

# Panevėžio kultūros išteklių vaidmuo formuojant miesto įvaizdį

Ieva Ucinavičiūtė,

Regina Prapiestienė

Vilniaus universitetas,  
M. K. Čiurlionio g. 21/2,  
03101 Vilnius, Lietuva  
El. paštas: [ieva.ucinaviciute@gf.stud.vu.lt](mailto:ieva.ucinaviciute@gf.stud.vu.lt);  
[regina.prapiestiene@gf.vu.lt](mailto:regina.prapiestiene@gf.vu.lt)

Ucinavičiūtė I., Prapiestienė R. Panevėžio kultūros išteklių vaidmuo formuojant miesto įvaizdį. *Geologija. Geografija*. 2017. T. 3(3). ISSN 2351-7549.

Miesto įvaizdis šiuolaikiniame pasaulyje yra svarbus daugeliu aspektų. Jis reikšmingas norint pritraukti naujų investicijų, gyventojų ar turistų, tai lemia sėkmingą miesto plėtrą. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad įtakos įvaizdžiui gali turėti daugelis veiksnių. Tai ir fiziniai miesto aplinkos elementai, žiniasklaidos pranešimai viešojoje erdvėje, taip pat kitų asmenų nuomonė ar miesto įžymybės. Panevėžys praeityje garsėjo įvairiais kultūros išteklių: teatrų veikla, švietimo įstaigomis, meno ir muzikos kolektyvais, jame yra nemažai paveldo objektų. Tinkamai reprezentuojami kultūros išteklių taip pat gali tapti viena priežasčių, garsinančių miestą. Šiame darbe bandyta išsiaiškinti, kokie Panevėžio miesto išteklių yra reikšmingi formuojant jo įvaizdį, koks miestas atrodo jo gyventojams ir ar kultūros išteklių turi tam įtakos.

**Raktažodžiai:** kultūra, kultūros išteklių, miesto įvaizdis, įvaizdžio formavimas, įvaizdžio formavimo veiksniai

## ĮVADAS

Šiuolaikiniame globaliame pasaulyje miestams sėkmingai vystytis ir konkuruoti rinkoje tampa vis aktualiau. Susikurtas ir pristatomas miesto įvaizdis yra svarbus kriterijus vartotojams priimant sprendimus kur apsigyventi, išvykti atostogų, ieškoti darbo ar pramogų galimybių. Tai, kokią informaciją apie miestą yra girdėjusi ir kaip ją įsivaizduoja tikslinė auditorija, pavyzdžiui, paslaugų vartotojai, potencialūs partneriai, investuotojai, verslo klientai, turistai ir t. t., yra reikšminga miesto ekonominei, socialinei, demografiniai sėkmei. Konkurencija tarp miestų didelė, todėl laimi tie, kurie žino, kaip išnaudoti savo geriausius bruožus, juos reprezentuoti, išsiskirti iš kitų panašaus dydžio ar statuso miestų.

Kartais gali būti sunku teisingai suprasti, kas yra tas miesto įvaizdis, kas jį kuria ir į ką reikėtų atkreipti dėmesį norint patraukliai jį formuoti. Įvaizdžio konsultantė viename interviu teigia, kad įvaizdį galima apibūdinti kaip visuotinai vyraujantį stereotipą apie tam tikrą objektą, kuris yra neatsiejamas bei privalomas norint būti populiarium, svarbiam, vertinamam. Įvaizdis nebūtinai kuriamas specialiai, sąmoningai, tačiau bet koks objektas ar žmogus turi tam tikrą „veidą“, kuris yra žinomas ar atpažįstamas (Albrechtaitė-Lingienė, 2012).

Turbūt įtakingiausi yra Kevino Lyncho atlikti moksliniai tyrimai įvaizdžio formavimosi srityje. Šis urbanistikos ir planavimo specialistas teigia, kad žmonės, suvokdami miestų aplinką, susistematina juos į pasikartojančius elementus, tokius

kaip keliai (angl. *paths*), kraštai (angl. *edges*), rajonai (angl. *districts*), mazgai (angl. *nodes*) ir orientyrai (angl. *landmarks*) (Lynch, 1960). Šie elementai bei juos supanti aplinka geriausiai įsimena žmonėms, nes esant šalia jų yra priimami reikšmingi sprendimai, kas priverčia žmones labiau sutelkti dėmesį į aplinkos detales ir aiškiau ją suvokti.

