

# ОМСК

Эксперт – социолог Алексей Фирсов.

Проект Незыгаря и [ЦСП «Платформа»: Социологические портреты городов.](#)

В Омске отчетливо заметны два специфичных стереотипа, которые служат источником ироничных мемов и зачарованной ностальгии. Первый – город стал образцом негативного самокодирования. Многие годы жители убеждали себя, что живут в очень плохом месте. Можно сказать, невыносимом. Эта уверенность проявлялась на всех уровнях – от таксистов до региональной интеллигенции. Возникло спиральное завихрение – чем больше люди убеждают себя в негативе, тем глубже верят в это и, как следствие, еще активнее убеждают.

Для внешних исследователей такая мнительность казалась аномальной. По уровню ВРП на душу населения город, действительно, бедноват в линейке сибирских центров (причиной является его оторванность от крупных территориальных кластеров и низкая развитость МСП). Но, во-первых, мы знаем ряд городов со схожими показателями, где нет подобных настроений, во-вторых, и фатального разрыва с другими регионами здесь нет. Да, Красноярск богаче, но экологическая проблема там ощущается гораздо серьезней. Омск не прошел через градостроительную катастрофу по типу Новосибирска – центр не испорчен безвкусным девелопментом, и даже улучшен. Промышленный потенциал здесь гораздо серьезней, чем в Томске. Поэтому, если искать причины такой внутренней боли, то речь идет о психосоматике.

Второй стереотип – ретроутопия, миф о золотом веке, связанном с советским прошлым. Коллективное сознание в поисках идеала обращено не к будущему, а к прошлому. В этом смысле оно ближе к архаике, чем к модерну. А в синтезе с фактором негативного самокодирования это делает ситуацию особенно сложной. Отдельный случай – кейс компании «Сибнефть», которая до покупки «Газпромом» принадлежала Роману Абрамовичу и была зарегистрирована в Омске. Перед продажей прежние собственники выплатили себе огромные дивиденды; как следствие, на город пролился золотой дождь в виде налогов от этих выплат. Этот случайный дар произвел глубокое впечатление. «Вот было время», – вздыхают старожилы.

Настроения – вопрос принципиальный. К сожалению, у нас редко оценивают фактор региональной пассионарности, которая может стать реактором изменений. Если реактор гаснет, никакие инвестиции делу уже не помогут. В Омске пробудить локальный патриотизм сейчас пытается бизнес. Коммуникационный проект «Омск – в самое сердце», запущенный «Газпром нефтью», по моему убеждению, является одним из лучших образцов поддержки территориального бренда. Программа вытягивает в публичное пространство, эстетизирует и объединяет в одну композицию точки особой региональной гордости, которые здесь действительно есть. Спортивная школа Шлеменко, талантливые дизайнерские студии, своя театральные школы, своя уникальная промышленность – есть козыри. Но в общественных дискуссиях они часто остаются в колоде. Фактор, мешающий выйти из ловушки стереотипов – патернализм, ожидание, что все проблемы города должна решить крупная промышленность. Такое ожидание уже не соответствует экономике 21-го века, когда ищут более сбалансированные и устойчивые модели за счет новых секторов и малого бизнеса. Что нужно делать в такой ситуации? Максимально культивировать каждое проявление экономической активности, относиться к каждой точке роста как к уникальному явлению. Выйти на уровень реального диалога с городскими сообществами. Воспринять стратегию трансформации города не как

бюрократический документ, а как коллективное усилие всей среды.