

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИА СТАРШИМ ПОКОЛЕНИЕМ САХАЛИНСКИХ РЕПАТРИАНТОВ В ЯПОНИИ

С. Л. Сакума

Университет перспективных исследований, Сокендай, Япония;  
e-mail: [sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp](mailto:sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp)



Сакума  
Сергей Львович,  
кандидат  
исторических наук

ORCID: [0000-0001-7347-3229](https://orcid.org/0000-0001-7347-3229)  
e-mail: [sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp](mailto:sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp)

**Аннотация.** Цель статьи – выявить особенности коммуникации и использования медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. Были поставлены следующие задачи: 1) установить, с помощью каких медиа старшее поколение сахалинских репатриантов осуществляет коммуникацию внутри Японии и трансграничную коммуникацию; 2) установить, медиа на каких языках ими используются; 3) выявить изменения в использовании медиа сахалинскими репатриантами старшего поколения, произошедшие со времени их репатриации, и причины этих изменений. Полевое исследование проводилось с августа по октябрь 2017 г.; методом интервью было опрошено 9 человек, представляющих старшее поколение репатриантов с Сахалина, из пяти городов: Асахикава, Вакканай, Саппоро, Токио, Хакодате. Средний возраст респондентов – 70 лет и 3 месяца. Существующие исследования, посвященные сахалинским репатриантам, касались предрепатриационного периода, особенностей их идентичности и культурного бэкграунда, проявляющегося в разном уровне владения японским и русским языками, в уровне образования и в стратегии адаптации. Коммуникация и использование медиа репатриантами специально не изучались. Результаты нашего исследования позволят более глубоко понять феномен репатриации, а также процессы коммуникации современного общества как в Японии, так и в мире.

**Выводы:** 1) сахалинские репатрианты старшего поколения с помощью мультязычных медиа и коммуникации на различных языках поддерживают мультикультурное пространство; 2) внутри старшего поколения сахалинских репатриантов есть различия в отношении к использованию новых медиа, основанных на интернет-технологиях. Эти различия обусловлены не только медиаграмотностью, но и социально-экономическим положением репатриантов.

**Ключевые слова:** миграция, репатриация, медиа и коммуникации, транснациональная коммуникация, Япония, Сахалин

**Для цитирования:** Сакума С. Л. Коммуникация и использование медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии // *Библиосфера*. 2020. № 1. С. 46–55. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-46-55.

## COMMUNICATION AND MEDIA USAGE BY THE OLDER GENERATION OF SAKHALIN REPATRIATES IN JAPAN

Sergey L. Sakuma

*The Graduate University for Advanced Studies, Sokendai, Japan;*

*e-mail: sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp*

**Sakuma Sergey Lvovich**,  
candidate of historical sciences;  
ORCID: [0000-0001-7347-3229](https://orcid.org/0000-0001-7347-3229)  
e-mail: [sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp](mailto:sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp)

**Abstract.** The aim of the article is to find out the features of communication and media usage among the older generation of Sakhalin repatriates in Japan. To achieve this aim we set up the following tasks: 1. To define what media and what language are used by the older generation of Sakhalin repatriates; 2. To make it clear what media are used by the older generation of Sakhalin repatriates for communication inside Japan and abroad; 3. To elucidate the changes and their reasons in media usage by the older generation of Sakhalin repatriates occurred since the beginning of their repatriation.

This article is based on interviews with 9 respondents conducted between August and October in 2017. All respondents represent the older generation. The field study covered 5 cities (in alphabet order): Asahikawa, Hakodate, Sapporo, Tokyo, Wakkanai. The middle age of respondents is equal to 70 years and 3 months.

Previous studies on Sakhalin repatriates in Japan were on the issues of the pre-repatriation period, cultural background, language level, identity factors, adaptation strategies different for each generation of Sakhalin repatriates. However, the issues connected with communication and media usage has never been the subject for a special study. The results of the study can be used for understanding the features of such a phenomena as repatriation, as well as the modern communication processes both in Japan and the world.

The author comes to the following conclusions: 1. The older generation of Sakhalin repatriates is able to maintain a multicultural space of living by using multilingual media and conducting transnational communication; 2. There are differences in new media usage among the older generation of Sakhalin repatriates. These differences arise not only from lack of media literacy but also from social and economic status of repatriates and their needs.

**Keywords:** migration, repatriation, media and communication, transnational communication, Japan, Sakhalin

**Citation:** Sakuma S. L. Communication and media usage of the older generation of Sakhalin repatriates in Japan. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 46–55. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-46-55.

