

Phim hoạt hình (anime) Nhật Bản: Thực trạng xem và ảnh hưởng đến học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

Nguyễn Đức Toàn*, Tô Thị Minh Tâm**, Lâm Thị Ngọc Khánh***, Lê Văn Hân****,
Nguyễn Thị Thái Châu*****

Nhận ngày 09 tháng 01 năm 2024. Chấp nhận đăng ngày 24 tháng 02 năm 2024.

Tóm tắt: Cho đến nay, anime (phim hoạt hình) đã rất phổ biến ở Nhật Bản và ngày càng lan tỏa mạnh mẽ đến nhiều quốc gia trên thế giới. Anime không chỉ là một hình thức giải trí hấp dẫn mà còn là phương tiện giáo dục, quảng bá văn hóa, lịch sử của Nhật Bản ra bên ngoài. Kể từ khi có mặt tại Việt Nam, anime Nhật Bản đã góp phần làm phong phú hơn đời sống văn hóa giải trí của nhiều thế hệ học sinh. Không thể phủ nhận rằng, hiện nay, các em vẫn còn yêu thích xem anime. Từ thực tiễn nghiên cứu, trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi sẽ đánh giá, phân tích thực trạng xem và ảnh hưởng của anime đối với học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, làm cơ sở để gia đình và nhà trường định hướng giáo dục cho các em và quản lý loại hình văn hóa này.

Từ khóa: Anime, học sinh phổ thông, thành phố Quy Nhơn, ảnh hưởng, tỉnh Bình Định.

Phân loại ngành: Xã hội học

Abstract: Up to now, anime has been very popular in Japan and spreading in an increasingly strong manner to many countries around the world. It is not only an attractive form of entertainment but also a means of education and promoting Japanese culture and history abroad. Since its arrival in Vietnam from Japan, anime has contributed to enriching the cultural and entertainment activities of many generations of Vietnamese pupils. It is undeniable that, today, the pupils still love watching anime. From the research practice, within the framework of this article, we will evaluate and analyze the current situation of the watching of and impact by anime on high school pupils in Quy Nhơn city, Bình Định province, as a basis for families and schools to educate their children and manage this type of culture.

Keywords: Anime, high school pupils, Quy Nhơn city, impact, Bình Định province.

Subject classification: Sociology

1. Mở đầu

Trong nhiều thập kỷ qua, anime là một trong những thế mạnh của ngành công nghiệp văn hóa Nhật Bản và ngày càng thu hút sự chú ý trên thế giới. Người Nhật luôn tự hào và cho rằng anime là một trong những nét văn hóa độc đáo, góp phần quảng bá hình ảnh, đất nước, con người Nhật Bản với bạn bè thế giới. Từ các chủ đề lịch sử hay sự lãng mạn của tuổi teen đến khoa học viễn tưởng tương lai và các chủ đề sâu sắc về cuộc sống, anime đã trở thành một khía cạnh quan trọng, gần như không thể thay thế trong bản sắc văn hóa

*,**,***,**** Trường Đại học Quy Nhơn.

Email: nguyenductoan@qnu.edu.vn

***** Trường Cao đẳng Sư phạm Thừa Thiên Huế.

Nhật Bản. Anime được đánh giá cao trên thế giới, trở thành mặt hàng xuất khẩu văn hóa phổ biến nhất của Nhật Bản. Thông qua những bộ anime, giới trẻ không chỉ hòa mình vào những chuyến phiêu lưu, nhập vai vào các nhân vật trong hoạt hình mà còn có cơ hội tìm hiểu về nền văn hóa, lối sống, lịch sử và nhất là con người Nhật Bản.

Kể từ khi du nhập vào Việt Nam, anime đã ảnh hưởng không nhỏ đến thanh thiếu niên, góp phần làm phong phú đời sống văn hóa giải trí, trở thành một phần trong ký ức tuổi thơ của nhiều người. Theo Báo cáo Nghiên cứu Thế hệ trẻ Việt Nam được thực hiện bởi Hội đồng Anh (British Council) vào tháng 8/2020: “Phim hoạt hình Nhật Bản (anime) là thể loại được nhiều người ưa chuộng, nhưng chủ yếu là các bạn nam trẻ tuổi, do phim khơi gợi khát vọng lãng mạn cho giới trẻ Việt... cổ vũ những người trẻ tuổi thể hiện những phẩm chất tốt nhất của mình và nỗ lực cải thiện bản thân” (British Council, 2020). Hiện nay, mặc dù sự phát triển mạnh mẽ của internet, các trò chơi điện tử và đặc biệt là mạng xã hội ít nhiều ảnh hưởng đến hoạt động giải trí, song học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định vẫn có nhu cầu xem anime. Từ thực tế trên, chúng tôi tiến hành một nghiên cứu nhằm tìm hiểu và đưa ra những đánh giá bước đầu về thực trạng xem và ảnh hưởng của anime đến học sinh phổ thông tại thành phố. Những kết quả của nghiên cứu này giúp nhà trường, gia đình có cơ sở để định hướng giáo dục cho học sinh và quản lý loại hình văn hóa này.

2. Vài nét về anime

2.1. Về thuật ngữ

Cho đến nay, đã có nhiều quan niệm khác nhau về thuật ngữ anime. “Anime là một thuật ngữ dùng để chỉ bất kỳ loạt phim hoạt hình nào được sản xuất bởi các công ty sản xuất Nhật Bản, chiếm gần 60% số lượng chương trình hoạt hình trên thế giới” (Sara S. Alsubaie & Abbad M. Alabbad, 2020: 91). “Anime còn là một loại phim hoạt hình Nhật Bản chịu ảnh hưởng của manga hay truyện tranh Nhật Bản. Nó không chỉ được giới trẻ, thanh thiếu niên quan tâm mà còn thu hút bởi người lớn” (Nor Afian Yusof..., 2023: 493). Một quan niệm khác cho rằng: “anime là một loại hình hoạt hình Nhật Bản được tạo ra bằng kỹ thuật vẽ tay hoặc bằng công nghệ của máy tính” (Timothy J. Craig, 2000: 138). Bên cạnh đó, danh từ “anime” có nguồn gốc từ từ hoạt hình trong tiếng Anh. Việc rút ngắn âm tiết xuống còn ba đã trở nên phổ biến ở người Nhật. Kết quả là âm tiết thứ tư “tion” bị bỏ đi và “animation” chỉ được gọi là “anime” (Aeschliman, L, 2022). Thuật ngữ anime dùng để chỉ những phim hoạt hình Nhật Bản cố gắng tạo sự khác biệt với hoạt hình phương Tây, đặc biệt là Disney (Susan J. Napier, 2005). Hay như: anime đề cập đến một phong cách hoạt hình có nguồn gốc từ Nhật Bản. Nó được đặc trưng bởi màu sắc sống động, hình nền chi tiết và hiệu ứng hình ảnh sáng tạo, thể hiện kỹ năng nghệ thuật và sự sáng tạo của người họa sĩ (Mihaela Manolache, 2023). “Anime là một phong cách hoạt hình có nguồn gốc từ Nhật Bản với đặc điểm là đồ họa nhiều màu sắc tươi sáng, mô tả các nhân vật sống động trong các cốt truyện đậm chất hành động, tình tiết kỳ ảo hoặc chủ đề về tương lai” (Munafsin Aziz, Susy Ong, 2023: 372). Anime là một loại hoạt hình có nguồn gốc ở Nhật Bản và nổi bật bởi những câu chuyện phiêu lưu hành động với các nhân vật sống động thường có chủ đề giả tưởng hoặc tương lai (globaldata.com)...

