



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة
قسم الاعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر موسومة بـ:

تأثير أفلام الأنمي على القيم لدى الشباب

دراسة على عينة من الشباب المتابعين لأفلام الأنمي

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بن ترباح محمد

من إعداد:

بريشي سميرة إلهام

بوطرفاية خولة

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وتقدير

لا يسعنا بعد الانتهاء من هذا العمل إلا أن نحمد الله على توفيقه وتسهيله وتيسيره لنا كل ما صعب علينا، وألهمنا الصبر على ذلك

ونصلي ونسلم على أشرف الأنبياء المرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين

الناس" عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "لا يشكر الله من لا يشكر

الى المشرف الدكتور بن تريح محمد الذي لم يبخل بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي بفضلها تم تحقيق الهدف المنشود في إعداد هذا البحث، فجزاه الله خيرا وحفظه.

إلى كل من أساتذة وموظفي قسم العلوم الانسانية – جامعة عمار ثلجي الأغواط.

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من أمدنا بيد العون، والمساعدة من قريب أو بعيد.

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب اللحظات إلا بذكرك
الى من بلغ الرسالة و ادى الامانة و نصح الامة سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
الى ملاكي الطاهر، وقوتي بعد الله ،داعمتي الأولى و الأبدية "أمي" أهديك هذا الانجاز الذي لولا
تضحياتك لما كان له وجود ممتنة لأن الله قد اصطفاك لي من البشر أما خير سند و عوض
الى من دعمني بلا حدود واعطاني بلا مقابل الى هديتي من الله والنعمه الكبيرة التي أعيشها "أمي"
إلى من قيل فيهم : {سنشد عضدك بأخيك }الى من مدو يدهم دون كل ولا ملل وقت ضعفي "
إخوتي" : محمد _عبدالكريم، أدامكم الله ضلعا ثابتا لي
الى من آمنت بقدراتي وأمان أيامي "اختي الكبرى" :فاطمة
الى من تذكرني بقوتي وتقف خلفي كظلي "اختي الصغرى" فرح
الى الأيدي الصغيرة التي تطرق بابنا زائرة لتدخل الأنس والحياة الى أيامنا اهدي هذا البحث اليكم يا
احفادنا الصغار :مرام _محمد ،
الصداقة هي الحياة وجوهرها هو الوفاء الى صديقات العمر ورفيقات الدرب اسأل الله ان يديم علينا
نعمة الاخاء والمحبة الى آخر الدهر :صبرين _خولة _ نورالهدى
الى اثاربي تلك النجوم التي تنير طريقي اهديكم تخرجي لانكم كنتم عوننا لي في مسيرتي وايضا وفاء
وتقديرًا واعترافًا مني بالجميل اتقدم بجزيل الشكر للاستاذ المخلص الذي لم يألو جهدا في مساعدتنا في
مجال البحث العلمي الاستاذ الفاضل: (محمد بن تريح) على هذه الدراسة وصاحب الفضل في
توجيهنا ومساعدتنا في تجميع المادة البحثية فجزاه الله كل الخير

إمام سميرة

إهداء

من قال انا لها نالها وانا لها وان ابت رغما عنها اتيت بها

الحمد لله حبا وشكرا وامتنان على البدء والختام "وَأَخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ"

الى من كلفه الله بالهيبة والوقار الى من علمني العطاء بدون انتظار الى من احمل اسمه بكل افتخار ارجو
من الله ان يرحمك ويتقبلك من الشهداء وستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم وفي الغد والى الابد
والذي العزيز رحمه الله الهاشمي

الى من جعل الله الجنه تحت اقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى الانساة العظيمة التي طالما احببتها
والتي العزيزة مسعودة

الى الطفولة التي ملات عالمي واهبجت حياتي بناتي مريم وفرح حفظهم الله

الى ضلعي الثابت وامان اياي الى قره عيني اخوتي واخواتي

الى كل من كان عوننا وسندا في هذا الطريق الاصدقاء الاوفياء عائلتي المخلصة اهديكم هذا الانجاز وثمره
نجاحي الذي لطالما تمنيت

الحمد لله عز وجل على ما وهبني وان يعينني ويجعلني مباركة اينما كنت

خولة



تأثير أفلام الأنمي على القيم لدى الشباب

- دراسة ميدانية على عينة من متابعي أفلام الأنمي من فئة الشباب بالأغواط-

ملخص

هدفت الدراسة الى الكشف عن مدى تأثير أفلام الأنمي على القيم لدى الشباب والتي تشكل موضوع مهم في وسائل الاتصال، وذلك بالاعتماد على المنهج الإحصائي الوصفي لملائمته لدراسة الحالية، وباستعمال أداتي الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، أين تم توزيع إستمارة على عينة قصدية تضم 30 فردا من شباب ولاية الأغواط، وتم تغريغ بياناتها ضمن محاور باستعمال وسائل إحصائية بالاستعانة ببرنامج SPSS، حيث أسفرت النتائج على ما يلي:

- عدم تقليد الشخصيات يوضح أن الأنمي لا يؤثر بشكل كبير على سلوك الشباب.
 - تركيز الأنمي على الصدق والقيم يعكس دوره في نقل رسائل إيجابية.
 - وجود الرومانسية والحب كصفات شائعة يظهر اهتمام الجمهور الشاب بهذه الجوانب العاطفية.
 - عدم الشعور بأي تأثير بعد المشاهدة يشير إلى طبيعة الترفيه المؤقتة للأنمي.
 - تأجيل الواجبات بسبب الأنمي يظهر أنه قد يكون هناك تأثير على الإنتاجية اليومية.
- باختصار، الأنمي يظهر كوسيلة شعبية للترفيه بين الشباب، ويرافقه تفضيل للأنماط المرنة للمشاهدة والاهتمام بالقصص والشخصيات. كما يظهر أن تأثير الأنمي على الشباب قد يكون محدودًا في بعض الجوانب.

الكلمات المفتاحية: الأنمي - الشباب - القيم

Summary of the study

The impact of anime films on moral values among young people

- A field study on a sample of anime film followers from the youth category in Laghouat -

Summary

The study aimed to reveal the extent of the influence of anime films on values among young people, which constitute an important topic in the means of communication, by relying on the descriptive statistical approach for its suitability to the current study, and by using observation and questionnaire tools to collect data from the respondents, where a questionnaire was distributed to a purposive sample of 30 individuals. From the youth of the state of Laghouat, their data was transcribed into axes using statistical methods using the SPSS program, and the results resulted in the following:

- Not imitating characters shows that anime does not significantly affect the behavior of young people.
- Anime's focus on honesty and values reflects its role in conveying positive messages.
- The presence of romance and love as common characteristics shows the interest of young audiences in these emotional aspects.
- Not feeling any effect after watching indicates the temporary entertainment nature of anime.
- Postponing duties due to anime shows that there may be an impact on daily productivity.

Keywords : Anime – young people – moral values

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

الإهداء

الملخص

فهرس المحتويات

1 مقدمة

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

1. إشكالية الدراسة..... 3

2. أسباب اختيار الموضوع..... 4

3. أهمية الدراسة 5

4. أهداف الدراسة..... 6

5. مفاهيم متعلقة بالدراسة..... 6

6. الدراسات السابقة..... 8

7. الاطار النظري للدراسة..... 11

خلاصة الفصل..... 14

ثانياً: الاجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة..... 16

2- مجتمع البحث وعينته..... 16

3- مجال الدراسة..... 17

4- اختبارات الصدق والثبات..... 18

5- أدوات الدراسة والاجراءات الاحصائية..... 19

الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة

أولاً: فئة الشباب

1- مفهوم الشباب 20

22	 2- خصائص الشباب
24	 3- مشكلات الشباب وحاجاتهم
28	 4- دور الشباب في المجتمع
29	 5- الشباب في الجزائر

ثانيا: الأنمي

31	 1. مفهوم الأنمي
32	 2. تاريخ الأنمي
34	 3. أنواع الأنمي ومميزاتها
38	 4. تأثيرات الأنمي
39	 5. الأنمي في الجزائر

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

40	 1. عرض وتحليل بيانات الدراسة
43	 2. تحليل وتفسير بيانات المحور الأول
50	 3. تحليل وتفسير بيانات المحور الثاني
60	 4. عرض وتحليل بيانات المحور الثالث
74	 النتائج العامة
77	 مناقشة النتائج
79	 خاتمة

مراجع

ملاحق

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	نوع جنس المبحوثين	40
02	المستوى العمري للمبحوثين	41
03	المستوى التعليمي للمبحوثين	42

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
01	جنس المبحوثين	40
02	المستوى العمري للمبحوثين	41
03	المستوى التعليمي للمبحوثين	42
04	مدى متابعة المبحوثين للأنمي	43
05	ماذا يشاهد المبحوثين الأنمي	44
06	وسيلة المشاهدة	45
07	عدد مرات مشاهدة الأنمي خلال الأسبوع	45

46	الوقت الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة الأنمي في اليوم	08
48	الأوقات المفضلة لمشاهدة الأنمي	09
49	الأشخاص الذين يفضلهم المبحوثين في مشاهدة الأنمي	10
50	سبب مشاهدة الأنمي	11
51	دافع مشاهدة الأنمي	12
53	المميزات التي تجذبك في الأنمي	13
55	الأنمي المفضل لدى المبحوثين	14
56	الشخصية المفضلة	15
58	اللغة المفضلة	16
59	معرفة صنف المانجا والانيشي	17
60	ماذا يفضل المبحوثين في شخصيات الأنمي	18
61	القيمة الأكثر تكرارا من خلال متابعة الأنمي	19
62	الصفات الأكثر تداولاً في الأنمي	20
63	مدى شعور المبحوثين عند الانتهاء من مشاهدة الأنمي	21
64	مدى تأجيل المبحوثين لواجباتهم ودراساتهم لغاية انتهاء الحلقة	22
66	تأثيرات مشاهدة الأنمي لدى المبحوثين	23
67	مدى تأييد العائلة لمشاهدة الأنمي	24
68	مدى مناقشة المبحوثين عما يشاهدونه في الأنمي مع أصدقائهم	25
69	أين تتم المناقشات	26
71	مدى التأثير وانجذاب المبحوثين للأنمي	27
72	إمكانية تخلي المبحوثين عن مشاهدة الأنمي	28

حقك حقة

مقدمة

يشير مفهوم الشباب إلى فترة العمر بين المراهقة والبلوغ، وهي فترة حياتية مهمة تتميز بالنضج البدني والعقلي والاجتماعي. كما يختلف تعريف الشباب من ثقافة لأخرى ومن منظور إلى آخر، لكن في العموم يعتبرون مجموعة الشباب القوية الحيوية التي تمثل جزءاً هاماً في المجتمع. كما تتنوع خصائص الشباب وميزاتهم باختلاف الثقافات والبيئات الاجتماعية والاقتصادية. إضافة إلى ذلك، فإن الشباب يتمتع بمهارات تكنولوجية متقدمة ويعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل والتفاعل مع العالم من حولهم.

تمثل وسائل الإعلام والاتصال جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، حيث تلعب دوراً حيوياً في نقل المعلومات وتبادل الأفكار وتشكيل وجهات النظر. فهي تشمل مجموعة واسعة من الوسائل والمنصات التي تشمل التلفزيون، الإذاعة، الصحف والمجلات، وسائل الإعلام الاجتماعية، والإنترنت بشكل عام. كما تساهم في نقل المعلومات، و تكوين الرأي العام وتوجيه المجتمع نحو قضايا معينة. ومع تطور التكنولوجيا، شهدت وسائل الإعلام والاتصال تحولات هائلة، مما أدى إلى تغييرات جذرية في طرق الوصول إلى المعلومات وطرق تبادلها. فمن خلال الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، أصبح بإمكان الأفراد الوصول إلى المحتوى الإعلامي في أي وقت وفي أي مكان. ومع ذلك، تواجه وسائل الإعلام والاتصال تحديات عديدة، كونها تساهم في انتشار محتويات قد تنعكس سلباً على الفرد والمجتمع لذا وجب فرض الرقابة عليها.

ومن بين ما يشغل فكر الشباب على وسائل الاعلام (التلفزيون أو الهاتف وحتى اللوحة الذكية) مشاهدة ومتابعة أفلام الأنمي، والتي تمثل جزءاً لا يُستهان به من صناعة السينما العالمية، حيث تتميز بقصصها

المثيرة والمختلفة والموجهة لفئات عمرية متنوعة. فهي تعبر عن الثقافة والفن الياباني، كما تحظى بشعبية كبيرة على مستوى العالم، ويشمل تنوعاً واسعاً من الأنواع والأساليب الفنية. بينما لها تأثير كبير على الشباب والذي يمتد إلى مختلف جوانب حياتهم، سواء على المستوى الشخصي، الثقافي، أو الاجتماعي. فهي ليست مجرد ترفيه، بل تمتلك قدرة فريدة على التأثير على عقولهم وقلوبهم. إذ تعتبر وسيلة للتعبير عن الخيال والإبداع، وتمتاز بقصص ملهمة وشخصيات قوية تتغل قيماً ومواقفاً تترك أثراً عميقاً على الشباب. ومن خلال متابعة أفلام الأنمي، يمكن للشباب أن يستفيدوا من العديد من الدروس والقيم الحياتية، كالصداقة، والعدالة، والقوة الداخلية. كما توفر لهم فرصة لاكتشاف الذات وفهم مشاكلهم وأحلامهم من خلال التفاعل مع الشخصيات والقصص المختلفة. ولكن على الرغم من الفوائد الكثيرة، وجب على الشباب أن يكونوا منبهين للمحتوى الذي يتابعونه، وأن يحافظوا على التوازن بين الواقع والخيال، وأن يستخدموا الدروس التي يتعلمونها بحكمة في حياتهم اليومي.

من أجل معرفة تأثير أفلام الأنمي على الشباب، تم القيام بهذه الدراسة والتي يتضمن الفصول

التالية:

- الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة والذي يتضمن إشكالية الدراسة، فرضياتها، أهميتها، أهدافها إضافة إلى مفاهيم متعلقة بالبحث ودراسات سابقة. والاجراءات المنهجية للدراسة.
- الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة: فئة الشباب والأنمي.
- الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. مفاهيم متعلقة بالدراسة
6. الدراسات السابقة
7. الاطار النظري للدراسة

ثانياً: الاجراءات المنهجية للدراسة

1. منهج الدراسة
2. مجتمع البحث وعينته
3. مجال الدراسة
4. اختبارات الصدق والثبات
5. أدوات الدراسة والاجراءات الاحصائية

أولاً: مشكلة الدراسة

1. إشكالية الدراسة

يمثل الإعلام الوسيلة التي تنتقل المعلومات والأخبار والمحتوى إلى الجمهور بمختلف أشكاله. إذ يتضمن الإعلام وسائل متعددة مثل التلفزيون، الراديو، الصحف، المجلات، ووسائل الإعلام الرقمية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. لذلك يلعب دوراً هاماً في توعية الشباب وذلك بنقل المعلومات إليهم وتعزيز الوعي الثقافي عندهم إضافة إلى التوجيه والتنقيف حول القضايا الاجتماعية الهامة. أي يمكن القول إن الإعلام يلعب دوراً هاماً في توعية الشباب وتنقيفهم، ويمكن أن يساهم في بناء جيل مستقبلي متقف وواعٍ. لكن، بالرغم من الإيجابيات إلا أن له العديد من السلبيات على وعي الشباب، إذ يكمن ذلك في نوع الإعلام والمحتوى المقدم، فقد يشوه لديه الصورة الواقعية للأحداث، و قد يساهم في ترويج ثقافة معينة إضافة إلى التأثير على الصحة النفسية.

تعتبر أفلام الأنمي أفلام سينمائية تم انتاجها باستخدام تقنيات الرسوم المتحركة اليابانية والتي تشمل مجموعة متنوعة من القصص والأساليب. وهي تتميز بشخصيات مميزة وعوالم خيالية ملونة وتعبيرات وجوانب درامية مثيرة، وتتنوع القصص بين الخيال العلمي، والمغامرة، والدراما، والرومانسية، والفانتازيا، والرعب، وغيرها من الأنواع. كما يمتاز الأنمي بتنوعه في الجمهور المستهدف، حيث يُصمم بعضه للأطفال والمراهقين وبعضه للبالغين.

ولما لها من تأثير هام على الفئة المستهدفة، فقد تساهم في تحفيز الشباب على تحقيق أهدافهم وتطوير مهاراتهم الشخصية وإلهامهم، كذلك تنمية الابداع والتخيل، إضافة إلى تطوير مهارات اللغة والثقافة كما أنها قد تفتح الباب أمام فهم ثقافة اليابان وتعلم تقاليدها وعاداتها. لكن مع ذلك، يجب أن

يكون الشباب حذرين من بعض الأفلام التي قد تحتوي على مشاهد عنيفة أو غير مناسبة لعمرهم، وينبغي على الآباء والمربين متابعة ما يشاهده الشباب والتحدث معهم عن محتوى الأفلام والدروس التي يمكن استخلاصها دون التأثير بأخرى.

من هذا المنطلق، جاءت الدراسة لتسلط الضوء على هذا الموضوع وتهتم به، قصد معرفة القيم التي يمكن أن يتلقاها الشباب من خلال مشاهدتهم لأفلام الأنمي وطبيعة الأثر الذي تتركه داخلهم، وعليه نطرح التساؤل التالي:

- كيف تؤثر أفلام الأنمي على قيم الشباب؟
- و من خلال الاشكالية الرئيسية، ندرج مجموعة من التساؤلات الفرعية كالتالي:
- ما هي أنماط وعادات مشاهدة الشباب للأنمي؟
- ما هو الدافع عند الشباب لمشاهدة الأنمي؟
- ما هي المواضيع التي تحتويها أفلام الأنمي الموجهة لفئة الشباب؟

2. أسباب اختيار الموضوع

إن اختيار الباحث لموضوع ما دون سواه من المواضيع أو المشكلات التي تحتاج أيضا للاهتمام والدراسة والتحليل، يكون بدافع أسباب منها الذاتية و الموضوعية:

* أسباب ذاتية:

- التطلع إلى تطوير القدرات المنهجية وتحرير بحث علمي.
- الرغبة في دراسة هذا الموضوع والتعمق فيه كونه يمس فئة هامة من المجتمع
- الاهتمام الشخصي بمعالجة الظاهرة محل الدراسة.

- اقتراب موضوع الدراسة من التخصص.

* موضوعيا :

- المساهمة في إثراء رصيد البحوث والدراسات الجامعية في ذات المجال،

- الانتشار الواسع للأنمي خارج حدود اليابان،

- أهمية المواد السمعية البصرية في الترويج والتسويق لثقافات البلدان،

- الرغبة في معرفة مدى تأثير الأنمي على قيم الشباب.

3. أهمية الدراسة

إن لكل دراسة أهمية، سواء من الناحية النظرية أو الميدانية، إذ تكمن أهمية هذه الدراسة في قيمة الموضوع الذي تم اختياره بحد ذاته، لما له من انعكاس على فئة تمثل ركيزة المجتمع، فتأثر الشباب وقيمهم بعادات و أخلاق شعوب أخرى لا بد أن يحظى بأهمية بالغة، فهي تحدد مسراه الفكري والثقافي و قد تكون السبب الأول في تحديد توجهاته المستقبلية. فمشاهدة أفلام الأنمي من طرف الشباب يمثل اطلاعهم على نمط حياة آخر قد يتنافى مع بيئتهم، لذا وجبت دراسة هذا الموضوع، وذلك لكون:

- أن فئة الشباب هي أساس المجتمع، وتأثرها بقيم شعوب أخرى يعني تغيير قيمهم وعاداتهم المستمدة من البيئة الأصلية.

- أن أفلام ومسلسلات الأنمي أصبحت تشكل عنصرا أساسيا في التنشئة الاجتماعية لما تحتويه من قيم وسلوك والتي تشكل رافدا ينهل الشباب منه بما فيه من سلبيات وإيجابيات.

- قلة الأبحاث العلمية في ذات المجال.

