح التي طغت على سماته. أما آرين فقد غابت عن شخصيته صفات الثقة بالنفس، حب المعرفة والاستطلاع، الصراحة، الطموح، السعي للقيادة والعدالة. وهي أغلبها أن لم يكن بمجملها أفضل أو أهم من سمة الإصرار التي يحملها

وهذا مؤشر بناء على طروحات نظرية الغرس الثقافي، أن أكثر الأبطال مشاهدة في مسلسلات الانمي لا يحملون الكثير من السمات الإيجابية الأكثر جمالاً وطلباً في المجتمع،

وبالتالي ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي فإنه يتوقع من هذه السمات الإيجابية المطلوبة ألا تكون قوية لدى متابعي مسلسلات الأنمي. حيث تؤكد النظرية على أن جزءاً كبيراً من صفات واتجاهات وقيم الأشخاص يتم اكتسابها من الإعلام وخصوصاً إذا تم التعرض لها باستمرار، وهذا ما يميز متابعي الأنمي (التعرض المكثف لمسلسلات الأنمي) بل يزيد على ذلك مجتمعات الأنمي الموجودة والتي يتم خلالها الاجتماع بين أعداد كبيرة من الشباب لا يجمعهم في العادة إلا مشاهدة ومتابعة الأنمي. ما يتم خلال تلك الاجتماعات ومناقشة ما شاهدوه من مسلسلات وعلى الرغم من ذلك فإن الصورة قد تحفقتامتها إذا تم التذكر بأن البطل الأكثر تفضيلاً لدى المتابعين هو البطل الذي يحمل العدد الأكبر من السمات الإيجابية.

مناقشة نتائج السؤال الثاني للدراسة المتمثل في "ما السمات السلبية الشائعة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟"

اتفقت نتائج السؤال الحالي بشكل أو بآخر مع نتائج السؤال الأول من ناحية أن صاحب السمات السلبية الأكثر كان هو الأقل تفضيلاً من قبل المتابعين وهو آرين، وتقاربت نسبة الصفات السلبية بين لوفي و ناروتو، الجدول (6) التالي يبين ذلك:

الجدول (6)

مجموع السمات السلبية عند الأبطال

آرين		نارتو		لوفي		مجموع السمات السلبية عند الأبطال
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
23.6%	68	25.6%	106	50.8%	211	415

يلاحظ أن سمة العنف كانت هي الأكثر شيوعاً وظهوراً في شخصية آرين، وكانت ظاهرة بشكل طاغ للغاية، الأمر الذي يشير إلى حد غير بسيط من الخطورة، ذلك أن المرجعية الأساسية للظروف ظهور نظرية الغرس الثقافي كانت جالة العنف التي كان يشهدها المجتمع الأميركي،

وقامت هذه النظرية بين حجم العنف المبالغ فيه بالبرامج التلفزيونية وبين حجم العنف الذي انعكس واقعياً على المجتمع، واتجهت النظرية إلى أن تكرر صور العنف أدى إلى جعل المجتمع أكثر عنفاً. وهذا مؤشر خطير في الدراسة الحالية، فأن يكون أحد الأبطال الأكثر تفضيلاً في الأردن سمته العامة العنف هذا أمر يوحي بأن التأثيرات المتوقعة من هذا ترجع زيادة في العنف عند المتابعين، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (yuosof,2021) التي خرجت بنتيجة مفادها أن الأنمي لا يؤدي الى التدهور الأخلاقي عند المتابعين.

