

УДК 316.77(567)+316.347(567)+316.7(567)

## ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КОММУНИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА РОЛЬ КЛАНОВ В КУЛЬТУРЕ ИРАКСКОГО ОБЩЕСТВА

ОТМАН МОХАММЕД МАРЗУГ<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Исследуется влияние коммуникаций в социальных сетях на роль групп с одной родословной (кланы) в культуре иракского общества. С учетом гендерной принадлежности, возраста и уровня образования респондентов исследуются их ответы на вопросы об отношении к публикациям в социальных сетях о роли клана в современной жизни Ирака.

**Ключевые слова:** культура; социальная коммуникация; клан; племенная солидарность; социальные сети; пользователи.

## THE SPECIFIC IMPACT OF SOCIAL MEDIA COMMUNICATIONS ON THE ROLE OF CLANS IN THE CULTURE OF IRAQI SOCIETY

OTHMAN MOHAMMED MARZOOG<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Belarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

This article presents the analytical results of the social media communications impact on the role of single lineage groups (clans) in the culture of Iraqi society. Taking into account the gender, age and education of the respondents, the article analyses their answers to the questions about their attitudes towards the social media publications about the role of clan in the modern life of Iraq.

**Keywords:** culture; social communication; clan; tribal solidarity; social media; users.

В современном мире неоспоримо возрастает роль средств массовой информации и средств массовой коммуникации (СМК). Они перестали быть просто посредниками в передаче новостей и информации и теперь являются активным элементом создания событий. Различные технологические инструменты в сфере СМК играют роль, конкурирующую с той, которую выполняет семья в процессе социализации детей, что оказывает влияние на культуру общества.

Свободный доступ к информации может приводить к появлению ряда негативных последствий,

если это касается вредоносной информации и незаконных информационных услуг [1]. В целом общественное мнение формирует массовые коммуникации в сетях. Его объекты – это «факты, события, явления, которые вызывают общественное внимание, затрагивают потребности и нужды широкого круга людей; в качестве его субъекта выступают те социальные группы и общности, чьи интересы выражает»<sup>1</sup> общественное мнение.

СМИ имеют четыре основные функции в отношении общественного мнения: они обеспечивают

<sup>1</sup>Ефимова Н. В., Широкая А. А., Бурина И. Ф., Дмитриева О. Е. Массовые коммуникации : учеб.-метод. комплекс. Минск : БГУ, 2017. С. 10.

### Образец цитирования:

Отман Мохаммед Марзуг. Особенности влияния коммуникаций в социальных сетях на роль кланов в культуре иракского общества. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2023;2:59–63. EDN: DWXCDA

### For citation:

Othman Mohammed Marzoog. The specific impact of social media communications on the role of clans in the culture of Iraqi society. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2023;2:59–63. Russian. EDN: DWXCDA

### Автор:

Отман Мохаммед Марзуг – аспирант кафедры медиологии факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Д. Н. Дроздов.

### Author:

Othman Mohammed Marzoog, postgraduate student at the department of mediology, faculty of journalism. [atman.am75@gmail.com](mailto:atman.am75@gmail.com)

«материал» для оценивания его общественностью (информируют о событиях в стране и мире, вызывают общественный интерес, затрагивают потребности и нужды многих людей), определяют фокус внимания общественности (главную тему), предоставляют публичную площадку для выражения мнений и обмена ими, способствуют формированию общественного мнения (выражать – значит формировать, влиять).

Р. Линтон определял культуру как «образ жизни членов общества, набор идей и привычек, которые мы изучаем, которыми делимся и которые передаем из поколения в поколение»<sup>2</sup> [2, р. 37]. В. В. Касьянов обращал внимание на то, что связи между сетевыми структурными отношениями, культурой и поведением подверглись переосмыслению, результатом которого стал синтез сетевого анализа с культурным подходом [3].

Я. С. Яскевич подчеркивал необходимость разработки правил и регуляторов сетевого этикета, проведения исследований механизмов управления человеком и обществом посредством сетевого воздействия и формирования основных жизненных позиций людей, их убеждений, идеалов, принципов познания и оценки материальных и духовных событий [4].

Социальные сети являются одной из форм социальных коммуникаций и основным источником получения информации и знаний о национальной, политической, религиозной и общественной жизни. С помощью данных, представленных на страницах, они влияют на культуру иракского общества. Это происходит через формирование зависимости путем когнитивного, эмоционального и поведенческого воздействия. Кроме того, содержание социальной коммуникации определяется идеями и взглядами пользователя [5].