4. أهداف الدراسة

- التعرف أكثر على الأنمي وما تتناوله من مواضيع تستهدف فئة الشباب،
- معرفة أنواع القيم التي يستمدّها الشباب من الأنمي،
- توعية الشباب و المسؤولين عنهم و نصحبهم بضرورة اختيار المضامين التي تتماشى مع قيم مجتمعنا و بما يتناسب مع سنهم ومستوى تفكيرهم.
- المحافظة على قيم مجتمعنا من خلال التحصن من خطر الغزو الفكري والثقافي الغربي.

5. مفاهيم متعلقة بالدراسة

أ. الشباب

- **تعريف الشباب لغة:** كلمة شباب هي جمع شاب، وقد جاء في المعجم الوسيط أنه "هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة" والشباب هو "الحدثاء" و شباب الشيء هو "أوله". وفي المصباح المنير فالشباب يعني "النشاط والقوة والسرعة"، أما في لسان العرب لابن منظور "شب الشباب: الفتاء والحدثاء".¹

- **تعريف الشباب اصطلاحاً:** هو مفهوم متغير وغير محدد بتعريف ثابت. فإنه يشمل مفاهيم مثل "الشباب" و"المراهقين". على سبيل المثال، تعرف الأمم المتحدة الشباب على أنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 عامًا، ولكن في بعض السياقات يمكن أن تصل هذه الفئة العمرية إلى 35 عامًا. ويمكن أن تختلف الأعمار التي يُعتبر فيها الفرد جاهزًا بما فيه الكفاية لأداء بعض المهام وفقًا للمجتمع والثقافة والدولة. يُشير "الشباب" إلى أولئك الذين في فترة من التقدم نحو تحمل

¹ ابن منظور، لسان العرب، المجلد 3، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997، ص 388-389.

المسؤولية المستقلة. تختلف التعاريف من سياق لآخر اعتماداً على العوامل الاجتماعية والثقافية والمؤسسية والاقتصادية والسياسية¹.

ب. الأنمي: Anime هي مفردة مشتقة من الكلمة الانجليزية (أنميشن) Animation التي تعني حرفياً (رسوم متحركة)، وقد تم اختصار كلمة «أنميشن» لتكون «أنمي» من أجل تمييز الرسوم المتحركة المنتجة في اليابان عن تلك المنتجة في غيرها من بلدان العالم².

ت. القيم

- **تعريف القيم لغة:** حاء في لسان العرب: القيمة: واحدة من القيم، وأصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء". والقيمة هي ثمن الشيء بالتقويم. نقول: تقاوموه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته، فقد استقام لوجه³. والقيمة مفرد "قيم" من "قوم" و "قام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به". والقيمة: الثمن الذي يقوم به المتاع، أي يقوم مقامه، والجمع: القيم، و قوم المتاع أي جعل له قيمة⁴.
- **تعريف القيم اصطلاحاً:** نظراً لكون مصطلح " القيم " يدخل في كثير من المجالات ، فقد تنوعت المعاني الاصطلاحية له بحسب المجال الذي يدرسه ، وبحسب النظرة إليه. فعند علماء الاقتصاد هناك قيم الإنتاج وقيم الاستهلاك ، وكلٌ له مدلوله الخاص. وعند علماء الاجتماع : القيمة هي الاعتقاد بأن شيئاً ما ذا قدرة على إشباع رغبة إنسانية، وهي صفة للشيء تجعله ذا أهمية للفرد أو للجماعة، وهي تكمن في العقل البشري وليست في الشيء الخارجي نفسه⁵.

¹ <https://inee.org/ar/eie-glossary/> الشباب

² / حيدر محمد الكعبي، الأنمي وأثره في الجيل العربي، سلسلة الاختراق الثقافي، العدد 11، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف الأشرف، 2022، ص6.

³ / ابن منظور، لسان العرب، المجلد 5، دار المعارف، القاهرة، ص 3783.

⁴ / طهطاوي سيد أحمد، القيم التربوية في القصص القرآنية، دار الفكر العربي، ط 1 ، 1996، ص 39.

⁵ / طهطاوي سيد أحمد، مرجع سابق، ص 40.

6. الدراسات السابقة

- دراسة وريدة شوية بعنوان: أثر الرسوم المتحركة على قيم وسلوك الطفل (2021)، دراسة وصفية، هدفت إلى التعرف على أثر الرسوم المتحركة على قيم وسلوك الطفل والتعرف على القيم المكتسبة من خلال المشاهدة وكذلك نوع السلوكيات المكتسبة جراء مشاهدة الرسوم المتحركة من وجهة نظر أوليائهم.

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت على اداتي الملاحظة والاستبيان في جمع المعلومات والبيانات، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة قصدية من الأولياء الذين لديهم أطفال ينتمون إلى المرحلة العمرية من 06 إلى 12 سنة بالوادي.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة في هذه الدراسة هي:

- أن أغلب الأطفال يفضلون مشاهدة MBC3 ، وذلك بشكل مكثف يصل إلى أكثر من ثلاث ساعات في اليوم، وهذا ما يشكل خطرا عليهم خاصة إن كانت المشاهدة تتم بمفردهم و بدون رقابة أو حوار ونقاش مع أوليائهم.
- أن الأطفال يفضلون مشاهدة الرسوم المتحركة ذات طابع المغامرة والمنافسة وينجذبون إلى الشخصيات التي تتمتع بالقوة والشجاعة، مما يؤدي بهم إلى تقليدها في بعض الأحيان وممارسة العنف والعدوان، وهذا ما يدل على أن مضمون هذه الرسوم المتحركة لا يتوافق مع قيم المجتمع وهو ما أكدته أفراد العينة المدروسة.
- أن الرسوم المتحركة تترك أثرا سلبيا على قيم و سلوك الطفل.

- دراسة بهجة النفوس خنفوف بعنوان: القيم الثقافية المتضمنة في الرسوم المتحركة اليابانية (2021)، والتي هدفت إلى الكشف عن القيم الثقافية التي تتضمنها الرسوم المتحركة اليابانية، وطرق التسويق لها عن طريق استخدام منهج المسح بالعينة، في دراسة وصفية اعتمدت أداة تحليل المحتوى، طبقت على عينة قسدية من الرسوم المتحركة اليابانية تم اختيارها ملاحظة الباحث، وهي سلسلة "أنا وأخي" المترجمة للعربية.

وبعد تصميم استمارة تحليل المحتوى وتقديمها للتحكيم من طرف أساتذة التخصص، تم الاعتماد على فئات المضمون دون الشكل نظرا لأهمية المضمون، حيث تم تقسم الفئات إلى تسع فئات. ومن خلال تحليل مضمون حلقات العينة في إطار هذه الفئات خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الأنمي وسيلة لعرض الثقافة اليابانية و التسويق لها خارج حدود اليابان وذلك من خلال مجموعة من الطرق التي تم الكشف عنها بعد التحليل وهي كالآتي:

- تضمين القيم الثقافية في السيناريو كجزء من الأحداث
- توظيف القيم الثقافية في حياة الشخصيات
- استثمار القيم الثقافية في استقطاب الجمهور
- استغلال القيم الثقافية في إضفاء عنصر التسويق على الأحداث
- إبراز اهتمام الشخصيات بالثقافة الشعبية وعناصرها.

- دراسة نادية بدوش بعنوان: القيم المتضمنة في أفلام الكرتون سلسلة سبونج بوب (2015)، دراسة تحليلية. حيث تناولت الدراسة موضوع القيم في أفلام الكرتون من أجل التعرف على القيم التي يتم

عرضها في أفلام الكرتون، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى، والتي طبقتها على عينة تم اختيارها باستخدام أسلوب الدور.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة، أنها تضمنت مجموعة من القيم الأخلاقية، الاجتماعية، الصحية، الانسانية، السلبية، وكذا القيم الغربية عن المجتمع العربي. كما عبرت عن تلك القيم بمجموعة مختلفة من الصيغ تمثلت في الكلمات، الحركات، النصائح، اللباس، الغناء والرقص.

- دراسة بوملال حنان بعنوان: تأثير مشاهدة الأنمي على المراهقين (2020)، دراسة مسحية. هدفت الدراسة لإلقاء الضوء على مشكلة بحثية مفادها تأثير متابعة الانمي على المراهقين المتابعين للانمي، باستخدام منهج المسح الاجتماعي، والاعتماد على أداتي الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات نت المبحوثين، تم توزيع الاستمارة عليهم الكترونيا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج بينت أن المراهقين يتابعون الانمي بشكل يومي وبحجم ساعي يفوق ثلاث ساعات، و أن تأثيرهم بالانمي كبير ولا يمكن الاستغناء عنه.

وتمثلت النتائج المستخلصة من الدراسة فيما يلي:

- المراهقين الأكثر متابعة للنمي هم الذين يدرسون بالمرحلة الثانوية وهي مرحلة المراهقة المتوسطة،
- تتم مشاهدة المراهقين للانمي ما يقارب نصف يومهم، ويتعرضون لمحتواه بشكل يومي وفي كل الأوقات وخاصة في الليل،
- يعتبر الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استخداما للمراهقين في المشاهدة، بالاعتماد على التطبيقات الخاصة بالانمي،

- يفضل المراهقين متابعة الأنمي لوحدهم وذلك من أجل التمتع في المتابعة والمشاهدة بكل حرية دون قيد أو إحراج. في حين تختلف الأنثى عن الذكر في أنها تحب المشاهدة مع العائلة والأصدقاء،
- تعتبر المشاهدة الشخصية تعرض مباشر للمحتوى، وهو ما يجعل المراهقين يستمرون في متابعة الأنمي، والسبب هو إشباع حاجات نفسية متمثلة في التسلية والترفيه حسب إجاباتهم.
- يعتبر التصنيف الدموي من بين أهم التصنيفات التي يحب المراهقين مشاهدتها، فهم يستمتعون بمشاهدة القتال والدماء والاثارة.
- يفضل المراهقين متابعة الانمي باللغة اليابانية مع ترجمة عربية في الأسفل، نظرا لأن اللغة اليابانية هي الأصلية للأنمي.
- يتعرض عدد من المراهقين لصنف الهنتاي، وهو صنف منحرف إباحي وهذا راجع لسبب الغريزة واللذة التي تكون في ذروتها في مرحلة المراهقة.

7. الإطار النظري للدراسة

- نظرية الهيمنة الثقافية:

يرى جون ديوي أن وجود المجتمع واستمراره متوقف على النقل الشامل للعادات والأفكار والمشاعر من جيل إلى آخر، من خلال نقل الخبرات والاتصال بين الأفراد. فالناس يعيشون بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وأمان ومعلومات وهم يكتسبون ذلك من خلال الاتصال.¹

¹ / سلامة عبد الحافظ محمد، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2002، ص17.

إن العلاقة بين الاتصال والثقافة علاقة اعتماد متبادل من حيث الانتشار الواسع والتأثير، فالثقافة تنتشر بواسطة وسائل الاتصال، ويزيد احتمال تأثيرها، كما أن الاتصال لا يتوسع إذا لم يحمل في رسالته ثقافة وقيم معينة، تضمن لها الانتشار بشكل واسع بين الأفراد والجماعات، والاتصال يكون من دون جدوى إذا لم تزوده الثقافة بالمعلومات والمعارف. وبناء على ذلك فإن الاتصال الرقمي يعد توسعا هائلا في مفهوم الاتصال، وبالتالي يكون تأثيره على الثقافة كبيرا، وذلك من جهة التنوع وكذا من جانب الهيمنة.¹

يمارس النسق الثقافي تأثيره على سلوك وفكر الأفراد وتوجيههم، إلى جانب توجيه تعبيرهم، والنسق الثقافي، ظاهر مدرك على مستوى الوعي، ومضمر تتوغل به الثقافة المهيمنة على البنية الذهنية لأفرادها من خلال أشكال تعبيرية عدة.

شاع مصطلح الهيمنة في العديد من التيارات ما بعد الحداثة مثل: الدراسات الثقافية، النقد النسوي، الدراسات ما بعد الكولونيالية، بعد أن تبلور، واصطبغ بمفاهيم ومضامين أخرى، على يد الفيلسوف الإيطالي الماركسي انطونيو غرامشي (1891-1937) Antonio Gramsci وقد استخدم غرامشي المصطلح بمعنى مختلف، حيث يرى أن الهيمنة مضامين ثقافية نفسية. وما أراد غرامشي أن يوضحه هو كيف كانت الطبقات المسيطرة قادرة على إقناع هؤلاء الذين تستغلهم بأن موقفهم هو موقف طبيعي. الهيمنة عند غرامشي هيمنة ثقافية لطبقة أو جماعة أو نخبة، ينظر لها، ويمارسها مثقفوها عبر معتقدات وتصورات وأفكار دنيوية من شأنها أن تؤسس أنساقا للهيمنة الثقافية. إذ يُستعمل من أجل ذلك خدعة تتخذها الثقافة كمكون نصي ليس ببريء لتمرير أنساقها المضمرة وممارسة فعلها وتأثيرها وهيمنتها على

¹ / سندس سرحان أحمد، زينب صراوة عبادي، وسائل الاتصال والتواصل الرقمي مقارنة في التنوع الثقافي والهيمنة، المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 20، العددان 1-2، 2019، ص 46-47.

المتلقي فيحوي الخطاب عناصر إيديولوجية، بصفة جمالية " إذ لا بد أن يكون النص جميلاً ويستهلك بوصفه جميلاً، بوصف الجمالية هي أخطر حيل الثقافة لتمرير أنساقها وإدامتها".¹

فنظرية الهيمنة الثقافية تقترح أن الثقافة السائدة في المجتمع تهيمن على الثقافات الأخرى. ويمكن استخدامها لفهم كيفية أن الأنمي كوسيلة ثقافية تؤثر في قيم الشباب وقناعاتهم وتشكيل وجهات نظرهم.

- نظرية الغرس الثقافي:

و قد جاءت نظرية الغرس الثقافي لكي تشرح تأثيرات مشاهدة التلفزيون على إدراك واتجاهات وقيم الناس، وكان ظهورها نتيجة مشروع بحثي طويل موسع قام به "حورج جرينر".²

• نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي: ترجع بدايات ظهور نظرية الغرس الثقافي إلى مفهوم والتر ليبمان للصورة الذهنية، التي تتكون في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت عن أنفسهم أو عن الآخرين، وأحياناً تكون هذه الصورة الذهنية بعيدة عن الواقع، نتيجة لعدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم للواقع، وبناء على هذا التصور حاول ديفلير تطوير نظرية الأعراف الثقافية Cultural Norms والتي تشبه إلى حد كبير نظرية الغرس. وفي أواخر الستينيات، شهد المجتمع الأمريكي فترات الإضرابات بسبب مظاهر العنف والجريمة وذلك في أعقاب اغتيال مارتن لوتر كينج وكيندي وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام. وفي عام 1968 تم تشكيل لجنة قومية أمريكية لبحث أسباب العنف والوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك.

¹ عبد الله الغدامي، النقد الثقافي في قراءة في الأنساق الثقافية العربية، ص 81

² / حسني محمد نصر، نظريات الاعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015، ص 231.

حيث قام الباحثون بأبحاث عديدة منذ هذه الفترة ركزت معظمها على تأثير مضمون برامج التلفزيون، فكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل البحث. وبدأ الباحث الأمريكي جورج جرينر Gerbner George دراساته، واستنتج أن العلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة، يكشف عن مدى إبراز أهمية دور التلفزيون في القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وأن تأثيره قد أصبح أساسياً في التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المشاهدين، بما يعرضه من نماذج مكررة ومنطقية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة.¹

• فرضيات الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي ويشير إلى أن :

- الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونوا أكثر قدرة لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة .

كما تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفروض الفرعية هي :

- يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية

- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور .

¹ / مزيان نجية، الدروس المتبقية للمحاضرة المتعلقة بمقاييس نظريات الاعلام والاتصال، السداسي الثاني، لطلبة السنة الثانية إعلام، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 16-17.

- يقدم التليفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.
- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.¹

¹ / مزيان نجية، مرجع سابق، ص 17-18.

ثانياً: الاجراءات المنهجية للدراسة

1. منهج الدراسة

لكل دراسة منهج يتبعه الباحث يساعده على استكمال بحثه والوصول إلى نتائج معقولة، ومن أجل ذلك وجب عليه اختيار المنهج الملائم والمناسب لكل دراسة، فهي متعددة.

ويعرف المنهج على أنه اختيار وتنظيم للخبرات التعليمية التي تبدو مهمة لتطوير شخصية ومجتمع الطلبة. يشمل المنهج المعلومات، والقيم، والسلوكيات، والمهارات التي يجب اختيارها جيداً وترتيبها بشكل يتناسب مع احتياجات التطور لكل مرحلة عمرية وتعليمية¹.

و في هذه الدراسة اختارت الباحثتان **المنهج الوصفي**. إذ يُعد أكثر المناهج استعمالاً في البحوث الوصفية، ويقوم الباحث في هذا المنهج بدراسة شاملة لموضوع دراسته، والقيام بجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بهذه الظاهرة، وتحليل الوضع الراهن لها في بيئة محددة ووقت محدد، و الذي يركز على الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بالظاهرة المدروسة والقيام بتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها².

2. مجتمع البحث وعينته

لابد لكل دراسة أن تتبع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، وفي إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث³. حيث يعرفها مورييس أنجرس أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع

¹ <https://inee.org/ar/eie-glossary/> المنهج الدراسي

² <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/view.php?id=81799/>

³ مورييس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد، وآخرون، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2004، ص301.

البحث. كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.¹

ونظراً لكون الدراسة تستهدف فئة الشباب المشاهدين للأنمي، فإن مجتمع الدراسة شمل عينة تم اختيارها عشوائياً لتمثل عينة من شباب المجتمع الجزائري، وذلك عن طريق توزيع استمارات على هؤلاء الشباب (مجموعة من الشباب الذين يهتمون بمتابعة ومشاهدة الأنمي).

3. مجال الدراسة

- المجال المكاني: ولاية الأغواط

- المجال الزمني: خلال السنة الموافقة لما بين 2023-2024، من بداية اختيار الموضوع في شهر نوفمبر 2023 إلى غاية إجراء الدراسة الميدانية، جوان 2024.

- المجال البشري: عينة من شباب الأغواط المتابعين للأنمي.

- نوع العينة: قصدية. في العينة القصدية العشوائية Purposeful Random، يختار الباحث الحالات بشكل عشوائي من إطار المعاينة المكون من عينة مختارة بشكل قصدي، أي أن الباحث يحصل أولاً على قائمة الأفراد المعنيين بالبحث باستخدام إحدى طرق اختيار العينات القصدية، ثم يختار عشوائياً العدد المطلوب من الأفراد من القائمة، ووفق "مايلز وهوبرمان" (1994: 28)، فإن اختيار العشوائية القصدية "يضيف مصداقية للعينة عندما تكون للعينة عندما تكون العينة القصدية المحتملة كبيرة جداً".²

¹ عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، ط7، القاهرة، دار المعارف، 1976، ص353.

² فضيل دليو، 2022، اختيار العينة في البحوث الكيفية، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد 03، ص13.

4. اختبارات الصدق والثبات

- الصدق

هناك شروط ومواصفات يجب أن تتوفر في أداة القياس لكي تعتبر أداة معتمدة وتؤدي إلى نتائج صادقة حيث أن صدق النتائج يساعد المسؤول على اتخاذ قرارات ثابتة، وموضوعية، وعادلة، فيجب أن تتوفر فيه شروط ومواصفات الاختبار الجيد وأهمها الصدق.¹

وعندما يكون المقياس صادقاً وصالحاً لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله فإنه يعني أيضاً أنه ثابت ويتسم بالدقة أيضاً لأنه لن يصلح للقياس ما لم يكن دقيقاً، ولذلك فمفهوم الصدق يعني الثبات في نفس الوقت، بينما لا يعني الثبات مفهوم الصدق، لأن الدقة والموضوعية لا تكفي في ذاتها ما لم يرتبط التطبيق بالهدف الذي أُعدّ من أجله.²

- الثبات

يقصد باختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات والتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو تشابه إذا ما تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظواهر أو المتغيرات. كما يشير الثبات إلى درجة الاتساق في درجات الاختبار والتي قد تكون غير ثابتة أحياناً لأسباب أن سلوكيات الفرد غير مستقرة والاجراءات المستخدمة في التصحيح غير متسقة. و أن ثبات المقياس أو الأداة شرط أساس للاختبارات في العلوم الاجتماعية ذات النوعية الجيدة.³

¹ ربيعة جعفر، مفهوم الصدق في الاختبارات التحصيلية: الخاصية أم المشكل؟، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014، ص224.