في المقابل فإن الأمر الذي يخفض من وطأة هذه القضية هو أن ترتيب هذا البطل جاء ثالثاً وليس أولاً أو ثانياً، لكن يبقى الأمر بحاجة إلى وقفة حقيقية. جاء في المرتبة الثانية من حيث عدد السمات السلبية في أبطال الأنمي في الدراسة الحالية لوفي (انظر الجدول رقم 2)، واتفق لوفي مع آرين في السمة السلبية الأكثر ظهوراً في شخصيته، ألا وهي العنف بنسبة 54.7% من سماته السلبية. الخطير هنا أن لوفي هو الأكثر تفضيلاً من بين أبطال مسلسلات الأنمي في الأردن وهذا أمر بالغ الخطورة ذلك أن تكون سمة الشخصية الأكثر تفضيلاً بين المتابعين هي العنف فهذا يجعل معظم التوقعات تتجه إلى زيادة العنف لدى متابعين الأنمي، ما يزيد من وطأة الأمر هو أن السمة السلبية التي تلي العنف عند لوفي هي سمة (السخرية من الآخرين وجرح المشاعر) بنسبة 18.8% من سماته السلبية، وبالتالي فإن سمته العنف والسخرية وجرح مشاعر الآخرين تكادان تصلان إلى 75% من سماته السلبية. ومن هذا يرجع أن تكون صورة هذا البطل الذي تميز في تلك الصفات السلبية في طريقتها للتبلور في شخصية المتابعين، هذا إن لم تكن قد تبلورت فعلاً ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الزعيبي،2016) التي خلصت نتيجة دراستها إلى ملاحظة الأمهات والمدرسات تقليد الأطفال والتلاميذ لما يشاهدونه من مشاهد عنيفة في الرسوم المتحركة .

وما يفاقم خطورة الأمر أن ناروتو البطل صاحب المرتبة الثانية في تفضيل المتابعين كانت سمة العنف هي السمة الأعلى لديه كذلك، أي أن جميع الأبطال المفضلين لدى متابعي الأنمي في الأردن كانت السمة السلبية السائدة في صورتهم وشخصيتهم هي العنف.

مناقشة نتائج السؤال الثالث للدراسة المتمثل فيه "ما القيم الإيجابية الموجودة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟"

يلاحظ في نتائج هذا السؤال أن القيم الإيجابية لشخصيات الأبطال اتفقت مع نسب تفضيلاتهم عند المتابعين، إذ أن لوفي وهو البطل الأكثر تفضيلاً عند متابعي الأنمي حملت شخصيته قيماً إيجابية أكثر من البطلين الآخرين، وتلا لوفي في عدد القيم الإيجابية ناروتو وهو في المرتبة الثانية من التفضيل، أما آرين وهو الثالث في التفضيل لدى المتابعين فقد كانت قيمه الإيجابية أقل من البطلين الآخرين، الجدول (7) يبين ذلك.

الجدول (7)

مجموع القيم الإيجابية عند الأبطال

ارين		ناروتو		لوفي		مجموع القيم الإيجابية عند البطل
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
23%	22	33.3%	32	43.7%	42	96

كانت قيمة البطل، الآخرين هي القيمة السائدة لدى الأبطال الثالث، هذا لنعزل عن نتائج السؤالين الأول والثاني نتيجته مطمئنة وجيدة، ومساعدة الآخرين قيمة تحمل الكثير من الجمال ولها نتائج جيدة تنعكس على المجتمع تلتها في كثافة الوجود في شخصية الأبطال الثلاثة قيمة "الصدقة" وهذه نتيجة طبيعية نظراً للقرب أو الارتباط بشكل أو بآخر بين قيمة مساعدة الآخرين وقيمة الصدقة، ذلك أن الانتئين تتعلقان بالطريقة الانتقائية الحميدة للتعامل مع المقربين أو

المحيطين البطل ، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (صابري،2020) التي تؤكد ان بعض الأنميات تحتوي على العديد من القيم الإيجابية الحميدة ، من التعاون والمحبة ومساعدة الآخرين .

أما قيمة التنافس الإيجابي فكانت الأقل بين الأبطال الثلاثة، وهذا جانب جميل في القيم غاب عن الأبطال الثلاثة الأكثر تفضيلاً في الأردن، السيئ في الأمر وبالعودة إلى نظرية الغرس الثقافي يمكن التنبؤ بغياب هذه القيمة عند المتابعين ذلك أن النظرية تشير إلى أن المتابعة المكثفة للإعلام تجعل المتابعين يشعرون أن العالم الذي يشاهدونه بالإعلام هو العالم الحقيقي، وبهذا فإن ما يغيب عن تناوله الإعلام يظن المتلقين أن غير موجود في العالم الحقيقي.