Như vậy, từ nhiều cách hiểu khác nhau, có thể thấy, anime là phim hoạt hình Nhật Bản ở mọi thể loại, có thể chuyển thể từ manga hoặc có cốt truyện riêng theo phong cách Nhật Bản. Đây là loại hình văn hóa giải trí mang tính thị giác của Nhật Bản thời hiện đại.

2.2. Về sự ra đời và phát triển anime Nhật Bản

Anime bắt nguồn từ sự ra đời của ngành công nghiệp điện ảnh Nhật Bản vào đầu những năm 1900. “Bộ anime được sản xuất đầu tiên ở Nhật Bản vào năm 1917 có tên là *Namakura Gatana* của Junichi Kouchi và thành công lớn với bộ phim ngắn *Momotaro* (1918) của Kitayama Seitaro” (Niracharapa Tongdhamachart, 2015: 130). Đến năm 1948, công ty sản xuất phim hoạt hình hiện đại đầu tiên của Nhật Bản, Toei, được thành lập bởi Masaoka Kenzō và Yamamoto Zenjirō dưới tên Nihon Dōga Eiga¹. Vào những năm 1960 đến cuối thập niên 1970, các bộ anime với nhiều thể loại được sản xuất lấy chủ đề từ gia đình, cuộc sống, câu chuyện dân gian truyền thống hàng ngày, khoa học viễn tưởng... gây được tiếng vang với mọi người ở mọi lứa tuổi, đặc biệt là trẻ em (劉潔, 大橋真, 2014). Hơn một nửa những bộ phim hoạt hình được sản xuất vào thời gian này đều lấy nguồn gốc từ những bộ manga với tác phẩm đáng chú ý là *Lupin III* và *Mazinger Z*, nhanh chóng xuất hiện ở nhiều quốc gia nói tiếng Tây Ban Nha và Arab. Cùng với sự nổi tiếng của các bộ anime trước đó như *Heidi*, *Girl of the Alps* trên khắp châu Âu, Mỹ Latinh và thậm chí là Thổ Nhĩ Kỳ, “thuật ngữ “otaku” của anime Nhật Bản bắt đầu xuất hiện vào cuối thập niên 1970” (Niracharapa Tongdhamachart, 2015: 131). Đến thập niên 1980 và những năm 1990, anime tiếp tục được chào đón nồng nhiệt và trở thành một trào lưu tại Nhật Bản. Một loạt seri anime như *Gundam*, *Akira* tiếp tục chinh phục khán giả. Đặc biệt, thành công của *Dragon Ball* (1984) đã giới thiệu thể loại võ thuật và có sức ảnh hưởng lớn đến anime Nhật Bản. *Dragon Ball Z* và *Sailor Moon* được lòng tiếng bằng hơn chục ngôn ngữ trên toàn thế giới, giúp giới thiệu “anime mới” tới nhiều khán giả hơn. Từ những năm 2000, anime tiếp tục được hoan nghênh và đón nhận trên thị trường quốc tế nhờ sáng tạo về nội dung và kỹ thuật. Kể từ năm 2010 đến nay, những bộ anime được sản xuất với các kỹ thuật mới như 2D Hybrid và 3D liên tục gặt hái được những thành công ở Nhật Bản đồng thời lan tỏa và ảnh hưởng rộng lớn trên thế giới như: *Stand by Me: Doraemon*, *Final Fantasy VII: Advent Children*, *Gantz: O*, *Kingsglaive: Final Fantasy XV*... (animaders.com).

2.3. Sự phát triển của anime trên thế giới và du nhập vào Việt Nam

Sau Chiến tranh thế giới thứ hai, anime bắt đầu vươn lên một tầm cao mới. Những năm 1950 - 1960, tác phẩm “*Atomu Taishi*” (Đại sứ nguyên tử) sau chuyển thành *Tetsuwan Atomu* (Sức mạnh nguyên tử) và sau đó được chuyển thể thành anime với tên gọi *Astro Boy* đánh dấu một cột mốc quan trọng ở Nhật Bản (Mary Grigsby, 1998: 64). Mặc dù anime rất phổ biến với trẻ em và thanh thiếu niên, song sức hấp dẫn của nó không chỉ giới hạn ở nhóm tuổi này. Những người lớn tuổi cũng trở thành những người hâm mộ cuồng nhiệt. Theo khảo sát 20.000 người được thực hiện bởi website www.dentsu.co.jp vào tháng 12/2018 ở mức độ quan tâm đối với anime, từ 20 đến 29 tuổi thể hiện sự quan tâm đến anime là 64,3%; từ 15 đến 19 tuổi là 72,4%; và đáng ngạc nhiên hơn là độ tuổi từ 40 đến 49 là 48,4% (Takashi Muto, 2019).

¹ Năm 1956, Toei mua lại xưởng phim để mở rộng cơ cấu và phát triển thành một công ty và đổi tên nó thành Toei Dōga Co., Ltd với tham vọng tạo dựng một hãng phim hoạt hình Nhật Bản có thể sánh ngang với Walt Disney. Công ty lấy tên Toei Animation Co., Ltd khi kinh doanh bên ngoài Nhật Bản. Đến năm 1998, công ty chính thức đổi thành Toei Animation như hiện nay.

Anime không có giới hạn về chủ đề, chính bởi thế nó trở nên vô cùng phổ biến ở Nhật Bản và quốc tế. Có thể nói rằng, “Nhật Bản đã thay thế Hoa Kỳ trở thành nước xuất khẩu truyện tranh và hoạt hình lớn nhất thế giới” (Wai-ming Ng, 2002: 30). Theo số liệu thống kê từ AJA - Hiệp hội hoạt hình Nhật Bản, bất chấp những ảnh hưởng từ đại dịch Covid-19, người dân Nhật Bản đã tìm đến anime, manga và các hình thức giải trí khác. Chính vì thế, doanh thu anime ở thị trường nội địa của Nhật Bản vào năm 2022 lên tới 1,4685 nghìn tỷ Yên (khoảng 10,32 tỷ USD), tăng 2,7% so với 1,4288 nghìn tỷ Yên của năm 2021 (khoảng 10,04 tỷ USD theo quy đổi hiện tại). Thị trường nước ngoài vào năm 2022 lên tới 1,4592 nghìn tỷ Yên (khoảng 10,25 tỷ USD), tăng 11,1% so với 1,3134 nghìn tỷ Yên của năm 2021 (khoảng 9,23 tỷ USD theo quy đổi hiện tại) (animenewsnetwork.com). Hiện nay, anime xuất bản dưới hình thức kỹ thuật số đã mở rộng đáng kể thị phần, vì sự phổ biến của điện thoại thông minh và máy tính bảng đã giúp việc tiêu thụ anime trên những thiết bị này trở nên thuận tiện hơn.