Amerikiečių marketingo specialisto Philipo Kotlerio nuomone, miestai gali naudotis savo susikurtu prekiniu ženklu, norėdami skleisti tam tikrą žinią tikslinėms auditorijoms. Pirmas žingsnis kuriant miesto prekinį ženklą yra miesto įvaizdžio nustatymas. Įvaizdis yra įsitikinimų, idėjų ir išpūdžių rinkinys, kurį tam tikras asmuo turi susidaręs apie miestą. Todėl įvaizdis, pasak autoriaus, yra psichinis miesto vaizdas žmogaus mintyse, kurį kiekvienas asmuo susikuria individualiai. Suprasti tokius psichinius vaizdus svarbu, nes žmonių požiūris ir veiksmai tam tikrame mieste yra nulemti būtent to miesto įvaizdžio (Gilboa ir kt., 2014).

Savo išskirtinį ir gerai visiems žinomą įvaizdį turi suformavę tiek daugelis pasaulio, tiek Lietuvos miestų. Varžomasi, kuriuose miestuose geriausia gyventi, atostogauti, įgyti kokybišką aukštąjį išsilavinimą ir pan. Ne visų miestų įvaizdis yra patrauklus visuomenei, kartais kai kurie miestai laikomi nesaugūs, pavojingi, į kuriuos geriau visai nevykti. Taip yra todėl, kad įvaizdis gali susiformuoti ir to specialiai nesiekiant, priklausomai nuo aplinkos veiksnių (klimatas, ekonominė situacija, kariniai konfliktai ir t. t.). Tačiau tai vis tiek turi įtakos miestų populiarumui, jų egzistencijai ir plėtrai.

Su Lietuvos miestais situacija panaši: vieni vertinami palankiau nei kiti, kai kurie sulaukia didesnių turistų srautų, o kartu ir daugiau pajamų, verslo investicijų, migracijos srautai taip pat tendencingi – iš vienu miestų daugiau išvažiuojama, į kitus atvažiuojama gyventi, dirbti, pramogauti. Šiame moksliniame darbe analizuojamas Panevėžio miesto įvaizdis, siekiama išsiaiškinti, kokie veiksniai jam turi daugiausia įtakos. Nors atsižvelgiama į daugelį miesto aplinkos aspektų, įvairius miesto erdvės objektus, gilinamasi, ar miesto kultūros, kultūros paveldo ištekliai reikšmingai prisideda prie jo formavimo.

Toks tyrimo objektas pasirinktas ne atsitiktinai. Kultūros paveldas šiuolaikiniame pasaulyje

tampa vis labiau aktualus. Jis yra svarbus tiek miestų, tiek natūralių gamtinių šalies teritorijų traukos objektas. Taip garsinama vietovė, pritraukiama į ją investicijų, darbo jėgos. Kultūrinis turizmas yra daugelio miestų ir jų gyventojų pagrindinis pragyvenimo šaltinis, išsigelbėjimas, jei vietovėje neįmanoma pramonės ar žemės ūkio plėtra. Dėl kultūrinių išteklių formuojama tiek miesto gyvenamoji erdvė, tiek žmonių savimonė, jų tapatumas. Šiais laikais vis labiau kinta supratimas ir kultūros paveldo panaudojimas miestuose, pavyzdžiui, pramoninėse teritorijose, kur buvo vykdoma gamyba, o dabar likę tik tušti, neestetiški pastatai, organizuojamos ekskursijos, driekiasi turistiniai maršrutai, juose įkuriamas tam tikros tematikos muziejus. Išlikęs kultūrinės praeities paveldas, apgalvotai naudojamas ir originaliai pristatomas, yra tinkamas laisvalaikiui praleisti, naujoms verslo idėjomis formuoti (Robinson, 2009).

## PANEVĖŽIO MIESTO ĮVAIZDŽIO TYRIMO METODIKA

Darbo tyrime analizuojamas kultūros išteklių indėlis į Panevėžio miesto įvaizdžio formavimą. Pasirinktas lyginamosios analizės metodas. Nagrinėjami įvairūs straipsniai, leidiniai, susiję su miesto istorija, taip pat informacijos ieškota kultūros įstaigų interneto portaluose. Analizei pasirinktas laikotarpis iki 1990 m. ir po jų, nes tuo metu stipriai keitėsi tiek ekonominė, tiek politinė situacija Lietuvos miestuose, buvo atkurta šalies nepriklausomybė, todėl pasikeitė ir miesto kultūrinis gyvenimas, radosi daug naujų įmonių, įstaigų, užsiimančių įvairia kultūrine veikla. Tai galėjo turėti įtakos keičiantis ir visuomenės nuomonei apie Panevėžio miestą.

