

## პოპ-კულტურა

### პოპულარული გემოვნების ფართო არჩევანი

#### მანგა



მანგას კომიქსები

ფასდაკლების აქცია მანგას  
ჟურნალებზე მაღაზიაში  
(ფოტო Getty Images-სგან)

ტექუკა ოსამუს გამოჩენამ II მსოფლიო ომის შემდეგ, რომელიც გახლდათ მწერალი-ილუსტრატორი, გზა გაუხსნა ე. წ. „მოთხრობა მანგას“ ანუ კომედიური წიგნის ფორმატში გამოშვებული ილუსტრირებული გამოცემების ახალი უნიკალური მიმართულებით განვითარებას. გარკვეული დროის განმავლობაში ასეთ გამოცემებს ძირითადად კითხულობდნენ 1946-49 წლებში დაბადებულები, ე. წ. „ჩვილთა ბუმის“ პერიოდის ბავშვები. დღეს კი მათი ასაკის ზრდასთან ერთად, მანგას მოთხრობათა შინაარსის მრავალფეროვნებამაც იმატა. 1960-იანი წლებიდან მანგას მკითხველი საზოგადოება თანდათანობით ფართოვდებოდა და საბოლოოდ მომხმარებელთა წრეში გაერთიანდნენ, როგორც მცირეწლოვანი ბავშვები, ისე 30 და 40 წლის ასაკს მიღწეული პირები.

2011 წლისთვის მანგას გაყიდვების პროცენტულმა მაჩვენებელმა 36 % შეადგინა იაპონიის წიგნებისა და ჟურნალების გაყიდვების საერთო კოეფიციენტთან შედარებით. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მანგას გავლენა იგრძნობოდა ხელოვნების სხვადასხვა ფორმებში და ზოგადად

კულტურაშიც. მიუხედავად იმისა, რომ მანგას გარკვეული მოთხრობები გამიზნულია მხოლოდ იმ მცირეწლოვანი ბავშვებისთვის, რომელნიც ესესაა იწყებენ კითხვას, ნაწილი კი - როგორც თინეიჯერებისთვის, ასევე საჯარო მკითხველთა ფართო მასისთვისაც. მანგას ასევე აქვს კომიკური ნომრები, რაც განასახოვანებს ხუმრობებსა და იუმორისტულ სიტუაციებს და ექსპერიმენტალური ნომრები, რომელიც მიზნად ისახავს შემოიტანოს გამოხატულების ახლებური მიდგომები. მათგან ზოგი არ არის ფანტასტიკის ჟანრში დაწერილი და ინფორმაციას გადმოსცემს რეალურობის ასახვით იმ საკითხებთან მიმართებაში, რაც ეხება უშუალოდ პრაქტიკულ თუ ისტორიულ თემებს, დოკუმენტურ ფაქტებსა თუ ბუნებას.

1959 წელს მანგას საბავშვო ჟურნალების (გამოდიოდა ორ კვირაში ერთხელ), „ჟურნალი შიონენი“ და „შიონენის კვირა დღე“, გამოჩენამ მტკიცედ ჩაუყარა საფუძველი მანგას იმ კულტურას, რაც დღევანდელი სახით არის წარმოდგენილი. ორივე ჟურნალმა აბსოლიტური წარმატება და პოპულარობა მოუტანა მანგას მოთხრობებს. 1980-იან წლებში, გამოიცა კიდევ ერთი ახალი ჟურნალი - „შიონენის ნახტომი“, რომელსაც წლების განმავლობაში წამყვანი