² قيصر جبار كاطع، إجراءات الصدق والثبات، مادة مناهج البحث، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العراق، 2020، ص3

³ قيصر جبار كاطع، نفس المرجع، 2020، ص5-6.

5. أدوات الدراسة والإجراءات الإحصائية

هي الطرق والتقنيات التي يتم استخدامها لتجميع البيانات وتحليلها بهدف فهم الظواهر واستخلاص النتائج في البحوث العلمية والدراسات الاجتماعية والاقتصادية وغيرها. و باستخدام هذه الأدوات والإجراءات بشكل صحيح، يمكن للباحثين تحليل البيانات بطريقة منهجية واستنتاج نتائج دقيقة وموثوقة، مما يساعدهم في فهم الظواهر المختلفة واستنتاج العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الدراسات العلمية.

- **الملاحظة:** هي منهج للدراسات الانثولوجية والسوسيولوجية، تنسب بدايات استخدامها إلى المفكر البولوني Bronislaw Kasper Malinowski الذي اشتهر بتنظيم ممارسة الانثروبولوجيا الميدانية، انطلاقاً من قناعاته بأن العمل الانثروبولوجي يجب أن يركز على الواقع المحلي للمجتمع المدروس وخصوصياته الثقافية. فالالتزام بالموضوعية في الأبحاث الاجتماعية تتطلب قدراً كبيراً من الاهتمام بالسياق العام للظاهرة الاجتماعية التي تكون محل الدراسة، حتى يتسنى للباحث الإلمام بملابسات الظاهرة وتجنب الأحكام المسبقة قدر المستطاع.¹

- **الاستبيان:** هو أداة لجمع البيانات من أفراد أو جماعات عن طريق عمل إستمارة تضم مجموعة من الأسئلة أو العبارات، قصد الوصول إلى معلومات كمية أو كمية، وقد تستخدم مع غيرها من أدوات البحث العلمي الأخرى، وذلك للكشف عن الجوانب التي يحددها الباحث. كما عرفها أبو النيل (1995) بأنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث.²

- **الأساليب الإحصائية:** النسب والتكرارات من خلال الاستعانة ببرنامج SPSS نسخة 2021.

¹ / ثابتي الحبيب، استخدام منهجية الملاحظة- المشاركة لتطوير وأسئلة أدوات تحليل العمل وتوصيف الوظائف، مجلة الحكمة، العدد الرابع، سبتمبر-ديسمبر 2010، ص 69-70.

² / زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح- غزة، فلسطين، 2010، ص16.

الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة

أولاً: فئة الشباب

1. مفهوم الشباب
2. خصائص الشباب
3. مشكلات الشباب و حاجاتهم
4. دور الشباب في المجتمع
5. الشباب في الجزائر

ثانياً: الاتمي

1. مفهوم الاتمي
2. تاريخ الاتمي
3. أنواع الاتمي ومميزاتها
4. تأثيرات الاتمي
5. الاتمي في الجزائر

أولاً: فئة الشباب

1. مفهوم الشباب

1.1. تعريف الشباب لغة

حسب ما جاء في المعاجم العربية وفي لسان العرب لابن منظور، الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاء والحدأة، وشباب الشيء يعني أوله.

كما ورد عن الشباب في قاموس محيط المحيط لبطرس البستاني والمبني أصلاً على قاموس لسان العرب ما يلي: "شبّ النار، أوقدها، وشبّ الشيء ارتفع ونما، وشب الغلام يشبّ شاباً أي صار فتياً".

كما تعني أيضاً الفترة من الحياة التي يكون فيها الإنسان ما بين الطفولة والرشد، أو بين المراهقة والنضج.¹

2.1. تعريف الشباب اصطلاحاً

حسب أعضاء هيئة التدريس قسم علم الاجتماع (2006) فإن فئة الشباب هي: "شريحة اجتماعية تشغل وضعاً متميزاً في بنية المجتمع، فحينما ننظر إلى الشباب كفئة عمرية، نلاحظ أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقادرة على العمل والنشاط، كما أنها هي الفئة العمرية التي يكاد بناؤها النفسي والثقافي أن يكون مكتملاً على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات الممكنة التي تساهم في تحقيق أهداف المجتمع".²

¹ حسبية لولي، الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة المربي L'éducateur، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، العدد 19، 2016، ص53.

² حسبية لولي، مرجع سابق، ص54.

وعرفه عبد الرزاق أمقران أنه: "الشباب واقع اجتماعي يحدده المجتمع لجيل يضم فئات متقاربة في السن، ومختلفة من حيث الجنس والانتماء الاجتماعي، تشترك في كونها تمر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، وبمرحلة الاعداد، وتنتظر الدخول إلى الحياة الاجتماعية...".¹

3.1. تعريف فئة الشباب ديمغرافيا وقانونيا

يرتبط مفهوم الشباب بالعديد من المفاهيم، أهمها: مفهوم الجيل. لقد برز هذا المفهوم في تناول الشباب كفئة اجتماعية مميزة، إذ يهتم هذا المفهوم باستمرارية أو توقف القيم بين الأجيال، كما يركز على العمر كعامل مميز باعتباره أساس الخصائص الاجتماعية والثقافية للأفراد.²

وحسب أغلب الدراسات، فإن مرحلة الشباب تحصر بين سن الخامسة عشر، التي تدل على بداية النمو العقلي والجسدي، وسن الثلاثين التي تعتبر فرصة لتحقيق الاستقرار المادي والاجتماعي. أما بالنسبة لأصحاب القانون، فهم يركزون على الخصائص القانونية في تجزيء دور الحياة المحددة بالأغلبية الجزائرية (19 سنة) وهي نهاية لمرحلة القصر.

فالمرحلة العمرية أو السن عنصر غير كافي للتعبير عن مصطلح الشباب، فالفرد قد يكون ناضجا بدرجة كبيرة على المستوى الشخصي والثقافي إلا أنه غير مسقر ماديا ولا زال مقيدا من الناحية المادية بأوليائه.³

¹ /حسيبة لولي، مرجع سابق، ص54.

² /مصطفى مصطفى، نحو فهم سوسيولوجي لفئة الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 8، العدد 01 (2020)، ص 2.

³ /مصطفى مصطفى، مرجع سابق، ص 4.

2. خصائص الشباب

1.2. التغيرات الجسمية السريعة : نقطة التحول من مرحلة الطفولة إلى الشباب هي البلوغ

(النضج الفيزيولوجي الجنسي)، إذ تتميز هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفيزيولوجية معينة، سواء عند البنين أو البنات، والناحية الجسمية تتميز بالاستمرار في النمو والتخلص من الاختلال في التوافق العصبي العضلي.¹

- نمو سريع مفاجئ في الهيكل العظمي.
- ظهور الخصائص الجنسية الجسدية الأولية.
- تغيرات هامة في الأجزاء الداخلية.
- يتأخر توافق النمو في الجهاز العضلي عن نمو الجهاز العظمي مقدار سنة تقريباً.
- مرحلة الشباب آخر مرحلة من مراحل النمو المتزايد في الكم والكيف.²
- إضافة إلى العديد من التغيرات الأخرى المتمثلة في:
- الاهتمام بالمظهر: حيث يهتم بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الآخر.
- الرهافة: والمتمثلة في شدة الحساسية الانفعالية المختلفة، وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة واختلال التوازن الغدي التي يواجهها خلال هذه المرحلة .

- الحدة والعنف: فينفل لأتفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.³

¹ / نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص 244-245.

² / عبد الله أحمد اليوسف، خصائص الشباب من أجل أن يعرف الشباب أنفسهم، منشورات ضفاف، الطبعة الأولى، 2015، ص 91-92.

³ / ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، 2006، ص 38.

2.2. التغيرات النفسية العميقة: تتميز هذه الفئة العمرية بالتوتر بين الذات والمجتمع، وتتعدد

العلاقة بين القيم المحددة اجتماعيا والشباب، فتؤدي بهم للنفور والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في الكثير من الأحيان. فيتميزون بـ:

- الكآبة: والانطواء والحيرة، مع كتم انفعالاته ومشاعره من المحيطين به أحيانا لتجنب تقديم ولومهم.
- التهور والانطلاق: يندفع الشباب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التهور والسرعة، وقد يقع في لوم نفسه بعد القيام بها.
- النقلب والتذبذب: و يُلاحَظ ذلك لديهم أثناء المواقف الاختيارية.¹

3.2. التغيرات العقلية المهمة: وتتمثل في

- الذكاء.
- الانتباه.
- التذكر.
- التفكير.

4.2. بروز المشاعر الدينية : وتتمثل في

- حب الدين.
- الوعي الديني.
- الحماس الديني

¹ ماجد الزيود، مرجع سابق، ص38.

2.5. استيقاظ الغرائز:

ومما تطرق إليه الكاتب في هذه النقطة هو انه يجب تيسير أمور الزواج للشباب والفتيات حتى لا يكونوا ضحايا لشبكات الفساد والدعارة ، والسقوط في ممارسات جنسية محرمة ومنحرفة ومبتذلة.

2.6. حب الظهور والشهرة.

2.7. الرغبة في التجديد والتغيير.

2.8. النزوع إلى الحرية والاستقلال.

2.9. الاستغراق في عالم الخيال : ويقسم الخيال إلى قسمين:

- خيال من دون تفكير أو عمل أو طموح.
- خيال من أجل الإبداع والابتكار.¹

3. مشكلات الشباب و حاجاتهم

1.3. مشكلات الشباب:

إن الشباب هم قاعدة المجتمع وهم نصف الحاضر وكل المستقبل ولذلك فإن معرفة مشاكلهم في الوقت الحاضر ومحاولة فهمها وحلها أمر ضروري وهام من أجل أن يتوافقوا ويتكيفوا مع مستجدات العصر الذي نعيشه، ومن أبرز هذه المشكلات وأسبابها ما يلي:

¹ / عبد الله أحمد اليوسف، خصائص الشباب من أجل أن يعرف الشباب أنفسهم، منشورات ضفاف، الطبعة الأولى، 2015، ص 91-96.

1.1.3. المشكلات الاقتصادية: حسب دراسة أحمد علي كنعان (2008) فإن المشكلة الاقتصادية

تحتل المرتبة الأولى من ضمن المشاكل التي يواجهها الشباب، إذ أن الجانب المادي يشكل عبئاً على كاهلهم. ومن أهم ما يواجهه الشباب في ذات السياق ما يلي:

- نقص المعلومات والشبكات والاتصالات بين الشباب وخاصة الأسر التي تفتقر للمال.
- عدم وجود مهارات مناسبة في مجال العمل.
- نقص الخبرات والمؤهلات.

2.1.3. المشكلات النفسية

و يقصد بها الصعوبات والعراقيل التي يدركها الشباب والتي تؤدي إلى عدم توافر النسيج والتوافق والتكيف النفسي وعدم التركيز والتشتت الذهني وتقلب المزاج واضطرابات النوم والشعور بالانطواء والعزلة عن الآخرين. كما أن المشكلات النفسية ترجع في المقام الأول إلى سوء توافق الفرد مع نفسه ومع بيئته وذلك لفشله في تحقيق أهدافه وإرضاء حاجاته النفسية والجسمية والاجتماعية وأهم الاضطرابات التي يمكن أن يتعرض لها الفرد في حياته وتمثل في القلق، التوتر النفسي، فقدان الثقة بالنفس، الخوف من المستقبل وبعض المواقف في الحياة.¹

3.1.3. المشكلات الاجتماعية

يواجه الشباب خلال هذه الفترة من حياتهم العديد من المشكلات والتي تعتبر مشكلات حياتية أساسية، وذلك لما لها من أثر كبير على حياة أفراد المجتمع كالسكن، الغذاء، التعليم، الصحة والرعاية الاجتماعية.²

¹ / بطرس حافظ بطرس، المشكلات النفسية وعلاجها ، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 15-16.
² / بولحية صباح، بيروك نزيهة، المشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين وعلاقتها بالانحراف، مذكرة ماستر تربوية، جامعة جيجل، 2015، ص48.

2.3. احتياجات الشباب

إن فترة الشباب تعتبر مرحلة حساسة جدا في حياة الفرد، والتي من خلالها يبني شخصيته، فهو بحاجة العديد من الأمور سواء كانت مادية أو معنوية، ومن بينها:¹

أ. **الحاجة إلى الأمن:** يحتاج الشباب إلى أن يعيش ويحيى في بيئة آمنة توفر له السلامة وتحميه من مختلف المخاطر التي تؤذيه في مختلف كياناته المختلفة الجسدية والنفسية، سواء كان ذلك على المستوى الفردي أو الجماعي، ويقسم الباحثون هذا النوع من الحاجات إلى:

- الحاجة إلى الأمن الفردي أي إلى الحماية من الحوادث والجرائم وكذلك إحساس وشعور الفرد بالطمأنينة في البيئة التي يتواجد فيها،

- الحاجة إلى الأمن الجماعي ضد الغش والصراعات والحروب والكوارث،

ب. **الحاجة إلى المعافاة:** حسب الغازي (2000) فتعد هذه الحاجة ذات أهمية بالغة ومؤثرة في استمرار حياة الفرد والمجتمع بعد الحاجة إلى الأمن، وتشير الحاجة إلى المعافاة والسلامة الوظيفية والعضوية وتتضح معالمها في:

- الحاجة إلى المعافاة الوظيفية العضوية الداخلية بما فيها نوعية الغذاء والهواء والماء والراحة التي يستفيد منها الفرد والشباب،

- الحاجة إلى المعافاة الوظيفية العضوية الخارجية أي بتصرف الطاقة من خلال الجانب الحركي والنشاط الذي يقوم به الفرد،

¹ /يزيد عباسي، مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة، 2016، ص 122-125.

- الحاجة إلى المعافاة البيئية المرتبطة بالحماية من الكوارث الجوية وكذلك ما تمكن أن يحدث من تصدعات داخل البناء الأسري،
- الحاجة إلى المعافاة البدنية من خلال توفير الصحة والحماية من الأمراض،
- الحاجة إلى المعافاة الاجتماعية الثقافية من خلال دلالاتها التي تتفتح في التعبير عن الشخصية والحوار والتربية والتعليم.

ج. **الحاجة إلى الحرية:** وتتضمن العديد من الممارسات معبرة عن حاجة الحرية لإنجازها ولممارستها كسلوكيات وقرارات من بينها:

- الحاجة إلى حرية الحركة وتتعلق والتفاعل مع الآخرين والحق في التعبير والكتابة والنشر،
- الحاجة إلى الحرية السياسية واكتساب وعي وإدراك الحق في التعبئة للقيام بأعمال تطوعية اجتماعية،
- الحاجة إلى الشغل ومزاولة مهنة معينة،
- الحاجة إلى حرية الاختيار ويتعلق الأمر بالحق في اختيار المهنة، الحق في اختيار الزوج والزوجة، والحق في اختيار موقع السكن.

د. **الحاجة إلى الهوية:** وتتضمن الحاجات المرتبطة بالفرد في حد ذاته والتي تتلخص في الحاجة إلى التعبير الشخصي والقيام بحركات هادفة وتحقيق الطموح وتجسيد الإمكانيات الذاتية والإحساس بالفرح والسعادة وتحديد أهداف وا ، بالإضافة إلى الحاجة إلى الهوية الجماعية المتمثلة في الحاجة إلى عطاء معنى للوجود الفردي العطف والحب والحياة المشتركة والانتماء الاجتماعي.

4. دور الشباب في المجتمع

للشباب دورٌ كبير في تنمية وبناء المجتمع، فهم عنصر فعال في العديد من المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ومختلف قطاعات التنمية، فمن أهم مُميزاتهم ودورهم كقوةٍ تغييرٍ مجتمعيةٍ ما يأتي: الشباب هم الأكثر طموحاً في المجتمع، وعملية التغيير والتقدم لا تقف عند حدودٍ بالنسبة لهم، فهم أساس التغيير والقوة القادرة على إحداثه، لذلك يجب أن يكون استقطاب طاقاتهم وتوظيفها أولوية جميع المؤسسات والمجموعات الاجتماعية التي تسعى للتغيير.

- الشباب هم الفئة الأكثر تقبلاً للتغيير، وهم الأكثر استعداداً لتقبل الجديد والتعامل معه، والإبداع فيه، وهم الأقدر على التكيف بسهولةٍ دون إرباك، مما يجعل دورهم أساسياً في إحداث التغيير في مجتمعاتهم.

- الحماس الفكري لدى الشباب والطاقة الجبارة التي يملكونها تُساعدهم بشكلٍ كبيرٍ نحو التقدم والحيوية في التفاعل مع مختلف المعطيات السياسية والاجتماعية المتغيرة.

- الشباب قوة اجتماعية هائلة، ففي بعض البلدان هم أكثر الفئات عدداً، وهم بالطبع الأكثر نشاطاً، وبالتالي يُمكنهم تغيير الكثير من خلال الاشتراك بأعمال التنمية المجتمعية في جميع المجالات، والمساهمة في إصلاحها، والتأسيس للأجيال القادمة لتكون ظروفهم أفضل.

- روح المبادرة لدى الشباب، والمنافسة الشريفة في الإبداع والابتكار تُشجعهم على إطلاق أفكارهم وخلق مبادرات ومؤسسات وجمعيات في مختلف المجالات، وكلها تُساهم في تنمية المجتمع حسب عملها.

- دور الشباب في العمل التطوعي والخدمات العامة في المدن والريف والأحياء الشعبية على حدٍ سواء، فمشاركتهم بالأعمال التطوعية المختلفة قادرةٌ على بناء شخصياتهم وتقويتها، وتعزيز روح المواطنة

لديهم، وتجعلهم يُساهمون في مُساعدة الآخرين، ويُقدّمون لمُجتمعاتهم طاقاتهم الإيجابية، وقوّتهم في المجالات الصّحيحة.

- التعرّف على الأمور المحليّة التي تخصّ المُجتمع الذي يعيشون به، والتعلّم عنه، واكتساب معرفة في تاريخه ومُميّزاته وخصائصه واحتياجاته، ممّا يُمكنهم من تطويره وتنميته.

- تأسيس المجموعات الشبابيّة المختلفة والمُشاركة فيها، فهناك الكثير ممّا يُمكن أن يقوم به الشّباب المُهتمّين بالعمل في مجالٍ واحد، وهو ما يُمكن أن يُسهم في تطوير هذا المجال والمُجتمع المُحيط بهم كذلك¹.

5. الشباب في الجزائر

نظرا لقوة الشباب وإبداعهم وطاقاتهم و قدراتهم، يولي العالم اهتماما كبيرا بهم. وهذا ما جعل الجمعية العامة للأمم المتحدة تقر في ديسمبر 1999 في قرارها 54/120 إعلان 12 أوت من كل عام بوصفه يوما دوليا للشباب، ليكون بمثابة يوم احتفالي للشباب للاقرار بدورهم في التغيير.²

يتأثر سلوك الشباب بالثقافات الأخرى، فعموميات الثقافة تربط الأفراد داخل المجتمع بعضهم ببعض بعد أن يدمجوها في أنفسهم، ومن ثم تشكل عموميات الثقافة أوجه الالتقاء والتشابه بين أفراد المجتمع، وكذا من حيث تماسك الجماعة ووحدة أهدافها.³

لقد ساهم الشباب في إعادة تشكيل بناء مجتمعه بما يقدمه من ابتكار وإبداع ولا يخفى على أحد الدور المتنامي لأدوار الشباب في مختلف المجتمعات خاصة المتخلفة منها، بإحداث التغيير في

¹ دور الشباب في بناء المجتمع <https://mawdoo3.com/>

² خالد صديق خوجة، يحيى لعمارة محامد، تطور فئة الشباب في الجزائر (1966-2018)، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 06 العدد 01، 2020، ص69.