Atlikus šią lyginamąją analizę buvo parengta 15 klausimų anketa, apklausti Panevėžio miesto ir rajono gyventojai tiek internetinėje erdvėje, tiek gyvai. Anketai platinti pasitelktas „sniego gniūžtės“ principas, kada apklausos atlikėjas pasirenka kelis jam lengvai pasiekiamus tiriamuosius, išdalina anketas, o šie pasiūlo jas dar kitiems potencialiems tiriamiesiems.

Anketoje pateiktus klausimus galima suskirstyti į keturias grupes. Pirmosios grupės klausimai skirti išsiaiškinti kontaktinę informaciją apie respondentą: ar jis gyvena Panevėžio miesto, ar

rajono savivaldybėje; kiek laiko ten gyvena; kokia jo lytis, amžius ir profesinė veikla. Tai naudinga aiškinantis apklaustųjų atsakymų dėsningumus. Antrosios grupės klausimai buvo skirti nustatyti, kokie yra reikšmingiausi įvaizdžiai apie Panevėžio miestą formuojantys veiksniai. Likerto skalės principu (Likert..., 2006) buvo suformuluoti klausimai, prašyta įvertinti tam tikrus miesto fizinius, ekonominius ar kultūrinius reiškinius, atsakymams pasirenkant variantus nuo „vertinu labai gerai“, „vertinu gerai“, „vertinu vidutiniškai“ iki „vertinu blogai“, „vertinu labai blogai“ ir „neturiu nuomonės“. Šie klausimai padėjo išsiaiškinti, kas mieste vertinama geriausiai, kas prasčiausiai, kas labiausiai lemia miesto įvaizdį. Trečioji grupė klausimų padėjo atskleisti, koks Panevėžio miesto įvaizdis respondentams jau yra susiformavęs, buvo prašoma įvertinti (Likerto skalės principu), koks yra miesto įvaizdis Lietuvoje ir apskritai koks, respondentų nuomone, yra Panevėžio įvaizdis.

Vieni iš svarbiausių anketoje buvo ketvirtosios grupės klausimai apie įvaizdžiui miesto kultūros išteklių daromą įtaką. Pavyzdžiui, respondentų buvo prašoma pažymėti labiausiai, jų nuomone, Panevėžį garsinančius kultūros išteklius. Taip siekta išsiaiškinti labiausiai garsinančius ir reprezentuojančius Panevėžį kultūros išteklius, kurie, didelė tikimybė, turi įtakos miesto įvaizdžio formavimui. Taip pat anketoje respondentai žymėjo kultūrinius renginius, įžymius asmenis bei kultūros objektus, kurie, jų įsitikinimu, „labai garsina“ miestą, „mažai garsina“ arba yra „visai nesusiję su miestu“. Šis klausimas buvo reikalingas aiškinantis asociacijas su Panevėžio miestu, daug ar mažai renginių / objektų / asmenybių reprezentuoja miestą.

Pasitelkus statistinį ir loginį tyrimo metodus anketinės apklausos rezultatai buvo apdoroti ir išanalizuoti. Statistinio ir kartografinio tyrimo metodų pagalba rezultatai pateikti įvairių formų vaizdine medžiaga: lentelėmis, paveikslėliais, kartoschemomis.