*Received 13.01.2020*

*Revised 09.02.2020*

*Accepted 12.02.2020*

### Введение

В статье выявлены особенности коммуникации и использования медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. С появлением новых медиа, основанных на новых информационных технологиях, в частности интернета и мобильной связи, повседневная жизнь мигрантов сильно изменилась. Как пишет Д. Дименеску, «деვიзом мигрантов вчера было: оторваться от своих корней; сегодня же их девизом стало: продолжать прежние связи, несмотря на миграцию» (Dimenescu, 2008). Несмотря на расстояние между страной исхода и страной прибытия, появилась возможность поддерживать связь с оставленными родственниками, друзьями, знакомыми, а также почти

одновременно узнавать новости из зарубежных СМИ на родном языке. Новые информационные технологии позволили расширить социальные связи в принимающем обществе.

Немаловажно, что у разных поколений мигрантов отношения с новыми информационными технологиями складываются по-разному. М. Пренски назвал поколение, которое выросло и воспитывалось в условиях отсутствия интернета и компьютеров, «цифровыми мигрантами» (Prensky, 2001). Этот термин применим к старшему поколению сахалинских мигрантов, детство и юность которых приходятся на 1930–50-е гг.: для них необходима адаптация не только к принимающему обществу, но и к новым информационным технологиям.

## Историография

Исследования сахалинских репатриантов проводили С. С. Пайчадзе и М. Хён из Университета Хоккайдо и Т. Накаяма из Университета города Куширо. С. С. Пайчадзе и М. Хён изучают прежде всего проблемы идентичности и образования сахалинских репатриантов. На примере японских женщин, оставшихся после войны на Сахалине, они установили, как сформировался мультикультурный бэкграунд женщин-репатриантов старшего поколения и их семей до и после Второй мировой войны. Авторы пришли к выводу, что на современном этапе программы репатриации как в Японии, так и в Корее основаны на концепции моноэтнического государства или нации-государства и не учитывают мультиэтничность семей репатриантов. Репатрианты, адаптируясь к этой ситуации, создают свое собственное японско-корейско-русское транснациональное пространство для жизни (Hyun, Paichadze, 2015). Мы попытаемся установить, с помощью каких медиа сахалинские репатрианты создают и поддерживают свою мультикультурность.

С. С. Пайчадзе на основе различий в языковой ситуации, в идентичности и в уровне образования сахалинских репатриантов разделяет их на 4 поколения: старшее; родившееся во время Второй мировой войны и непосредственно после нее; советское; родившееся после завершения холодной войны (Paichadze, 2015). Используя эту классификацию, С. С. Пайчадзе на основе миграционной теории показывает, что разные поколения используют различные стратегии для адаптации к жизни в Японии. Старшее поколение, которое является объектом нашего исследования, соответствует старшему поколению и поколению, родившемуся во время и непосредственно после Второй мировой войны, по классификации С. С. Пайчадзе.

Т. Накаяма, интересуясь проблемой движения населения из-за изменения границ между нациями-государствами, исследует жизнь японцев, оставшихся после Второй мировой войны на Сахалине. Он приводит данные для периода после окончания холодной войны, когда среди сахалинских японцев, благодаря помощи волонтеров из Японии, началось движение за репатриацию (Nakayama, 2013). Однако исследование Т. Накаямы не касается проблемы адаптации старшего поколения после репатриации в Японию.

Таким образом, исследования, посвященные сахалинским репатриантам, раскрыли их репатриационный период, а также особенности их идентичности и культурного бэкграунда, выражающегося в разных уровнях образования, владения японским и русским языками и в различии стратегий адаптации в Японии. При этом

коммуникация и использование медиа репатриантами не обсуждались.

Когда мы говорим про новые медиа, основанные на новых информационных технологиях, и об их использовании различными поколениями, то не можем пройти мимо проблемы медиаграмотности. Ряд исследователей обращает внимание на увеличивающийся разрыв в медиаграмотности между старшим и молодым поколениями и считают его проявлением нового вида неравенства. Термин М. Пренски «цифровые мигранты» (Prensky, 2001) может быть использован в отношении старшего, поколения Второй мировой войны и советского поколения сахалинских репатриантов, чье детство приходится на период 1930–70-х гг. После переезда им было необходимо адаптироваться не только к новым условиям жизни в Японии, но и к новым медиа. Поколение, которое выросло в окружении информационных технологий, М. Пренски назвал «цифровыми аборигенами». Различия между старшим и молодым поколениями по отношению к новым медиа подчеркивает и теория цифрового неравенства (Hargittai, 2002), согласно которой есть группы населения, ограниченные в возможностях из-за неравного доступа к современным средствам коммуникации.