³ أبو جاد، صالح محمد علي، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، دار ميسرة، عمان، ط2، 2000، ص 123.

مجتمعاتهم بهدف تحقيق أهداف المجتمع ومصلحه، وإن كان هذا لا يتحقق إلا بمساعدة النظم السائدة في المجتمع وكذا طبيعة بنائه. ولا يخفى على أحد الدور الذي قام به الشباب الجزائري في الجامعات وغيرها في إنجاح الثورة الجزائرية وفي إحداث التنمية المنشودة بعد الاستقلال وحتى الآن، كيف لا والمجتمع الجزائري يعرف بالمجتمع الفعال إذ يمثل الشباب فيه 75% من شرائح المجتمع.

فلا يمكن تجاهل الدور الذي قام به الشباب الجزائري إبان الثورة التحريرية وغيرها من عمليات فدائية وتطوعية وحملات تبرع، ... كما كان لهم الدور الايجابي في حمل السلاح في وجه العدو وفي المفاوضات السرية والعلانية، المؤتمرات الداخلية والخارجية، تشكيل حزب جبهة التحرير الوطني والحكومة المؤقتة، تحقيق النصر ورفع علم الجزائر، كما كان لهم الريادة في حمل لواء العلم والتعلم للقضاء على المحاولات الاستعمارية التنصيرية والتجهيلية... كما كان لشباب الاستقلال الدور في إعادة بناء الجزائر اقتصاديا، سياسيا، اجتماعيا وثقافيا، وإن اختلفت الأدوار باختلاف التغيرات والتحولات التي شهدتها المجتمع الجزائري، فالمجتمع الجزائري في الستينات والسبعينات ليس هو المجتمع الجزائري في التسعينات والألفية الثالثة، وبالتالي فالمكانات والأدوار تختلف، فالمكانة التي يحتلها الشباب في الجزائر نتيجة من نتائج التحولات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية التي شهدتها المجتمع الجزائري خلال حقبات تاريخية متباينة¹.

¹ منصور سميرة، الشباب والتغير الاجتماعي-الثقافي في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014، ص 319.

ثانياً: الانمي

1. مفهوم الانمي

الانمي عبارة عن رسوم يابانية متحركة تتعدد من حيث طريقة رسمها ومصادرها وأنواعها.¹ الانمي (anime) مفردة مشتقة من الكلمة الإنجليزية أنميشن (Animation) التي تعني حرفياً (رسوم متحركة)، وقد تم اختصار كلمة «أنميشن» لتكون «أنمي» من أجل تمييز الرسوم المتحركة المنتجة في اليابان عن تلك المنتجة في غيرها من البلدان.²

«Anime» أو الرسوم المتحركة اليابانية هي مؤسسة متعددة الأنواع من اليابان «Chambers» ؛ تتكون من العديد من الرسوم الكرتونية المختلفة، التي يتم إجراؤها بواسطة فني ماهر في الرسوم المتحركة من خلال الرسومات وأجهزة الكمبيوتر. بعض الأنمي مقتبس من «مانجا» اليابانية، وهو مشابه للكتب المصورة في العالم الغربي، وبعضها مؤلف من روايات خفيفة وقصص أصلية أصبحت شائعة بدرجة كافية لوضعها على الشاشات. قد يجادل البعض بأن الرسوم المتحركة أفضل من الرسوم الكاريكاتورية؛ لأنها تحتوي على خطوط قصة أكثر تطوراً، ومع المزيد من الحكايات الشائقة التي يدعمها العديد من الشخصيات الواقعية.³

إن أصبح وسيلة تتخذها اليابان لتلميع صورتها في العالم العربي، حتى أصبح الكثير من العرب ينظرون إلى اليابان على أنها كوكب آخر، وباتوا مولعين بكل ما هو ياباني بما في ذلك اللغة اليابانية

¹ / أبو الحسن منال، الرسوم المتحركة في التلفزيون وعلاقتها بالجوانب المعرفية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998، ص.....
الأنمي وأثره في الجيل العربي <https://iicss.iq/?id=3505> / ²

³ / تأثير أفلام الرسوم المتحركة "الانمي" في عقول الشباب على موقع سيدتي.

على الرغم من صعوبتها، في الوقت الذي لا يتقنون فيه لغتهم الفصحى ويتذمرون من إعراب جملة عربية واحدة أو حفظ أبيات من الشعر العربي¹.

2. تاريخ الأنمي

بدأت اليابان في إنتاج الأنمي منذ عام 1917، وكانت فترة الستينيات التوسع في الولايات المتحدة الأمريكية، وخلال الثمانينيات بدأ الأنمي في الظهور عربيا. ومع بدايات القرن الحادي والعشرين بدأت أفلام الأنمي تتال الشهرة. حيث يتبين أن القيمة السوقية للأنمي بلغت في عام 2022 نحو 28.61 مليار دولار ومن المتوقع أن ترتفع في 2030 إلى 48.3 مليار دولار، وقد سعت السعودية من خلال صندوق الاستثمارات العامة إلى رفع حصتها في شركة توي اليابانية للأفلام والرسوم المتحركة إلى 6.03%².

بدأت شركات الاذاعة والتلفزيون اليابانية في إنتاج الأنمي التلفزيوني في الخمسينات والستينات، و أنتج أول فلم أنمي تجاري 1917 مدته 120 ثانية بعنوان موموتارو، ومن أول الأعمال الناجحة: أسرار الجزيرة الزرقاء و جيتار. وفيما يلي نستعرض أهم المحطات:³

1917: إنطلقت صناعة الأنمي الياباني يدويا بتقطيع الصور ولصقها. ارتفعت تكلفة الانتاج

مقارنة بأعمال الأنمي الغربية، فقدت الأنمي الياباني شعبيتها أمام أعمال ديزني القصيرة.

1923: انتشار الاستخدام من قبل شركات الدعاية والاعلان اليابانية، ثم توقفت عن صناعة

الأنمي بسبب زلزال إقليم كانتو في العاصمة.

¹ / حيدر محمد الكعبي، مرجع سابق، ص7.

² https://amaz.sa/public/uploads/images/services/jto47vaSuH7jJGV41953001693988953_7915825.pdf/

³ https://amaz.sa/public/uploads/images/services/jto47vaSuH7jJGV41953001693988953_7915825.pdf

1929: تم ابتكار السينما الناطقة وظهرت الأفلام الملونة.

1932: إنتاج نوبورو أوفوجي من الجيل الثاني فيلم "باغودا جوو نو تووزوكي" ويعني لصوص قصر باغودا، والتي تمت بطريقة قص ولصق الورق الملون، حيث حظي العمل بتقدير عالي، كما يعتبر هذا الانتاج من أوائل من أوصلوا الأنمي الياباني إلى المستوى العالمي.

1944: ظهور العديد من صانعي الأنمي، و شهدت اليابان نقصا شديدا في المواد والمؤن بسبب الحرب وسيطرة النظام العسكري. عرض فيلم "مومتارو وجندي البحرية"، وكان أطول فيلم آنذاك في تاريخ الأنمي الياباني بالأبيض والأسود لمدة 74 دقيقة.

1945: جمعت القيادة العامة لقوات الحلفاء 100 رسم أنمي، وأنشأت الشركة اليابانية الجديدة للرسوم المتحركة، وطلب منهم صناعة فيلم أنمي يمدح الديمقراطية، فقد الرسامون أفكارهم بشكل فردي، حيث فشلت الفكرة حُلّت المجموعة.

1956: صمم هيروشي أوكاوار شركة "تواي" استوديو حديث أطلق عليه اسم القصر الأبيض، وكان أول عمل لها: أسطورة الأفعى البيضاء.

1963: كانت البداية الفعلية لصناعة الأنمي الياباني والانطلاقة، وعرض الفتى أسترو على محطة تلفزيون "فوجي" لمدة 30 دقيقة. وظهرت العديد من مسلسلات الأنمي ودخلت في التنافس.

1969: إنتاج أطول مسلسل أنمي تلفزيوني "سازايه سان".

1973: دخلت صناعة الأنمي مرحلة الكساد بسبب أزمة الدولار 1971، وأزمة النفط الأولى

1973. ونفس الشيء حدث سنة 1992، أين ضرب كساد إقتصادي في اليابان وانخفضت صناعة

الأنمي التلفزيوني.

2006: تضاعل عدد المحطات التجارية وزادت فيه محطات تلفزيون طوكيو. إضافة إلى ضعف

في القدرات الانتاجية للشركات مقارنة بالمحطات الرئيسية.

3. أنواع الأنمي ومميزاتها

يخضع الأنمي لتصنيفات تنقسم أساساً على نوعين: تصنيف على أساس الجمهور المُستهدف،

وآخر على أساس المحتوى، وتصنيف آخر يتضمن تصنيفات فرعية عديدة قد تتداخل فيما بينها في

المسلسل الواحد.¹

أ. التصنيف على أساس الجمهور المُستهدف:

- كودومو : Kodomo هذه الكلمة اليابانية تعني "طفل"، والأنمي من هذا التصنيف يخاطب

شريحة الأطفال الذين لم يبلغوا سن المراهقة، وهو يقوم على التسلية ويهدف إلى تحبيب الطفل في خُلق

حسن أو تقويم سلوك خاطئ أو تثقيف بمعلومة، ومن أمثلة هذا التصنيف أنمي (دورايمون

(Doraemon).

¹ / حيدر محمد الكعبي، مرجع سابق، ص 21-25.

- **شونن : Shounen** ويعني "صبي" ويوجّه هذا التصنيف إلى الفتيان من عُمر 13 - 18 سنة، ويحتوي في الغالب على الأكشن والمغامرات والكوميديا وعوالم ما وراء الطبيعة، وهذا التصنيف هو من أكثر الأنواع شهرة، ومن الأمثلة على هذا التصنيف (ناروتو Naruto).

- **شوجو : Shoujo** وتعني فتاة أو صبيّة ويستهدف عادةً الفتيات من سن 7-18 سنة، ويحتوي غالباً على مواضيع تلامس العواطف ولها أبعاد رومانسية وخيالية وتتناول جانباً من الحياة المدرسية، ومن أمثلة هذا التصنيف : (رئيسة مجلس الطلبة نادلة kaichou wa maid-sama).

- **سينين : Seinen** وتعني "رجل بالغ"، ويستهدف الرجال من سن 18 إلى 40 عاماً، ويعالج أفكاراً وأحداثاً تلامس واقع هذه الشريحة العمرية وتعبر نوعاً ما عن اهتماماتهم، ومن الأمثلة على هذا التصنيف : (مونستر MONSTER).

- **جوسي : Josei** وتعني (امرأة بالغة)، ويستهدف فئة النساء من عمر 18 - 40 عاماً، ويُعالج مواضيع نسوية أكثر جدية وجراً، ومن أمثلة هذا التصنيف : (قُبلة الجنة Paradise Kiss).

ويقدم تصنيفاً: "سينين و جوسي" مشاهد جريئة فيما يتعلق بالعنف والجنس وقصصاً أكثر عمقاً في الأفكار والعلاقات، ولكن ذلك لا يعني خلو تصنيفي "شونن و شوجو" من قضايا العنف والعلاقات الرومانسية أو حتى الإيحاءات الجنسية لأنها تعبر عن ثقافة اليابان الجنسية.

ب. التصنيف على أساس المحتوى:

يصنف الانمي أيضاً بحسب المحتوى الذي يقدمه في الفيلم أو المسلسل مثل الأعمال الفنية الدرامية الأخرى، ومن أشهر التصنيفات الرئيسية: حركة Action - خارق للطبيعة Supernatural -

- رومانسي Romance - كوميدي Comedy - خيال علمي Sci-Fi - مغامرات Adventure - غموض Mystery - رعب Horror - تاريخي History ، وتندرج تحت هذه التصنيفات الرئيسة فئات فرعية، أهمها:
- شياطين ومصاصو دماء : **Vampires – Demons** وتقوم القصص التي تندرج تحت هذه الفئة في العوالم الخيالية أو ما وراء الطبيعة والتي تضم شخصيات لها علاقة بالشياطين أو الوحوش ومصاصي الدماء.
- ميكًا : **Mecha** أبطال هذه الفئة من الأنمي هي الآلات والرجال الآليين الذين يتم التحكم بهم من قبل البشر، وعادة ما تكون الآلات ضخمة وذات قدرات قتالية عالية، وعادة ما ترتبط هذه الفئة بتصنيف الخيال العلمي Sci-Fi .
- لعبة : **Game** تتناول نوعاً من الألعاب ضمن قصتها الرئيسة، سواء أكانت ألعاباً تقليدية مثل ألعاب الورق والشطرنج وما شابهها، أم ألعاباً إلكترونية كألعاب الفيديو أو الألعاب الافتراضية، مثل "صراع البلابل"
- سحر : **Magic** وهي التي تدور حول عوالم تمتلئ بالسحر أو يتحدث عن شخصيات تمتلك قدرات سحرية.
- مدرسي : **School** في هذه الفئة تدور الأحداث غالباً في البيئة المدرسية بغض النظر عن المرحلة العمرية، أو تكون شخصياتها من الطلاب في سن الطفولة أو المراهقة، وفي هذه الفئة نشاهد الحياة المدرسية بكل زواياها.

- **مُحاكاة ساخرة Parody** : في الأغلب تكون المسلسلات المندرجة تحت هذه الفئة من دون سيناريو مُحدّد أو قصّة بإطار واضح، بل تعتمد على كوميديا الموقف وعلى الطرائف، كذلك قد تقوم بالكامل على السخرية من أوضاع اجتماعيّة أو سياسيّة مختلفة.
- **نَفسي Psychological** : وهي الأنميات التي تدور حول التلاعب بالعقول والانحرافات النفسية والاضرابات العقلية التي لا علاج لها، عند الأخيار أو الأشرار.
- **شريحة من الحياة Slice of Life** : يحمل الأنمي تحت هذه الفئة سمة الواقعية في القصص أو الأحداث، ويميل في أغلب الوقت لتناول الحياة اليومية للشخصيّات الرئيسة وما يحدث عبر مراحل حياتهم بشكل دافئ ومثير للمشاعر، يرتبط عادةً بتصنيف "كوميدي" أو "درامي" حسب سير القصة.
- **حريم Harem** : والكلمة مأخوذة من "حريم" في اللغة العربية، وتشير إلى وجود أكثر من سيدة أو جارية تابعة لرجل واحد، والقصص فيها تدور حول اتّباع عدد من الفتيات لبطل ذكر بشكل درامي أو رومانسي.
- **ياوي Yaoi / يوري Yuri** : تتناول الفئة الأولى العلاقات الشاذة "المثلية" بين الفتيان، في حين أنّ الفئة الثانية تتناول الشذوذ "المثلية" بين الفتيات، مع جرأة في إظهار العلاقات الرومانسية.
- **إيتشي Ecchi** : تحت هذا التصنيف الفرعي تكثر لقطات التعرّي والتلميحات والألفاظ الجنسيّة، ومشاهد الإغراء الجسدي بشكل عام.
- **هنتاي Hentai** : هذا النوع من الأنمي يُصنّف ضمن الأعمال الإباحية، إذ يعرض الممارسات الجنسية كاملة بشتى صنوفها، وبخاصّة الممارسات الشاذة والمنحرفة.

4. تأثيرات الانمي

للانمي تأثير كبير على حياتنا في العديد من المجالات، أهمها:¹

- **التأثير على شخصية المشاهد:** بحيث أن منتجو الانمي وغيره يعرضون عقائدهم وسلوكياتهم وأفكارهم في الانمي مما يؤثر سلبا على عقيدة وأخلاق المشاهد.
- **توليد بغض النفس ووهم الكمال:** فشخصيات الانمي نجدهم مثلا يحملون العيون الكبيرة مع الأجساد النحيلة، الشعر المثالي، البشرة الممتازة... الخ، فنجد العديد من الفتيات يدخلن في اضطرابات تناول الطعام لأن أجسادهن لسن كأجساد شخصيات الأنمي وأميرات ديزني.
- **يولد الدرامية الشديدة والفهم الخاطئ للحياة:** فنجد في غالب الأحيان يعرض العواطف بشكل مبالغ جدا فيصوره بكل تفاصيله، مما يثر في المشاهد وذلك بتضخيم المشكلات في حياته، و هذا ما قد يجعله في غالب الأحيان غير قادر على تجاوز المشكلات والمواقف الصعبة.
- **عرض الانحراف والشذوذ:** وصولا للاباحية و أكثر من ذلك.
- **توليد الشبهات والتناقضات الفكرية والعقيدية:** فالأخلاق والقيم التي تبثها، تجعل من المشاهد غير قادر على التفريق بين الخير والشر و ذلك بأكل أدمغة الناس.
- **خلط لفهم الأدوار الاجتماعية:** ففي غالب الأحيان يتم عرض غير واقعي لأدوار الذكور والاناث، سواء من ناحية التعامل أو طريقة التفكير واللباس، فيخلط المشاهد بين الواقع والخيال.

¹ راجية عفو ربها، لنكف عن الأنمي، كتاب إلكتروني على موقع "مكتبة نور"

5. الأنمي في الجزائر

عرفت الجزائر "المانغا" مع بداية التسعينات من خلال الرسوم المتحركة، غير أنها كانت عبارة عن استهلاك فقط إلى غاية السنوات الأخيرة، إلى أن بدأ بعض من الاهتمام يظهر في الساحة من توقيع بعض من المراهقين والشباب. كما أن "المانجا" قد انتشر في البلدان العربية مع بداية القرن 21، وتزامن ذلك بانتشار ترجمتها عبر الانترنت، وكثرت المواقع التي تختص بهذا المجال مثل موقع "دي بي ستريم" و"أنيم أولتيم"، وظهرت بعض المجالات التي تختص بهذا المجال ولكن أغلبها موجهة إلى الأطفال أقل من 10 سنوات، وأغلبها قصص صوريه تعليمية لا نجد روح "المانجا"، كما يعتبر المصدر الأول لـ"المانجا" في العالم العربي هو الانترنت، حيث تصدر بشكل مانجا مترجمة من اليابانية إلى العربية.¹

ومن المعروف أن الانمي يحمل رسائل موجهة لفئات معينة، و بعد التطلع على العديد من الدراسات، نجد أن للكرتون الياباني أثر كبير على المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب، و يتجلى ذلك في متابعتهم له بصورة إدمان، تقليدهم في الحركات و طريقة تصفيف الشعر خاصة و نجد البعض الآخر يرسمهم بإتقان.