Từ chỗ là một phương tiện truyền thông giải trí lớn ở Nhật Bản, anime không chỉ chiếm thị phần lớn ở quốc gia này mà còn thu hút phần lớn khán giả khắp thế giới. Anime lan rộng ra khỏi Nhật Bản và châu Á, từng bước thâm nhập vào thị trường châu Âu và Bắc Mỹ. Theo báo cáo của AJA, vào năm 2022, thị trường toàn cầu dành cho anime Nhật Bản đạt mức cao nhất so với những năm trước đó là 20 tỷ USD (Michael Patent, 2023). Anime rất phổ biến ở châu Á (Đài Loan, Hồng Kông, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Philippines và Ấn Độ), “nơi nó đã trở thành một phần văn hóa của giới trẻ do sự gần gũi về địa lý mà còn có những tương đồng về văn hóa” (Niracharapa Tongdhamachart, 2015: 130). Theo dữ liệu từ TIFFCOM năm 2017, thị trường anime tại châu Á năm 2011 đạt 1,2 tỷ USD và tăng lên 2,7 tỷ USD năm 2016 (Mark Schilling, 2017). Ở châu Âu, vào năm 2022, thị trường anime có tổng doanh thu là 2.436,5 tỷ USD, đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm là 5,1% tính từ năm 2017 đến năm 2022 (globaldata.com). Trong khi đó, Pháp là một trong những quốc gia dẫn đầu châu Âu có thị trường anime đa dạng và cực kỳ phát triển. Năm 2022, ngành công nghiệp anime ở Pháp đạt hơn 70 triệu euro; có khoảng 4 trong số 10 người Pháp khi được hỏi đều tự nhận mình là người hâm mộ anime; hơn 60% người hâm mộ anime ở Pháp dựa vào nền tảng trực tuyến để truy cập các chương trình mình yêu thích (chaletcouleursdefrance.com). Ở Hoa Kỳ, anime đã trở thành một trong những hình thức giải trí có ảnh hưởng nhất thậm chí còn hơn cả manga. Một nghiên cứu của Word Downloader by YourDictionary trên 1.000 người cho thấy, có 69% thế hệ Gen Z xem anime, 57% thế hệ Millennials, Gen X với 40% và cuối cùng là thế hệ Baby Boomers với 23% (Vrinda Rastogi, 2023). Năm 2022, thị trường anime ở Hoa Kỳ có tổng doanh thu là 9,2 tỷ USD (trong khi năm 2020 là 8 tỷ USD), đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 5,7% tính từ năm 2017 - 2022 (globaldata.com).

Tại Việt Nam, đầu những năm 1990 của thế kỷ XX, những bộ phim hoạt hình dạng truyện tranh Nhật Bản bắt đầu được biết đến thông qua các kênh truyền hình và hệ thống phát hành của Fafilm Việt Nam. Những bộ phim đầu tiên như Doraemon, Burin, Thủy thủ mặt trăng... đã trở nên vô cùng quen thuộc với khán giả nhỏ tuổi. Tuy nhiên, thời gian này, “khán giả Việt Nam ít biết đến thuật ngữ anime mà chỉ coi đó đơn thuần là một sản phẩm của hoạt hình Nhật Bản” (Vũ Hồng Nhung, 2006: 52). Qua thời gian gần 30 năm có mặt ở Việt Nam, với chất lượng nội dung và hình ảnh xuất sắc, anime Nhật Bản có chỗ đứng

vững chắc trong thị trường. Khi tiếp xúc với anime Nhật Bản, giới trẻ Việt Nam đã có những thay đổi trong nhận thức, thái độ và hành động lựa chọn các giá trị từ những bộ anime, các nhân vật mà họ yêu thích. Theo số liệu của báo Vietnamnet, tính đến ngày 24/7/2023, *Thám tử lừng danh Conan: Tàu ngầm sắt màu đen (Detective Conan: Black Iron Submarine)* chạm mốc doanh thu 40 tỷ đồng ở phòng vé Việt Nam, trở thành bộ anime Nhật Bản có doanh thu cao nhất trong lịch sử (Mỹ Anh, 2023). Có thể nói, anime đã thành công trong việc vượt qua những rào cản về văn hóa và tạo nên những ảnh hưởng lâu dài đối với những người yêu thích anime trên toàn cầu.

3. Thực trạng xem anime Nhật Bản của học sinh tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

Theo thống kê của Phòng Giáo dục và Đào tạo thành phố Quy Nhơn và Sở Giáo dục & Đào tạo Bình Định, đầu năm học 2023 - 2024, số lượng học sinh Tiểu học (TH) và Trung học cơ sở (THCS) trên địa bàn 21 phường, xã của thành phố là 43.801 học sinh (trong đó Tiểu học là 24.922 em, Trung học cơ sở là 18.879 em) (Phòng Giáo dục & Đào tạo thành phố Quy Nhơn, 2022); số lượng học sinh Trung học phổ thông (THPH) là 10.758 em². Phần lớn các em được trưởng thành trong một môi trường tương đối đầy đủ về vật chất, nhu cầu vui chơi, sinh hoạt giải trí đều nhận sự quan tâm của gia đình, nhà trường và xã hội. Thêm vào đó, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ như hiện nay, các em được tiếp xúc Internet, mạng xã hội và những thành tựu khoa học công nghệ từ sớm. Bởi thế, các em dễ dàng tiếp cận, tìm kiếm cho mình nhiều loại hình văn hóa giải trí phù hợp, trong đó có việc xem anime Nhật Bản.

Để hiểu rõ hơn thực trạng xem anime của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, trong thời gian nghiên cứu, chúng tôi đã tiến hành khảo sát bằng phiếu. Mẫu khảo sát thực trạng xem được chọn ngẫu nhiên, gồm 304 học sinh từ 6 trường phổ thông. Khách thể tham gia khảo sát là học sinh phổ thông (02 trường Tiểu học, 02 trường Trung học cơ sở và 02 trường Trung học phổ thông). Sự phân bố của mẫu khảo sát được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 1. Mẫu khảo sát thực trạng

Trường	Mẫu	Giới tính	
		Nam	Nữ
Tiểu học (L.T.K)	59	32	27
Tiểu học (T.H.Đ)	51	28	23
Trung học cơ sở (N.M)	43	29	14
Trung học cơ sở (L.H.P)	68	36	32
Trung học phổ thông (T.V)	56	38	18
Trung học phổ thông (B.T.X)	27	11	16
Tổng	304	174	130

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

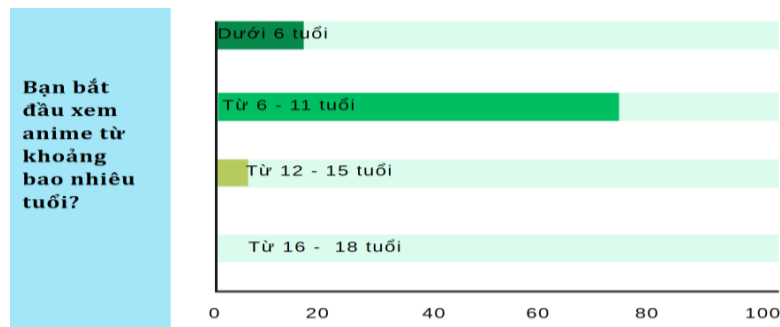
² Số liệu tổng hợp từ Sở Giáo dục & Đào tạo Bình Định: THPT Quốc học: 1.556 em; THPT Trung Vương: 1.542 em; THPT chuyên Lê Quý Đôn: 905 em; THPT Nguyễn Thái Học: 1.456 em; THPT Hùng Vương: 1.262 em; THPT Trần Cao Vân: 1.539 em; THPT Quy Nhơn: 752 em; TH, THCS, THPT iSchool Quy Nhơn: 41 em; THPT FPT: 501 em; THPT Bùi Thị Xuân: 845 em; Trường PT Dân tộc Nội trú tỉnh Bình Định: 359 em.