## TYRIMO REZULTATAI

### Miesto kultūrinė erdvė iki 1990-ųjų ir vėliau

Pasak įvairių istorinių šaltinių, iki 1990 m. kultūrinė sfera mieste klestėjo. Ona Maksimaitienė

knygoje apie Panevėžio miesto istoriją užsimena apie aktyvią švietimo įstaigų kultūrinę veiklą, išugdžiusią daug to meto visuomenės veikėjų, bendruomeninių kolektyvų, garsinusių miestą kultūros srityje, pavyzdžiui, švietimo draugijos „Saulė“, „Rytas“, „Žiburys“, Gimtajam kraštui ginti draugija, kuri vėliau įsteigė Kraštotyros muziejų, ir kt. (Maksimaitienė, 2003). Panevėžio miesto istorija neatsiejama ir nuo jo teatrinės kultūros formavimosi. Miesto unikalios kultūros įstaigos – lėlių vežimo teatras, muzikinis teatras – buvo svarbūs traukos objektai žmonėms iš visos Aukštaitijos, o teatro vadovas J. Miltinis spektakliais garsino Panevėžį už Lietuvos ribų. Panevėžyje nuo seno buvo žinoma kino mėgėjų draugija, kurios sukurti mėgėjiški filmai Sovietų Sąjungoje buvo vieni geriausių (Dranseikaitė, 2011).

Po 1990-ųjų mieste įsikūrė kelios naujos kultūros įstaigos, pavyzdžiui, teatras „Menas“, meno galerijos, muziejai, kurios vykdo kultūrinės, edukacinės ar pramoginės veiklas. Jos organizuoja daugelį vietinių ir tarptautinių renginių, kurie yra konkurencingi kitiems Lietuvos renginiams, puikiai reprezentuoja Panevėžio miestą. Kultūros plėtros studijoje (*Panevėžio miesto kultūros...*, 2012) įvardijama daugelis tarptautinio masto kultūros renginių: keramikos ir akmens skulptūrų simpoziumai, kamerinių spektaklių festivaliai, lėlių teatrų festivalis „Lagaminas“ ir kt. Galima teigti, kad po 1990 m. kultūrinė sfera pakito, tapo įvairesnė, labiau globali, plačiau sklaidžianti informaciją apie Panevėžį.

### Anketinės apklausos bendroji informacija

Iš viso anketinės apklausos atsakymus pateikė 188 respondentai. Didžioji dalis respondentų – moterys, jų dalyvavo 141 (75 %), vyrų – 47 (25 %). Pagal amžiaus grupes tyrime daugiausia dalyvavo 18–27 metų jaunimas (71 respondentai, arba 37,8 %) ir vyresni darbingo amžiaus žmonės (101 respondentas, arba 53,7 %). Nedidelę dalį apklaustųjų sudarė jaunimas iki 18 metų (6 apklaustieji, 3,2 %) bei pensinio amžiaus žmonės – nuo 64 metų ir daugiau (10 apklaustųjų, 5,3 %).

Išanalizavus tyrime dalyvavusius respondentes pagal gyvenamąją vietą paaiškėjo, kad didžioji dalis jų gyvena Panevėžyje (137 apklausos dalyviai, 72,9 %), ketvirtadalis apklaustųjų buvo iš Panevėžio rajono savivaldybės (48, arba 25,5 %),

trys apklaustieji savo gyvenamajai vietai apibūdinti pasirinko atsakymo variantą „kita“.

## MIESTO ĮVAIZDĮ FORMUOJANTYS VEIKSNIAI

Analizuojant kultūros išteklių įtaką miesto įvaizdžiui pirmiausia buvo išsiaiškinta, kokie bendri veiksniai lėmė tam tikrą respondentų nuomonę apie Panevėžį. Apklausoje buvo pateikta daug skirtingų miesto visumos elementų ir prašoma pažymėti, kaip respondentai juos vertina. Panaudotas Likerto skalės principas (*Likert scaling*, 2006), kai respondentai, vertindami įvairius aspektus, turi galimybę pasirinkti iš variantų „labai gerai“, „gerai“, „vidutiniškai“, „blogai“, „labai blogai“, „nežinau“. Pagal tai galima spręsti, kas, apklaustųjų nuomone, labiausiai formuoja Panevėžio miesto įvaizdį. Daugiausia teigiamų vertinimų surinko miesto geografinė padėtis, žaliosios erdvės, parduotuvės ir prekybos centrai, galimybė sportuoti mieste, įžymūs Panevėžio žmonės. Šiuos kriterijus respondentai laiko labiausiai reprezentuojančiais miestą.