¹ <https://aminoapps.com/c/anime-empire-1/> تقرير رهيب عن الأنمي في الجزائر والوطن العربي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

للدراصة

1. عرض وتحليل بيانات الدراسة
2. تحليل وتفسير بيانات المحاور
3. النتائج العامة

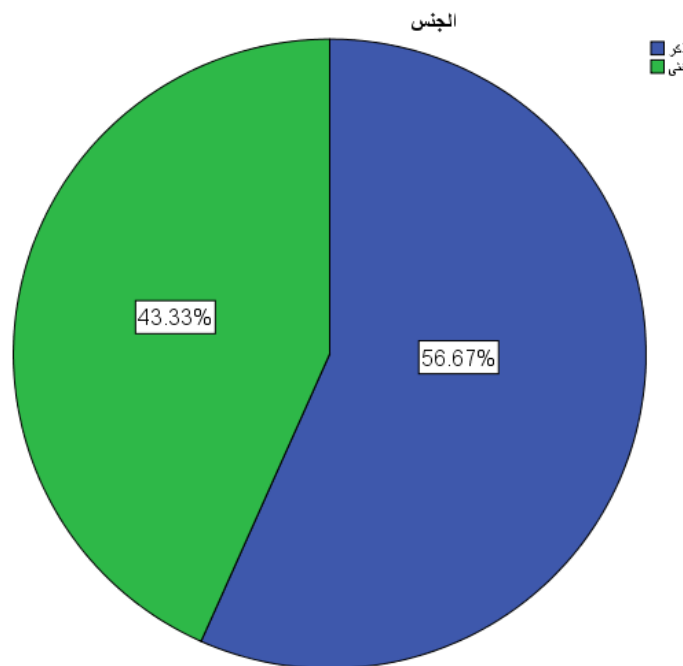
1. عرض وتحليل بيانات الدراسة

البيانات الشخصية

- الجدول رقم (01): يوضح جنس المبحوثين.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	17	56.7
أنثى	13	43.3
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21



الشكل رقم (01): يمثل نوع جنس المبحوثين

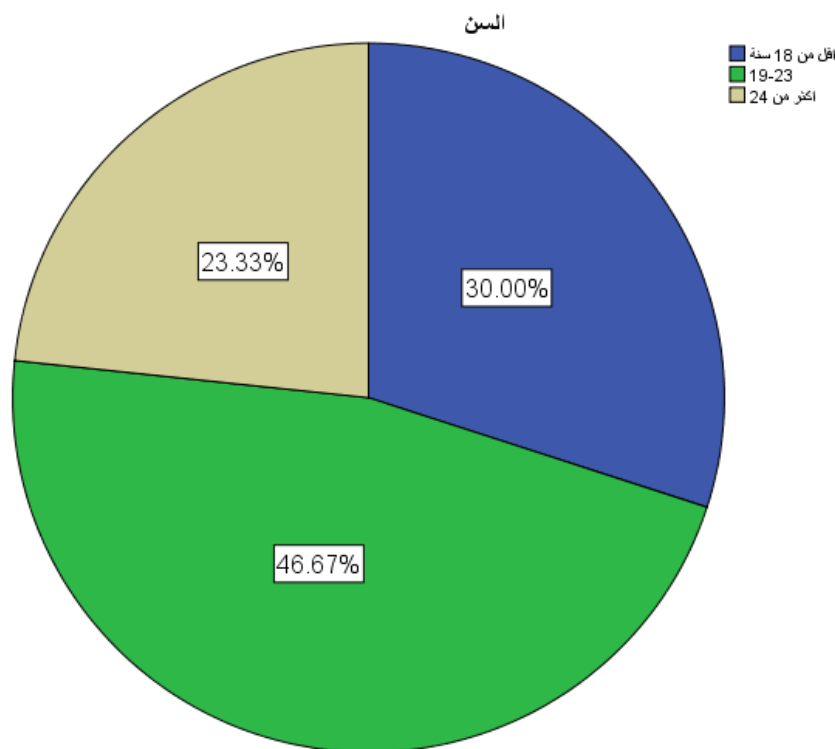
تبين لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح جنس المبحوثين بأن غالبية المبحوثين من جنس

الذكور قدرت نسبتهم بـ 56.7، في حين أن باقي المبحوثين هم من جنس الاناث قدرت نسبتهم بـ 43.3.

الجدول رقم (02): يوضح المستوى العمري للمبحوثين.

النسبة	التكرار	المستوى العمري
30	9	(اقل من 18 سنة)
46.7	14	(23-19)
23.3	7	(اكثر من 24)
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21



الشكل رقم(02): يمثل المستوى العمري للمبحوثين

تبين لنا من خلال الجدول والذي يوضح المستوى العمري للمبحوثين نلاحظ أن أكبر نسبة كانت

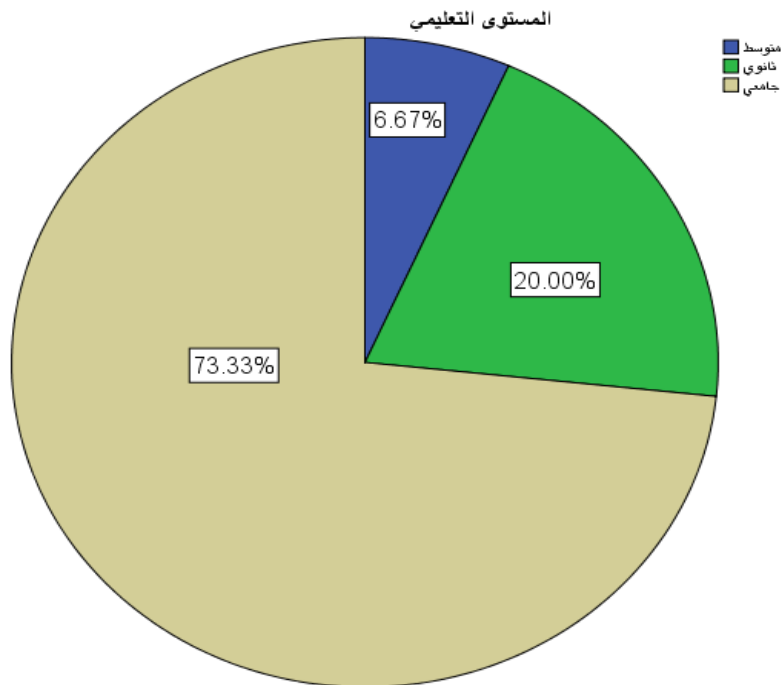
46.7% للفئة العمرية (23-19 سنة) ثم تليها نسبة 30 % للفئة العمرية (اقل من 18 سنة) ثم

بنسبة أقل منها 23.3 % و هي الفئة العمرية (اكثر من 24 سنة) .

الجدول رقم (03): يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
6.7	02	متوسط
20	06	ثانوي
73.3	22	جامعي
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21



الشكل رقم (03) : يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين

من خلال الجدول الذي يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين يبين لنا أن أفراد العينة يغلب عليها المستوى الجامعي بنسبة (73.3%) ثم المستوى الثانوي بنسبة (20 %) اما اقل مستويات فكان المتوسط بنسبة ضئيلة 6.7%.

والمتمعن في المستوى الدراسي في هذه العينة يظهر ان مستوى الجامعي اكثر مستوى تواجد في عينة دراسة وكون ان توزيع الاستبيان على فئة اكثر كان الجامعيين .

2. تحليل وتفسير بيانات المحور الأول : أنماط مشاهدة الشباب للأنمي

الجدول رقم (04): يوضح مدى متابعة المبحوثين للأنمي

المتابعة	التكرار	النسبة
دائماً	5	16.7
احياناً	14	46.7
نادراً	6	20
ابداً	5	16.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح مدى متابعة المبحوثين للأنمي وكانت النسبة الأكبر ب (46.7 %) من المبحوثين صرحوا احياناً ما يتابعون الأنمي ونسبة الأقل ب (20 %) صرحوا الى نادراً مايتابعون في حين النسبة الأقل ب (16.7 %) لكلا الاجابتين دائماً وابدأ.

التحليل المقدم في الجدول يوضح أن هناك تنوعاً في عادات مشاهدة الأنمي بين المبحوثين. يبدو أن الأغلبية العظمى يشاهدون الأنمي بشكل منتظم لكن ليس بشكل دائم، بينما هناك نسبة أقل يقولون إنهم يشاهدونه بشكل نادر. ومن الملاحظ أن هناك نسبة صغيرة تعبر عن انتهازها دائماً وابدأ، وهذا يعكس تفاوت الاهتمام والارتباط بثقافة الأنمي بين الأفراد.

الجدول رقم (05): يوضح من خلال ماذا يشاهد المبحوثين الأنمي

النسبة	التكرار	مشاهدة عن الانمي عن طريق
20	6	التلفزيون
30	9	اليوتيوب
50	15	تطبيقات
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول اعلاه يوضح من خلال ماذا يشاهد المبحوثين الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 50 صرحوا من خلال التطبيقات في حين جاءت نسبة 30 من المبحوثين قالوا من خلال اليوتيوب في حين جاءت النسبة الأقل 20 ممن صرحوا من خلال التلفزيون .

التحليل المقدم في الجدول يظهر أن هناك تفضيلاً للاعتماد على التطبيقات ومنصات البث لمشاهدة الأنمي بين المبحوثين، حيث أن 50% منهم يفضلون ذلك. يأتي بعدهم من يشاهدون الأنمي عبر منصة يوتيوب، حيث بلغت نسبتهم 30%، في حين يعتمد 20% فقط من المبحوثين على التلفزيون لمشاهدة الأنمي.

هذا يمكن أن يعكس اتجاهًا عامًا نحو استخدام التكنولوجيا والإنترنت كوسيلة رئيسية للاستمتاع بالانمي ، ويمكن أن يعكس أيضًا التحول في عادات مشاهدة البرامج التلفزيونية بشكل عام، حيث يفضل الكثير من الأشخاص الاستماع والمشاهدة عبر الإنترنت بدلاً من البث التلفزيوني التقليدي.

الجدول رقم (06): يوضح وسيلة المشاهدة

وسيلة المشاهدة	التكرار	النسبة
التلفاز	4	13.3
الهاتف الذكي	21	70
اللوحة الالكترونية	5	16.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 06 يوضح وسيلة المشاهدة، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 70 من المبحوثين يفضلون الهاتف الذكي في حين جاءت نسبة 16.7 من المبحوثين قالوا انهم يفضلون اللوحة الالكترونية ثم جاءت النسبة الاقل 13.3 للذين صرحوا بالتلفاز كوسيلة للمشاهدة.

الجدول يوضح أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استخدامًا لمشاهدة الأنمي بين المبحوثين، حيث يفضلها 70٪ منهم. يأتي بعدها اللوحة الإلكترونية كوسيلة ثانوية للمشاهدة بنسبة 16.7٪، وهذا يشير إلى أن هناك جزء صغير من المبحوثين يفضلون استخدام أجهزة اللوحة الإلكترونية مثل الأجهزة اللوحية أو الحواسيب اللوحية. أما استخدام التلفاز كوسيلة للمشاهدة، فقد كان أقل شيوعًا بين المبحوثين بنسبة 13.3٪، وهذا يشير إلى أن التفضيل نحو مشاهدة الأنمي على التلفاز قد تراجع بشكل ملحوظ مقارنة باستخدام الشائع للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.

الجدول رقم (07): يوضح عدد مرات مشاهدة الأنمي خلال الأسبوع

عدد مرات المشاهد الأسبوعية	التكرار	النسبة
يوميًا	4	13.3
يوم او يومان	5	16.7
ثلاث مرات	9	30
احيانا فقط	12	40
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 07 يوضح عدد مرات مشاهدة الأنمي خلال الأسبوع ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الاكبر جاءت ب 40 أحيانا مايشاهدون الانمي في الاسبوع ونسبة 30 ثلاث مرات في الاسبوع في حين جاءت نسبة 16.7 يوم او يومان وتليها النسبة الأقل 13.3 يوميا مايشاهدون الانمي

الجدول يوضح عادات مشاهدة الأنمي خلال الأسبوع لدى المبحوثين. يبدو أن النسبة الأكبر منهم، بنسبة 40٪، يشاهدون الأنمي حوالي احيانا في الأسبوع، مما يعكس تفضيلهم لمشاهدة الأنمي بشكل منتظم ومتكرر. بينما يشاهد 30٪ من المبحوثين الأنمي ثلاث مرات في الأسبوع، مما يعكس أن هناك فئة أقل تكررًا لمشاهدة الأنمي بالمقارنة مع الفئة السابقة.

وجاءت النسبة الأقل، بنسبة 16.7٪، لأولئك الذين يشاهدون الأنمي مرة أو مرتين في الأسبوع، وهو ما يعكس أن هناك فئة أصغر تكررًا لمشاهدة الأنمي.

أما النسبة الأدنى، بنسبة 13.3٪، فتشير إلى وجود فئة صغيرة تشاهد الأنمي يوميًا، مما يعكس ارتفاع تكرار مشاهدتهم وربما اهتمامهم الكبير بالأنمي.

الجدول رقم 08: يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة الأنمي في اليوم

وقت المشاهدة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	10	33.3
ساعة الى ساعتين	15	50
ثلاث ساعات	03	10
اكثر من ثلاث ساعات	02	6.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 08 يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة الأنمي في اليوم ، حيث تشير الإحصائيات ان النسبة الأكبر 50 من المبحوثين صرحوا انهم يقضون من ساعة الى ساعتين في مشاهدة الأنمي ثم جاءت نسبة 33.3 صرحوا باقل من ساعة ثم تليها نسبة 10 صرحوا بانهم يقضون ثلاث ساعات ، والنسبة الأقل 6.7 صرحوا بأكثر من ثلاث ساعات.

الإحصائيات المذكورة في الجدول رقم 08 تقدم نظرة حول وقت الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة الأنمي فالوقت الأكثر شيوعاً: النسبة الأكبر (50%) من المبحوثين يقضون من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة الأنمي يومياً. هذا يشير إلى أن هناك اهتماماً ملحوظاً بالأنمي، حيث يخصصون جزءاً معتبراً من وقتهم اليومي لهذه الهواية. المشاهدات القصيرة: نسبة 33.3% من المبحوثين يقضون أقل من ساعة في مشاهدة الأنمي يومياً. هذا يمكن أن يعكس وجود مجموعة من الأشخاص الذين يستمتعون بمشاهدة الأنمي ولكن لديهم وقت محدود أو أنهم يفضلون مشاهدة حلقات قصيرة أو مشاهد مختارة فقط.

المشاهدات المعتدلة: نسبة 10% يقضون ثلاث ساعات في مشاهدة الأنمي يومياً، مما يدل على وجود مجموعة من المبحوثين الذين يعتبرون الأنمي جزءاً رئيسياً من وقت فراغهم اليومي ويستثمرون وقتاً أطول في هذه الهواية. المشاهدات المكثفة: النسبة الأقل (6.7%) يقضون أكثر من ثلاث ساعات في مشاهدة الأنمي يومياً. هذه المجموعة على الأرجح تعبر عن عشاق الأنمي الذين يقضون وقتاً كبيراً في متابعة هذه الهواية، وربما يتابعون عدة حلقات أو مسلسلات في يوم واحد.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تنوعاً في سلوكيات مشاهدة بين المبحوثين، حيث أن الأغلبية تفضل مشاهدة الأنمي بوقت معتدل (من ساعة إلى ساعتين)، بينما هناك شرائح أخرى تفضل المشاهدة لمدد أطول أو أقصر بحسب اهتماماتهم ووقتهم المتاح.

الجدول رقم (09): يوضح الأوقات المفضلة لمشاهدة الأنمي

الأوقات المفضلة	التكرار	النسبة
صباحا	1	3.3
مساء	6	20
ليلا	16	53.3
كل الاوقات	7	23.3
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 09 يوضح الأوقات المفضلة لمشاهدة الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3 يفضلون فترة الليل للمشاهدة في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا كل الأوقات في حين جاءت نسبة 20 من المبحوثين قالوا مساء. وان النسبة الأقل 3.3 صباحا

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نستنتج بعض تفسيرات فالعادات المسائية والليلية : تفضيل الفترة المسائية والليلية لمشاهدة الأنمي بنسبة كبيرة (73.3% مجتمعة) يشير إلى أن معظم المشاهدين يفضلون الاستمتاع بالأنمي كجزء من نشاطات الاسترخاء في نهاية اليوم.

مرونة في المشاهدة :نسبة 23.3% الذين يفضلون مشاهدة الأنمي في جميع الأوقات تشير إلى مرونة كبيرة في عادات المشاهدة بين هذه الشريحة، ربما تعود هذه المرونة إلى أنماط حياة متنوعة أو أوقات فراغ غير ثابتة.

تأثير الجداول اليومية :النسبة الصغيرة التي تفضل مشاهدة الأنمي في الصباح قد تعكس جداول يومية معينة، مثل الأفراد الذين يستيقظون مبكراً أو الذين يستمتعون ببدء يومهم بنشاط ترفيهي.

بشكل عام، يمكن ملاحظة أن الأنمي يعد نشاطاً ترفيهياً مفضلاً بشكل كبير في أوقات نهاية اليوم، سواء كان ذلك في المساء أو الليل، مما يعكس رغبة المشاهدين في الاسترخاء بعد يوم طويل.

الجدول رقم (10): يوضح الأشخاص الذين يفضلهم المبحوثين مشاهدة الأنمي

النسبة	التكرار	تفضيل المشاهدة
73.3	22	وحدك
16.7	05	العائلة
10	03	الأصدقاء
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 10 يوضح الأشخاص الذين يفضلهم المبحوثين مشاهدة الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 73.3 من المبحوثين يشاهدون الانمي وحدهم في حين جاءت نسبة 16.7 من المبحوثين قالوا مع العائلة تليها نسبة 10 صرحوا مع الأصدقاء.

الجدول رقم 10 يقدم معلومات حول الأشخاص الذين يفضل المبحوثون مشاهدة الأنمي معهم. تعكس هذه الإحصائيات عادات وميول المشاهدة بين المبحوثين. يمكن استخلاص وتفسير النتائج كالتالي:

مشاهدة الأنمي وحدهم: النسبة الأكبر (73.3%) من المبحوثين يشاهدون الأنمي بمفردهم. هذا يدل على أن غالبية المشاهدين يفضلون الاستمتاع بالأنمي كنشاط فردي. الأسباب المحتملة لذلك يمكن أن تكون:

الاستقلالية في الاختيار: مشاهدة الأنمي وحدهم تتيح للمشاهدين حرية اختيار المحتوى الذي يرغبون في مشاهدته بدون الحاجة إلى التوافق مع الآخرين. الاسترخاء الشخصي: يمكن أن يكون الأنمي وسيلة للاسترخاء الشخصي والهروب من ضغوط الحياة اليومية. اختلاف الاهتمامات: قد لا يشارك أفراد العائلة أو الأصدقاء نفس الاهتمام بالأنمي، مما يجعل مشاهدة الفردية أكثر تفضيلاً.

مشاهدة الأنمي مع العائلة: نسبة 16.7% من المبحوثين قالوا أنهم يشاهدون الأنمي مع العائلة. هذا يشير إلى أن هناك شريحة من المشاهدين يعتبرون الأنمي نشاطاً عائلياً: الروابط العائلية: مشاهدة الأنمي مع العائلة يمكن أن تكون طريقة لتعزيز الروابط العائلية وقضاء وقت ممتع معاً. اهتمامات مشتركة: وجود اهتمامات مشتركة بالأنمي بين أفراد العائلة يجعل من السهل مشاهدة الأنمي كجماعة. مشاهدة الأنمي مع الأصدقاء: نسبة 10% من المبحوثين صرحوا أنهم يشاهدون الأنمي مع الأصدقاء. هذا يعكس وجود مجموعة من الأشخاص الذين يفضلون مشاهدة الأنمي كنشاط اجتماعي: التفاعل الاجتماعي: مشاهدة الأنمي مع الأصدقاء يمكن أن توفر فرصة للتفاعل الاجتماعي والنقاش حول الحلقات والمحتوى. مجتمعات الأنمي: الأصدقاء الذين يشتركون في اهتمامات الأنمي قد يكون لديهم مجموعات مشاهدة مشتركة، مما يعزز الروابط بينهم.

3. تحليل وتفسير بيانات المحور الثاني: القيم والمضامين التي تحملها سلاسل الأنمي

الجدول رقم (11): يوضح سبب مشاهدة الأنمي

النسبة	التكرار	سبب المشاهدة
46.7	14	اعجبتك صدفة
33.3	10	من خلال اشهار
20	06	تم نصحك بها من قريب او اصدقاء
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 11 يوضح سبب مشاهدة الأنمي ، حيث تشير الإحصائيات ان النسبة الأكبر 46.7 صرحوا ان اعجابهم للأنمي كان بالصدفة في حين جاءت نسبة 33.3 من المبحوثين قالوا من خلال الاشهار ثم تليها نسبة 20 صرحوا انه تم نصحهم بها من قريب او أصدقاء

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نستخلص بعض التفسيرات لذلك فان اكتشاف بالصدفة هي النسبة الكبيرة من المشاهدين الذين اكتشفوا الأنمي بالصدفة تعكس أن الأنمي يمكن أن يجذب اهتمام الناس بشكل غير متوقع ودون تخطيط مسبق. كذلك التأثير الإعلاني: الإشهار يلعب دوراً كبيراً في جذب مشاهدين جدد إلى الأنمي، مما يشير إلى فعالية الحملات الترويجية في هذا المجال. أهمية التوصيات الشخصية: نصائح الأصدقاء والأقارب تعتبر من العوامل المهمة في جذب الأشخاص لمشاهدة الأنمي، مما يدل على قوة التأثير الشخصي في هذا السياق.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تنوع الطرق التي يكتشف بها الناس الأنمي، سواء كان ذلك من خلال الصدفة، الإعلانات، أو توصيات الأصدقاء والعائلة.