مناقشة السؤال الرئيسي للدراسة المتمثل في " ما صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟"

بالنظر إلى نتائج أسئلة الدراسة الفرعية الثلاثة يلاحظ أن السمات السلبية في شخصية البطل احتلت المرتبة الأولى من حيث تكرارها ونسبة وجودها في شخصية البطل (62.3%) من مجمل السمات السلبية والإيجابية والقيم. وهذا مؤشر على أن صورة البطل في إطارها العام في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن تغلب عليها السمات السلبية، الأمر الذي يشير إلى أن تتجه التنبؤات حول تأثير هذه المسلسلات في الأردن حول الاتجاهات السلبية، هذا التوقع مبني على ما تشير إليه نظرية الغرس الثقافي في أن الإعلام ينقل إلى المتلقي، بل ويغرس في الاتجاهات والقيم التي يركز عليها. وهذا جانب لا بد من الوقوف عنده.

في المقابل فإن البطل الأكثر تفضيلاً عند متابعي الأنمي في الأردن لوفي هو صاحب العدد الأكبر من السمات الإيجابية، هذا يشير بشكل أو بآخر أن السمات الإيجابية لا زالت أكثر تقبلاً عند متابعي مسلسلات الأنمي في الأردن. لكن وعلى الرغم من ذلك إلا أن هذا الأمر قد يشكل

شيئا من الخطورة، ذلك أنّ الفرد بطبيعته حين يكون مطمئناً لمحتوى إعلامي ما فإن حذره يكون أقل، وبالتالي تزداد فرص تأثره به بناءً عليه، فعندما يجد المتابعين سمات إيجابية عديدة في الشخصية فإنهم سيطمئنون لها ويحبوها ثم يتأثرون بها بشكل أكبر، وتأثرهم يشمل السمات الإيجابية والسلبية.

من الملاحظات الأخرى على نتائج أسئلة الدراسة الفرعية هو أن المرتبة الأولى في السمات الإيجابية تماثلت في الثلاث أبطال وكانت سمة الإصرار، كما تماثلت في المرتبة الأولى في السمات السلبية بين جميع الأبطال وكانت العنف، والأغرب أن القيمة الأكثر تكرارًا تماثلت عند الثلاث أبطال وكانت مساعدة الآخرين، الأمر الذي قد يبدو من خلاله أن هناك نسق متكرر لأبطال الأنمي حتى ولو اختلفت شخصياتهم ظاهريًا إذ يصعب اعتبار هذا التشابه في النسق بين أبطال ثلاث في مسلسلات ثلاث مختلفة مجرد صدفة، هذا النسق المتكرر في شخصية البطل يشير إلى أن هناك نسق متكرر من الشخصية سينتكرر في شخصيات المتابعين وهنا سنتجلى نظرية الغرس الثقافية التي تؤكد قدرة الإعلام على نقل محتواه إلى شخصيات المتلقين فهذه النظرية تفيد بأن تركيز الإعلام على شخصيات وصور محددة.

فإن هذه الصور ستنقل بالتدرج إلى المجتمع وتصبح مشكلة له فيصبح مجتمعًا متجانسًا نقل الاختلافات بين أعضائه، وهذا ما ينطبق تمامًا على مجتمعات متابعي الأنمي، هذه المجتمعات يتم التساؤل والاستغراب من سبب تكوينها، ذلك أن السبب الظاهر لتكون هذه المجتمعات هو متابعة الأنمي، وبالعادة متابعة نوع معين من البرامج لا يكون سببًا في تشكل مجتمعات خاصة بها، لكن النتيجة التي خلصت إليها الدراسة الحالية تقدم السبب الحقيقي وراء تكون مجتمعات الأنمي، فعند الربط بين نظرية الغرس الثقافي ووجود هذا النسق المقدم من صور البطل في مسلسلات الأنمي

جعل هذا الجمهور لديه نسق متشابه في الشخصية والسمات الأمر الذي أصبح قاسماً مشتركاً بينهم فأصبحوا مجتمعاً متشابهاً متناغماً في شخصيات أفرادهم، الأمر الذي شجع ظهور مجتمعات الأنمي التي نراها دون إدراك من أفراد هذه المجتمعات في التشابه الذي حدث في شخصياتهم.