Bảng 1 cho thấy có 174/304 (chiếm 57,24%) là học sinh nam và 130/304 (chiếm 42,76) là học sinh nữ. Tỷ lệ học sinh tiểu học là 110/304 (chiếm 36,19%), học sinh Trung học cơ sở là 111/304 (chiếm 36,51%) và học sinh Trung học phổ thông là 83/304 (chiếm 27,30%). Trên cơ sở phân tích, tổng hợp số liệu thu được, chúng tôi tiến hành nhóm các vấn đề khảo sát và xử lý kết quả như sau:

Thứ nhất, với nhóm câu hỏi: “Bạn bắt đầu xem anime từ khoảng bao nhiêu tuổi?”; “Tần suất xem anime của bạn như thế nào?”; “Bạn dành bao nhiêu thời gian mỗi ngày để xem anime?”; “Tần suất xem anime ở những khoảng thời gian “không thích hợp” (như xem trong giờ học trên lớp, giờ tự học tại nhà, giờ làm việc nhóm, giờ hoạt động tập thể...) của bạn như thế nào?” chúng tôi nhận được câu trả lời như sau:

Có 236 em trả lời bắt đầu tiếp cận với anime từ khoảng 6 đến 11 tuổi, chiếm 77,63%; dưới 6 tuổi là 49 em, chiếm 16,22%; từ 12 đến 15 tuổi là 19 em, chiếm 6,25%; từ 16 đến 18 tuổi không có em nào lựa chọn (biểu đồ 1). Như vậy, đa số học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định đã xem anime từ sớm, điều đó phù hợp với lứa tuổi và đặc điểm tâm lý, tính cách của học sinh ở giai đoạn này. Hơn nữa, tần suất xem anime của học sinh tại thành phố khi được hỏi thì có tới 191 em trả lời là thỉnh thoảng, chiếm 62,83%; có 113 em trả lời thường xuyên, chiếm 37,17% (biểu đồ 2).

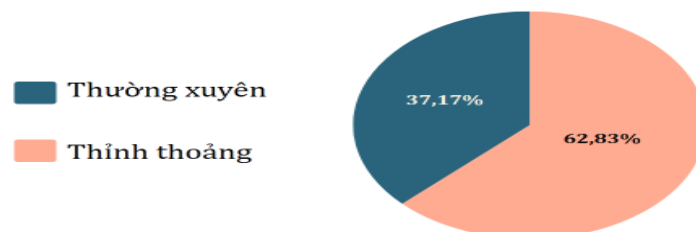
Biểu đồ 1. Tuổi bắt đầu xem anime của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Biểu đồ 2. Tần suất xem anime của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

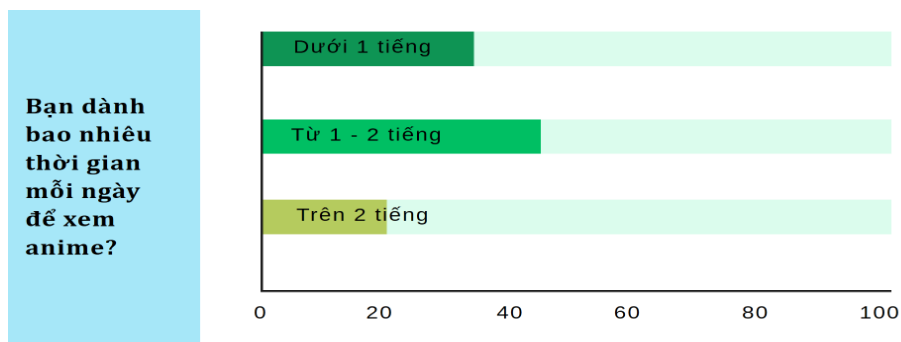
Tần suất xem anime của bạn như thế nào?



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Mặt khác, ngoài thời gian học trên lớp, các hoạt động khác cũng ảnh hưởng rất lớn tới thời gian của các em. Tuy nhiên, qua khảo sát, có 112 em, chiếm 36,84% trả lời là xem anime dưới 1 tiếng trong một ngày; dành từ 1 đến 2 tiếng để xem được 132 em trả lời, chiếm 43,42%; và dành trên 2 tiếng để xem được 60 em trả lời chiếm 19,74% (biểu đồ 3). Trong quá trình khảo sát, chúng tôi còn đặt ra vấn đề xem anime vào những khoảng thời gian được cho là “không thích hợp”; xem thể loại anime có yếu tố bạo lực hay không phù hợp với lứa tuổi của các em để có những đánh giá toàn diện hơn. Theo đó, kết quả chúng tôi nhận được thể hiện như sau: có 178 em, chiếm 58,55% trả lời là thỉnh thoảng; có 110 em, chiếm 36,19% trả lời chưa bao giờ và chỉ 16 em, chiếm 5,26% trả lời là thường xuyên (biểu đồ 4).

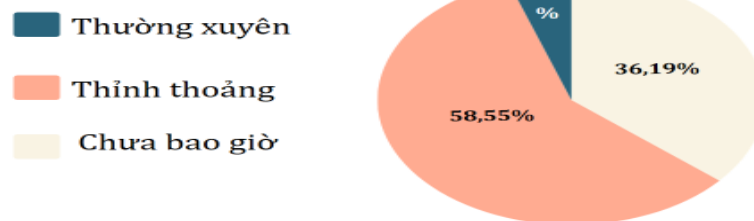
Biểu đồ 3. Thời gian xem anime trong 1 ngày của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Biểu đồ 4. Tần suất xem anime khoảng thời gian “không thích hợp” của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

Tần suất xem anime ở những khoảng thời gian “không thích hợp” của bạn như thế nào?



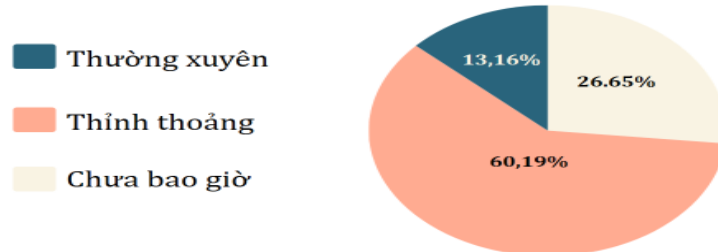
Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Thứ hai, với nhóm câu hỏi: “Tần suất mà bạn mua/sưu tập những sản phẩm liên quan đến nhân vật anime mà mình thích như thế nào?”, “Bạn có bắt trend (xu hướng) chuyển ảnh của bản thân thành nhân vật anime để đặt avatar (ảnh đại diện) cho các tài khoản mạng xã hội?” chúng tôi nhận được câu trả lời như sau:

Đa số học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn sở hữu những sản phẩm liên quan đến anime chưa được phổ biến (với 183 em trả lời là thỉnh thoảng, chiếm 60,19%; 40 em trả lời là thường xuyên, chiếm 13,16%; và 81 em trả lời là chưa bao giờ, chiếm 26,65%) (biểu đồ 5).

Biểu đồ 5. Tần suất sở hữu sản phẩm liên quan đến anime của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

Tần suất bạn mua/sưu tập những sản phẩm liên quan đến nhân vật anime mà mình thích như thế nào?