ადგილი ეკავა *მანგას* კულტურაში და ჰქონდა ექვსმილიონიანი ცირკულაცია ყოველკვირეულად და დაქვემდებარებული ჰქონდა ანიმაციებისა და ვიდეო თამაშების საბაზრო სისტემაც. ჩვეულებრივ, *მანგას* მოთხრობების გმირები არიან ბავშვები და ასახულია მათი ზრდა, განვითარება, დაპირისპირება მტრებთან სამართლიანობის დასაცავად და ამხანაგური ურთიერთობების ჩამოყალიბება, თუმცა მოგვიანებით მკითხველების ასაკის მატებამ გამოიწვია *მანგას* საბავშვო ჟურნალების მომხმარებელთა რიცხვის შემცირება. 1990-იანი წლების ბოლოსთვის, ჟურნალ „შიონენის ნახტომის“ ყოველკვირეული ბრუნვა 3 მილიონამდე დაეცა. მისი ადგილი ჩაანაცვლეს *მანგას* იმ ჟურნალებმა, რომლებიც გათვლილი იყო მოზრდილთათვის (20-30 წლის ასაკი) და მოიცავდა უშუალოდ მკითხველთან კავშირში მყოფ ფართო თემატიკას. როგორცაა სტუდენტებისა და მოზრდილების ყოველდღიური ცხოვრებისეული თემები, რომელიც ასახავს უმაღლესი სკოლის სტუდენტი გოგონების ჩვეულებრივ ცხოვრებას. ‘მოე *მანგას*’ ზოგიერთი მოთხრობა გახმოვანდა ანიმაციურად, რამაც თავის მხრივ გაზარდა მაყურებელთა რიცხვი. *მანგა* ეხებოდა სოციალურ და ეკონომიკურ საკითხებს, რაც თავის მხრივ, ატყვევებდა სულ უფრო მეტ მკითხველს. 2000 წლიდან ახალი ჟანრი გაჩნდა *მანგას* მოთხრობებში, ე. წ. მოე *მანგა* ანუ „სატრფიალო *მანგა*“, მასში ასახულმა სატრფიალო თემებმა და სიყვარულმა ამ ჟანრს საკმაო პოპულარობა მოუტანა. მოე იაპონურ სლენგზე აღნიშნავს ძლიერ ადამიანურ გრძნობებს, რომლებიც უჩნდებათ ადამიანებს მოქმედი პირების მიმართ. გმირები დახატულია ოვალური ხაზებით და მკვეთრად გამოხატული თავისებურებებით. მოთხრობები დაფუძნებულია არა ორთაბრძოლებზე და ჭიდილზე ან ფანტაზიაზე, როგორც ეს საბავშვო *მანგას* მოთხრობებში ხდება, არამედ ასახავს იმ ყოველდღიურ ცხოვრებას, რომელიც ეხება უმაღლესი სკოლის ჩვეულებრივ სტუდენტ გოგონებს.

მალე ახალმა ჟანრმა, „*მანგა გოგონებისთვის*“, იწყო განვითარება. *მანგაში* დახელოვნებულ გოგონებს, რომლებიც დაბადებულნი იყვნენ 1960-იან წლებში და აგრეთვე „ჩვილთა ბუმის“ თაობის წარმომადგენლებს სურდათ მოეხდინათ თავანთი შემოქმედებითი ნიჭის დემონსტრაცია 1970-იან და 1980-იან წლებში და იწყეს *მანგას* სააზპარეზო მოედანზე გამოსვლა. მათ თანდათანობით გააფართოვეს გამოხატულებათა სპექტრი *მანგას* პროდუქციაში. წარმოადგინეს დახვეწილი ფსიქოლოგიური ასახვის სტილი, რომელიც განსაკუთრებული ილუსტრაციებით იყო შექმნილი და რაც წინანდელ *მანგას* გამოცემებს ანუ ბიჭებისათვის განკუთვნილ პროდუქციას არ გააჩნდა.

1990-იანი წლებიდან *მანგას* საექსპორტო რიცხვი გაიზარდა და გავიდა ამერიკის, ევროპის და აზიის ქვეყნების ბაზარზე. იმ ადგილებში, როგორცაა ტაივანი, ჰონგ კონგი, სამხრეთ კორეა, სადაც ხშირად გამოსცემდნენ წიგნებს ავტორის ნებართვის გარეშე, ამჟამად იაპონელი გამომცემლების მიერ *მანგას* ყველაზე პოპულარულ მოთხრობათა დიდი რაოდენობაა ნათარგმნი საავტორო უფლების დაცვის ლიცენზიით. ევროპასა და ამერიკაში, იაპონური ანიმაციების სატელევიზიო ჩვენებებმა და მისმა პოპულარობამ მეტი ინტერესი გამოიწვია *მანგას* მიმართ. ამჟამად, *მანგას* ანიმაციების სერიებს, წიგნების სახით, მრავლად შეხვდებით ამერიკის წიგნის მაღაზიების თაროებზე, როგორცაა მაგალითად, ტორიამა აკირას მიერ შედგენილი -