Социальная коммуникация чаще всего трактуется как процесс взаимодействия субъектов (индивидов, групп, организаций) в целях передачи информации или обмена ею<sup>3</sup>. Главной задачей социальной коммуникации является передача информации. Однако часто действительная цель коммуникации заключается не в том, чтобы поделиться какими-либо сведениями, а в том, чтобы убедить другого человека в правоте своей позиции и (или) побудить его к какому-либо поступку.

В обществе Ирака группы людей с одной родословной (клан) играют важную роль. Клан – это один из культурных компонентов, характеризующих иракское общество. В настоящей работе определена роль влияния специфических характеристик иракского общества на социальную коммуникацию внутри разных кланов и между их членами.

Как утверждал А. Р. Рэдклифф-Браун, термин «клан» часто используется без четкого определения, что указывает на существование различных типов клановых структур. Именно поэтому данное слово следует использовать для обозначения группы только с одной родословной, члены которой считают, что они одна семья<sup>4</sup>.

Муайяд Манфи Мухаммад Шарки под кланом понимал «...группу лиц, связанных общей родословной (как считают ее члены), которую представляет родоначальник клана. Эта группа состоит из ряда ветвей (фракций) и имеет свою территорию. Но при этом члены одного клана могут быть расселены в разных местах. Все они придерживаются ряда общих ценностей, норм, обычаев и традиций и имеют права и обязанности внутри клана» [6, с. 78].

По мнению Хиджази Мустафы, клан – это закрытая группа, состоящая из расширенной семьи, ветви которой тесно связаны между собой, и оказывающая психологическое и иное давление на своих членов, что приводит к контролированию членов группы и представляет собой серьезные препятствия для осуществления социальных перемен [7]. Клановое культурное наследие играет значительную роль в общественной жизни Ирака. Это обусловлено важной позицией клана в жизни отдельной личности и общества в целом.

В Ираке человек практически не может находиться вне какого-либо клана. Это объясняется тем, что именно старейшины кланов, а не члены институтов государственной власти с опорой на закон чаще всего решают конфликты, связанные с кражами, убийствами, оскорблениями и т. д.

Авторитет клана настолько могуществен, что представители власти не только дают возможность самим решать проблемы, но и целенаправленно просят помощи в решении сложных вопросов.

У каждого клана есть общие обычаи, традиции и нормы и собственные правила, которые передавались из поколения в поколение. Законы данных групп направлены на разрешение споров, разногласий между членами своего клана или других кланов. При этом государственные органы не вмешиваются в клановые дела, за исключением некоторых случаев (обычно это происходит с согласия главы клана и при крайней необходимости) [8].

Отцовская линия в клане является определяющей для человека, занимающего роль главы клана, которая считается наиболее важным политическим положением. Власть внутри клана разделена между сыновьями главы клана, приобретающего свой статус по наследству или избранию. Сильной властью наделена и группа советников, которых называют

<sup>2</sup>Здесь и далее перевод наш. – О. М. М.

<sup>3</sup>Фомичева И. Д. Социология СМИ : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Аспект пресс, 2007. 335 с.

<sup>4</sup>Мухаммад Атеф Гаит. Словарь по социологии. Александрия : Дом знаний, 2006. 517 с. (на араб.).

людьми решения и договора. Это пожилые люди, обладающие социальным положением, основанным на определенных детерминантах, знаниями и осведомленностью в государственных делах. Они часто окружают шейха, дают ему советы и оказывают помощь [9].

Главой клана становится человек, который несет ответственность за отношения с другими кланами и правительством. Наиболее важными обязанностями, возложенными на главу клана, являются разрешение конфликтов внутри клана, урегулирование споров с другими кланами и заключение с ними союзов. Кроме того, староста клана считается представителем этой группы перед другими лицами и кланами, а также перед правительством и имеет право выражать враждебность к другим кланам или объявлять им о начале войны в том случае, если те совершат покушение на одного из членов его клана или на его имущество. Однако происходит это только после совещания со старейшинами своего клана из числа вождей фракций. Глава уполномочен принимать важных и влиятельных гостей, посещающих собрание клана. Такой прием могут вести и те лица, которым глава поручает это дело. Он также защищает слабых, не обладающих властью и влиянием членов клана и покровительствует беглецу, имеющему проблемы со своим или другим кланом [10]. Доминирующим элементом в клановой культуре является сохранение и продвижение интересов клана [11].

Вторжение США в Ирак в 2003 г. способствовало разрушению различных военных и гражданских правительственных институтов. Это стало переломным моментом, восстановившим власть клана и клановую культуру в Ираке. С того времени в культуре Ирака клан фактически занял место правительства во многих областях, что повлекло за собой потерю власти государством, снижение роли официальных институтов (в них проникли ценности, которые несут эти кланы).

