

УДК 316.613

**Злотин Валерий, Иманов Расим Музаффар оглы****ГОРОДСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ  
СОВРЕМЕННОГО БАКУ**

*Рассмотрение территориальной (городской) идентичности (city identity) плодотворно, по нашему мнению, на основании концепции «воображенной общности» (термин Б. Андерсона), а именно: на основании единства территории проживания, истории и традиций, социокультурного опыта и образа жизни. Важной чертой формирования городской идентичности Баку стало взаимное ознакомление через соседские и дружеские контакты с традициями, национальными и религиозными праздниками (Новруз-байрам, Пасха, Пассах и др.), национальной кухней, а также с табу разных этнических групп.*

**Ключевые слова:** бакинец, бакинцы, городская идентичность, социальный маркер, потребительские практики, толерантность.

**Злотін В., Іманов Р.****МІСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ СУЧАСНОГО БАКУ**

*Розгляд територіальної (міської) ідентичності (city identity) є плідним, на нашу думку, на основі концепції «уяви спільності» (термін Б. Андерсона), а саме: на основі єдності території проживання, історії та традицій, соціокультурного досвіду і способу життя. Важливою рисою формування міської ідентичності Баку стало взаємне ознайомлення через сусідські та дружні контакти з традиціями, національними й релігійними святами (Новруз-байрам, Пасха, Пессах і ін.), національною кухнею, а також і табу різних етнічних груп.*

**Ключові слова:** бакінець, бакінці, міська ідентичність, соціальний маркер, споживчі практики, толерантність.

**Zlotin V., Imanov R.****THE URBAN IDENTITY OF CONTEMPORARY BAKU**

*Consideration of territorial (urban) identity (city identity), fruitfully, in our opinion, based on the concept of «community of imagination» (the*

© Злотин Валерий, Иманов Расим Музаффар оглы, 2014

*term by B. Anderson), namely on the basis of the unity of the territory of residence, history and traditions, socio-cultural practices and lifestyles. An important feature of urban identity formation Baku became mutual acquaintance through neighborly and friendly contacts with the traditions, national and religious holidays (Novruz, Easter, Pessah etc.), national cuisine, as well as the taboo of different ethnic group.*

**Keywords:** *bakili, bakililar, Baku residents, urban identity, social marker, consumer practice, tolerance.*

*Города – это одни из самых устойчивых форм  
людских сообществ  
(тривиальная социологическая мысль).*

Проблема территориальных идентичностей продолжает осмысливаться и концептуализироваться на постсоветском пространстве. Распространенным является понимание территориальной (городской) идентичности (city identity) как восприятие индивидом себя в качестве представителя «воображенной общности» (термин Б. Андерсона) на основании единства территории проживания, истории и традиций, социокультурного опыта и образа жизни.

Место проживания индивида имеет огромное значение для человека и входит в число важнейших параметров повседневного существования личности, наряду с работой, семьей и социальной средой.

Важным индикатором, при помощи которого можно определить социальную принадлежность индивида, его «социальный портрет», является социальный маркер. Социальные маркеры имеют различные формы (одежда, хобби, стиль жизни, имидж, культурные интересы и формы досуга, район проживания и пр.). Бакинец как социальный маркер, «бакинский» стиль жизни, представление о бакинцах как особой «нации», неповторимость города, его особая аура формируется во 2-й половине XX века. Это время оттепели, которое не тождественно современному пониманию свободы. Хотя, как отмечал английский социальный антрополог Э. Геллнер, современное понимание свободы предполагает, что идентичность не предписывается человеку, а появляется в результате выбора.

Предметом нашего исследования стала городская идентичность г. Баку 60-х годов XX в. – начало XXI в. Когда мы используем понятие «современный Баку», то имеем в виду именно период, охватывающий 60-е гг. XX в. – первое десятилетие XXI в.

Баку являлся одним из крупнейших промышленных и культурных центров Советского Союза. В 60-е гг. XX в. тут сформировалась большая (более 1 млн. чел.) полиэтническая и поликультурная социальная общность, в которой были представлены с одной стороны азербайджанцы, которые сами по себе имеют разное, в большей части смешанное этническое происхождение (тюрки, лезгины, талыши, авары, курды, таты, удины и др.), а с другой – представители некоренных Кавказских этносов, эмигрировавших в Баку преимущественно в годы вхождения Азербайджана в состав Российской Империи, и в особенности на волне первого нефтяного бума, начиная с конца XIX века (русские, евреи, грузины, армяне, татары, украинцы, немцы и другие).

Этот набор сформировался неслучайно, а под воздействием определенных факторов. Важнейшими из них стали, во-первых, организованная государством миграционная политика, целью которой было заполнение рабочими и специалистами предприятий тяжелой, оборонной, легкой промышленности. Ведь Баку был не только городом-столицей Азербайджана, но и центром всего Кавказского региона, а особенно Центрального Кавказа. Влияние этого центра распространялось частично на Северный Кавказ и Среднюю Азию (ту часть, что прилегала к Каспийскому морю). Его военное, политическое и экономическое влияние трудно было переоценить.

Во-вторых, стремление огромного количества советских людей жить в климатически комфортном, требующем специалистов в самых разнообразных областях, имеющем солидную социальную инфраструктуру, толерантном (в Баку не имел места антисемитизм) городе. Как отмечал Р. Бадалов, возникло представление о «бакинцах» как особой нации, и, следовательно, отличающихся не только от тех, кто «не азербайджанцы», но и от самих «азербайджанцев» [1].