الجدول رقم 12: يوضح دافع مشاهدة الأنمي

النسبة	التكرار	دافع مشاهدة الانمي
26.7	8	تناسبها مع افكارك
50	15	تسلية وترفيه
23.3	7	ملاؤ وقت الفراغ
100	100	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 12 يوضح دافع مشاهدة الأنمي ، حيث تشير الإحصائيات ان النسبة الأكبر 50 الدافع للتسلية وترفيهه في حين جاءت نسبة 26.7 من المبحوثين قالوا تناسبها مع افكارك ثم تليها نسبة 23.3 صرحوا بانهم لمأ وقت الفراغ.

الجدول رقم 12 يقدم معلومات حول الدوافع التي تجعل المبحوثين يشاهدون الأنمي. تعكس هذه الإحصائيات الأسباب الرئيسية التي تجذب الأشخاص لمتابعة الأنمي. يمكن استخلاص وتفسير النتائج كالتالي:

التسلية والترفيه: النسبة الأكبر (50%) من المبحوثين صرحوا أن الدافع الرئيسي لمشاهدة الأنمي هو التسلية والترفيه. هذا يشير إلى أن الأنمي يعتبر وسيلة رئيسية للاستمتاع وقضاء وقت ممتع. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: الجاذبية البصرية: الأنمي يتميز بالرسوم المتحركة الملونة والمثيرة للاهتمام التي تجذب الأنظار. القصص المتنوعة: الأنمي يقدم مجموعة واسعة من القصص والأحداث التي تلي اهتمامات مختلفة، مما يجعله مصدراً ممتازاً للترفيه. الهروب من الواقع: الأنمي يمكن أن يوفر نوعاً من الهروب من ضغوط الحياة اليومية، مما يجعله وسيلة شائعة للاسترخاء.

تناسبها مع الأفكار: نسبة 26.7% من المبحوثين قالوا أن الأنمي يتناسب مع أفكارهم. هذا يشير إلى أن بعض المشاهدين يجدون في الأنمي محتوى يعكس اهتماماتهم وقيمهم الشخصية. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: التوافق الفكري: بعض الأنمي يقدم مواضيع وقصص تتوافق مع اهتمامات المشاهدين الثقافية والفكرية، مما يعزز ارتباطهم بالمحتوى. العمق العاطفي والفكري: الأنمي غالباً ما يحتوي على قصص معقدة وشخصيات ذات عمق نفسي، مما يجذب الأشخاص الذين يبحثون عن محتوى ذو مغزى.

ملء وقت الفراغ: نسبة 23.3% من المبحوثين صرحوا بأنهم يشاهدون الأنمي لملء وقت الفراغ. هذا يشير إلى أن الأنمي يُعتبر نشاطاً مناسباً لتمضية الوقت بطريقة ممتعة ومفيدة. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: السهولة والوصول: الأنمي متاح بشكل واسع على مختلف المنصات الرقمية، مما يجعله خياراً سهلاً للوصول إليه في أي وقت. الاستمرارية: وجود العديد من الحلقات والمسلسلات يمنح المشاهدين فرصة لمتابعة محتوى جديد باستمرار، مما يجعله خياراً جيداً لملء أوقات الفراغ الطويلة.

الجدول رقم (13): يوضح المميزات التي تجذبك في الانمي

النسبة	التكرار	مميزات الانمي
33.3	10	الرسم
43.3	13	القصة
23.3	07	الشخصيات
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 13 يوضح المميزات التي تجذبك في الانمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 43.3 مميزات الانمي القصة في حين جاءت نسبة 33.3 من المبحوثين قالوا الرسم ميزة في الانمي في حين جاءت النسبة الأقل 23.3 ممن صرحوا انهم تميز الانمي بالشخصيات.

الجدول رقم 13 يقدم معلومات حول المميزات التي تجذب المشاهدين في الأنمي. تعكس هذه الإحصائيات الجوانب التي يقدّرها المبحوثون في الأنمي وتؤثر في اختيارهم لمتابعته. يمكن استخلاص وتفسير النتائج كالتالي:

القصة: النسبة الأكبر (43.3%) من المبحوثين صرحوا أن القصة هي الميزة الأكثر جاذبية في الأنمي. هذا يشير إلى أن الحبكة الدرامية والمحتوى القصصي هما العاملان الأساسيان لجذب

المشاهدين. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: التنوع القصصي: الأنمي يغطي مجموعة واسعة من المواضيع والأنواع، من المغامرات والخيال العلمي إلى الرومانسية والدراما، مما يجذب شريحة واسعة من المشاهدين. العمق والتعقيد: العديد من الأنمي يتميز بقصص معقدة وشخصيات متعددة الأبعاد، مما يوفر تجربة مشاهدة غنية وملهمة. الإبداع في السرد: القدرة على تقديم قصص مبتكرة وغير تقليدية تجعل الأنمي جذاباً لمحبي السرد القصصي الفريد.

الرسم: نسبة 33.3% من المبحوثين قالوا أن الرسم هو الميزة الجاذبة في الأنمي. هذا يشير إلى أن الجانب البصري والفني له تأثير كبير في جذب المشاهدين. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: الجماليات البصرية: الأنمي يتميز برسوم متحركة جذابة وأسلوب فني مميز يلفت الانتباه ويجذب المشاهدين. التفاصيل والإبداع: الجودة العالية في الرسوم والتفاصيل الدقيقة في تصميم الشخصيات والخلفيات تضيف جمالاً على تجربة المشاهدة. التنوع الأسلوبي: التنوع في أساليب الرسم والفن بين مختلف الأنمي يمنح المشاهدين تجربة بصرية فريدة ومتنوعة.

الشخصيات: النسبة الأقل (23.3%) صرحوا أن الشخصيات هي الميزة الجاذبة في الأنمي. هذا يشير إلى أن الشخصيات وما تحمله من عمق وتطور مهمان لجذب فئة من المشاهدين. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: التعاطف والتعلق: الشخصيات التي تتمتع بعمق وتطور نفسي تتيح للمشاهدين الارتباط بها والتعاطف مع قصصها. التنوع الشخصي: التنوع في شخصيات الأنمي من حيث الخلفيات والدوافع والشخصيات يجعلها جذابة ومثيرة للاهتمام. التأثير العاطفي: الشخصيات القوية والمميزة يمكن أن تترك أثراً عاطفياً كبيراً على المشاهدين، مما يجعلهم يتابعون الأنمي بشغف.

الجدول رقم (14): يوضح الانمي المفضل لدى المبحوثين

الانمي المفضل	التكرار	النسبة
ناروتو	12	40
مونكي دي لوفي	3	10
غوكو	2	6.7
اوزلاين	3	10
هجوم العمالقة	1	3.3
وانيبس	3	10
اتاتو كروم	1	3.3
اريكوبا	1	3.3
Sileni voice	1	3.3
همتارو	1	3.3
قاتل الشياطين	2	6.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 14 يوضح الانمي المفضل لدى المبحوثين ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 40 صرحوا الانمي المفضل ناروتو في حين جاءت نسبة 10 من المبحوثين قالوا مونكي دي لوفي واوزلاين ووانيبس كانمي مفضل لديهم تليها نسبة 6.7 صرحوا غوكو و قاتل الشياطين كانمي مفضل. والنسبة الأقل 3.3 لكل من هجوم العمالقة و اتاتوكروم واريكوبا و همتارو و Sileni voice.

من تحليل نتائج الجدول رقم 14 المتعلق الانمي المفضل لدى المبحوثين، يمكن تقديم التعليقات التالية: الشهرة الواسعة "ناروتو" و"وانيبس" يتمتعان بشعبية واسعة ربما بفضل قصصهما الطويلة والشخصيات المحبوبة، مما يجعلهما الأنميات الأكثر تفضيلاً. الأنميات الكلاسيكية والجديدة: الجمع بين الأنميات الكلاسيكية مثل "دراغون بول" والأنميات الجديدة مثل "قاتل الشياطين" يعكس توازناً بين الأجيال في تفضيلات المشاهدين. التنوع في التفضيلات: الأنميات التي حصلت على نسب تفضيل أقل تُظهر

التنوع في أذواق المشاهدين واهتماماتهم، حيث يفضل البعض الأنميات الأكثر شهرة، بينما يفضل آخرون الأنميات الأقل شهرة.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تفضيلات متنوعة بين المبحوثين، مع وجود ميل كبير نحو الأنميات التي تتميز بقصص ملحمية وشخصيات مؤثرة.

الجدول رقم (15): يوضح الشخصية المفضلة لديك في الانمي

النسبة	التكرار	الشخصية المفضلة
43.3	13	كونان
20	6	لوفي
13.3	4	اوزلاين
23.3	7	هجوم العمالقة
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 15 يوضح الشخصية المفضلة لديك في الانمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الاكبر جاءت 43.3 صرحوا ان كونان الشخصية المفضلة لديهم تليها نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا هجوم العمالقة في حين جاعن النسبة 20 صرحوا شخصية لوفي وان النسبة الأقل 13.3 شخصية اوزلاين.

الجدول رقم 15 يقدم معلومات حول الشخصيات المفضلة لدى المبحوثين في الانمي، وتوضح الإحصائيات أن هناك تفضيلات واضحة لبعض الشخصيات على الأخرى. يمكن استخلاص وتفسير النتائج كالتالي:

كونان: النسبة الأكبر (43.3%) من المبحوثين صرحوا أن الشخصية المفضلة لديهم هي كونان. هذا يشير إلى شعبية كبيرة لشخصية كونان. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: الألغاز والذكاء: كونان يُعرف

بذكائه وحلّه للألغاز المعقدة، مما يجذب المشاهدين الذين يستمتعون بالغموض والتحقيقات. استمرارية السلسلة: سلسلة "المحقق كونان" طويلة وتحتوي على العديد من الحلقات والأفلام، مما يتيح للمشاهدين ارتباطاً طويلاً الأمد بالشخصية. تأثير الطفولة: كثير من المشاهدين ربما تابعوا "المحقق كونان" منذ طفولتهم، مما يعزز ارتباطهم العاطفي بالشخصية.

شخصيات من "هجوم العمالقة": نسبة 23.3% من المبحوثين قالوا أن الشخصيات من "هجوم العمالقة" هي المفضلة لديهم. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: العمق العاطفي: الشخصيات في "هجوم العمالقة" تتميز بتطور نفسي كبير وصراعات داخلية، مما يجعلها مؤثرة وجذابة للمشاهدين. القصة المثيرة: القصة الدرامية والمعارك الملحمية تضيف جاذبية للشخصيات وتزيد من تعلق المشاهدين بها.

لوفي من "وانبيس": نسبة 20% من المبحوثين صرحوا أن شخصية لوفي هي المفضلة لديهم. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: الشخصية المفعمة بالحياة: لوفي يتميز بروح المرح والتفاؤل والمغامرة، مما يجعله شخصية محبوبة لدى العديد من المشاهدين. القيادة والولاء: شخصية لوفي كقائد وفائه لأصدقائه يجذب المشاهدين الذين يقدرّون هذه القيم.

أوزلاين: النسبة الأقل (13.3%) صرحوا أن شخصية أوزلاين هي المفضلة لديهم. الأسباب المحتملة لذلك تشمل: الجاذبية الفريدة: أوزلاين ربما يتمتع بجوانب فريدة أو مميزة تجذب فئة معينة من المشاهدين.

الارتباط الشخصي: قد يكون لبعض المشاهدين ارتباط شخصي أو ذكريات خاصة مع هذه الشخصية.

الجدول رقم (16): يوضح اللغة التي يفضل بها المبحوثين مشاهدة الانمي

النسبة	التكرار	لغة المشاهدة
66.7	20	اللغة اليابانية مع الترجمة للعربية
33.3	10	الدبلجة الى العربية
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 16 يوضح اللغة التي يفضل بها المبحوثين مشاهدة الانمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7 يفضلون اللغة اليابانية مع الترجمة للعربية ثم جاءت نسبة 33.3 الى الدبلجة الى العربية.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه الذي يوضح اللغة المفضلة للمبحوثين التي يشاهدون بها الانمي فنستخلص بعض النتائج تفضيل الأصالة: تفضيل كبير للغة اليابانية مع الترجمة يعكس رغبة المشاهدين في الحفاظ على الأصالة والتعبيرات الثقافية الدقيقة للأنمي، بالإضافة إلى تقديرهم للأداء الصوتي الياباني.

سهولة الوصول والفهم: على الرغم من التفضيل للأصوات الأصلية، هناك نسبة كبيرة من المشاهدين تفضل الدبلجة للعربية لسهولة الفهم والراحة، خاصة لمن يفضلون الاستماع بلغتهم الأم.

التنوع في التفضيلات: تفضيلات المشاهدين تعكس تنوعاً في الأذواق والاحتياجات، حيث يفضل البعض الاستمتاع بالتجربة الأصلية بينما يفضل البعض الآخر الراحة وسهولة الفهم التي توفرها الدبلجة.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات أن هناك توازناً بين التفضيل للأصالة والتعبيرات الثقافية الدقيقة في الأنمي باللغة اليابانية مع الترجمة للعربية، وبين الراحة وسهولة الفهم التي توفرها الدبلجة

للعربية. هذا التنوع يعكس اهتمامات مختلفة بين المشاهدين العرب ويشير إلى وجود جمهور واسع يقدر كلا الخيارين.

الجدول رقم (17): يوضح معرفة المبحوثين عن صنف الهنتاي والإيتشي

مدى معرفة الهنتاي والإيتشي	التكرار	النسبة
لا أشاهدها	11	36.7
لا أعرف عنها شيء	11	36.7
مشاهد بلاحياء	07	23.3
ممتعة	01	3.3
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 17 يوضح معرفة المبحوثين عن صنف الهنتاي والإيتشي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 36.7 لكل من قالوا لا أشاهدها ولا يعرفون عنها شيء في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا انها تعرض مشاهد بلاحياء في جاءت نسبة 3.3 يرون انها ممتعة. يظهر الجدول أن هناك قلة من المبحوثين يتفهمون ويستمتعون بصنفي الهنتاي والإيتشي. قد تكون هذه الأنواع من الأنمي مثيرة للجدل وتحتاج إلى فهم أعمق للثقافة اليابانية ولأنمي بشكل عام لكي يتمتع المشاهدون بها بشكل صحيح.

على الرغم من أن الهنتاي والإيتشي قد تحظى بشعبية في بعض الأوساط العالمية، إلا أنها غالباً ما تواجه مقاومة في الثقافة العربية بسبب طبيعتها الجنسية والإباحية. العديد من الشباب العرب يفضلون متابعة أنمي يتمحور حول قصص ملهمة، مغامرات شيقة، أو علاقات غير مثيرة للجدل. هذه التفضيلات

تعكس القيم الثقافية والمعتقدات الدينية والاجتماعية للفرد والمجتمع، وهي جزء من التنوع الثقافي في المنطقة العربية

4. عرض وتحليل بيانات المحور الثالث: تأثير الأنمي على الشباب

الجدول رقم (18): يوضح ماذا يفضل المبحوثين في شخصيات الانمي

النسبة	التكرار	التفضيل
20	6	الشكل واللباس
6.7	2	السلوك
20	6	التفكير
53.3	16	لا أقلاهم
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 18 يوضح ماذا يفضل المبحوثين في شخصيات الانمي، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3 صرحوا انهم لا يقلدونهم في حين جاءت نسبة 20 من المبحوثين قالوا الشكل واللباس وتليها نسبة 6.7 يفضلون السلوك.

من خلال تحليل الجدول رقم 18 الذي يوضح تفضيلات المبحوثين في شخصيات الانمي و قد تعكس نسبة الذين لا يقتدون بالشخصيات رغبتهم في الابتعاد عن تقليد الشخصيات غير الواقعية أو القيم المثالية التي قد تكون متناقضة مع قيمهم الشخصية. الاهتمام بالشكل واللباس قد يعكس اهتمامهم بالجانب الجمالي وال جذاب للشخصيات، وقد يكون لها تأثير في توجه اختياراتهم الشخصية. الاهتمام بالسلوك يعكس الرغبة في الشخصيات التي تظهر سلوكًا مثاليًا أو يتناسب مع مبادئهم وقيمهم.

بشكل عام، هذه التفضيلات تعكس تنوع وتباين في اهتمامات المشاهدين، وتوضح أن الشخصيات في الأنمي تُقدر وتُفهم بطرق مختلفة من قبل الجمهور.

الجدول رقم (19): يوضح القيمة الأكثر تكرار من خلال متابعتك للأنمي

القيمة الأكثر تكرار	التكرار	النسبة
الصدق	14	46.7
الخيانة	4	13.3
العنف	12	40
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 19 يوضح القيمة الأكثر تكرار من خلال متابعتك للأنمي ،حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 46.7 الصدق القيمة الأكثر تكرار في حين جاءت نسبة 40 من المبحوثين قالوا العنف اكثر تكرارا ثم تليها نسبة الاقل 13.3 من المبحوثين قالوا الخيانة.

الجدول رقم 19 يقدم لنا معلومات حول القيمة الأكثر تكرارًا والتي تعتبر مهمة بالنسبة للمبحوثين خلال متابعتهم للأنمي. يمكن تفسير النتائج على النحو التالي:

1. **الصدق:** النسبة الأكبر (46.7%) من المبحوثين يرون أن الصدق هو القيمة الأكثر تكراراً بالنسبة لهم أثناء متابعتهم للأنمي. يمكن أن يكون ذلك لأن الصدق يعتبر قيمة أساسية تعكس التزام الشخصي بالنزاهة والأمانة، وقد تكون الشخصيات الصادقة مصدر إلهام وتأثير إيجابي على المشاهدين.

2. **العنف:** نسبة 40% من المبحوثين يرون أن العنف هو القيمة الأكثر تكراراً. قد يكون ذلك لأن العنف يعتبر عنصراً شائعاً في قصص الأنمي، سواء كان ذلك في المشاهد القتالية أو المواجهات الدرامية، والتي قد تكون جزءاً لا يتجزأ من القصة أو تستخدم لتحقيق التوتر والتشويق.

3. الخيانة: نسبة الأقل (13.3%) من الباحثين يرون أن الخيانة هي القيمة الأقل تكراراً. الخيانة

تعبّر عن فقدان الثقة وانتهاك العلاقات الشخصية، وربما يفضل العديد من الباحثين الاستمتاع

بقصص تتجنب هذا النوع من الصراعات الداخلية.

الجدول رقم (20): يوضح الصفات الأكثر تداول في الأنمي

الصفات	التكرار	النسبة
الرومانسية والحب	10	33.3
الغدر والخيانة	5	16.7
العنف والكذب	5	16.7
الخير دائماً يفوز	5	16.7
طريقة الكلام	5	16.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 20 يوضح الصفات الأكثر تداول في الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان

النسبة الأكبر 33.3 الرومانسية والحب في حين جاءت نسبة 16.7 متساوية للصفات التالية : الغدر

والخيانة-العنف والكذب- الخير دائماً يفوز طريقة الكلام.

الجدول رقم 20 يقدم معلومات حول الصفات الأكثر تداولاً في الأنمي وفقاً للباحثين. يمكننا

استخلاص التعليقات والتفسيرات التالية: الرومانسية والحب: تفضيل هذه الصفات يعكس رغبة المشاهدين

في مشاهدة قصص تتناول العلاقات الإنسانية والتفاعلات العاطفية، والتي يمكن أن تكون مصدرًا للراحة

والخيال.

الصفات الأخرى المتساوية (الغدر والخيانة، العنف والكذب، الخير دائماً يفوز، طريقة الكلام) :

هذه الصفات تعكس تنوعاً في اهتمامات المشاهدين وتوقعاتهم من الأنمي.