2014–2020 m. Panevėžio miesto plėtros strateginiame plane miestas apibūdinamas kaip esantis patogioje geografinėje padėtyje, kur susikerta kelios svarbios automagistralės, viena jų – tarptautinė Via Baltica, jungianti Panevėžį su Vilniumi ir Latvijos sostine Ryga, taip pat miestą kerta geležinkelio linija. Šie miesto privalumai teikia jam didesnę vertę ir gali prisidėti prie įvaizdžio gerinimo (*Panevėžio miesto plėtros...*, 2013). Plane taip pat teigiama, kad mieste gerai išplėtotas prekybos įstaigų tinklas, 2011 m. buvo 664 mažmeninės prekybos įstaigos, kartu su maitinimo, maisto prekių, drabužių, avalynės ir kitų prekių parduotuvėmis (*Panevėžio miesto plėtros...*, 2013). Panevėžio Turizmo ir informacijos centras nurodo Panevėžyje esančius prekybos ir pramogų centrus, kuriuose aktyviai lankosi ne tik miesto gyventojai, bet ir atvykstantys svečiai. Juose galima rasti įvairaus pobūdžio parduotuvių ir paslaugų.

Panevėžys jau seniai garsina savo vardą prapaguodamas įvairias sportines veiklas. Lietuvos sporto statistikos metraštis pateikia informaciją apie 2014 m. Lietuvos savivaldybių sporto bazes. Pagal jį, Panevėžio miesto teritorijoje yra nemažai sportine veikla užsiimti tinkamų vietų: trys sporto kompleksai, viena sporto arena, penki stadio-

nai, lengvosios atletikos maniežas, du baseinai, 32 įvairaus dydžio sporto salės, dviračių trekas, aerodromas, irklavimo sporto bazė, 22 krepšinio aikštelės ir t. t. (*Lietuvos sporto...*, 2015).

Panevėžyje didelį rekreacinį potencialą turintys želdynų plotai išsidėstę abipus Nevėžio upės krantų, ši teritorija miesto želdynų tvarkymo specialiajame plane vadinama Panevėžio žaliaja ašimi (*Panevėžio miesto želdynų...*, 2013). Kairiajame upės krante yra Skaistakalnio, Senvagės, Kultūros ir poilsio bei Nevėžio slėnio pievų parkai. Dešiniajame krante tęsiasi Berčiūnų, Nevėžio upės pakrantės miško ir pievų parkai. Didžiausi želdynų plotai išsidėstę centrinėje miesto dalyje, jie labiausiai prižiūrimi. Patrauklumo žaliosioms erdvėms suteikia įvairūs menininkų sukurti paminklai, skulptūros, mažosios architektūros elementai, tokių yra Senvagėje bei centriniuose skveruose. Tai pastebėjo ir įvertino respondentai.

Apklauskos dalyviai buvo prašomi įvertinti ir miesto kultūrinį gyvenimą. Šio darbo tyrimui tai svarbu, kadangi aiškinamasi, ar didelę įtaką miesto įvaizdžiui turi kultūra ir kultūros ištekliai. Kaip buvo užsiminta straipsnio metodikoje, Panevėžyje nuo seno egzistavo ir iki šiol tebėra nemažai įstaigų, kurios vykdo kultūrinės, edukacinės ar pramoginės veiklas miesto gyventojams. Tai itin svarbus kultūrinis išteklius, nes organizuojami ir vietiniai, ir tarptautiniai renginiai. Iš 188 apklausoje dalyvavusių žmonių 71 kultūrinį miesto gyvenimą įvertino „gerai“, 87 – „vidutiniškai“. Vadinasi, didžiajai daliai respondentų jų nuomone apie miesto įvaizdį tampriai susijusi su miesto kultūrinio gyvenimu, tačiau šiuo aspektu žmonės nėra visiškai patenkinti dabartine situacija, galbūt patys nepakankamai domisi šia sritimi arba trūksta informacijos viešojoje erdvėje.

Likę elementai labiau prisideda prie neigiamo įvaizdžio formavimo. Itin daug vertinimų „vidutiniškai“ sulaukė gyventojų mentalitetas, saugumas mieste, keliai, ekonominė padėtis. Lietuvoje Panevėžys buvo pagarsėjęs nusikalstama veikla užsiimančių grupuočių gausa, įvairiais kriminaliniais įvykiais, kas tiek gyventojams, tiek asmenims iš Panevėžio rajono suformavo nesaugios vietos įvaizdį, išlikusį iki šiol. Apklausa rodo, kad panevėžiečiai patys vertina miesto gyventojų kultūrą, charakterį gana neigiamai, mentalitetas nuo sovietinių laikų labai nepasikeitė, nekuria malonaus miesto įspūdžio.