Племенная солидарность – одна из важнейших характеристик кланового строя. Она выступает основным двигателем отношений, которые связывают членов обществ и в которых преобладает клановость. Данный феномен также определяется как «интеллектуальное и эмоциональное состояние, проявляющееся в отношениях и поведении, характерных для группы людей, которые обычно ведут кочевой образ жизни» [12, с. 193].

Арабский социолог Ибн Халдун считал, что племенная солидарность основана на родословной (реальной или иллюзорной), а в глубине ее лежат конфликт выживания и борьба за существование в рамках единства группы и такой сплоченности ее членов, в которой сливаются материальные интере-

сы и моральные соображения [13]. Именно это делает данное социальное явление очень опасным, особенно когда оно принимает агрессивные формы. Племенная солидарность до сих пор в разной степени распространена в арабском мире в целом и в Ираке в частности [14].

В иракском обществе существует огромное количество племенных традиций. Самыми известными являются такие традиции, как клановая компенсация (представитель клана возмещает ущерб или уплачивает денежный штраф), дукка (вооруженные люди, принадлежащие к подвергшемуся нападению клану, начинают угрожать семье нападавшего), клановое перемирие (конфликтующие стороны нарушают договоренности, проявляют неуважение к знатым особам, стремящимся к перемирию, и, следовательно, к клану, к которому принадлежат эти особы), джилва (члены одного клана нападают на представителей другого клана, в результате чего один из членов клана умирает или становится жертвой насилия), масхук (семья преступника не может потребовать какой-либо компенсации от семьи потерпевшего в результате действий, предпринятых семьей потерпевшего в состоянии аффекта, т. е. в том случае, когда потерпевший или кто-то из членов его семьи в ответ на нападение совершает преступление), а также выкуп за убитого.

Цель настоящей статьи – изучение влияния коммуникаций в социальных сетях на роль групп с одной родословной (кланов) в культуре иракского общества. Автор данной работы проанализировал ответы респондентов на вопросы об отношении к публикациям в социальных сетях о роли клана в современной жизни Ирака. В качестве метода сбора информации использовался опрос, который позволил получить данные о внутренних побуждениях людей, их ценностях, мотивах деятельности, оценках и установках. Выделяются два вида опросных методов: интервью и анкетный опрос (самый эффективный вид сбора данных в рамках относительных исследований)<sup>5</sup>.

Методологическую базу исследования составляют труды белорусских, российских и арабских специалистов в области массовых коммуникаций, а также результаты опроса, который проводился в Багдаде. В анкетировании участвовали 752 респондента (418 мужчин и 334 женщины в возрасте от 15 до 60 лет со средним или высшим образованием). Ответы опрашиваемых проанализированы с учетом их гендерной принадлежности, возраста и уровня образования.

На вопрос: «Возникает ли у вас желание ответить на публикацию в социальных сетях, которая критикует традиции, обычаи и действия вашего клана?» – респонденты отреагировали следующим образом:

<sup>5</sup>Мазаник М. Н., Бурина И. Ф., Ефимова Н. В. *Методология и методы исследования коммуникации* : учеб.-метод. комплекс. Минск : БГУ, 2016. 159 с.



13 % информантов всегда испытывают желание ответить на такие публикации; 20 % людей иногда испытывают такое желание; 24 % опрошиваемых редко испытывают его, а 43 % респондентов никогда не отвечают на эти публикации. Таким образом, большинство участников опроса (57 %) в той или иной степени реагируют на данные публикации.

В зависимости от уровня образования респонденты распределились так: 22 % информантов со средним образованием и 9 % опрошиваемых с высшим образованием всегда отвечают на такие публикации, а 36 % респондентов со средним образованием и 46 % участников опроса с высшим образованием никогда не отвечают на данные публикации.

Если говорить о гендере респондентов, то 17 % мужчин и 8 % женщин всегда отвечают на такие публикации, а 39 % мужчин и 49 % женщин никогда не отвечают на данные публикации.

Так, более половины опрошиваемых реагируют на информацию, критикующую их клан; люди со средним образованием чаще всего реагируют на информацию в социальных сетях, которая связана с их кланом; мужчины проявляют большую активность, чем женщины, при ответе на публикацию.