التوصيات

1. عمل دراسات أخرى تدرس مجتمعات متابعي الأنمي وعادات تعرضهم وتدرس سماتهم الشخصية.
2. تشجيع متابعي الأنمي على متابعة برامج أخرى متنوعة إلى جانب مسلسلات الأنمي من أجل تقليل تركيز السمات السلبية التي يتعرضون لها.
3. تشجيع وزارة الثقافة على الاهتمام أكثر بأعمال الأنمي والمانغا اليابانية ، وعدم محاربة الأنمي بشكل مطلق لأنها تقدم عدد لا بأس به من السمات والقيم الإيجابية.
4. انتباه الآباء لعدم حضور أولادهم الأطفال لمسلسلات الأنمي دون معرفة سمات الشخصيات الموجودة في المسلسل الذي يحضره أبناءهم لتلافي غرس بعض السمات السلبية في شخصية أطفالهم مثل العنف.
5. تشجيع عمل أنمي عربي يتوافق فيه صور الأبطال مع العادات العربية والسمات الشخصية المحببة في المجتمع العربي.
- 6.6 تشجيع الباحثين على الاهتمام أكثر بدراسة الأنمي، وعمل دراسات مستقبلية تهدف الى المقارنة بين تأثير الثلاثة أنميات التي قامت الباحثة بتحليلها على الشباب الأردني.

7.7 تشجيع شركات انتاج الرسوم المتحركة على انتاج كرتون خاص بالأردن، بهدف الجذب السياحي للمناطق الأثرية للأردن، بالإضافة إلى المردود الضخم الذي تجلبه الرسوم المتحركة من إيرادات.

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: المراجع العربية

إسماعيل، محمود حسن. (2003). *مبادئ الاتصال ونظريات التأثير*، ط1. مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

بن مسعود البشير، محمد. (2014). *نظريات التأثير الإعلامي*، دار العبيكان للنشر، السعودية.

بوطبل، روزه. (2021). *أثر تناول الإعلام لظاهرة اختطاف الأطفال على الأسرة الجزائرية - دراسة تحليلية وميدانية لاختبار فروض نظرية الغرس الثقافي بولاية تيبازة من (2016-2017) (أطروحة دكتوراه)*، جامعة الجزائر، الجزائر.

حسب النبي، هبة الله. (2017). *الصورة الإعلامية للأستاذ الجامعي بين الشكل والمضمون في أفلام السينما المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المراهقين*. جامعة عين شمس، مصر.

حنان، بوملال. (2020). *تأثير مشاهدة الأنمي على المراهقين، دراسة مسحية على عينة من المراهقين المتابعين لأفلام الأنمي، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة محمد خيضر بسكرة.*

خنفوف، بهجة النفوس (2021). *القيم المتضمنة في الرسوم المتحركة اليابانية، دراسة تحليلية على أنمي "أنا وأخي"*، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

ديفلير، ملفين. بول، ساندر. روكتيش. (2004). *نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر.*

رادوي، منال وعجال، يونس. (2021). *القيم المتضمنة في أنمي المحقق كونان (الجزء الثامن)*، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، 2(4)، صفحة 559-587.

الزعبي، حلا قاسم. (2016). *تأثير مشاهد العنف في برامج الأطفال التلفزيونية (الرسوم المتحركة) على الأطفال من وجهة نظر أولياء الأمور (الأمهات) والمدرسات*. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام. عمان

سميسم، حميدة. (2002). *الرأي العام وطرق قياسه*، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

السيد، ليلي حسن ومكاوي وحسن عماد، (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار الأول)*، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، مصر.