الغدر والخيانة: توفر قصص مليئة بالتوتر والصراعات الداخلية، مما يجذب المشاهدين الذين يفضلون الدراما المعقدة.

العنف والكذب: تضيف عنصر الإثارة والتشويق، وتجذب المشاهدين الذين يحبون مشاهد الأكشن والتوتر.

الخير دائماً يفوز: تعزز القيم الإيجابية والأمل، وتجذب المشاهدين الذين يبحثون عن قصص مفعمة بالأمل والعدالة.

طريقة الكلام: تجعل الشخصيات أكثر تميزاً وجاذبية، وتعزز التفاعل العاطفي مع الشخصيات.

بشكل عام، هذه التفضيلات تعكس تبايناً في ما يجذب المشاهدين إلى الأنمي، من الرومانسية والعلاقات العاطفية إلى الدراما والإثارة، مما يوضح تنوع الأنواع والقصص في عالم الأنمي التي تلبي اهتمامات مختلفة للجمهور.

الجدول رقم (21): يوضح مدى شعور المبحوثين عند الانتهاء من مشاهدة الأنمي

شعور المبحوثين	التكرار	النسبة
فرح	8	26.7
حزن	6	20
لا شيء	16	53.3
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 21 يوضح شعور المبحوثين عند الانتهاء من مشاهدة الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3 لايشعرون بشيء في حين جاءت نسبة 26.7 من المبحوثين قالوا الفرح ثم تليها نسبة 20 من المبحوثين قالوا حزن. الجدول رقم 21 يقدم معلومات حول شعور المبحوثين

عند الانتهاء من مشاهدة الأنمي. النتائج تشير إلى تباين في المشاعر التي يشعر بها المشاهدون بعد الانتهاء من متابعة الأنمي. يمكن تفسير النتائج كالتالي: **تباين المشاعر**: النسبة الكبيرة من المبحوثين الذين لا يشعرون بشيء قد تشير إلى أن الأنمي بالنسبة لهم هو مجرد نشاط ترفيهي وليس له تأثير عاطفي كبير. في المقابل، الفرح والحزن يعكسان التأثير العاطفي العميق للأنمي على بعض المشاهدين.

التأثير العاطفي للأنمي: الأنمي يمكن أن يكون له تأثيرات عاطفية متنوعة على المشاهدين بناءً على طبيعة القصة والنهاية. القصص التي تحتوي على نهايات مرضية أو مبهجة تترك شعوراً بالفرح، بينما القصص المؤثرة أو الحزينة تترك شعوراً بالحزن.

التنوع في التفضيلات: هذه النتائج تعكس التنوع في تفضيلات واهتمامات المشاهدين، حيث يمكن لنفس الأنمي أن يثير مشاعر مختلفة لدى الأشخاص المختلفين بناءً على تجربتهم الشخصية وارتباطهم بالقصة والشخصيات.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات أن الأنمي يمكن أن يكون تجربة ترفيهية محايدة للبعض، بينما يكون له تأثير عاطفي كبير على البعض الآخر. هذا يعكس قوة القصص والشخصيات في الأنمي وقدرتها على التأثير في مشاعر المشاهدين بطرق مختلفة.

الجدول رقم (22): يوضح مدى تأجيل المبحوثين لواجباتهم ودراساتهم لغاية انتهاء الحلقة

النسبة	التكرار	تأجيل الدراسة والواجبات
3.3	1	دائماً
53.3	16	أحياناً
10	3	نادراً
33.3	10	أبداً
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 22 يوضح تأجيل المبحوثين لواجباتهم ودراساتهم لغاية انتهاء الحلقة ، حيث تشير الإحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3 أحيانا ما يؤجلون الواجبات في حين جاءت نسبة 33.3 من المبحوثين قالوا ابدأ ما يؤجلون ثم تليها نسبة 10 من المبحوثين قالوا نادرا. وان النسبة الأقل 3.3 دائما يؤجلون.

الجدول رقم 22 يقدم معلومات حول مدى تأثير مشاهدة الأنمي على تأجيل المبحوثين لواجباتهم ودراساتهم. النتائج تشير إلى سلوكيات مختلفة فيما يتعلق بإدارة الوقت والمسؤوليات الأكاديمية. يمكننا تفسير النتائج كالتالي **التوازن بين الترفيه والدراسة**: معظم المبحوثين (53.3%) يؤجلون واجباتهم أحيانا، مما يعكس محاولتهم لتحقيق توازن بين الترفيه والدراسة.

الانضباط والأولويات: نسبة كبيرة من المبحوثين (33.3%) لا يؤجلون واجباتهم أبداً، مما يشير إلى قدرتهم على تحديد أولوياتهم والالتزام بمسؤولياتهم الأكاديمية.

الإدارة الفعالة للوقت: نسبة الذين نادراً ما يؤجلون واجباتهم (10%) تُظهر مهارات جيدة في إدارة الوقت وتحقيق توازن بين الأنشطة المختلفة.

التحديات في إدارة الوقت: النسبة الأقل (3.3%) من المبحوثين الذين دائماً يؤجلون واجباتهم تشير إلى ضرورة تحسين مهارات إدارة الوقت لديهم لتجنب تأثير الترفيه على دراستهم.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تنوع سلوكيات إدارة الوقت بين المبحوثين، حيث يسعى البعض لتحقيق توازن بين الترفيه والمسؤوليات، بينما يظهر البعض الآخر التزاماً كبيراً بدراساتهم.

الجدول رقم (23): يوضح تأثيرات مشاهدة الأنمي لدى المبحوثين

التأثيرات	التكرار	النسبة
اجتماعيا	3	10
منعزلا	7	23.3
لاشيء	20	66.7
المجموع	30	100

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 23 يوضح تأثيرات مشاهدة الأنمي لدى المبحوثين ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7 قالوا لا تؤثر بأي شيء في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا الانعزال ثم تليها نسبة 10 من المبحوثين قالوا اجتماعي.

الجدول رقم 23 يقدم معلومات حول تأثيرات مشاهدة الأنمي على المبحوثين. يمكننا تفسير النتائج والتعليق عليها كالتالي **الغالبية المحايدة**: النسبة الكبيرة التي تقول بأن الأنمي لا يؤثر عليهم تشير إلى أن الأنمي يعتبر نشاطاً ترفيهياً طبيعياً لا يغير من حياتهم بشكل ملحوظ.

الانعزال: نسبة لا بأس بها من المبحوثين يشعرون بأن الأنمي يؤدي إلى الانعزال، مما يستدعي الانتباه إلى كيفية تأثير الترفيه الافتراضي على التفاعلات الاجتماعية الحقيقية.

التأثير الاجتماعي الإيجابي: هناك أيضاً مجموعة ترى في الأنمي فرصة لتعزيز الحياة الاجتماعية، مما يظهر التنوع في تأثيرات الأنمي على الأفراد بناءً على كيفية استهلاكهم له.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات أن تأثير الأنمي على المشاهدين يمكن أن يكون متنوعاً ويعتمد بشكل كبير على كيفية استخدامه وتفاعلات الأفراد معه. في حين أن الكثيرين يرون فيه مجرد وسيلة ترفيهية، يجد البعض فيه ملأً من الواقع، بينما يجد آخرون فيه فرصة للتواصل الاجتماعي

الجدول رقم (24): يوضح مدى تأييد عائلتك لمشاهدة الأنمي

النسبة	التكرار	تأييد العائلة
20	6	نعم
16.7	5	لا
63.3	19	لا يهتمون بذلك
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 24 يوضح مدى تأييد عائلتك لمشاهدة الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 63.3 قالوا العائلة لاتهتم بذلك في حين جاءت نسبة 20 من المبحوثين قالوا نعم تؤيد ذلك ثم تليها نسبة 16.7 من المبحوثين قالوا لا تؤيد ذلك.

الجدول رقم 24 يقدم معلومات حول مدى تأييد عائلة المبحوثين لمشاهدة الأنمي. يمكننا تحليل النتائج والتعليق عليها كالتالي **اللامبالاة الأسرية**: النسبة الكبيرة من العائلات التي لا تهتم بمسألة مشاهدة الأنمي تعكس موقفاً محايداً، حيث تُعتبر مشاهدة الأنمي نشاطاً غير مؤثر بشكل كبير على الحياة اليومية للأبناء من وجهة نظرهم.

التأييد الإيجابي: تأييد بعض العائلات لمشاهدة الأنمي يعكس فهماً وتقديراً لهذا النوع من الترفيه، وربما يرونه كوسيلة لتعزيز الخيال والإبداع أو لتوفير محتوى ترفيهي آمن ومناسب.

عدم التأييد: النسبة الأقل من العائلات التي لا تؤيد مشاهدة الأنمي تشير إلى وجود قلق أو تحفظات، ربما بسبب بعض الأنميات التي تحتوي على محتوى غير مناسب أو بسبب اعتبارات ثقافية ودينية.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تبايناً في مواقف العائلات تجاه مشاهدة الأنمي، حيث يتراوح هذا الموقف بين اللامبالاة والتأييد وحتى الرفض. هذا التباين يمكن أن يكون نتيجة لاختلافات في القيم الثقافية، والتجارب الشخصية، ومستوى المعرفة بمحتوى الأنمي.

الجدول رقم (25): يوضح مدى مناقشة المبحوثين عما يشاهدونه في الأنمي مع أصدقائهم

النسبة	التكرار	مناقشة المشاهدة
16.7	5	دائماً
40	12	أحياناً
20	6	نادراً
23.3	7	أبداً
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 25 يوضح مدى مناقشة المبحوثين عما يشاهدونه في الأنمي مع أصدقائهم حيث تشير الإحصائيات ان النسبة الأكبر 40 أحياناً ما يناقشون ذلك في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا أبداً ثم تليها نسبة 20 من المبحوثين قالوا نادراً. والنسبة الأقل 16.7 دائماً.

الجدول رقم 25 يقدم معلومات حول مدى مناقشة المبحوثين لمشاهداتهم في الأنمي مع أصدقائهم. يمكننا تحليل النتائج والتعليق عليها كالتالي **المناقشات دائماً:** أن 40% من المبحوثين يناقشون الأنمي أحياناً يشير إلى أن الأنمي يشكل جزءاً من اهتماماتهم، لكنهم لا يشعرون بالحاجة لمناقشته بشكل دائم. قد يعتمد ذلك على محتوى الحلقة ومدى إثارتها للنقاش.

قلة المناقشات: ابدا ونادرا النسبتان الباقيتان (23.3% لا يناقشون أبداً و20% نادراً ما يناقشون) توضحان بأن هناك مجموعة كبيرة من الأشخاص لا تجد في الأنمي موضوعاً يستحق النقاش المتكرر. قد يكون هذا بسبب اختلاف الاهتمامات أو عدم وجود حافز قوي للمشاركة.

الشغف والمجتمع: النسبة الأقل التي دائماً تناقش الأنمي (16.7%) تعكس مجموعة من الأشخاص الذين يجدون متعة كبيرة في تبادل الأفكار حول الأنمي ويشعرون بأن لديهم مجتمعاً أو دائرة اجتماعية تشاركهم هذا الشغف.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تنوعاً في كيفية تفاعل الأفراد مع الأنمي ومع محيطهم الاجتماعي. بينما يعتبر بعض الأشخاص الأنمي موضوعاً عرضياً للنقاش، يرى آخرون أنه موضوع مهم يتطلب مناقشات منتظمة، في حين يحتفظ البعض الآخر بأرائهم وتجاربهم لأنفسهم.

الجدول رقم (26): يوضح اين تتم المناقشات

النسبة	التكرار	القيمة الأكثر تكرار
60	18	الواقع
23.3	7	مواقع التواصل الاجتماعي
16.7	5	كلاهما
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 26 يوضح اين تتم المناقشات ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 60 في الواقع في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا في مواقع التواصل الاجتماعي ثم تليها نسبة 16.7 من المبحوثين قالوا في كلاهما أي الواقع ومواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 26 يقدم معلومات حول الأماكن التي تتم فيها مناقشات الأنمي بين المبحوثين. يمكننا تحليل النتائج والتعليق عليها كالتالي **التفاعل الشخصي المفضل**: أن 60% من المبحوثين يفضلون مناقشة الأنمي في الواقع يعكس أهمية التفاعل الشخصي بالنسبة لهم. هذا يمكن أن يكون نتيجة للروابط القوية مع الأصدقاء والعائلة، حيث يشعرون براحة أكبر في مناقشة اهتماماتهم وجهاً لوجه.

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: النسبة التي تناقش الأنمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (23.3%) تشير إلى استخدام التقنيات الحديثة للوصول إلى مجتمع أوسع من محبي الأنمي. هذا يعكس التوجه نحو الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز النقاشات والمشاركة في اهتمامات مشتركة.

التوازن في التواصل: النسبة التي تستخدم كلا الوسيلتين (16.7%) تشير إلى تفضيل الجمع بين المناقشات الشخصية والمناقشات عبر الإنترنت، مما يعكس القدرة على التكيف مع مختلف السياقات الاجتماعية والاستفادة من أفضل ما في العالمين.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات أن مناقشة الأنمي تعتبر جزءاً مهماً من حياة المبحوثين، سواء كان ذلك عبر التفاعلات الشخصية أو عبر منصات التواصل الاجتماعي. كل وسيلة لها مزاياها وتوفر فرصاً مختلفة للتواصل والمشاركة، مما يسمح للمبحوثين بالاستفادة من كلا السياقين لتعزيز تجربتهم في مشاهدة الأنمي.

الجدول رقم (27): يوضح مدى التأثير وانجذاب المبحوثين للأنمي

النسبة	التكرار	التأثير والانجذاب
66.7	20	قليل
23.3	7	كبير
10	3	كبير جدا
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 27 يوضح مدى التأثير وانجذاب المبحوثين للأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7 قليل التأثير والانجذاب في حين جاءت نسبة 23.3 من المبحوثين قالوا كبيرة التأثير ثم تليها نسبة 10 من المبحوثين قالوا كبيرة جدا.

الجدول رقم 27 يقدم معلومات حول مدى تأثير وانجذاب المبحوثين للأنمي. يمكننا تحليل النتائج والتعليق عليها كالتالي: **الاعتدال والتوازن**: النسبة الكبيرة التي قالت بأن تأثير الأنمي عليهم قليل تعكس توازنًا في استهلاكهم للمحتوى الترفيهي، حيث يحتفظون بالأنمي كجزء من نشاطاتهم الترفيهية دون أن يسيطر على حياتهم.

التأثير الإيجابي والشغف: النسبة التي ترى الأنمي ذو تأثير كبير تعبر عن شغفهم وارتباطهم العاطفي بهذه الوسيلة الترفيهية. هؤلاء الأفراد يجدون في الأنمي مصدر إلهام وتعليم، ويشعرون بتأثيره الإيجابي على حياتهم.

الانغماس الكامل: النسبة التي تشعر بأن تأثير الأنمي كبير جدًا تعكس مجموعة من الأفراد الذين يتعاملون مع الأنمي كجزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية. قد يكون لهذه المجموعة اهتمامات متعمقة في الأنمي، مثل المشاركة في مجتمعات الأنمي أو حضور الفعاليات المتعلقة به.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تنوعاً في مدى تأثير الأنمي على حياة المبحوثين. بينما يحتفظ البعض بعلاقة معتدلة مع الأنمي، هناك من يشعرون بتأثيره الكبير عليهم، مما يبرز الدور المتنوع الذي يمكن أن يلعبه الأنمي في حياة الأفراد بناءً على تفاعلهم واهتماماتهم الشخصية.

الجدول رقم (28): يوضح إمكانية تخلي المبحوثين عن مشاهدة الأنمي

النسبة	التكرار	التخلي عن مشاهدة
53.3	16	نعم
20	6	لا
26.7	8	ربما
100	30	المجموع

من اعداد الباحثين مخرجات spss21

يبين لنا الجدول رقم 28 يوضح إمكانية تخلي المبحوثين عن مشاهدة الأنمي ، حيث تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3 نعم يمكنهم التخلي عن مشاهدة في حين جاءت نسبة 26.7 من المبحوثين قالوا ربما ثم تليها نسبة 20 من المبحوثين قالوا لا يمكن التخلي عنها.

الجدول رقم 28 يقدم معلومات حول إمكانية تخلي المبحوثين عن مشاهدة الأنمي. يمكننا تحليل النتائج والتعليق عليها كالتالي **المرونة في الاستغناء**: أن أكثر من نصف المبحوثين يستطيعون التخلي عن الأنمي يعكس مرونة في اهتماماتهم وعدم اعتمادهم الشديد على هذا النوع من الترفيه. هذا يشير إلى أنهم يستمتعون بالأنمي، ولكن لديهم أولويات أو اهتمامات أخرى يمكنهم التحول إليها بسهولة.

التردد وعدم اليقين: نسبة 26.7% التي قالت ربما تعكس ترددًا أو عدم يقين، مما يشير إلى أن الأنمي له دور مهم في حياتهم، ولكنهم قد يستطيعون التخلي عنه إذا كانت الظروف تقتضي ذلك.

الشغف والارتباط القوي: النسبة التي لا يمكنها التخلي عن الأنمي (20%) تظهر شغفاً وارتباطاً قويين، حيث يشكل الأنمي جزءاً لا يتجزأ من حياتهم الترفيهية والثقافية. هؤلاء الأفراد يعتبرون الأنمي جزءاً من روتينهم اليومي ولا يرغبون في التخلي عنه.

بشكل عام، تعكس هذه الإحصائيات تبايناً في مدى اعتماد الأفراد على الأنمي كوسيلة ترفيهية. بينما يتمتع البعض بمرونة عالية في التخلي عنه، يظهر البعض الآخر ارتباطاً وشغفاً يجعل من الصعب التخلي عن هذه الوسيلة الترفيهية.

النتائج العامة :

بعد تحليل وتفسير الجداول الاحصائية خلصنا الى مجموعة من النتائج والمزودة بالنسب الاحصائية فيما يلي :

1- نتائج متعلقة بالبيانات الشخصية للمبحوثين :

- غالبية المبحوثين من جنس الذكور قدرت نسبتهم بـ 56.7%
- المستوى العمري للمبحوثين أكبر نسبة كانت 46.7% للفئة العمرية (19-23 سنة)
- المستوى التعليمي للمبحوثين يغلب عليهم المستوى الجامعي بنسبة (73.3%)
- نتائج متعلقة بالمحور الاول: أنماط مشاهدة الشباب للانمي.
- متابعة المبحوثين للانمي وكانت النسبة الأكبر بـ (46.7 %) من المبحوثين صرحوا احيانا ما يتابعون الانمي
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 50% صرحوا مشاهدة الانمي من خلال التطبيقات.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 70% من المبحوثين يفضلون الهاتف الذكي كوسيلة للمشاهدة.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر جاءت بـ 40% أحيانا ما يشاهدون الانمي في الاسبوع وينسبة 30 % ثلاث مرات في الأسبوع.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 50 % من المبحوثين صرحوا انهم يقضون من ساعة الى ساعتين في مشاهدة الانمي.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3% يفضلون فترة الليل لمشاهدة الانمي.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 73.3% من المبحوثين يشاهدون الانمي وحدهم.

3-نتائج متعلقة المحور الثاني : القيم والمضامين التي تحملها سلاسل الأنمي.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 46.7% صرحوا ان اعجابهم للانمي كان بالصدفة.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 50% الدافع للتسلية وترفيه من مشاهدة الانمي.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 43.3% مميزات الانمي القصة.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 40% صرحوا الانمي المفضل ناروتو.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر جاءت 43.3% صرحوا ان كونان الشخصية المفضلة لدى المبحوثين الشباب.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7% يفضلون اللغة اليابانية مع الترجمة للعربية عند مشاهدة الانمي.

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 36.7% لكل من قالوا لا يشاهدون ولا يعرفون عنها شيء انمي الهنتاي والايتشي.