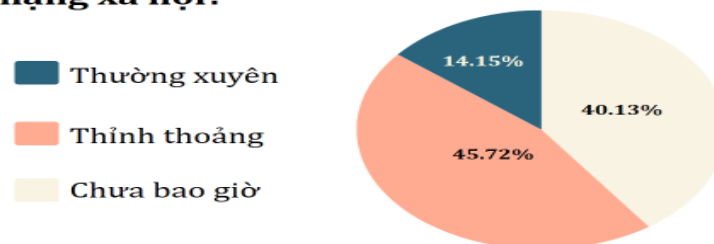


Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Cùng với sự phát triển của Công nghệ trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI), thời gian gần đây, trên mạng xã hội Facebook xuất hiện trào lưu tạo ảnh mới của các bạn trẻ, bằng cách chuyển ảnh thật sang ảnh 2D theo phong cách anime. Nắm bắt xu hướng này, học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn khi chúng tôi tiến hành khảo sát cho thấy, có 43 em trả lời là thường xuyên, chiếm tỷ lệ 14,15%; có 139 em trả lời là thỉnh thoảng, chiếm 45,72%; và 122 em trả lời là chưa bao giờ, chiếm 40,13% (biểu đồ 6).

Biểu đồ 6. Xu hướng chuyển ảnh bản thân thành nhân vật anime để đặt avatar cho các tài khoản mạng xã hội của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

Bạn có bắt trend (xu hướng) chuyển ảnh của bản thân thành nhân vật anime để đặt avatar (ảnh đại diện) cho các tài khoản mạng xã hội?



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Như vậy, qua khảo sát thực trạng xem anime của 304 học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, đối chiếu với kết quả phân tích như trên, chúng tôi nhận thấy: phân đông học sinh đều tiếp cận với anime từ sớm, sử dụng những khoảng thời gian hợp lý cho việc xem anime vừa mang tính giải trí, vừa giảm áp lực trong học tập và cuộc sống. Bên cạnh đó, việc xem anime có nội dung không phù hợp với lứa tuổi, anime “độc hại” cũng được các em lựa chọn phương án “thỉnh thoảng” và “thường xuyên” ở những mức độ khác nhau. Điều này đặt ra nhiều vấn đề từ phía gia đình và nhà trường trong việc quan tâm, kiểm soát mặt trái của việc xem anime Nhật Bản.

4. Ảnh hưởng của anime Nhật Bản đến học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

4.1. Những ảnh hưởng tích cực

Từ việc đánh giá bước đầu thực trạng xem anime của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, chúng tôi tiếp tục làm rõ ảnh hưởng của anime đối với các em trên những phương diện như: thị hiếu thẩm mỹ; ước mơ nghề nghiệp; thế giới quan, nhân sinh quan³.

Thứ nhất, thị hiếu thẩm mỹ của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn trong nghiên cứu này được chúng tôi đề cập đến ở 5 khía cạnh: Phong cách thời trang, trang điểm theo các nhân vật trong anime; Mua đồ vật in hình hoặc mang hình dáng nhân vật mình yêu thích; Mua các đồ dùng liên quan đến anime: búp bê, đồ chơi, dụng cụ học tập,...; Lấy tên nhân vật yêu thích đặt làm nickname của mình; Lấy ảnh nhân vật yêu thích làm avatar trên mạng xã hội (Zalo, Facebook,...). Ảnh hưởng này được mô tả cụ thể ở bảng sau:

Bảng 2. Mức độ ảnh hưởng của anime đến thị hiếu thẩm mỹ của học sinh

TT	Các khía cạnh của thị hiếu thẩm mỹ	Điểm trung bình
1	Phong cách thời trang, trang điểm theo các nhân vật trong anime.	1,51
2	Mua đồ vật in hình hoặc mang hình dáng nhân vật mình yêu thích.	1,80
3	Mua các đồ dùng liên quan đến anime: búp bê, đồ chơi, dụng cụ học tập,...	1,72 1,69
4	Lấy tên nhân vật yêu thích đặt làm nickname của mình.	1,63
5	Lấy ảnh nhân vật yêu thích làm avatar trên mạng xã hội (Zalo, Facebook,...).	1,80

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Từ bảng 2 chúng tôi nhận thấy: mức độ ảnh hưởng của anime đến thị hiếu thẩm mỹ của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn là “trung bình” với 1,69 điểm. Điều này có

³ Để xác định mức độ ảnh hưởng, chúng tôi áp dụng công thức tính giá trị khoảng trong xác suất thống kê là: $x=(n-1)/n$ (với x là giá trị khoảng, n là số phương án trả lời). Ví dụ: câu hỏi có 3 phương án trả lời: thường xuyên, thỉnh thoảng, chưa bao giờ thì giá trị khoảng là: $x=(3-1)/3=0,66666$. Có 3 phương án trả lời: thường xuyên, thỉnh thoảng, chưa bao giờ thì có 2 phương án gán cho giá trị khoảng. *Thứ nhất*, nếu quy ước: 3 điểm = thường xuyên (hoặc nhiều); 2 điểm = thỉnh thoảng (trung bình) và 1 điểm = chưa bao giờ (hoặc ít) thì ta có thang khoảng như sau: ĐTB (điểm trung bình) từ 1,00 đến 1,66: mức ít; 1,67 đến 2,33 mức trung bình; 2,33 đến 3,00 mức nhiều (nghĩa là các khoảng sẽ chênh lệch nhau 0,66666). *Thứ hai*, nếu quy ước: 1 điểm = thường xuyên (hoặc nhiều); 2 điểm = thỉnh thoảng (trung bình) và 3 điểm = chưa bao giờ (hoặc ít) thì ta có thang khoảng như sau: ĐTB (điểm trung bình) từ 1,00 đến 1,66: mức nhiều; 1,67 đến 2,33 mức trung bình; 2,33 đến 3,00: mức ít (nghĩa là các khoảng sẽ chênh lệch nhau 0,66666). Trong nghiên cứu này, chúng tôi quy ước theo phương án thứ nhất. Theo đó: từ 1,00 đến 1,66 là mức ảnh hưởng ít, nghĩa là hầu như không ảnh hưởng/chỉ phối đến học sinh, các em hầu như không học theo/bắt chước/làm theo, không tạo động lực/niềm tin để các em chiếm lĩnh tri thức, hình thành kỹ năng kỹ xảo và điều chỉnh bản thân; từ 1,67 đến 2,33 là mức ảnh hưởng trung bình, nghĩa là bắt đầu ảnh hưởng/chỉ phối đến học sinh, các em có thể học theo/bắt chước/làm theo, tạo động lực/niềm tin để các em chiếm lĩnh tri thức, hình thành kỹ năng kỹ xảo và điều chỉnh bản thân; từ 2,33 đến 3,00 là mức ảnh hưởng nhiều, nghĩa là ảnh hưởng mạnh mẽ/chỉ phối mạnh mẽ đến học sinh, các em học theo/bắt chước/làm theo, tạo động lực/niềm tin mạnh mẽ để các em nỗ lực chiếm lĩnh tri thức, hình thành kỹ năng kỹ xảo và tự giác điều chỉnh bản thân.

nghĩa anime bắt đầu có ảnh hưởng đến các khía cạnh của thị hiếu thẩm mỹ của các em. Theo đó, các em bắt đầu biết lựa chọn, sử dụng phong cách thời trang, trang điểm theo các nhân vật anime; bắt đầu có thói quen mua các đồ vật đồ dùng có in hình/có hình dáng của nhân vật anime; và bắt đầu lấy tên nhân vật anime làm nickname hay ảnh đại diện mạng xã hội. Trong 5 khía cạnh của thị hiếu thẩm mỹ được chúng tôi đưa ra thì các em chịu ảnh hưởng ít nhất từ anime đến phong cách thời trang, trang điểm của mình (điểm trung bình là 1,51 - mức “ít” theo thang đo mà chúng tôi đã xác lập) và chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ anime Nhật Bản là việc lấy ảnh nhân vật yêu thích làm avatar trên mạng xã hội và mua đồ vật in hình hoặc mang hình dáng nhân vật mình yêu thích (điểm trung bình là 1,80 - mức “trung bình”).