صابري، رمسية. (2020). القيم المتضمنة في شارات الرسوم المتحركة اليابانية المدبلجة للغة العربية، دراسة تحليلية سيميولوجية لشارتي "دروب ريمي" و"هجوم العمالقة"، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العربي بن المهدي أم البواقي.

صالح، سليمان. (2019). *نظريات الاتصال والإعلام، دراسة نقدية في ضوء ثورة الاتصال*، عمان: دار حنين للنشر والتوزيع.

صلوي، عبد الحافظ عواجي. (2012). *نظريات التأثير الإعلامية*.
<https://www.scribd.com/doc/20781422>

عبادي، إيمان ورزيوق، شريفة (2018). دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثاني، صفحة 379.

عبد الخالق، نجلاء. (2015). صورة الشباب الجامعي المقدمة في المسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات طلاب المدارس، جامعة القاهرة، مصر.

عبد النور، عثمان. (2023). تأثير الأنمي على الشباب والمراهقين، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: الاعلام.

عبد المغيث، أشرف (2014). *دور الإعلام في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري، دراسة ميدانية تحليلية، [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القاهرة - كلية الإعلام.*

العبد لله، مي (2014). *المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (مشروع العربي لتوحيد المصطلحات)*، دار النهضة العربية، بيروت.

عبنده، هيثم (2013). *لغة الجسد في برامج الرسوم المتحركة - دراسة تحليلية لمغامرات عدنان [رسالة ماجستير]*، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

العجال، سارة (2016). صورة الطفل المدرسي في مسلسلات الكرتون - دراسة تحليله سيميولوجية لمسلسل " يحيى أنجلو " [مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير] جامعة العربي التبسي، الجزائر.

العريشي، جبريل حسن وسلمى، الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم. دار المنهجية ط1، عمان.

علوان، رانيا حمدي. (2006). صورة البطل فيما يقدمه مسرح الطفل، مفهوم البطولة لدى طفل المرحلة الإعدادية. القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.

علي، جيهان. (2108). 9 أسباب توضح لماذا نفضل الانمي. مجلة اراجيك <https://www.arageek.com/art/why-we-love-anime>

علي، ليالي صفوت (2013). صورة المنتمين إلى اسر مفككة اجتماعياً كما تصفها المسلسلات العربية. جامعة عين شمس، القاهرة.

عمر، احمد مختار (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة. ط1. القاهرة: عالم الكتب.

عيد، ميخائيل. (2004). قاموس المصطلحات الأدبية الرومانية.

الفار، محمد جمال (2014). معجم المصطلحات الإعلامية، دار اسامه للنشر والتوزيع، عمان.

قرة البيت، فارس (2015). الرسوم المتحركة التجريبية وأهم روادها، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الهندسية، (سوريا)، 6(37).

كبارة، أسامة ظافر (2003). برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال. دار النهضة، بيروت.

الكعبي، حيدر محمود (2022). كتاب الأنمي وأثره في الجيل العربي - سلسلة الاختراق الثقافي (11)، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العراق.

المتبولي، داليا إبراهيم. (2003). صورة الطفل المصري والأجنبي في الأفلام الروائية التي يقدمها التلفزيون المصري. جامعة عين شمس، القاهرة.

محمد عمارة، محمد (2008). *دراما الجريمة التلفزيونية: دراسة سوسيو إعلامية القاهرة*: دار العلوم للنشر والتوزيع.

محمد، عبد الحميد. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، ط3، القاهرة، مصر.

مشهداني، سعد سلمان. (2019). *منهجية البحث العلمي*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المعاينة، عبد العزيز عطالله. (2011). *اتجاهات حديثة في البحث العلمي*، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

معبد، اعتماد خلف وعلي، هناء السيد وعبد المطلب، هبه صلاح. (2021). *الصورة الإعلامية للبطل الشعبي في المسلسلات التلفزيونية المصرية*، علاقتها بالصورة الذهنية لدى الجمهور. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، العدد 28*.