С другой стороны, есть исследования, которые показывают, что разница между старшим и молодыми поколениями не так очевидна. А. Деурсен и Е. Хелспер пришли к выводу, что мы не можем рассматривать все старшее поколение как одну группу с точки зрения использования ими новых медиа. Внутри этого поколения есть различия, вызванные гендером, возрастом, образованием, составом домохозяйства и отношением к интернету (Deursen, Helsper, 2015).

## Краткая характеристика полевого исследования

Статья основана на полевой работе, которая проводилась с августа по октябрь 2017 г. Всего методом интервью было опрошено 9 чел. в пяти городах: Асахикава, Вакканай, Саппоро, Токио, Хакодате. Средний возраст респондентов: 70 лет и 3 месяца.

После окончания Второй мировой войны с Южного Сахалина, ставшего территорией Советского Союза, происходила репатриация японцев. Были и те, которые по разным причинам не смогли репатрироваться в послевоенное время. С 1990-х гг., благодаря усилиям Общества содействия временному возвращению на родину соотечественников Карафуту (Сахалина) и государственной помощи правительства Японии, началась их репатриация. Всего по состоянию на ноябрь 2019 г. репатрировалось 305 человек, объединенных

Таблица 1. Основные данные респондентов

Table 1. The main data on respondents

Код респондента A Respondent code	Место жительства Residence	Возраст (в 2017 г.) Age (in 2017)	Пол Sex	Самоидентификация Self-identification	Самоидентификация супруга (и) Self-identification of wife/husband	Язык (все респонденты свободно владеют русским языком) Language (all respondents speak Russian)
A	Токио	70	ж	японка	кореец	Респондент А и ее муж: японский разговорный, чтение со словарем, корейский свободно
B	Токио	78	м	японец	корейка	Респондент В и его жена: японский разговорный, корейский свободно
C	Асахикава	71	м	японец	корейка	Респондент С и его жена: японский начального уровня
D	Хакодате	71	ж	японка	кореец	Респондент D: японский разговорный продвинутого уровня (устный переводчик); ее муж: японский разговорный; оба: корейский свободно
E	Саппоро	74	ж	японка		Японский разговорный
F	Вакканай	62	м	русский		Японский начального уровня
I	Вакканай	75	м	японец		Японский разговорный, работал устным переводчиком
L	Вакканай	65	ж	японка	кореец	Респондент L: японский разговорный, работала устным переводчиком; ее муж: японский разговорный, корейский свободно
M	Вакканай	67	ж	японка		Японский разговорный

в 135 домохозяйств<sup>1</sup>. По данным Хоккайдского центра поддержки репатриантов из Китая и других стран, на Хоккайдо в 2017 г. проживало 211 чел<sup>2</sup>. Также сообщества репатриантов меньшей численности есть в городах Вакканай, Асахикава, Токио и Хакодате.

### Мультиязычные медиа сахалинских репатриантов. Медиа на русском языке

У всех респондентов дома есть бумажные книги на русском языке. По словам респондентов, книгу в бумажном варианте им читать удобнее, чем в электронном.

<sup>1</sup> Официальная страница Ассоциации «Сахалин–Япония». URL: <http://sakhalin-kyoukai.com/about/index> (дата обращения: 16.12.2019). (Яп. яз.).

<sup>2</sup> Karafuto zanryuhoujin nitsuite. Официальная страница Хоккайдского центра помощи соотечественникам. URL: <http://www.hokkaido-sien-center.jp/papers/aboutKIKOKUSHA.pdf> (дата обращения: 16.12.2019). (Яп. яз.).

Респондент А: «Когда мы только переехали в Японию, очень хотелось читать книги на русском языке, но их не было. После нам прислали из России почтой, также привезли и некоторые мы получили в подарок. Перед сном если не прочитаю хотя бы одну страницу, не могу заснуть. Чтение на русском языке успокаивает сердце и стало своеобразной привычкой»<sup>3</sup>.

По словам респондента А, для чтения на японском им не хватает знаний иероглифов: «В книгах на японском языке много иероглифов, каждое слово нужно смотреть в словаре. Поэтому чтение становится тяжким трудом»<sup>4</sup>. Респондент F добавил, что «может читать на японском только книги для учащихся 1–2 классов начальной школы»<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

<sup>4</sup> Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

<sup>5</sup> Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.