„დრაკონის ბურთი“ და ტაკაჰაში კამუკის „იუ-გი-ოჰი!“. 2002 წელს, უდიდესმა იაპონელმა მანგას გამომცემელმა მანგას პროდუქციის თარგმანები გაიტანა საერთაშორისო ბაზარზე დისტრიბუციისთვის. 2003 წელს კომპანიამ გამოსცა „შიონენის ნახტომის“ ინგლისურენოვანი ვარიანტი. 2009 წელს კი წიგნის სახით გამოიცა და ოცდაათამდე ქვეყანაში გავრცელდა „ნარუტო“, მანგას სერიალი ჟურნალ „შიონენის ნახტომში“, რომლის მთავარ გმირს წარმოადგენს ნინდა ბიჭუნა. მისი ანიმაციური ვერსია კი საყოველთაოდ ცნობილია 80-მდე ქვეყანაში. იაპონურმა მანგამ და ანიმაციამ საგრძნობლად გააფართოვა და გაზარდა თავდაპირველ აქტიურ ფანთა რიცხვი და დღეს იგი გახდა დასავლეთ პოპ-კულტურის განუყოფელი ნაწილი.

### ანიმაციური ფილმები



სცენა ანიმედან  
(ფოტო AFLO-სგან)

ჩვეულებრივი იაპონური ანიმაციური ფილმები შეიძლება ზოგადად დაიყოს, როგორც დამოუკიდებელ, თვითმყოფად ნამუშევარებად ან სატელევიზიო ანიმაციური სერილების თეატრალიზებულ სახეობებად. ამ უკანასკნელის საუკეთესო ნიმუშებია: ტემუკა ოსამუს „ასტრო ბიჭუნა“ და სხვ.; მაცუმოტო რეიჯის „კოსმოსის მოგზაური იამატო“ (გამომშვებელია იაპონიის გარეთ, 1977 წ.) და "გალაქტიკის ექსპრესი"; 1979 წ. ხშირად ნაჩვენები სატელევიზიო პოპულარული, მრავალსერიანი ანიმაციური ფილმები, როგორცაა: „კრეიონ შინჩანი“, „დორაემონი“, და ფენომენალურად წარმატებული

"პოკემონი" ასევე რეგულარულად უშვებენ პროდუქციას.



სცენა ანიმედან  
(ფოტო AFLO-სგან)

უკვე ორ ათწლეულზე მეტია, რაც თვითმყოფადი ანიმაციური ფილმების ბაზარი გადავიდა რეჟისორ მიაძაკი ჰაიაოს ხელში. იუმორის, სოციალური კრიტიციზმის, გარემოს დაცვის აქტივისტებისა და პოეტური ლირიკის შერწყმით მიაძაკიმ გამოუშვა თეატრალური ხელოვნებისა და სალაროსთვის მომგებიანი ნაწარმოებები, როგორებიცაა: „ქარის ხეობა“ (1984 წ.), „ჩემი მეზობელი ტოტორო“ (1988 წ.), „პრინცესა მონონოკე“ (1997 წ.), „გამოცოცხლებული“ (2001წ.),

რომელსაც მიღებული აქვს 2003 წელს აკადემიური ჯილდო საუკეთესო ანიმაციური ფილმისთვის და „ჰოვის მოძრავი სასახლე“ (2004 წ.). ანიმაციურ ფილმებში მნიშვნელობითა და სიდიდით მეორე რეჟისორია - ოშიი მამორუ, რომლის ორი ფილმი „მოჩვენება ნაჭუჭში“ (1995 წ. და 2004 წ. გამოშვებები) არის რევოლუციური ხასიათის სამეცნიერო ფანტასტიკა, რომელიც ეძიებს თუ რას ნიშნავს იყო ადამიანი.