معجم مصطلحات العلوم الشرعية (2017). الرياض: مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.

معلوف، لويس. (2009). *المنجد في اللغة*. بيروت: المطبعة الكاثوليكية.

مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسن (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

مكيري، مالمية (2011). *تأثير مضامين العنف للرسوم المتحركة على سلوكيات الأطفال ما بين 3 إلى 5 سنوات* (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، الجزائر.

ندا، أيمن منصور (2004). *الصورة الذهنية والإعلامية عوامل تشكيل واستراتيجيات التغيير*، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

هاشم، دعاء. (2022). *الصحافة الاستقصائية التلفزيونية وقضايا الإرهاب*. القاهرة: دار العربي للطباعة والنشر.

يوسف، حنان (2006). *الإعلام والسياسية مقارنة ارتباطيه*. دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ball Rokeach, Sandra. (1985). *The origins of individual Media-system Dependency*. London: Communication Research, A sociological framework.
- Gerbner, George. (1978). Cultural indicators violence profile London. *Journal of Communication*.
- Gerbner, George. (1986) Living with television: The dynamics of the cultivation process: The Annenberg School of Communications University of Pennsylvania.
- Gerbner, George. Gross, Larry. (2018). Living with television: the violence profile *Journal of Communication: Journal of Communication* 26(2):173-99
- Griffin, E. (2009). *A first look at comminate in theory*. Boston: Mc Graw- Hill
- Hassan, nor. (2016). *Study on Anami and Its Impacts Among University Students*: Article, Research Gate.
- McQuaid, Denis, Sven Windahl (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.
- van Evra, Judith. (1990). *Television and Child Development Hillsdale*: Lawrence Erlbaum.
- Yamamura, Eiji. (2013). *The effect of young children on their parents' anime viewing habits: Evidence from Japanese micro date*: Middle East Public Relations Association.
- Yusof, Nur Afian. (2021). Anime and Social Disorders among Secondary School Adolescents: *Journal of Social Science and Humanities*, 4 (2): 06-13.
- Wang, Yiheng. (2023). Anime Obsession and Importance of Environment in Its Formation

ثالثاً: المواقع الالكترونية

https://constantine3.blogspot.com/2013/12/cultivationtheory_10.html

https://bohot2.blogspot.com/2014/11/blog-post_590.html

<https://www.explorejapanarabic.com/>

<https://www.syr-res.com/article/18309.html>

<https://arabic.cnn.com/style/article/2019/08/01/japan-anime-global-identity-hnk-intl>

https://arabic.news.cn/2017-12/13/c_136823088.htm

<https://www.jpfi.go.jp/e/world/>

<https://nipponimes.net/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A9-%D9%84%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%86/>

<https://www.arageek.com/art/why-we-love-anime>

الملحقات

الملحق (1)

استمارة تحليل المضمون



الموضوع: تحكيم استمارة التحليل

الأستاذ الدكتور الفاضل حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بدايةً أتقدم منكم بوافر التحيات وجزيل التقدير، وبعد:

فإنني أضع بين أيديكم استمارة تحليل المضمون التي تم إعدادها في سياق الدراسة التحليلية لرسالة الماجستير، الموسومة بـ " صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن "، من إعداد الطالبة: آية شوكت علاونه، وإشراف الدكتورة: ليلي الجرار. كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط. الأردن.

أرجو التكرم بتحكيم هذه الاستمارة وتزويدي بملاحظتكم التحكيمية القيمة، وإبداء آرائكم بحذف أو إضافة أو تعديل الفقرات، وأية ملاحظات أخرى.