На вопрос: «Кто, на ваш взгляд, лучше всего решит конфликт, описанный в публикации в социальных сетях и связанный со ссорами, кражей и убийствами?» – респонденты ответили следующим образом: 6 % информантов уверены в том, что старейшина клана лучше всего решает такие вопросы; 59 % опрошиваемых считают, что старейшина клана может сделать это только вместе с судьей, и лишь 35 % респондентов согласились, что подобные конфликты должен решать судья. Это говорит о том, что большинство представителей иракского общества (65 %) считают приоритетным участие старейшины клана в решении проблемы.

В зависимости от уровня образования респондентов ответы выглядели так: 12 % опрошиваемых со средним образованием и 4 % участников опроса с высшим образованием считают, что только старейшина должен решать такие конфликты. Из этого следует, что люди со средним образованием больше доверяют представителям клана, чем законной власти.

Если говорить о гендере опрошиваемых, то 8 % мужчин и 4 % женщин считают, что такие конфликты лучше решит старейшина; 56 % мужчин и 63 % женщин ответили, что это должны делать старейшина и судья вместе; 36 % мужчин и 33 % женщин согласились, что решать такие конфликты должен только судья. Эти цифры показывают, что между мужчинами и женщинами нет значительной разницы в ответах на эти вопросы и они имеют приблизительно одинаковое мнение.

Автор настоящей статьи провел несколько документальных интервью с разными представителями клана в целях выявления оценок, взглядов и сужде-

ний прошлых событий, а также для уточнения фактов. Интервьюируемым стал старейшина Ахмед аль-Джарба. Интерес к его личности обусловлен тем, что он является не только старейшиной клана, но и депутатом парламента. На вопрос о том, к кому лучше обращаться для решения конфликта, Ахмед аль-Джарба ответил следующее: «Судья поможет только в том случае, если конфликт небольшой и несложный. Если проблема большая (между двумя-тремя кланами), тогда ее решить можно только через клан».

Таким образом, даже сами представители государственной власти Ирака не имеют достаточных полномочий, чтобы решать серьезные конфликты без привлечения старейшины клана.

На вопрос: «Подписываетесь ли вы в социальных сетях на страницы представителей вашего клана, где рассказываются новости вашего клана и размещаются анонсы мероприятий?» – респонденты ответили следующим образом: 14 % информантов всегда подписываются; 20 % опрошиваемых иногда подписываются; 17 % людей редко подписываются; 49 % участников опроса никогда не подписываются на такие страницы. Таким образом, большинство респондентов (51 %) подписываются на такие страницы. Это показывает, что в иракском обществе социальные сети способствуют распространению информации о клане.

Что касается пола участников опроса, то 57 % мужчин и 43 % женщин подписываются на страницы представителей клана, а 43 % мужчин и 57 % женщин никогда не подписываются на них.

Если говорить об уровне образования информантов, то 63 % человек со средним образованием и 47 % респондентов с высшим образованием в той или иной степени подписываются на страницы представителей клана; 37 % опрошиваемых со средним образованием и 53 % участников опроса с высшим образованием никогда не подписываются на них. Это показывает, что люди со средним образованием чаще всего подписываются на страницы, на которых публикуются новости и анонсы мероприятий их клана.

Социальные сети стали доминирующим способом проведения досуга в современном обществе. Их влияние на формирование картины мира в условиях открытости информационного пространства постоянно возрастает. Обилие различной информации создает новые проблемы, в частности проблемы качества и отбора информации, а также ее эффективной обработки. Актуальным становится и вопрос манипулирования аудиторией. Тема влияния коммуникаций в социальных сетях на мировоззрение человека привлекает все больше внимания исследователей и общественности.

Социальные сети в иракском обществе являются активным инструментом, распространяющим информацию, связанную с историей, традициями

и обычаями клана в Ираке, что укрепляет и поддерживает его власть и влияние на каждого представителя. Интерактивные СМИ и страницы социальных сетей стали важнейшим институтом,

воздействующим на политическую, социальную и культурную жизнь пользователей, и представляют собой главный канал взаимодействия людей в обществе.