2008 წელს, ოშიიმ და მიაძაკიმ გამოსცეს მნიშვნელოვანი ანიმაციური ფილმები. ოშიის ფილმი „ცაში მცოცავები“ არის ახალგაზრდა მეზრდოლი მფრინავების საბრძოლო-სათავგადასავლო

ხასიათის ნაწარმოები და მიაძაკის „პონიო ზღვისპირა ფრიალო კლდეზე“ წარმოადგენს ახალგაზრდა ქალთევზას ზღაპარს, რომელსაც სურს, რომ გოგონად იქცეს.

## კინო ინდუსტრია

კუროსავა აკირამ დიდი საერთაშორისო ინტერესი აღძრა იაპონური ფილმების მიმართ, როდესაც მისმა ნაწარმოებმა - „რაშიომონ“ (1950წ.) - მიიღო ოქროს ლომის ჯილდო ვენეციის კინოფესტივალზე 1951 წელს. მის სხვა ნაწარმოებებში შედის: „იკირუ“ („რომ იცოცხლო“ (1952 წ.), „შიჩინინ ნო სამურაი“ („შვიდი სამურაი“ , 1954 წ.) „კაგე მუშია“ („აჩრდილი მეომარი“ , 1980 წ.) და „რან“ (1985 წ.) კუროსავამ აიღო საუკეთესო ინგლისურენოვანი ფილმის პრემია „დერსუ ურალას“ რეჟისურისთვის 1975 წელს და ოსკარის 1990 წლის ცერემონიაზე დაიმსახურა საპატიო პრემია ცხოვრების მანძილზე კინემატოგრაფიული ხელოვნების დარგში მიღწეული წარმატებების გამო. მეორე, ასევე დიდი აღიარების მქონე იაპონელი კინორეჟისორი არის ოძუ იასუჟირო, რომელმაც შექმნა ფილმები, როგორცაა: „ბანშიუნ“ („გვიანი გაზაფხული“, 1999 წ.) და „ტოკიო მონოგატარი“ („ტოკიოს ამბავი“, 1953 წ.). ამ ფილმებში რეჟისორი პოეტურად ასახავდა იაპონიის რიგითი მოქალაქეების ცხოვრებას. სცენების დადგმის მისეულმა ტექნიკამ (კონკრეტულად, ფილმში გამოსახულების, სიმკვეთრის, ხმის თანდათან შემცირებისა (*Fade outs*) ანდა გაზრდის (*Fade-in*) ტექნიკის გამოუყენებლობა სცენების გადაბმისას) დიდი გავლენა იქონია ევროპულ რეჟისორებზე.

1950-იანების მანძილზე ფილმები შეადგენდა სახალისო გართობის ძირითად ფორმას, მაგრამ 1960-იანებში ბევრმა ადამიანმა შეიძინა თავიანთი პირველი ტელევიზორი და შეწყვიტა სიარული კინოთეატრებში, სადაც დამსწრეთა რაოდენობა მკვეთრად შემცირდა (შდრ. 1,1 მილიარდი, 1958 წელს და 246 მილიონი 1970 წელს). 1970 წლების წამყვანი რეჟისორი გახლდათ იამადა იოჯი, რომლის გამოგონებლად პოპულარული წარმატება იყო სერიალები - „ტორასან“. ამ უკანასკნელმა გააერთიანა იაპონური ფილმის ორი ფუნდამენტური მოტივი - ყოველდღიური, ყოვლისმომცველი ოჯახური ცხოვრება და მარტოსული მოგზაურის თავგადასავლები.

იაპონურ ფილმებს 1997 წელს არნახული ყურადღება ხვდა წილად საზღვარგარეთ, კერძოდ, ფილმმა „ჰანა ბი“, რომლის რეჟისორიც იყო იაპონიის განთქმული კომედიანტი, კიტანო ტაკეში, მოიპოვა ოქროს ლომის პრიზი ვენეციის 54-ე საერთაშორისო კინოფესტივალზე; ფილმს - „უნაგი“ („გველთევზა“), რომლის რეჟისორია იმამურა შიოჰეი, წილად ხვდა პალმის რტოს პრიზი კანის საერთაშორისო ფესტივალზე; იგივე ფესტივალზე, კვასე ნაომის ფილმი - „მოე ნო სუმაკუ“ გახდა „ოქროს კამერის“ ჯილდოს მფლობელი; მონრეალის მსოფლიო კინოფესტივალზე ჯილდო დაიმსახურა იჩიკავა ჯიუნის ფილმმა - „ტოკიო იაკიოკი“ („ტოკიოს ნოქტიურნი“) - საუკეთესო რეჟისურისთვის. 2003 წელს, როდესაც კიტანო ტაკეშის ფილმმა - „დატოიჩი“- მიიღო პრიზი როგორც ტორონტოს, ისე ვენეციის კინოფესტივალებზე. თუმცა მცირე რაოდენობის იაპონური ფილმები თუ ახერხებდნენ ფართო დისტრიბუციაში მოხვედრას საზღვარგარეთ, ბოლო წლებში მაინც გახშირდა იაპონური ფილმების რემეიკები ინგლისურ