مع شكري وكامل تقديري لجهودكم لإثراء البحث العلمي

الباحثة: آية شوكت علاونه

مشكلة الدراسة

يتميز عالم الأنمي بتأثيره الكبير على المجتمع خصوصاً فئة الشباب، وهناك مجموعات خاصة تميز نفسها بعشاق الأنمي ويطلقون على أنفسهم جماعة الاتاوكو ومعناها "الأشخاص المهووسين والعاشقين للأنمي". (كتاب الأنمي وأثره في الجيل العربي)

هذا التعلق لا بد إن يؤدي إلى تأثير على شخصياتهم، ومن هنا فقد قامت الدراسة الحالية بعمل حصر لتحديد أهم أبطال الأنمي بالنسبة للشباب الأردني، ومن ثم تحليل هذه الشخصيات؛ لتوقع تأثيرها على بناء شخصيات الشباب في الأردن.

وبناء عليه قامت الدراسة، على دراسة صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن.

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي المستقل وهو: " ما هي صورة البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟"

وللإجابة على هذا السؤال لا بد من الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما السمات الإيجابية الشائعة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟
2. ما السمات السلبية الشائعة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟
3. ما القيم الإيجابية الموجودة عند البطل في مسلسلات الأنمي الأكثر شهرة في الأردن؟

السمات السلبية عند البطل	السمات الإيجابية عند البطل
الحزن	الثقة بالنفس
السخرية من الآخرين وجرح المشاعر	المرح
العنف	الإصرار
السب والشتم	الحماس
الشراهة	الشجاعة
الغباء	حب المعرفة والاستطلاع
التهور	الصراحة
الفشل	الطموح
الغرور	التضحية
تدمير الممتلكات	الحياء
البحث عن الحرية المطلقة	السعي للقيادة
الخوف	العدالة
الانتقام	الاعتذار
الصراخ الدائم	الحب
الأناية	

القيم الإيجابية عند البطل
التحدي الإيجابي
التنافس الإيجابي
الصدقة
مساعدة الآخرين
التفاوض

أسماء المحكمين

جامعة الشرق الأوسط	أ.د عزت حجاب
جامعة الشرق الأوسط	أ.د كامل خورشيد
جامعة الشرق الأوسط	د. أحمد عريقات
جامعة اليرموك	د. ناهدة مخادمة
جامعة اليرموك	د. محمد محروم

الملحق (2)
عناوين حلقات العينة ومدتها

جدول رقم (1) كشاف ون بيس

مدة الحلقة	عنوان الحلقة
24:37	أنا لوفي! سأصبح ملك القراصنة! الحلقة (1)
24:37	مكافأة! لوفي ذو قبعة القش يصبح معروفاً للعالم الحلقة (45)
23:37	عندما ينتهي حكم المملكة! يرفرف علم الإيمان إلى الأبد (89)
23:37	وصفة متوارثة! سانجي رجل الكاري الحديدي الحلقة (133)
23:38	محنة الحديد! قتال الأشواك البيضاء المميت! الحلقة (177)
23:50	فتى غامض يملك قرناً، واستنتاج روبين! (221)
24:00	اختراق لوفي! مواجهة كبيرة على الجزيرة الفضائية! (265)
23:00	قبضات تملؤها المشاعر! يطلق لوفي العنان لمدفع الرشاش بكل بأسه (309)
24:00	وعد الرجل لا يموت ابداً! من أجل الصديق المنتظر أسفل السماء البعيدة!
23:55	ذعر كبير! كفاح يائس في دار المزاد (397)
24:00	إنهاء المسألة، اللحية البيضاء ضد قرصنة اللحية السوداء! (485) - عدم ظهور لوفي
24:00	سوف تباد جزيرة البرمانيين؟ نبوءة شارلي! (529)
24:00	حان وقت الذهاب أخيراً! الوداع يا جزيرة البرمانيين (573)
24:00	هزيمة سيزار! ماغنوم الدب الأشيب القوي (617)
23:25	نزال بين اثنين من الشيتوكاي! لو ضد دوفلامينغو
23:55	لحظة الحزم! سياسية الوداع محور ادون (705) - لا ظهور للوفي -
23:55	تأجج مهارات السيف، يظهر لو وزورو أخيراً! (749)
23:55	المملكة المسافرة بحراً! جرما، جودج (793) - لا ظهور للوفي -
24:05	ولادة الأم! اليوم الذي اختفت فيه كارميل (837) - لا ظهور للوفي -
23:55	تحرك قائد الأسطول الجديد العنيد - كازولي (881)
23:55	اندفاع! مقنع السوبا النزيه! (925)
23:50	إلى البلاد والسواحل، قرصنة روجر (969) - لا ظهور للوفي -
23:50	ماضي ياماتو! الرجل الذي أتى ساعياً خلف اليونكو! (1013)
23:50	مكائد شريرة! عملية الهروب من ابغيهد! (1102)