В «бакинской» субкультуре причудливо сплетались космополитизм, толерантность, уважение к женщинам и старшим, трепетное отношение к детям, важность имиджа, стремление к достижению высоких статусов, гостеприимство и т.д. Генезис этой

субкультуры лежит как в разнообразных этнических культурах, привнесенных в регион, так и специфическом переломлении азербайджанской культуры, ставшей городской культурой в XX веке. Разнообразные социальные практики, присущие большому городу (Баку был одним из крупнейших городов СССР), социализировали большие этнические и возрастные группы, прививали им те нормы и ценности, которые позволяли им успешно функционировать в сложном социуме.

Важной чертой формирования городской идентичности Баку стало взаимное ознакомление и обогащение через соседские и дружеские контакты с традициями, национальными и религиозными праздниками (Новруз-байрам, Пасха, Рамазан-байрам, Курбан-байрам, Пассах и др.), национальной кухней, а также и табу разных этнических групп (оскорбление религиозных чувств, приставание к женщине, использование ненормативной лексики в присутствии старших и женщин). Эти запреты не носили категорического характера, но их нарушение могло привести к серьезным конфликтам и социальным санкциям. Поэтому бакинцы старались не попадать в неприятные ситуации. Особенно, если социальные санкции применялись со стороны старшего поколения.

Не собираясь идеализировать общественную ситуацию в Баку второй половины XX века, необходимо отметить, что многие гости города и туристы отмечали дружелюбие бакинцев, их толерантность, стремление помочь в сложной ситуации, подсказать и даже проводить гостей города, оказавшихся в затруднительном положении.

Важной стороной городской идентичности бакинца были потребительские практики. При том, что дефицит качественных потребительских товаров был повсеместным в Советском Союзе, молодые жители Баку, как и некоторых других городов (Москва, Ленинград, Одесса, Львов, Тбилиси, Таллин и др.) тщательно следили за своей одеждой и внешностью. Идеологическая кампания преследования «стиляг» была реакцией правящего режима на новые потребительские практики молодежи 60-х годов прошлого столетия. Через несколько десятилетий это превратится в «потребительскую революцию».

Безусловно, уровень и качество потребления определяется местом потребителя в социальной структуре. Поэтому лучше

всего были «экипированы» студенты, дети представителей номенклатуры и торговых работников. Но даже молодые рабочие, служащие и дети социально незащищенных слоев населения значительную часть своих доходов направляли на покупку если не самых модных, то дорогих и красивых образцов одежды, обуви, аксессуаров и даже ювелирных изделий. Быть хорошо одетым и ухоженным было очень важно для бакинской молодежи.

Кроме того, те, кто был «продвинут» в потреблении, считался в общественном мнении преуспевшим в жизни (получил высшее образование, имеет высокий социальный статус или большие доходы). Это значит, что человек самореализовался, что в Баку было очень важно для парня или девушки.

Другой важной чертой бакинской идентичности была высокая культура поведения. Дети воспитывались, социализировались в разных семьях и социальных кругах, но уважительное отношение к старшим, запрет на использование на публике ненормативной лексики, табу на оскорбление молодого человека, находящегося в обществе девушки, готовность помочь людям, оказавшимся в затруднительном положении, доброжелательность – все это нормативно закреплено в «социокультурном коде» жителя Баку до сегодняшнего дня.

Память о жизни в Баку сохраняется в сознании многих бакинцев, которые проживают в настоящее время в 178 странах мира. Общение через социальные сети, создание виртуальных сообществ людей, родившихся или проживавших в Баку, независимо от их этноса, возраста и социального положения, свидетельствует о том, что «дух места» или *Genius loci* (Вергилий), является частью их социокультурного опыта и образа жизни.

#### **Основные выводы:**

1. Проблема территориальных идентичностей продолжает осмысливаться и концептуализироваться на постсоветском пространстве. Распространенным является понимание территориальной (городской) идентичности (*city identity*) как восприятие индивидом себя в качестве представителя «воображенной общности» (термин Б. Андерсона) на основании единства территории проживания, истории и традиций, социокультурного опыта и образа жизни.

2. Место проживания индивида имеет огромное значение для человека и входит в число важнейших параметров повседневно-

го существования личности, наряду с работой, семьей и социальной средой.

3. Для территориальной идентичности бакинца важнейшее значение имело то, что называется «духом места», или *Genius loci* (Вергилий). Быть бакинцем было, не просто проживать в крупнейшем южном городе Советского Союза, но и принадлежать к особой статусной группе, которая давалась жителям нескольких крупнейших городов страны (Москва, Ленинград, Киев, Рига, Одесса и некоторые другие). Такая принадлежность позволяла получить определенные преимущества, которых были лишены жители многих населенных пунктов СССР. Это высококвалифицированная работа, престижное образование (в т.ч. по редким специальностям), способы проведения досуга, возможность приобрести не всегда доступные для других товары народного потребления, наличие разных референтных групп, красивая ландшафтная среда (парки, бульвары, набережные) и пр.

### **Литература:**

1. Бадалов Р. Баку: город и страна / Р. Бадалов // Азербайджан и Россия: общества и государства ; под ред. Д. Е. Фурмана. – М., 2001. – С. 256.