ენაზე. ამის ერთერთი მაგალითია ნაკატა ჰიდეოს საშინელებათა ფილმი - „ბეჭედი“ (1998 წ.), რომელიც ხელახლა იქნა გადაღებული და ჰიტად იქცა 2002 წელს.

2009 წლის ჰოლივუდის კინოფესტივალზე ორჯერ მოხდა იაპონური ფილმების დაჯილდოვება: ოსკარი საუკეთესო უცხოენოვანი ფილმისთვის გადაეცა ტაკიტა იოჯიროს ფილმს „გამგზავრებები“ და ოსკარი საუკეთესო მოკლე ანიმაციური ფილმისთვის მიიღო კატო კუნის „La Maison En Petits Cubes“.

### მაღალი ტექნოლოგიური თამაშები

ვიდეო თამაშების მედია საშუალებები დიდი ხანია არსებობს და დღეისთვის დიდ კონკურენციას უწევს მუსიკისა და კინოს მაღალშემოსავლიან ინდუსტრიებს.

იაპონური ვიდეო თამაშების ისტორიაში უმნიშვნელოვანესი მოვლენა იყო თამაშის - „კოსმოსის დამპყრობლები“ - დებიუტი 1979 წელს. მაგიდაზე ჰორიზონტალურად მდებარე ვიდეო აპარატი, რომელს ეკრანიც ზემოთ იყო მიმართული დიდი პოპულარულობით სარგებლობდა და იქცა ჭეშმარიტ სოციალურ ფენომენად, რასაც მოჰყვა „დამპყრობელთა სახლების“ გახსნა მოთამაშე ფანებისთვის. როგორც ამჟამინდელი ვიდეო თამაშების ნოსტალგიის ბუმისას, „კოსმოსის დამპყრობლებიც“ განმეორებით იქნა ნაჩვენები თამაშების ცენტრებში.

1983 წელს, როდესაც თამაშის სისტემების (როგორცაა *ნინტენდო* და სხვა მოდელები) პირველმა გაყიდვებმა შესაძლებელი გახადა ამ თამაშის ოჯახებში შეღწევა, უკვე დასრულებული სახის ვიდეო თამაშების კულტურამ იწყო დამკვიდრება. თუ ადრე ადამიანს არ შეეძლო სიამოვნება მიეღო ამ ვიდეო გართობის საშუალებით თუ მანაცადამანაც სათანადო თამაშების ცენტრს ან ჩაის სახლს არ ესტუმრებოდა და იქ ავტომატის ჭირილში არ ჩააგდებდა 100 იენს, დღეს ამის გაკეთება შესაძლებელია სახლიდან გაუსვლელად, დროისა და ფულის დახარჯვის გარეშე. ასეთ თამაშებს წილად ხვდა ბავშვთა ფანატიკური ერთგულება. ამგვარი გართობის საშუალებები შედგება მრავალი ჟანრისაგან, მათ შორის არის საბრძოლო შინაარსის თამაშები, რაც ახდენს ნერვული სისტემის რეფლექსის აქტივაციას; როლების სათამაშო სახეობა (მოთამაშე საკუთარ თავზე იღებს გარკვეული როლების შესრულებას); ასევე არის სტიმულის მიმცემი თამაშები, სადაც მოთამაშე შეიგრძნობს თუ როგორ მართავს მანქანას ან თვითმფრინავს და სხვა.