جدول رقم (2) أنمي ناروتو

مدة الحلقة	عنوان الحلقة
23:35	فلتدخل يا ازوماكو ناروتو (1) ج 1
23:06	العودة إلى الديار (1) ج 2
23:40	إحياء الشارينغان (30) ج 1 - لا ظهور لنارتو -
23:08	جماليات لحظة (30) ج 2
23:34	الجولة الأخيرة، الاندفاع للوصول لحلبة المعركة (59) ج 1
23:07	عدو جديد (59) ج 2
23:39	نقطة بؤرية: علامة ورق الشجر (88) ج 1
23:09	أسلوب الرياح: راسين شورينكن (88) ج 2
23:34	الخسارة ليست خياراً (117) ج 1
23:09	جوغو من المخبأ الشمالي (117) ج 2
23:34	ظل أورتشيمارو (146) ج 1
23:34	فن النينجا الشهير: تقنية أسلوب المال (175) ج 1
23:09	أمنية الوريثة (146) ج 2
23:09	بطل قرية الورق المخفية (175) ج 2
23:09	قوة الكانمي الخمسة (204)
23:09	منتحل شخصية ناروتو (233)
23:09	بداية الحرب (262) - لا ظهور لنارتو -
23:09	قوة: الحلقة 2 (291)
23:09	أهرب يا اوموي (320)
23:09	كاكاشي: ظل فريق الأنبو للعمليات السوداء: قناع يخفي القلب (349) - لا ظهور لنارتو -
23:09	جينتشيو وحش الذبول العشرة (378)
23:09	عشيرة يامانكا: النيجتسو راي (407) - لا ظهور لنارتو -
23:09	لفائف النينجا الخاصة بجرايا: حكاية البطل ناروتو - الرجل المقنع. (426)
23:20	أشورا وايندرا (465) - لا ظهور لنارتو -
23:58	الرسالة (500)

جدول رقم (3) أنمي هجوم العملاقة

مدة الحلقة	عنوان الحلقة
23:50	إليك، 2000 سنة في المستقبل - سقوط شيفا نيشا (1)
24:06	المعركة الأولى - معركة تورست - (5)
24:06	حين اختفت الذراع اليسرى - معركة تورست - (9)
23:50	رغبة فطرية - معركة تورست - (13)
24:07	العماق الأنثى - الرحلة الاستكشافية ال 57 خارج الأسوار (17)
24:06	عضه - الرحلة الاستكشافية ال 57 خارج الأسوار (21)
23:52	السور - الإغارة على مقاطعة شوهاين (25)
24:10	جندي (29) - لا ظهور للبطل
24:09	الصيدون (33)
23:40	صرخة (37)
23:55	ثقة (41) - لا ظهور للبطل -
23:55	خارج أسوار مقاطعة أورفود (45)
23:40	ليلة معركة استرداد السور (49)
23:55	بطل (54)
23:55	ذلك اليوم (57)
23:55	العماق المهاجم (58)
23:55	قطار الليل المظلم (61) - لا ظهور للبطل -
23:55	عماق المطرقة الحربية (65)
23:54	حجة مفحمة (69)
23:55	همجية (73)
23:55	هجوم مفاجئ (77)
23:55	نوبان (81) - لا ظهور للبطل -
23:55	خائن (85) - لا ظهور للبطل -
23:55	فخر البشرية (87)
1:00:55	الفصول الأخيرة (حلقة خاصة)