Thứ hai, khi xem xét ảnh hưởng của anime Nhật Bản đến ước mơ nghề nghiệp của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, chúng tôi đã xây dựng các tiêu thành tố như: Ước mơ trở thành đạo diễn, nhà sản xuất anime; Học tiếng Nhật thật giỏi để xem anime không cần Vietsub; Muốn đi du học Nhật Bản; Muốn làm công việc liên quan đến đất nước và con người Nhật Bản: biên, phiên dịch tiếng Nhật; Muốn làm một công việc mà nhân vật mình yêu thích làm (ví dụ như: thám tử, công an, giáo viên,...). Chúng tôi tổng hợp kết quả cụ thể ở bảng sau:

Bảng 3. Mức độ ảnh hưởng của anime đến ước mơ nghề nghiệp của học sinh

TT	Các khía cạnh của ước mơ nghề nghiệp	Điểm trung bình
1	Ước mơ trở thành đạo diễn, nhà sản xuất anime	1,47
2	Học tiếng Nhật thật giỏi để xem anime không cần Vietsub.	1,67
3	Muốn đi du học Nhật Bản.	1,68
4	Muốn làm công việc liên quan đến đất nước và con người Nhật Bản: biên, phiên dịch tiếng Nhật.	1,64
5	Muốn làm một công việc mà nhân vật mình yêu thích làm (ví dụ như: thám tử, công an, giáo viên,...)	1,79

1,65

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Có thể nhận thấy, kết quả nghiên cứu về ảnh hưởng của anime đến ước mơ nghề nghiệp của học sinh được khảo sát là ở mức “ít” (với điểm trung bình là 1,65). Điều này có nghĩa các em đã bắt đầu chịu ảnh hưởng từ anime trong việc xây dựng hình ảnh nghề nghiệp tương lai của mình. Trong các thành tố của ước mơ nghề nghiệp được khảo sát, các em chịu ảnh hưởng ít nhất từ anime đến ước mơ trở thành đạo diễn, nhà sản xuất anime (điểm trung bình là 1,47) và nhiều nhất là muốn làm một công việc mà nhân vật mình yêu thích làm (mức “trung bình”, với điểm trung bình là 1,79). Đây có thể xem như một chỉ dẫn cho những người làm công tác giáo dục, định hướng nghề nghiệp của học sinh cần quan tâm và có biện pháp tác động để giúp các em có sự định hướng chọn nghề phù hợp với bản thân, nhất là trong bối cảnh quan hệ Việt Nam - Nhật Bản được nâng cấp thành Đối tác chiến lược toàn diện như hiện nay.

Thứ ba, từ kết quả khảo sát ảnh hưởng của anime đến thế giới quan, nhân sinh quan của học sinh phổ thông trên địa bàn thành phố Quy Nhơn, chúng tôi nhận thấy, sự ảnh hưởng này là ở mức “nhiều” với điểm trung bình là 2,35 theo thang đo 3 mức độ mà chúng tôi đã xác lập, cụ thể như sau:

Bảng 4. Mức độ ảnh hưởng của anime đến thế giới quan, nhân sinh quan của học sinh

TT	Các khía cạnh của thế giới quan, nhân sinh quan.	Điểm trung bình
1	Học tập những đức tính tốt từ nhân vật anime mà mình yêu thích: lạc quan, tính thiện, tính nhân văn.	2,45
2	Xem anime giúp thêm tin tưởng vào những tích cực, tốt đẹp,... trong cuộc sống và trong quan hệ ứng xử giữa người với người.	2,34
3	Xem anime đem lại động lực để bản thân luôn cố gắng, nỗ lực vươn đến mục tiêu đã đề ra.	2,29
4	Xem anime giúp thêm yêu quý, trân trọng các giá trị của gia đình, bạn bè,...	2,40
5	Xem anime giúp tăng cường kỹ năng sống, vốn kiến thức, kinh nghiệm,...	2,27

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

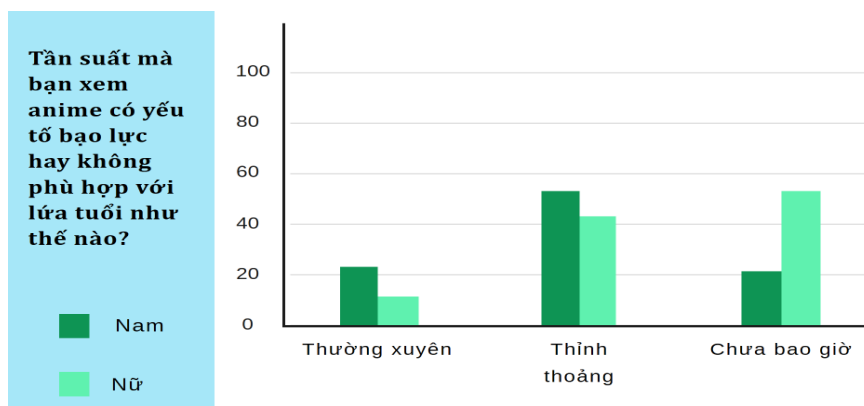
Từ Bảng 4, có thể khẳng định, anime Nhật Bản đã chi phối mạnh mẽ đến thế giới quan, nhân sinh quan, đến nhận thức của các em về các vấn đề liên quan tới giá trị (tình bạn, tình yêu,...), phẩm chất ý chí, phẩm chất đạo đức, kỹ năng sống của giới trẻ. Trong các phương diện ảnh hưởng về thế giới quan, nhân sinh quan, đa số các em trả lời rằng anime ảnh hưởng đến việc học tập các đức tính tốt của nhân vật (điểm trung bình 2,45 - mức “nhiều”) và tiếp đó là 2 khía cạnh: anime giúp thêm yêu quý, trân trọng các giá trị của gia đình, bạn bè; và anime giúp thêm tin tưởng vào những tích cực, tốt đẹp trong cuộc sống và trong quan hệ ứng xử giữa người với người (lần lượt điểm trung bình là 2,40 và 2,34 - cũng ở mức “nhiều”). Đây được xem là cơ sở để các nhà quản lý cần tăng cường và phát huy tối đa vai trò của các phương tiện này đến đời sống tâm hồn của các em.

4.2. Những ảnh hưởng tiêu cực

Thứ nhất, việc xem anime có yếu tố không hợp với lứa tuổi của học sinh.