Во время переезда багаж репатриантов был ограничен двадцатью килограммами, поэтому они не могли взять с собой много книг. В Японии респондентам старшего поколения не так просто найти книги на русском языке. Респондент А сначала пыталась найти книги на русском языке в ближайшей библиотеке, но там их не было. Через знакомых она узнала о русском переводческом центре в Токио, клубе любителей русского языка и культуры и там смогла доставать книги на русском языке. Полученные книги А передает также своим сестрам и братьям, которые, как и она, репатрировались в Токио, а также посылает респонденту Е в Саппоро. Респондент Е сообщил, что в одной из библиотек Саппоро были книги на русском языке, но большинство из них очень старые. Респондент F в 2017 г. совершил поездку на Сахалин и по возвращении перевез на корабле в Вакканай книги весом 80 кг из своей личной библиотеки. Часть из них он распространил среди репатриантов Вакканая, другие передал через знакомого преподавателя японского языка в библиотеку Университета Хоккайдо. Из всех респондентов только у F было устройство для чтения электронных книг Bookreader, хотя и он до сих пор предпочитает пользоваться бумажными версиями (рис. 1).

Все респонденты получают номера вестника «Чайка», издаваемого с 2010 г. Ассоциацией «Сахалин–Япония» (Токио; прежнее название организации – «Общество содействия временному возвращению на родину соотечественников Карафуто (Сахалина)»). Тираж издания – до 200 экз., распространяется оно среди членов организации (в том числе репатриантов), а также отправляется на Сахалин для сахалинских японцев. В вестнике содержится информация о деятельности Ассоциации (годовые собрания, мероприятия), о поездках групп сахалинских японцев и другая информация, важная для репатриантов. В связи с разным языковым уровнем репатриантов вестник печатается в двух вариантах: на японском языке и с параллельными русскими и японскими текстами с фуриганой<sup>6</sup>.

Раньше для просмотра российского телевидения респонденты использовали спутниковые антенны. Сейчас спутниковую антенну использует только респондент С. План установить спутниковую антенну был у респондента А, но из-за возможных трат и с пониманием того, что они будут смотреть постоянно программы на русском языке и не смогут освоить японский язык, она отказалась от этого плана.

Контент на русском языке (новости, фильмы, музыку) респонденты могут легко получать, используя интернет. У респондента А двое



Рис. 1. Книжная полка в доме репатриантов (август 2017 г.)

Fig. 1. A book shelf in the house of repatriates (August, 2017)

сыновей живут на Сахалине, поэтому она каждый день узнает прогнозы погоды для Сахалина, курс валют и смотрит выпуски новостей. В домах респондентов есть небольшие коллекции DVD и музыкальных дисков с фильмами и музыкой на русском языке. Однако с распространением компьютеров и интернета большинство респондентов стало смотреть фильмы и слушать музыку на русском языке на ютубе, сайтах, размещающих фильмы для бесплатного просмотра. Согласно респонденту F, в интернете можно найти любой фильм или музыку, созданную в советское время. Респондент В смотрит фильмы и сериалы на компьютере, используя интернет; он подчеркнул, что делает это бесплатно.

### Медиа на японском языке

Многие из репатриантов старшего поколения выросли и воспитывались, соприкасаясь с японской языковой средой, они могли слышать японскую речь от родителей, бабушек и дедушек. После репатриации освоение японского языка стало для них одним из условий успешной адаптации к жизни в Японии. Поэтому в домах репатриантов старшего поколения много учебников и учебных материалов для изучения японского языка: например, русско-японский словарь медицинских терминов. Большинство материалов предоставлено Центром по поддержке соотечественников. Респондент А из Саппоро и муж респондента L из Вакканая изучают японский язык дистанционно, используя материалы Столичного центра по поддержке соотечественников (*Сютюкен тьюокукикокуся сиэн корю сента*), присылаемые по почте и по факсу.

Респонденты не покупают японских газет; из периодической печати на японском языке они получают вестник Ассоциации «Сахалин–Япония» «Чайка», о котором говорилось выше, а также информационное издание Хоккайдского центра поддержки репатриантов из Китая

<sup>6</sup> Фуригана – фонетические подсказки в японском языке, записанные слоговой азбукой каной, для чтения иероглифов.

и других стран – «Сиракаба» («Береза»). Последнее выходит на японском языке с фуриганой и распространяется среди репатриантов, проживающих на Хоккайдо. По словам респондента F, он читает «Чайку» таким образом: «Сначала я читаю на русском языке, потом для изучения японского языка пробую читать вариант с фуриганой».

Также они получают местные рекламные издания, распространяемые бесплатно. Из этих изданий респондент А узнает о новостях района, о конкурсе-распределении арендных участков для огородничества и местных мероприятиях (рис. 2).