4- نتائج بيانات المحور الثالث: تأثير الأنمي على الشباب

- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3% صرحوا انهم لا يقلدون شخصيات الانمي
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 46.7% الصديق القيمة الأكثر تكرار في الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 33.3% الرومانسية والحب الصفات الأكثر تواجد.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3% لايشعرون بشيء بعد الانتهاء من مشاهدة الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3% أحيانا ما يؤجلون الواجبات لغاية انتهاء حلقات الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7% قالوا لا تؤثر بأي شيء مشاهدة الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 63.3% قالوا العائلة لاتهتم بمتابعة أبنائهم حول الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 40% أحيانا ما يناقشون ما يشاهدونه في الانمي.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 60% في الواقع تتم المناقشات.
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 66.7% قليل التأثير والانجذاب نحو الانمي .
- تشير الاحصائيات ان النسبة الأكبر 53.3% نعم يمكنهم التخلي عن مشاهدة الانمي.

مناقشة النتائج:

بناءً على ماتم التوصل اليه في نتائج دراسة يمكننا التوصل الى مايلي:

البيانات الشخصية للمبحوثين:

- يشير تفوق الذكور بنسبة 56.7% إلى اهتمام قوي من جانب الشباب الذكور بمشاهدة الأنمي.
- نسبة الفئة العمرية (19-23 سنة) تعكس شعبية الأنمي بين الشباب في هذه الفئة العمرية.
- تفوق المستوى الجامعي بنسبة 73.3% يظهر ارتباط الأنمي بالتعليم العالي والثقافة الشابة الجامعية.

أنماط مشاهدة الشباب للأنمي:

- استخدام التطبيقات لمشاهدة الأنمي يعكس التفضيل المتزايد للمحتوى الرقمي والمنتقل.
- تفضيل الهاتف الذكي كوسيلة للمشاهدة يوضح التغيير في عادات المشاهدة نحو الأجهزة المحمولة.
- تفضيل مشاهدة الأنمي في الليل يمكن أن يكون مرتبطاً بالوقت الفراغي بعد الأنشطة اليومية.
- مشاهدة الأنمي بشكل فردي يظهر أن الأنمي يُعتبر نشاطاً فردياً يستمتع به الأفراد لتحقيق الراحة والترفيه.

القيم والمضامين التي تحملها سلاسل الأنمي:

- اكتشاف الأنمي بالصدفة والبحث عن التسلية يعكسان دور الأنمي كوسيلة للترفيه العشوائي والبحث عن التسلية.

- تفضيل القصة والرواية كمميزات أساسية للأنمي تظهر الاهتمام بالسرد والتطور القصصي.
- شعبية شخصيات معينة مثل "ناروتو" و "كونان" تشير إلى تأثير قوي لهذه الشخصيات على الجمهور الشاب.

- تفضيل اللغة اليابانية مع الترجمة يعكس الاهتمام بالأصالة والثقافة اليابانية.

تأثير الأنمي على الشباب:

- عدم تقليد الشخصيات يوضح أن الأنمي لا يؤثر بشكل كبير على سلوك الشباب.
 - تركيز الأنمي على الصدق والقيم يعكس دوره في نقل رسائل إيجابية.
 - وجود الرومانسية والحب كصفات شائعة يظهر اهتمام الجمهور الشاب بهذه الجوانب العاطفية.
 - عدم الشعور بأي تأثير بعد المشاهدة يشير إلى طبيعة الترفيه المؤقتة للأنمي.
 - تأجيل الواجبات بسبب الأنمي يظهر أنه قد يكون هناك تأثير على الإنتاجية اليومية.
- باختصار، الأنمي يظهر كوسيلة شعبية للترفيه بين الشباب، ويرافقه تفضيل للأنماط المرنة للمشاهدة والاهتمام بالقصص والشخصيات. كما يظهر أن تأثير الأنمي على الشباب قد يكون محدودًا في بعض الجوانب.

الخاتمة

قُدِّمت الدراسة تحت عنوان "تأثير أفلام الأنمي على القيم لدى الشباب"، والتي من خلالها حاولنا التوصل إلى معرفة مدى تأثير أفلام الأنمي على فئة الشباب المتابعين لها، إذ تعتبر إشكالية خاصة بالمحتويات الإعلامية، فقد برز الأنمي في العالم بشكل كبير وحظي باهتمام العديد من الشعوب والفئات، فكانت محور دراسة لكثير من الباحثين الأجبيين، وذلك لكونها تؤثر بطرق مباشرة وغير مباشرة على سلوك وتفكير الشباب المتابعين لها.

حيث أسفرت نتائج هذه الدراسة على أن الأنمي يظهر كوسيلة شعبية للترفيه بين الشباب، ويرافقه تفضيل للأنماط المرنة للمشاهدة والاهتمام بالقصص والشخصيات. كما يظهر أن تأثير الأنمي على الشباب قد يكون محدوداً في بعض الجوانب. فتأثير الأنمي على الشباب يمثل موضوعاً مثيراً للجدل ومتعدد الأوجه. يتراوح تأثيره بين الإيجابي والسلبي، ويعتمد ذلك بشكل كبير على نوعية الأنمي وطبيعة الشخصية والظروف الاجتماعية للفرد.

من الناحية الإيجابية، يمكن للأنمي أن يساعد الشباب على تطوير مهارات اجتماعية وتعزيز الإبداع والتفكير النقدي، وذلك عن طريق عرضه قصصاً ملهمة تعلم الشباب من خلالها قيماً مثل الصداقة، الإصرار، والعمل الجماعي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون الأنمي وسيلة لفتح نوافذ على ثقافات مختلفة وتعزيز التفاهم الثقافي.

من ناحية أخرى، يمكن أن يكون للأنمي تأثيراً سلبياً عندما يتعلق الأمر بالتأثير على السلوكيات الاجتماعية والصحة النفسية. فبعض الأنمي قد يحتوي على مشاهد عنف أو جنسية تؤثر سلباً على الشباب، كما قد يعزز بعض الأنمي الصور النمطية السلبية أو يعطي تمثيلاً خاطئاً للواقع.

لذلك، يجب على الشباب والمسؤولين مراقبة ما يشاهدونه والتحلي بالتفكير النقدي في محتوى الأنمي. وعلى الصعيد الاجتماعي، يجب تعزيز النقاش حول التأثيرات الإيجابية والسلبية للأنمي وتوفير الموارد التثقيفية للشباب لفهم كيفية استخدام هذه الوسيلة الترفيهية بطريقة صحيحة ومفيدة، هذا ما ساعدتنا دراستنا للتوصل إليه.

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 3، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997.
- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 5، دار المعارف، القاهرة.
- أبو الحسن منال، الرسوم المتحركة في التلفزيون وعلاقتها بالجوانب المعرفية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1998.
- أبو جاد، صالح محمد علي، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، دار ميسرة، عمان، ط2، 2000.
- بطرس حافظ بطرس، المشكلات النفسية وعلاجها ، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- بولحية صباح، بيروك نزيهة، المشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين وعلاقتها بالانحراف، مذكرة ماستر تربية، جامعة جيجل، 2015.
- ثابتي الحبيب، استخدام منهجية الملاحظة- المشاركة لتطوير وأنسنة أدوات تحليل العمل وتوصيف الوظائف، مجلة الحكمة، العدد الرابع، سبتمبر-ديسمبر 2010.
- حسني محمد نصر، نظريات الاعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2015.
- حسيبة لولي، الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة المربي L'éducateur ، المعهد الوطني للتكوين العالي لاطارت الشباب، العدد 19، 2016.
- حيدر محمد الكعبي، الأنمي وأثره في الجيل العربي، سلسلة الاختراق الثقافي، العدد 11، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف الأشرف، 2022.
- خالد صديق خوجة، يحيى لعمارة محامد، تطور فئة الشباب في الجزائر (1966-2018)، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 06 العدد 01، 2020.

- ربيعة جعفر، مفهوم الصدق في الاختبارات التحصيلية: الخاصية أم المشكل؟، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014.
- زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح- غزة، فلسطين، 2010.
- سلامة عبد الحافظ محمد، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2002.
- سندس سرحان أحمد، زينب صراوة عبادي، وسائل الاتصال والتواصل الرقمي مقارنة في التنوع الثقافي والهيمنة، المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 20، العددان 1-2، 2019.
- طهطاوي سيد أحمد، القيم التربوية في القصص القرآنية، دار الفكر العربي، ط 1، 1996.
- عبد الله أحمد اليوسف، خصائص الشباب من أجل أن يعرف الشباب أنفسهم، منشورات ضفاف، الطبعة الأولى، 2015.
- عبد الله أحمد اليوسف، خصائص الشباب من أجل أن يعرف الشباب أنفسهم، منشورات ضفاف، الطبعة الأولى، 2015.
- عبد الله الغدامي، النقد الثقافي في قراءة في الأنساق الثقافية العربية.
- عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، ط7، القاهرة، دار المعارف، 1976.
- فضيل دليو، اختيار العينة في البحوث الكيفية، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد 03، 2022.
- قيصر جبار كاطع، إجراءات الصدق والثبات، مادة مناهج البحث، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العراق، 2020.
- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، 2006.

- مزيان نجية، الدروس المتبقية للمحاضرة المتعلقة بمقياس نظريات الاعلام والاتصال، السداسي الثاني، لطلبة السنة الثانية إعلام، جامعة الجزائر 3، 2020.
- مصطفى مصطفاوي، نحو فهم سوسيولوجي لفئة الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 8، العدد 01 (2020).
- منصوري سميرة، الشباب والتغير الاجتماعي-الثقافي في المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 16، سبتمبر 2014.
- موريس انجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد، وآخرون، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2004.
- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من متطور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999.
- يزيد عباسي، مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة، 2016.

مواقع ويب

1. <https://inee.org/ar/eie-glossary/> الشباب
2. <https://inee.org/ar/eie-glossary/> المنهج الدراسي
3. <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/view.php?id=81799> /
4. <https://mawdoo3.com/> دور الشباب في بناء المجتمع
5. <https://iicss.iq/?id=3505> / الأنمي وأثره في الجيل العربي
6. تأثير أفلام الرسوم المتحركة "الأنمي" في عقول الشباب على موقع سيدتي.
7. <https://amaz.sa/public/uploads/images/services/jto47vaSuH7jJGV419> /
53001693988953_7915825.pdf
8. راجية عفو ربها، لنكف عن الأنمي، كتاب إلكتروني على موقع "مكتبة نور"
9. <https://aminoapps.com/c/anime-empire-1/> تقرير رهيب عن الأنمي في
الجزائر والوطن العربي

ملاحقہ

الملحق رقم (01)

جامعة عمار ثلجي - الأغواط

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

إستبيان

تشرف الباحثان بأن تضعنا بين أيديكم هذا الاستبيان والمتعلق بتأثير أفلام الأنمي على القيم لدى الشباب، بهدف استكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر إعلام وإتصال.

أمل التكرم بقراءة كل الأسئلة مع وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة، مع العلم أن تعبئة الاستبيان بصدق و صراحة سيكون لها أثر كبير في الحصول على نتائج إيجابية، بالإضافة إلى هذا، فإن البيانات المقدمة أو المكتوبة ستحظى بتقدير واهتمام وسرية تامة من قبل الباحثان، فالهدف الأساسي هو خدمة البحث العلمي فقط.

فالمطلوب هو اختيار إجابة واحدة لكل سؤال، ووضع علامة (x) أمام الاجابة المناسبة للسؤال من وجهة نظرك.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

شكراً

الباحثان

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن: سنة

المستوى التعليمي:

متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

أولاً: أنماط مشاهدة الشباب للانمي

1- هل أنت من متبعي الانمي؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

2- من خلال ماذا تشاهدها؟

التلفزيون ☐ اليوتيوب ☐ تطبيقات ☐ أخرى

3- ما هي وسيلة المشاهدة؟

التلفاز ☐ الهاتف الذكي ☐ اللوحة الالكترونية ☐

4- كم مرة تشاهد الانمي خلال الأسبوع؟

يوميًا ☐ يوم أو يومان ☐ ثلاثة مرات ☐ أحياناً فقط ☐

5- كم تقضي تقريباً من الوقت في مشاهدة الأنمي في اليوم؟

أقل من ساعة ☐ ساعة إلى ساعتين ☐ ثلاث ساعات ☐ أكثر ☐

6- ما هي الأوقات المفضلة لديك من أجل مشاهدة الانمي؟

صباحا	مساء	ليلا	أخرى (ظهيرة أو كل الأوقات)

7- مع من تفضل مشاهدتها؟

وحدك	العائلة	الأصدقاء

ثانيا: القيم والمضامين التي تحملها سلاسل الانمي

1- كيف بدأت مشاهدة الانمي؟

أعجبتك صدفة	من خلال إشهار	تم نُصْحُك بها (صديق أو قريب / آخر)

2- ما الدافع لمشاهدة الانمي؟

تناسبها مع أفكارك	تسلية وترفيه	ملء وقت الفراغ

3- ما هو تصنيف الانمي المفضل لديك؟ ولماذا؟

.....*

4- ما هي المميزات التي تجذبك فيه؟

الرسم	القصة	الشخصيات	آخر

5- ما هو الانمي المفضل لديك؟

.....*

6- حول ماذا تدور قصته (باختصار)

.....*

7- من هي الشخصية المفضلة لديك في الانمي؟

.....*

8- ماهي اللغة التي تفضل بها مشاهدة الانمي

اليابانية مع الترجمة بالعربية أسفل الشاشة

مدبلج إلى العربية

9- ما الذي تعرفه عن صنف الهنتاي والاييتشي ؟ وهل تشاهده ؟

*

ثالثا: تأثير الأنمي على الشباب

1- لو بإمكانك تقليد شخصيات الأنمي، في ماذا تفضل فعل ذلك ؟

الشكل واللباس

السلوك

التفكير

لا أتقلدهم

2- من خلال متابعتك للأنمي، ماهي القيم الأكثر تكرارا فيها برأيك ؟

الصدق

الخيانة

العنف

قيم أخرى

3- ما هي أكثر صفة أو صفات متداولة في الانمي تزعجك ؟ أذكرها

*

4- ماهي أشهر عبارات اكتسبتها من أفلام الانمي ؟

.....

.....

5- عند الانتهاء من مشاهدة الانمي بماذا تشعر ؟

فرح

حزن

لا شيء

آخر

6- هل تؤجل واجباتك أو دراستك لغاية انتهاء الحلقة ؟

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

7- هل مشاهدة الانمي تجعلك ؟

اجتماعيا	منعزلا	لا شيء	آخر
☐	☐	☐	☐

8- هل تؤيد عائلتك مشاهدة الانمي ؟

نعم	لا	لا يهتمون بذلك
☐	☐	☐

9- هل تناقش أصدقائك عما تشاهدونه في الانمي ؟

دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
☐	☐	☐	☐

10- إذا كانت الاجابة بنعم، فأين تتم هذه المناقشات ؟

الواقع	عبر مواقع التواصل الاجتماعي	من خلالها
☐	☐	☐

11- ما مدى تأثرك وانجذابك لها ؟

قليل	كبير	كبير جدا
☐	☐	☐

12- هل تستطيع التخلي عن مشاهدة الانمي ؟

نعم	لا	ربما
☐	☐	☐

ملاحظات أو اقتراحات :

.....

.....

.....

.....

.....

الملحق رقم (02): جداول البرنامج الاحصائي

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	17	56.7	56.7	56.7
Valid انثى	13	43.3	43.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سنة 18 من اقل	9	30.0	30.0	30.0
Valid 19-23	14	46.7	46.7	76.7
24 من اكثر	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

التعليمي المستوى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
متوسط	2	6.7	6.7	6.7
Valid ثانوي	6	20.0	20.0	26.7
جامعي	22	73.3	73.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

1س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	5	16.7	16.7	16.7
Valid احيانا	14	46.7	46.7	63.3
نادرا	6	20.0	20.0	83.3
ابدا	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

2س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
تلفزيون	6	20.0	20.0	20.0
Valid اليوتيوب	9	30.0	30.0	50.0
تطبيقات	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
التلفاز	4	13.3	13.3	13.3
الذكي الهاتف	21	70.0	70.0	83.3
Valid الالكترونية اللوحة	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
يوميا	4	13.3	13.3	13.3
يوومان او يوم	5	16.7	16.7	30.0
Valid مرات ثلاث	9	30.0	30.0	60.0
فقط احيانا	12	40.0	40.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ساعة من اقل	10	33.3	33.3	33.3
ساعتين الى ساعة	15	50.0	50.0	83.3
Valid ساعات ثلاث	3	10.0	10.0	93.3
اكثر	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
صباحا	1	3.3	3.3	3.3
مساء	6	20.0	20.0	23.3
Valid ليلا	16	53.3	53.3	76.7
الاورقات كل	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid وحدك	22	73.3	73.3	73.3
العائلة	5	16.7	16.7	90.0
الاصدقاء	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid صدفه اعجبتيك	14	46.7	46.7	46.7
اشهار خلال من	10	33.3	33.3	80.0
قريب او اصديق بها نصحك تم	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid افكارك مع تناسبها	8	26.7	26.7	26.7
وترفيه تسليه	15	50.0	50.0	76.7
الفراغ وقت ملأ	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لدي الاولى	18	60.0	60.0	60.0
الثانية	4	13.3	13.3	73.3
الثالثة	2	6.7	6.7	80.0
الرابعة	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

11س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
الرسم	10	33.3	33.3	33.3
Valid القصّة	13	43.3	43.3	76.7
الشخصيات	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

12س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ناروتو	12	40.0	40.0	40.0
لوفي دي مونكي	3	10.0	10.0	50.0
غوكو	2	6.7	6.7	56.7
اوزلاين	3	10.0	10.0	66.7
العلاقة هجوم	1	3.3	3.3	70.0
وانبيس	3	10.0	10.0	80.0
Valid اتاتوكروم	1	3.3	3.3	83.3
اريكوبا	1	3.3	3.3	86.7
sileni voice	1	3.3	3.3	90.0
همتارو	1	3.3	3.3	93.3
الشياطين قاتل	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

14س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
كونان	13	43.3	43.3	43.3
لوفي	6	20.0	20.0	63.3
Valid اوزلاين	4	13.3	13.3	76.7
العلاقة هجوم	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

15س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid للعربية الترجمة مع اليابانية اللغة	20	66.7	66.7	66.7
للعربية مدبلج	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
اشاهدها لا	11	36.7	36.7	36.7
شيء عنها اعرف لا	11	36.7	36.7	73.3
Valid حياء بلا مشاهد	7	23.3	23.3	96.7
ممتع	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
واللباس الشكل	6	20.0	20.0	20.0
السلوك	2	6.7	6.7	26.7
Valid التفكير	6	20.0	20.0	46.7
لااقلدهم	16	53.3	53.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
الصدق	14	46.7	46.7	46.7
Valid الخيانة	4	13.3	13.3	60.0
العنف	12	40.0	40.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
والحب الرومنسية	10	33.3	33.3	33.3
والخيانة الغدر	5	16.7	16.7	50.0
Valid والكذب العنف	5	16.7	16.7	66.7
يفوز دائما الخير	5	16.7	16.7	83.3
الكلام طريقة	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
فرح	8	26.7	26.7	26.7
حزن	6	20.0	20.0	46.7
لاشيء	16	53.3	53.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	1	3.3	3.3	3.3
احيانا	16	53.3	53.3	56.7
نادرا	3	10.0	10.0	66.7
ابدا	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
اجتماعيا	3	10.0	10.0	10.0
منعزلا	7	23.3	23.3	33.3
لاشيء	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	6	20.0	20.0	20.0
لا	5	16.7	16.7	36.7
بذلك لا يهتمون	19	63.3	63.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	5	16.7	16.7	16.7
احيانا	12	40.0	40.0	56.7
Valid نادرا	6	20.0	20.0	76.7
ابدا	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
الواقع	18	60.0	60.0	60.0
Valid الاجتماعي التواصل مواقع عبر	7	23.3	23.3	83.3
خلالهما من	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
قليل	20	66.7	66.7	66.7
Valid كبير	7	23.3	23.3	90.0
جدا كبير	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

س28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	16	53.3	53.3	53.3
Valid لا	6	20.0	20.0	73.3
ربما	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	