ვიდეო თამაში, რომელმაც უამრავი პატარა ბავშვის გული დაიპყრო (1996-1997 წწ.) გახლდათ „პოკემონ“ („ჯიბის მონსტრები“), რომელიც ერთმანეთზე მიყოლებით და ცალ-ცალკე წარმოგვიდგენს 151 მონსტრს, რომლებიც პრერიებსა და ტყეებში იმალებიან. თამაშში ეს ქმნილებები მოთამაშეებმა უნდა მოიშინაურონ და აღზარდონ. ამ თამაშის გაყიდვაში გამოსვლით დაიწყო პოკემონის ფენომენის გენეზისი, რაც შემდგომში განვითარდა და მოიცვა სავაჭრო მარკები, რამდენიმე სატელევიზიო ანიმაციური სერიალები თუ ჩვეულებრივი ხანგრძლივობის ანიმაციური ფილმები.

XXI საუკუნის დასაწყისში ვიდეო თამაშების სახეობები უფრო მრავალფეროვანი გახდა. პირველმა ონლაინ თამაშებმა შესაძლებელი გახადა კონკრეტულ მოთამაშეთა ჯგუფების ერთმანეთთან დაკავშირება და მათთან თამაშის სინქრონულ რეჟიმში წარმართვა. მოთამაშეთა გამოცდილება გაიზარდა მათთვის უცნობ მოთამაშებთან ონლაინ გართობით, სადაც ისინი ან ერთმანეთის წინააღმდეგ იბრძოდნენ ან ერთმანეთის მხარდამხარ საერთო მტრის დასამარცხებლად. თამაშების შემდგომი თაობები ერთმანეთის მიყოლებით გამოდიოდა და მას დაემატა სპორტული/წვრთნის ფუნქციის მქონე თამაშები (მოთამაშე შეიძლება მონაწილეობდეს დისტანციური მართვის სისტემის მეშვეობით ან საყრდენ დაფაზე მდგომი სხეულის მოძრაობით) და 3D გამოსახულებიანი ეკრანის მქონე თამაშები.

კომპიუტერული თამაშის ბონანძას, პროგრამული უზრუნველყოფებისა და ტექნიკის გაყიდვები სწრაფად გაიზარდა. ზოგიერთი თამაშის მუსიკალური ფონი შეუერთდა ჩვეულებრივ მუსიკალურ ჰიტებს და კუთვნილი ადგილი დაიკავა კარგად გაყიდვად CD-ების სიაში. ამასთან, გამოქვეყნდა ბესტსელერი წიგნები, რომელსაც თან ახლავს კორიაკუბონი, სხვადასხვა ვიდეო თამაშების მოხმარებისა და თამაშის წესების სახელმძღვანელო. თავად ფაქტი, რომ ამგვარი ინდუსტრიები ასევე წარმატებით დაინერგა საზღვარგარეთ (განსაკუთრებით აშშ-ში), აღნიშნავს მოვლენათა შემობრუნებას იაპონიის სასარგებლოდ, რომელიც მანამდე სულ მიიჩნეოდა უცხოური კულტურის გულმოდგინე იმპორტიორად მეიჯის (იმ დროიდან, რაც გარე სამყაროს კარი გაუღო) პერიოდიდან მოყოლებული.

ახალი ვიდეო თამაშების კორპუსის გამოშვება ისეთი დიდი კომპანიის მიერ, როგორცაა სონის კომპიუტერული გართობის ინკორპორაცია ან ნინტენდო დიდი მოვლენა იყო არა მარტო თამაშების ფანებისთვის, არამედ გლობალური სამომხმარებლო ელექტრონული ინდუსტრიისათვის.

### ფიჭური ტელეფონის (კეიტაის) კულტურა



ფიჭური ტელეფონები  
(ფოტოები Getty Images-გან)

ერთის მხრივ, ფიჭური ტელეფონების (კეიტაის) მომხმარებელთა რიცხვის სწრაფმა ზრდამ 90-იანი წლებში და მეორეს მხრივ, მისი შემადგენელი ფუნქციონალური კომპონენტების ტექნოლოგიურმა პროგრესმა, შექმნა პოპულარული კულტურის ახალი მედიუმი იაპონიაში.