Kelių būklė, apklausos duomenimis, yra prasta, todėl kelionės mieste yra nekomfortiškos, gadina ir miesto įvaizdį. Pasitvirtina minėto urbanisto Kevino Lyncho pateikta teorija, kad žmonės, suvokdami miestų aplinką, ypač atkreipia dėmesį į vieną iš šešių elementų – miesto kelius. Keliai – tai elementai, kuriais judama, kartu stebima aplinka, su ja susipažįstama, todėl jei keliai nekokybiški, trukdo žmogui tinkamai suvokti aplinką, ir pirmas išpūdis įvažiuojant į miestą nebus teigiamas (Lynch, 1960).

Neigiamą vertinimą dėl miesto ekonominės padėties galėjo nulemti ir bendra Lietuvos ekonominė situacija, maži žmonių atlyginimai, sunkumai ieškantis darbo. Respondentų nuomonė sutampa su prekinio ženklo eksperto Simono Anholto paskelbtomis šešiomis įvaizdžio formavimo dimensijomis. Viena jų – miesto potencialas, ekonominės ir švietimo galimybės mieste. Autoriaus teigimu, tai vienas iš svarbiausių aspektų kuriant patrauklų miesto įvaizdį (Anholt, 2006). Todėl tai, kad respondentai šią sritį vertina prastai, reiškia, kad Panevėžio įvaizdžiui ekonomika ir švietimo perspektyvos daro neigiamą įtaką.

Tyrimo metu išsiaiškinta, kas, respondentų manymu, atsakingas už suformuotą dabartinį miesto įvaizdį. Didžioji dalis apklaustųjų nusprendė, kad *miesto valdžia* yra labiausiai atsakinga už tinkamo įvaizdžio formavimą (45,6 % apklaustųjų). Nemažai manančiųjų, kad reikšmingą įtaką turi ir patys *miesto gyventojai*, taip teigia 31,4 % respondentų. *Visuomeninėms organizacijoms* atsakomybę už miesto vardo ir įvaizdžio kūrimą priskyre 14,5 %, o žiniasklaidai – 7,1 % apklaustųjų. Tai rodo žmonių sąmoningumą – jie supranta, kad nuo kiekvieno gyventojų pastangų priklauso, kaip jie patys jausis mieste, ką gero padarys miestui, kad išspręstų jo problemas bei prisidėtų prie teigiamo Panevėžio įvaizdžio formavimo.

## PANEVĖŽIO MIESTO ĮVAIZDIS

Siekiant nustatyti, koks yra kultūros išteklių vaidmuo miesto įvaizdžiui, pirmiausia buvo išsiaiškinta bendra gyventojų nuomonė apie miestą. Tyrime dalyvavę apklaustieji įvertino Panevėžio miesto įvaizdį Likerto skalės principu (*Likert scaling*, 2006) nuo „labai gerai“ iki „labai blogai“. Daugiau nei pusė apklaustųjų (105, arba 56,4 %)

mano, kad miesto įvaizdis vidutiniškas, 11,2 % (22 respondentai) teigia, kad įvaizdis blogas, 3,2 % (6 respondentai) – kad labai blogas. Teigiamą nuomonę išreiškė žymiai mažiau respondentų – 27,7 % (48 apklaustieji).

Toks vertinimas gana abstrakčiai apibūdina respondentų nuomonę apie miesto įvaizdį. Vertinant konkrečiau, tyrime dalyvavę asmenys iš pateiktų teiginių apie Panevėžio miestą rinkosi, su kuriais sutinka, su kuriais ne (žr. lentelę). Lentelės duomenys rodo, koks ir su kokiais miesto aplinkos aspektais susijęs Panevėžio miesto įvaizdis yra priimtinausias respondentams. Paryškinti skaičiai reiškia, kad teiginį įvertino daugiau nei pusė apklaustųjų. Spalvos intensyvumas simbolizuoja reikšmes nuo mažiausia atsakiusiųjų (šviesiausia spalva) iki daugiausia (ryškiausia spalva).