Большинство репатриантов старшего поколения были расселены после репатриации в *коэй дзютаку* (муниципальные квартиры в Японии). В этом типе жилья действуют органы самоуправления – *дзитикай* («комитеты жильцов»). *Дзитикай* распространяет информацию о своих мероприятиях и обязанностях жильцов через бумажные объявления, которые помещаются в почтовые ящики, а также через доску объявлений.

В г. Вакканай городская администрация снабдила репатриантов старшего поколения радиоприемниками с 6 радиоканалами. Местное вакканайское радио «ФМ Вапи» служит также каналом оповещения в случае стихийных бедствий. Раньше на «ФМ Вапи» была еженедельная программа по изучению русского языка, которую вела респондент L.

У всех респондентов есть телевизоры, которые используются главным образом для просмотра программ японского телевидения. Количество времени, затрачиваемого на просмотр, различается в зависимости от уровня владения японским языком. Так, респонденты F и C с низким уровнем владения японским языком редко смотрят телевизор. Респондент F: «Я почти не смотрю телевизор. Смотрю только когда свободен или утром за завтраком»<sup>7</sup>. В его доме телевизор расположен над обеденным столом, на кухне.

Контент, который чаще всего смотрят респонденты, содержит японские новости, сериалы, программы про еду, путешествия, образовательные программы. В октябре 2017 г. муж респондента А купил за 100 тыс. иен специальное устройство для записи программ японского телевидения. Он часто записывает программы на DVD для повторного просмотра, а также рассылает понравившиеся видео друзьям и родственникам в Корею и Россию. Например, он отправляет японские сериалы старшей сестре в Южную Корею, кулинарные программы – в Россию племяннику, который управляет небольшим рестораном японской кухни.

<sup>7</sup> Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.



Рис. 2. Бесплатное рекламное издание (декабрь 2017 г.)  
Fig. 2. A free advertising edition (December, 2017)

Для респондентов просмотр японского телевидения – это один из способов изучения японского языка. Так, среди часто записываемых мужем респондента А программ имеются новости с сурдопереводом, концерты *энка*<sup>8</sup>, так как эти программы снабжены субтитрами с фуриганой, позволяющей читать иероглифы. Также он смотрит образовательные программы по каналу NHK для изучения китайского языка, так как его внук из России поступил в университет в Пекине. Респондент F рассуждает о необходимости просмотра японских передач следующим образом: «Есть то, что я понимаю, есть то, чего я не понимаю. Я смотрю телевизор, чтобы привыкнуть к японскому произношению»<sup>9</sup>.

Также респонденты, благодаря телевидению, получают информацию о чрезвычайных ситуациях и стихийных бедствиях. В день интервью с респондентом А в Токио было трехбалльное землетрясение. Респондент А так описывает ситуацию: «Я мыла посуду и вдруг почувствовала сильный толчок. Сразу же включила телевизор: землетрясение 3 балла. Через 2 секунды уже была информация»<sup>10</sup>.

### Медиа на корейском языке

Информанты с корейским культурным бэкграундом, которые воспитывались в корейских семьях, посещали корейские школы на Сахалине, часто смотрят корейские сериалы по японскому телевидению. При этом семья респондента А смотрит передачи без использования субтитров, так как они хорошо понимают по-корейски (респонденты А, В, D).

### Мультиязычное пространство

Так как российские печатные издания, записи на аудио- и видеоносителях трудно достать

<sup>8</sup> Энка – жанр японской песни, появившийся и ставший популярным после Второй мировой войны.

<sup>9</sup> Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.

<sup>10</sup> Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

в Японии, респонденты вынуждены привозить их из-за границы, а затем распространять внутри сообщества репатриантов. По нашим наблюдениям, ранее репатрианты для просмотра российского телевидения использовали спутниковые антенны. В настоящее время большинство получает такой контент из интернета. (Среди респондентов только С использует спутниковую антенну. Напротив, из 9 респондентов 6 человек использует компьютер для получения русскоязычного контента, а 4 – смартфон).

Использование японских медиа тесно связано с уровнем владения японским языком. Репатрианты старшего поколения лучше говорят, чем пишут и читают, и предпочитают книгам и газетам радио- и телевидение. Поэтому газеты, которые распространяются среди репатриантов, как правило, содержат фуригану. Программы японского телевидения с субтитрами, содержащими подсказки для чтения иероглифов, становятся для репатриантов своеобразными учебными материалами (табл. 2).

### Коммуникация

Прибыв в Японию, репатрианты уже обладают некоторыми социальными связями в принимающем обществе и внутри сообщества репатриантов. Во-первых, у многих из них есть родственники в Японии, которые являются не мигрантами, а частью принимающего общества. Во-вторых, нередко случаи, когда репатриировались несколько семей, братьев и сестер. В-третьих,

социальные связи между некоторыми репатриантами возникли еще в то время, когда они проживали на Сахалине. Так, между респондентами Е, А, В еще до репатриации существовали дружеские отношения, которые продолжились и в Японии. Например, в г. Вакканай репатрировалась целая группа бывших жителей г. Поронайска – еще до репатриации имеющая тесные социальные связи.