Đối với thể loại anime có yếu tố bạo lực và không phù hợp với lứa tuổi, có 96 học sinh nam trả lời là thỉnh thoảng, chiếm 55,17%; có 41 em trả lời là chưa bao giờ, chiếm 23,56%; và 37 em trả lời là thường xuyên chiếm 21,27%. Trong khi đó, có 64 học sinh nữ trả lời là chưa bao giờ, chiếm 49,23%; có 53 em trả lời là thỉnh thoảng, chiếm 40,77%; và 13 em trả lời là thường xuyên chiếm 10% (biểu đồ 7).

Biểu đồ 7. Tần suất xem anime có yếu tố không hợp với lứa tuổi của học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Kết quả điều tra cũng cho thấy, các em cũng đã có ý thức về sự ảnh hưởng của nội dung anime Nhật Bản đến bản thân. Tuy nhiên, rất nhiều em có thái độ bàng quan trước những anime có nội dung không hợp với lứa tuổi. Mặc dù, báo chí đã nói rất nhiều về vấn đề này tại Việt Nam nhưng hiện nay, các website, tài khoản mạng xã hội vì lợi nhuận nên chỉ quan tâm đến số lượt người xem hoặc download đã vô tình hay cố ý để một số yếu tố sex nhằm tạo sự tò mò, thu hút các em trở thành “khách hàng” tự nguyện. Thêm vào đó, thực tế qua khảo sát, lý do các em xem các thể loại anime trên là khá phong phú như tò mò, bạn bè bảo xem và vô tình xem. Sự vô tình này đến là khi các em lên mạng xem và vô tình vào những đường link đó. Đương nhiên, với sự phát triển của công nghệ thông tin như hiện nay, những hiện tượng như vậy là không tránh khỏi nhưng nếu tiếp xúc sớm và nhiều với các anime như vậy cũng sẽ ảnh hưởng, tiềm ẩn nhiều vấn đề bất trắc.

Có hai vấn đề đặc biệt chú ý trong kết quả thu được từ khảo sát của chúng tôi: Một là, vấn đề xem anime không phù hợp với lứa tuổi đôi khi trong suy nghĩ của nhiều người thường phổ biến ở thanh niên đã tốt nghiệp Trung học phổ thông, sinh viên đại học, nhân viên văn phòng hay người làm nghề tự do. Tuy nhiên, khi chúng tôi tiến hành khảo sát học sinh ở 3 cấp với câu hỏi như trên, câu trả lời nhận lại chủ yếu là học sinh cấp Trung học cơ sở và Trung học phổ thông với “thỉnh thoảng”, “thường xuyên”. Điều này có nghĩa các em có biết và có xem anime hentai (biến thái), ero (tình dục) hoặc anime 18+. Hai là, trong số các em trả lời câu hỏi khảo sát có biết và có xem anime này thì có cả các em học sinh là nữ. Điều này đặt ra nhiều vấn đề từ phía gia đình và nhà trường trong việc quan tâm, kiểm soát mặt trái của việc xem anime Nhật Bản.

Thứ hai, việc sử dụng ngôn ngữ và giao tiếp của học sinh.

Xuất phát từ những đặc điểm của ngôn từ trong anime Nhật Bản và việc xem các loại anime mà không có sự kiểm soát của gia đình, nhà trường như hiện nay đã khiến ngôn từ của các em cũng bị ảnh hưởng. Những anime được coi là dành cho trẻ em hiện nay như Thám tử lừng danh Conan, Bảy viên ngọc rồng, Thủy thủ mặt trăng... đã xuất hiện rất hiện hành loạt các từ tượng thanh gây cảm giác mạnh và đầy tính bạo lực như: *roạt, roẹt, bùm, rầm, vút, pạch, hự...* xuất hiện với mức độ quá nhiều. Mặt khác, có thể thấy rằng, trong anime Nhật Bản, nhà sản xuất đã giảm tiến tới mức tối đa lời thoại trong mỗi phân cảnh nên các câu nói ở đó thường là cộc lốc, không có chủ ngữ, khi xem quá nhiều sẽ ảnh hưởng đến hoạt động giao tiếp ngôn ngữ của các em.

Để làm rõ hơn ảnh hưởng này, chúng tôi đã tiến hành khảo sát trong phiếu điều tra bằng 3 câu hỏi có liên quan với nhau như sau: Câu nói trong anime bạn yêu thích là gì? Câu nói trong anime bạn hay sử dụng là gì? Bạn sử dụng trong hoàn cảnh nào? Ở mỗi câu hỏi này, chúng tôi yêu cầu các em viết câu trả lời cụ thể của mình ra. Qua kết quả khảo sát cho thấy, các em xem nhiều anime sẽ lặp lại những câu thoại trong đó như “Chong chóng tre nè Nobita”, “Sự thật cuối cùng luôn luôn chỉ có một”, “Ta nhất định sẽ trở thành vua hải tặc”... Tuy vậy, ngoài những câu thoại có ý nghĩa, mang đậm tính nhân văn (“nếu ít nhất cậu không cố gắng, cậu sẽ không bao giờ thay đổi”, “Không phải vết thương nào cũng có thể nhìn thấy bằng mắt”, “Hành trình dài bắt đầu bằng những bước chân nhỏ nhất”, “Nếu sợ thất bại thì chỉ mãi mãi là kẻ thất bại”, “Không có con đường chung cho tất cả mọi người đi đến hạnh phúc và thành công”, “Đứng dậy đi, thất bại là mẹ của thành công, chúng ta không bao giờ được bỏ cuộc”), còn có cả những câu mang nghĩa tiêu cực, thể hiện tình cảm nam - nữ suýt soát. Ví như: “Hãy chạm vào người tớ!”, “Hãy trả thù cho tớ!”, “Ta yêu nàng nhiều lắm!”, “Tớ nhìn thấy những giọt mồ hôi lăn trên ngực cậu!”, “Tớ sẽ nhìn thẳng vào trái tim đang rung động vì yêu của cậu đấy!”, “Sao nàng lại

quyển rũ đến thế!", "Thiên đường tình yêu của chúng ta có nhiều kẻ ganh tỵ!"... Có thể nói, với tâm sinh lý của các em, những ngôn từ đó thật sự ảnh hưởng không tốt. Nó kích thích trí tưởng tượng của các em ở những hoàn cảnh và tình huống không thật sự phù hợp với "tuổi nổi loạn" này. Nếu không kiềm chế và kiểm soát, có thể sẽ dẫn tới những tình huống tương tự như các nhân vật trong anime.

Mặt khác, cũng qua kết quả khảo sát, phần lớn các em sử dụng những câu nói trong anime yêu thích chủ yếu trong khi chơi đùa, nói chuyện với bạn bè; tự an ủi mình, tự động viên mình, trước khi ăn, chat online, khi gọi hoặc chào ai đó... Có điều cần lưu ý là trong cách nói chuyện trực tuyến trên các trang mạng cá nhân (Facebook) hiện nay sẽ thấy, hầu hết các em trò chuyện mà ngôn ngữ cụt, câu nói trống không do ảnh hưởng của ngôn ngữ anime như: "úi giời ơi", "hâm à", "hic", "hử", "sao phải xoắn", "chém kinh", "kakaka", "hehe"... mà nếu chúng ta không tham gia vào cuộc nói chuyện đó chúng ta sẽ không hiểu được các em nói gì. Những từ "hic", "ặc", "kakaka" có thể viết thành "hix", "kkk" được sử dụng phổ biến ở các trường hợp vui mừng, ngạc nhiên, buồn bã và đến ngay cả người lớn cũng sử dụng trong các cuộc thoại ngắn trong tin nhắn điện thoại hoặc Facebook. Tất cả đều có những ảnh hưởng không tốt bởi những ngôn từ trong anime.