ბევრი ადამიანისთვის, სკოლის ასაკის ბავშვებიდან დაწყებული საშუალო ასაკის ადამიანებით დამთავრებული, კეიტაი მათი ცხოვრების წესის განუყრელი ნაწილია. კეიტაიმდე პერიოდში მეტროსა და საგარეუბნო

მატარებლების მგზავრები დიდ ქალაქებში მუდმივად კითხულობდნენ გაზეთებს, წიგნებსა თუ მანგას. დღეს კი ეს საშუალებები ძირითადად ჩაანაცვლა ფიჭურმა ტელეფონებმა და ისინი

იყენებენ მობილურებს არა იმიტომ, რომ ხანგრძლივად ისაუბრონ კოლეგებთან ან ახლობლებთან, რადგან საზოგადოებრივ ტრანსპორტში გრძელი სატელეფონო საუბარი მიღებული არ არის, არამედ ელ-ფოსტის გასაგზავნად; ინტერნეტში შესასვლელად (ძირითადად შედიან ფიჭური ტელეფონის პატარა ეკრანებისთვის შექმნილ საიტებზე); ვიდეო თამაშებით გასართობად. სტუდენტები და ახალგაზრდა ადამიანები, ძირითადად ქალები, ზოგჯერ მთელი დღის მანძილზე „საუბრობენ“ ერთ ან რამდენიმე მეგობართან მობილურის ელ-ფოსტის სერვისის საშუალებით.



© 2005 Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved.  
Name and product names are trademarks of their respective owners.

**PSP®**  
**(PlayStation® Portable)**  
(ფოტო Sony Computer Entertainment Inc.-სგან)

2005 წლიდან მოყოლებული, იაპონიაში სმარტფონები შემოვიდა გაყიდვაში. სმარტფონებთან (შეიცავენ სააპლიკაციო ფუნქციებს, როგორც აქვს კომპიუტერს) შედარებით ტრადიციულ იაპონურ მობილურებს გააჩნია უნიკალური ფუნქციათა პაკეტი, რომელიც შექმნილია სხვა ტექნიკური ბაზრებისგან დამოუკიდებლად და ამის გამო მას „გალაპაგოსის კეიტაის“ უწოდებენ. მისი რთული და მოწინავე ფუნქციები, როგორცაა ტელეგადაცემები, მაღალი ტექნოლოგიური დონის კამერა და ფინანსური სერვისი, რომელსაც „ტელეფონი საფულე“ ეწოდება. მასში ჩადებულია ინტეგრალური მიკროსქემა (ჩიპი), რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს, როგორც ელექტრონული ფული ან საკრედიტო ბარათი სპეციფიურ

ტერმინალზე მისი უბრალო მიდებით და დიდად მოსახერხებელია მომხმარებელთათვის. ამის გამოა, რომ იაპონიაში ძალიან ბევრი ადამიანი იყენებს ორივე მობილურის სახეობას, როგორც სმარტფონებს, ისე ტრადიციულ მობილურებს, რათა შეძლონ ორივე პროდუქტის ფუნქციათა პაკეტებით სარგებლობა.

ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში საგრძნობლად შეიცვალა მობილური ტელეფონების მოხმარების სახე; 2010 წლისთვის თუ მხოლოდ 9.7% ადამიანი იყენებდა სმარტფონებს, 2012 წლისთვის სმარტფონის მომხმარებელთა რიცხვმა 49.5%-ს მიაღწია. ამასთან, შეიცვალა ინტერნეტის მოხმარების ფორმაც, კერძოდ, თუ ადრე პორტატული კომპიუტერებისა და ტრადიციული ფიჭური ტელეფონების მეშვეობით ხდებოდა ინტერნეტში შესვლა, დღეს სულ უფრო მეტი იაპონელი იყენებს სმარტფონებსა და პლანშეტურ კომპიუტერებს ინტერნეტზე წვდომისთვის და გაიზარდა მათი რიცხვი, ვინც ჩვეულებრივი მობილურიდან გაგზავნილი ტექსტური მესიჯებისა და ელ-შეტყობინებების ნაცვლად იყენებს უფასო დარეკვისა და მესიჯების გაგზავნის აპლიკაციებს.