Кроме того, как уже говорилось ранее, репатрианты из Сахалина являются объектом помощи со стороны правительства Японии. В рамках этой помощи к каждой семье в течение первых трех лет после репатриации прикрепляли гаранта (*митотохикиукенин*), инструктора по адаптации (*дзирицусидоин*). При посещении больницы, административных учреждений репатриантов сопровождал переводчик (*дзирицусиэницуюку*). В Токио и Саппоро, где работают специальные центры поддержки репатриантов из Китая и других стран, в зависимости от их возраста и уровня японского языка были открыты языковые классы, классы компьютерной грамотности, а также место консультации по вопросам трудоустройства и повседневной жизни. В городах Вакканай, Асахикава и Хакодате, где нет таких специальных центров, помощь репатриантам осуществляется при взаимодействии местных органов власти и общественных организаций. Благодаря им вокруг репатриантов создается региональная сеть коммуникации. Например, хотя трехлетний срок помощи завершился, респондент А сохраняет

Таблица 2. Различные медиа, которые используют репатрианты старшего поколения

Table 2. Different media used by repatriates of the older generation

Вид медиа Media types	Язык Language		
	Русский Russian	Японский Japanese	Корейский Korean
Печатные медиа	Книги, газета «Чайка»	Газеты «Чайка», «Сиракаба», местные рекламные издания, учебники, информационные объявления	
Аудио-, видеоносители (CD, DVD и др.)	Российские фильмы и музыка	Программы, записанные с телевизора	Программы, записанные с телевизора
Радио		«FM Вапи» (радио г. Вакканай)	
Телевидение	Российские телеканалы, транслируемые через спутниковую антенну либо интернет	Японские новости, сериалы, кулинарные программы, программы про путешествия, образовательные программы	Корейские сериалы, транслируемые по японскому телевидению
Интернет	Фильмы, музыка, программы телевидения	Фильмы, музыка	



дружеские связи с инструктором по адаптации. Инструктор каждое воскресенье посещает дом респондента А, где они играют в игру маджонг. В отношении респондента Е, инструктор по адаптации до сих пор осуществляет помощь в повседневной жизни.

Однако не все сахалинские японцы имели возможность репатрироваться по государственной программе. Родственники многих репатриантов продолжили жить в России, некоторые из них репатрировались в Республику Корею. Поэтому коммуникационные связи репатриантов распространяются за рубеж в Россию и Республику Корею.

### Трансграничная коммуникация

Примерно до 2007 г. большинство репатриантов для связи с родственниками в России использовали международную телефонную связь, а также телефонные карточки «Брастел»<sup>11</sup>. Согласно респонденту А, «сначала на “Брастел” уходило много денег, муж вечно ворчал, но ничего не поделаешь, хотелось услышать голоса детей и внуков». Респондент А научилась пользоваться скайпом от репатриантов из Китая, которые также посещали класс японского языка при Центре ускорения закрепления соотечественников в Японии в г. Токородзава (*Тюгоку кикокуся тейтяку сокусин сента*). Она стала использовать скайп для связи с заграницей в 2008 г., спустя три года после репатриации. Респондента В пользоваться скайпом научил сын, который репатрировался вместе с ним. Переехавшая в 2007 г. респондент I с самого начала использовала для связи с дочерью, оставшейся в России, скайп на компьютере, а с 2014 г. она также начала использовать мессенджеры WhatsApp и Viber на смартфоне. Респондент F покупает в круглосуточных магазинах карточки предоплаты, чтобы иметь возможность звонить абонентам стационарной и сотовой телефонной связи.

Среди респондентов 4 человека используют смартфон (Е, D, F, I). Респондент А планирует купить смартфон, но, так как репатрианты старшего поколения экономически ограничены пенсией и социальной помощью, предоставляемой государством, она пока не имеет такой возможности и использует для связи с заграницей компьютер и скайп. Респондент F из-за высокой стоимости смартфона в Японии приобрел смартфон в России и использует его без подключения тарифного плана, только с домашним Wi-Fi. Респондент D вынуждена была купить смартфон и подключить его к тарифному плану, так как у нее в доме не было Wi-Fi, а интернет нужен

был дочери, которая приехала на год и жила вместе с D, для связи с сыном.