### Библиографические ссылки

1. Данильченко АВ, Якушенко КВ, Потребин АВ. *Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт*. Минск: БГУ; 2015. 343 с.
2. Linton R, editor. *The science of man in the world crisis*. Columbia: Columbia University Press; 1964. 532 p.
3. Касьянов ВВ, Нечипуренко ВН. *Социология интернета*. Москва: Юрайт; 2019. 424 с.
4. Яскевич ЯС. Сетевая философия как предмет методологической рефлексии в контексте вызовов информационного общества. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2017;1:57–62.
5. Отман Мохаммед Марзуг. Влияние культуры иракского общества на социальную коммуникацию, положение, права и свободы женщин. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2022;2:17–21.
6. Муайяд Манфи Мухаммад Шарки. *Роль политико-племенного конфликта в социальной сплоченности в провинции Анбар (социально-антропологическое исследование)* [диссертация]. Багдад: Издательство Багдадского университета; 2014. 284 с. (на араб.).
7. Хиджази Мустафа. *Социальная неразвитость: введение в психологию угнетенного человека*. Марокко: Арабский культурный центр аль-Дар аль-Байда; 2014. 257 с. (на араб.).
8. аль-Судани Алия Абдул-Махди Джассим. *Племенное право и его связь со структурой местных общин с точки зрения племенных лидеров: полевое исследование в городе Багдад* [диссертация]. Багдад: Издательство Багдадского университета; 2017. 178 с. (на араб.).
9. Рашид Асма Джамиль. Механизмы защиты мужского авторитета в племенных конструкциях. *Арабское наследие*. 2019;3(42):52–67 (на араб.).
10. аль-Халед Гассан. *Бюрократия – социологическое прочтение в арабских демократиях*. Бейрут: Форум знаний; 2012. 161 с. (на араб.).
11. аль-Аттия Гассан. *Ирак: происхождение государства 1908–1920*. Атта Абдель-Ваххаба, переводчик. Лондон: Дар аль-Лам; 1988. 512 с. (на араб.).
12. аль-Сагир бин-Аммар. *Научное мышление Ибн Халдуна*. Алжир: Национальный книжный фонд; 1984. 127 с. (на араб.).
13. аль-Джабри, Мухаммад Авед. *Мысль Ибн Халдуна – нетерпимость и государство*. Багдад: Дом общекультурных вопросов; 2007. 300 с. (на араб.).
14. Исаак. *Свет на нетерпимость*. Бейрут: Дом печати и издательства «Амвадж»; 1993. 218 с. (на араб.).

### References

1. Danil'chenko AV, Yakushenko KV, Potrebin AV. *Informatsionnyi rynek i edinoe informatsionnoe prostranstvo: mirovoi kontekst i belorusskii opyt* [Information market and common information space: global context and Belarusian experience]. Minsk: Belarusian State University; 2015. 343 p. Russian.
2. Linton R, editor. *The science of man in the world crisis*. Columbia: Columbia University Press; 1964. 532 p.
3. Kas'yanov VV, Nechipurenko VN. *Sotsiologiya interneta* [Sociology of the Internet]. Moscow: Yurait; 2019. 424 p. Russian.
4. Yaskevich YS. Network philosophy as a subject methodological reflection in the contest call information society. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology*. 2017;1:57–62. Russian.
5. Othman Mohammed Marzoog. The impact of Iraqi society's culture on women's social communication, status, rights and liberties. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2022;2:17–21. Russian.
6. Muayyad Manfi Muhammad Sharqi. *The role of political-tribal conflict in social cohesion in Anbar Governorate (a socio-anthropological study)* [dissertation]. Baghdad: Baghdad University Press; 2014. 284 p. Arabic.
7. Hijazi Mustafa. *Social underdevelopment: an introduction to the psychology of the oppressed man*. Morocco: Arab Cultural Center Al Dar Al Bayda; 2014. 257 p. Arabic.
8. al-Sudani Alia Abdul-Mahdi Jassim. *The tribal law and its relation with the structure of local communities from the point of view of the tribal leaders: a field study in the city of Baghdad* [dissertation]. Baghdad: Baghdad University Press; 2017. 178 p. Arabic.
9. Rashid Asma Jamil. Mechanisms of protecting masculine authority in tribal constructions. *Arab Heritage*. 2019;3(42): 52–67. Arabic.
10. al-Khaled Ghassan. *Bureaucracy – a sociological reading in Arab democracies*. Beirut: Knowledge Forum; 2012. 161 p. Arabic.
11. al-Attiyah Ghassan. *Iraq: the origin of the state 1908–1920*. Atta Abdel-Wahhab, translator. London: Dar Al-Lam; 1988. 512 p. Arabic.
12. al-Sagheer Bin Ammar. *The scientific thinking of Ibn Khaldun*. Algeria: The National Book Foundation; 1984. 127 p. Arabic.
13. al-Jabri, Muhammad Abed. *Ibn Khaldun's thought – intolerance and the state*. Baghdad: House of General Cultural Affairs; 2007. 300 p. Arabic.
14. Isaac. *Lights on intolerance*. Beirut: Amwaj House for Printing and Publishing; 1993. 218 p. Arabic.

Статья поступила в редколлегию 26.10.2022.  
Received by editorial board 26.10.2022.