5. Kết luận

Anime là một trong những hình thức truyền thông giải trí phổ biến nhất ở Nhật Bản. Là một phần của văn hóa "otaku", anime đã tạo ra một thị trường mạnh mẽ, tiếp cận hàng triệu khán giả ở mọi lứa tuổi và ảnh hưởng đến hàng loạt các quốc gia trên thế giới. "Điều đáng ngạc nhiên là anime trở nên phổ biến trên toàn thế giới, các bộ phim đã được dịch sang nhiều ngôn ngữ khác nhau như: tiếng Bồ Đào Nha, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Đức, tiếng Ý... cùng nhiều ngôn ngữ khác để được phân phối ở các thị trường mới. Thật khó để nghĩ có thể loại điện ảnh hoặc văn học nào lại không được thể hiện trong anime. Điều này là do anime có thể khám phá tất cả các thể loại và nhiều chủ đề được thể hiện mang tính phổ quát" (Víctor Hugo Fernández-Bedoya, 2022: 12). Đây cũng là lý do giải thích tại sao anime thường được sử dụng không chỉ để giải trí mà còn để cung cấp những lời giải thích đơn giản về những vấn đề khó như lịch sử, khoa học tự nhiên và các vấn đề văn hóa, xã hội. Ngày nay, tưởng rằng với sự bùng nổ của Internet và các loại thiết bị cầm tay thông minh sẽ làm các em giảm đi sự yêu mến đối với anime, nhưng thực tế lại không như vậy. Các em vẫn rất thích anime Nhật Bản. Chính vì vậy, những khảo sát và nghiên cứu bước đầu của chúng tôi về thực trạng xem và ảnh hưởng của anime đến học sinh phổ thông tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định đã góp phần chứng minh cho thực tế trên.

Tài liệu tham khảo

- Anime's Popularity In France: Exploring The Phenomenon*. <https://www.chaletcouleursdefrance.com/animes-popularity-in-france-exploring-the-phenomenon/>
- AJA: *Anime industry grew by 6,8% in 2022*. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2023-12-18/aja-anime-industry-grew-by-6.8-percent-in-2022/.205649>.
- Aeschliman, L. (2022). *What is anime?* Bellaonline. <http://www.bellaonline.com/articles/art4260.asp>
- British Council. (2020). Báo cáo Nghiên cứu Thế hệ trẻ Việt Nam tháng tám năm 2020. <https://www.britishcouncil.vn/sites/default/files/nguyen-cuu-the-he-tre-viet-nam.pdf>
- <https://www.globaldata.com/store/report/europe-anime-market-analysis/>
- <https://animaders.com/best-10-japanese-cgi-3d-anime-movies/>
- Mary Grigsby. (1998). Sailormoon: 'Manga (Comics)' and 'Anime (Cartoon)' Superheroine Meets Barbie: Global Entertainment Commodity Comes to the United State. *Journal of Popular Culture* 32.

Mark Schilling. (2017). *TIFFCOM: China Market Propelling Japan's Anime to New Scales and Form*. <https://variety.com/2017/film/asia/china-propelling-japan-anime-1202599293/>

Michael Patent. (2023). *Brands should harness the power of anime in their marketing strategy in Southeast Asia*. <https://www.brandinginasia.com/brands-should-harness-the-power-of-anime-in-their-marketing-strategy-in-southeast-asia/>

Mihaela Manolache. (2023). *Anime & Manga or how Japan became international*. <https://different-level.com/anime-manga-or-how-japan-became-international/>

Munafsin Aziz, Susy Ong. (2023). The Implementation of Japanese Animation (Anime) In Advertising. *Journal of Indonesian Social Science*. Vol. 4. No. 04. April 2023.

Mỹ Anh. (2023). Thám tử Conan đánh bại Tom Cruise ở phòng vé Việt. <https://vietnamnet.vn/tham-tu-conan-danh-bai-tom-cruise-o-phong-ve-viet-2168847.html>

Niracharapa Tongdhamachart. (2015). Papanese animation: Thailand's perspective. *International Journal of Arts & Sciences*. CD-ROM. ISSN: 1944-6934 :: 08(02).

North America Anime Market Summary, Competitive Analysis and Forecast to 2027. <https://www.globaldata.com/store/report/north-america-anime-market-analysis/>

Nor Afian Yusof, Khairul Anwar Mastor, Maharam Mamat, Lim Kar Keng, Hamdzun Haron, Hanafi Mohd Tahir, Rafuzan Jaafar, Khairudin Baharum. (2023). The influence of anime as Japanese popular culture among art and design students. *Nurture: Volume 17, Issue 4*, 493-503, 2023 Online ISSN: 1994-1633/ Print ISSN: 1994-1625 DOI: 10.55951/nurture.v17i4.374| URL: www.nurture.org.pk.

Phòng Giáo dục & Đào tạo thành phố Quy Nhơn. (2023). *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2023 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2024*. Tài liệu lưu trữ tại Văn phòng.

Sara S. Alsubaie & Abbad M. Alabbad. (2020). The Effect of Japanese Animation Series on Informal Third Language Acquisition among Arabic Native Speakers. *English Language Teaching*. Vol. 13. No. 8; 2020 ISSN 1916-4742 E-ISSN 1916-4750, doi: 10.5539/elt.v13n8.

Susan J. Napier. (2005). *Anime from akira to howl's moving castle: Experiencing contemporary Japanese animation*. St Martin Press.

Takashi Muto. (2019). *Harnessing the Power of Anime as an Outstanding Marketing Solution*. https://www.dentsu.co.jp/en/showcase/harnessing_the_power_of_anime.html

Timothy J. Craig. (2000). *Japan Pop: inside the world of Japanese popular culture*. Armonk NY: Sharpe.

Víctor Hugo Fernández-Bedoya. (2022). Exposure to Anime in Peru and Its Relationship with Demand for Goods and Services Related to Japanese Popular Culture. *Journal of Educational and Social Research*. Vol 12 No 5. DOI: <https://doi.org/10.36941/jesr-2022-0118>.

Vrinda Rastogi. (2023). *Study reveals that Gen Z are the biggest anime fans in the USA and these are their top 10 anime for Spring 2023*. <https://www.hindustantimes.com/entertainment/anime/study-reveals-that-gen-z-are-the-biggest-anime-fans-in-the-usa-and-these-are-their-top-10-anime-for-spring-2023-101686746554016.html>

Vũ Hồng Nhung. (2006). Anime - Phim hoạt hình Nhật Bản. *Tạp chí Nghiên cứu Nhật Bản và Đông Bắc Á*, số 1(61).

Wai-ming Ng. (2002). The Impact of Japanese Comics and Animation in Asia. *Journal of Japanese Trade and Industry*. July-August.

劉 潔, 大橋 眞. (2014). アニメ産業の発展とその派生文化 — 日本と中国との比較からの一考察 —. *徳島大学総合科学部人間社会文化研究 第22巻* (Ryuu Kiyoshi, Makoto Ohashi. 2014. Sự phát triển của ngành công nghiệp Anime cùng với văn hóa bắt nguồn từ nó - khảo sát so sánh giữa Nhật Bản và Trung Quốc. *Khoa khoa học tích hợp, Đại học Tokushima, Nghiên cứu văn hóa xã hội con người*, t.22).