Те респонденты, у которых есть смартфоны (Е, D, F, I), используют для связи с заграницей не только скайп, но и популярные в России мессенджеры WhatsApp и Viber. Респондент F установил WhatsApp для связи с дочерью на Сахалине, так как дочь использует в основном этот мессенджер.

Среди респондентов старшего поколения только двое используют социальные сети. Респондент F использует «Одноклассников», а респондент Е – «Одноклассники» и Facebook.

### Средства, используемые репатриантами старшего поколения для коммуникации внутри Японии

Сахалинские репатрианты старшего поколения для связи в Японии используют в основном стационарную и сотовую телефонную связь. Так как у сестры и брата респондента А нет других средств связи, кроме стационарной телефонной, то она использует для связи с ними домашний телефон. Хотя у многих репатриантов старшего поколения в г. Вакканай есть компьютер и интернет, для связи между собой они предпочитают использовать домашний или мобильный телефон, так как у всех есть эта возможность.

Для связи с Хоккайдским центром поддержки соотечественников, Ассоциацией «Сахалин-Япония» и другими организациями репатрианты используют домашний или мобильный телефон, факс и почтовое сообщение. Центр ускорения закрепления соотечественников в Японии в г. Токородзава до недавнего времени осуществлял дистанционное обучение репатриантов японскому языку. Респондент А из Токио и муж респондента L из г. Вакканая, проходившие обучение, отправляли и получали учебные материалы по почте и через факс. Представитель Хоккайдского центра поддержки соотечественников в г. Вакканай не имеет интернета и смартфона, поэтому связь с репатриантами осуществляет по проводной и сотовой телефонной связи.

Репатрианты с Сахалина как на индивидуальном, так и на организационном уровнях для связи внутри Японии чаще используют стационарную и мобильную телефонную связь, чем интернет. Этому способствует то, что все репатрианты обеспечены домашними телефонами и связаны сетью контактов. С другой стороны, для связи с родственниками и друзьями, проживающими за границей, репатрианты старшего поколения используют средства связи в интернете, так как это дешевле и нет зависимости от потраченного времени.

<sup>11</sup> Карточки предоплаты для международной телефонной связи.



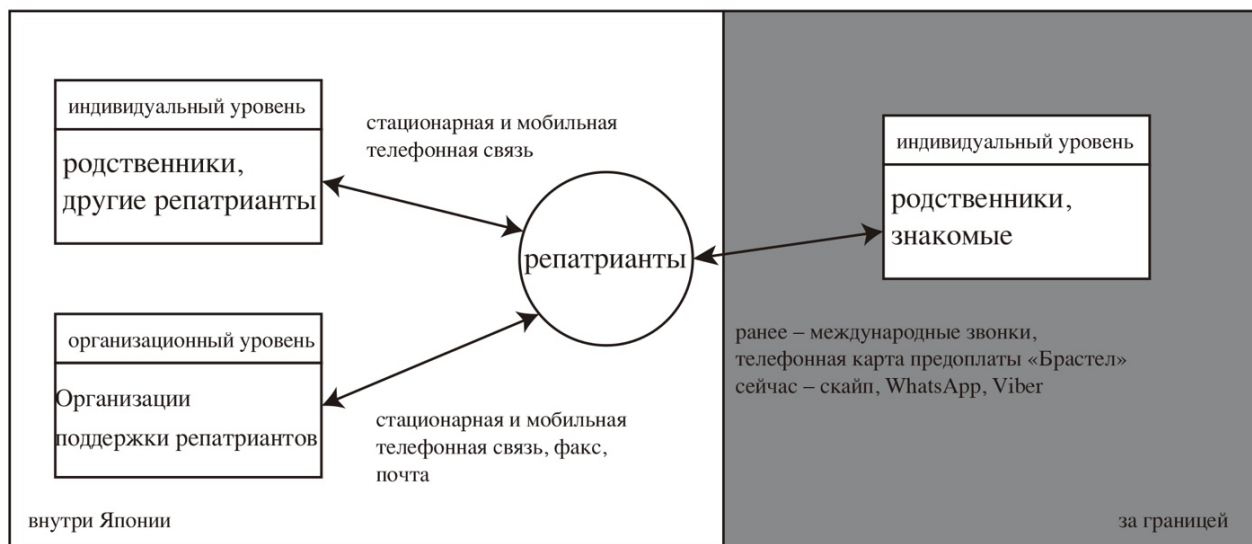


Рис. 3. Схема коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения внутри Японии и за границей  
 Fig. 3. The communication scheme of Sakhalin repatriates of older generation used in Japan and abroad

### Типы коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения

В ходе исследования установлено наличие или отсутствие определенных средств коммуникации среди сахалинских репатриантов старшего поколения (табл. 3).

На основе полученных данных можно выделить три варианта коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения: 1) коммуникация, основанная на использовании стационарной телефонной связи, при отсутствии мобильной связи и связи, основанной на интернете (I); 2) коммуникация, основанная на использовании как стационарной связи, так и компьютера с интернет-подключением (A, B, L, M); 3) коммуникация, основанная на использовании смартфона (C, D, E, F).

### Заключение

На основе полевых исследований можно сделать следующие наблюдения об изменениях и тенденциях в использовании определенных средств для коммуникации репатриантами старшего поколения:

1. Переход от телефонных карт предоплаты «Брастел» к использованию скайпа на компьютере.
2. Переход от использования спутниковых антенн для просмотра российского телевидения к получению русскоязычного контента в интернете.
3. Переход от простых мобильных телефонов к смартфонам.
4. Переход от скайпа к мессенджерам.

Таблица 3. Наличие или отсутствие определенных средств коммуникации у сахалинских репатриантов старшего поколения

Table 3. The presence or absence of definite communication means among Sakhalin repatriates of older generation

Средства коммуникации Means of communication	A	B	C	D	E	F	I	L	M
Стационарный телефон	+	+	-	+	+	+	+	+	+
Мобильный телефон	+	-	-	-	-	+	-	+	-
Смартфон	-	-	+	+	+	+	-	-	-
Компьютер с доступом к интернету	+	+	-	-	+	+	-	+	+

Среди причин этих изменений следует отметить следующие:

1. Изменение технологий, особенно распространение новых информационных технологий в сфере коммуникации. Например, с распространением интернета и скайпа репатрианты стали активно применять видеозвонок.

2. Экономия. С одной стороны, новые информационные технологии позволяют экономить на коммуникации с границей, замещая относительно дорогую практику международных телефонных звонков. С другой – стоимость тарифов на Wi-Fi, смартфонов, мобильных телефонов в Японии удерживает от их приобретения репатриантов старшего поколения, которые зависят от государственных пенсий и пособий.

3. Медиасовместимость. Репатрианты переходят на медиа, которые используют их собеседники.

В статье проанализированы коммуникация и использование средств медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. Установлено, что спустя 25 лет после репатриации люди старшего поколения продолжают использовать медиа как на японском, так и на русском, и корейском языках. При этом контент на японском и корейском языке они получают в основном по телевидению и радио, а для получения

русскоязычного контента используют интернет, до сих пор пользуются печатными медиа, а также аудио- и видеоносителями (CD, DVD). Таким образом, сахалинские репатрианты старшего поколения с помощью мультиязычных медиа и коммуникации на различных языках поддерживают мультикультурное пространство, о котором говорится в исследовании С. С. Пайчадзе и М. Хён (Hyun, Paichadze, 2015, p. 210).

Мы не можем рассматривать старшее поколение как единую группу по отношению к использованию новых медиа в соответствии с теорией цифрового неравенства. Внутри этой группы есть различные типы коммуникации с точки зрения используемых средств. Так, из 9 респондентов старшего поколения четверо используют смартфон, 6 репатриантов используют компьютер с доступом к интернету. В основном интернет-медиа используются репатриантами для коммуникации с границей и получения контента на русском языке, в то время как для коммуникации внутри Японии и для контента на японском и корейском языках используются традиционные медиа, такие как телевидение, радио, стационарная и мобильная телефонная связь. Есть среди репатриантов и те, кто из-за низкой медиаграмотности либо по экономическим причинам новые медиа не использует совсем.

## References

- Deursen AJ and Helsper EJ (2015) A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. *European Journal of Communication*, 30(2): 171-187.
- Dimenescu D (2008) The connected migrants: an epistemological manifesto. *Social Science Information*, 47(4): 565-579.
- Hargittai E (2002) Second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4). URL: [http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/index.html) (accessed 16.12.2019).

- Hyun M and Paichadze S (2015) Multi-layered identities of returnees in their 'historical homeland': returnees from Sakhalin. *Voices from the Shifting Russo-Japanese Border: Karafuto/Sakhalin*. Routledge, pp. 195-211.
- Nakayama T (2013) Sakhalin zanryū nihonjin. *Teikoku igo no hito no idō*. Tokyo: Bensei shuppan, pp. 733-781.
- Paichadze S (2015) Language, identity and educational issues of 'repatriates' from Sakhalin. *Voices from the Shifting Russo-Japanese Border: Karafuto/Sakhalin*. Routledge, pp. 215-222.
- Prensky M (2001) Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5): 1-6.