Respondentai dažniausiai sutiko su šiais teiginiais: Panevėžys – žalias miestas, turintis daug gamtos; Panevėžys – sporto miestas ir miestas su mažai darbo vietų. Šiuos teiginius pasirinko daugiau nei pusė apklausos anketą užpildžiusių asmenų. Du pirmi teiginiai rodo, kad gyventojų susidarytas įvaizdis apie miestą gana teigiamas: graži gamta, kurioje galima poilsiauti, o sporto užsiėmimai laisvalaikiu yra vieni iš didžiausių Panevėžio privalumų, gana svarbūs miesto traukos veiksniai. Nuomonė, kad mieste mažai darbo vietų, greičiausiai susijusi su anksčiau minėta prasta ekonomine miesto padėtimi, Panevėžio patrauklumą menkina. Vienas iš svarbiausių aspektų, galinčių pritraukti naujų gyventojų į miestą, tai darbo paieškos, o vyraujant nuomonei, kad mieste sunku rasti darbą, neigiamai paveikiami migracijos srautai į miestą.

Didelė dalis (83 atsakiusieji) sutinka su teiginiu, kad Panevėžys – Aukštaitijos kultūros centras. Miestas jiems asocijuojasi su kultūros renginių ir veiklos gausa, be to, jau nuo seno, net ir prieš Lietuvos nepriklausomybės atkūrimą, aplinkinių gyventojus į miestą traukdavo jame esančios kultūros įstaigos – teatrai, kinas, bibliotekos ir kt. Tokia vyraujanti respondentų nuomonė yra labai didelis plusas Panevėžiui, kuris ateityje turėtų orientuotis į kultūros išteklių gerinimą, tai būtų kaip priemonė patrauklesniam įvaizdžiui formuoti. Be to, respondentų atsakymai parodė, kad kultūros ištekliai miesto įvaizdžiui yra labai reikšmingi.

Lentelė. Teiginiai ir jų vertinimo rezultatai

Table. Statements about Panevėžys city and evaluation results

	Visiškai sutinku <i>Strongly agree</i>	Sutinku <i>Agree</i>	Nežinau <i>Do not know</i>	Nesutinku <i>Disagree</i>	Visiškai nesutinku <i>Strongly disagree</i>
1. Panevėžys – pramonės miestas / <i>Industrial city</i>	36	52	30	65	5
2. Panevėžys – patrauklus miestas turistams <i>Attractive tourists city</i>	5	23	51	90	19
3. Panevėžys – puikus miestas gyventi ir dirbti <i>Perfect city to work and live</i>	16	77	37	49	9
4. Panevėžys – Aukštaitijos kultūros centras <i>Cultural centre of Aukštaitija region</i>	43	83	22	32	8
5. Panevėžys – žalias, gamtiškas miestas <i>Green, natural city</i>	27	97	20	31	12
6. Panevėžys – puikus miestas pramogauti <i>Great place to entertain</i>	6	45	40	75	22
7. Panevėžys – sporto miestas <i>City for sport activities</i>	21	94	35	32	6
8. Panevėžys – verslo galimybių miestas <i>City for business</i>	6	41	61	58	21
9. Panevėžys – saugus ir ramus miestas <i>Safe and quiet city</i>	5	48	44	81	9
10. Panevėžys – miestas su mažai darbo vietų <i>City with lack of jobs</i>	45	94	26	21	2
11. Panevėžys – sovietinės išvaizdos miestas <i>City look reminds of soviet times</i>	24	45	35	71	12
12. Panevėžys – miestas, garsėjantis nusikalstamumu <i>Known as a crime city</i>	22	64	30	64	6

Su teiginiu, kad miestas patrauklus turistams, 90 užpildžiusių apklausą asmenų pareiškė nesutinkantys su šiuo teiginiu. Respondentai mano, kad turistams nėra ką Panevėžyje pamatyti. Panevėžio miesto savivaldybės 2017–2019 m. veiklos plane (*Panevėžio miesto savivaldybės...*, 2017) pateikiama informaciją, kad užsienio turistai 2016 m. sudarė 24 % Turizmo informacijos centro lankytojų. Be to, atvykstančių į miestą užsieniečių skaičius po truputį auga, tačiau miestas vis dar nėra pakankamai patrauklus, koks galėtų būti. Su teiginiu, kad Panevėžys – puikus miestas pramogauti, nesutiko net 75 respondentai, 22 visiškai nesutiko. Pramogos yra viena iš priežas-

čių, kodėl vykstama į didesnius miestus, tikimasi platesnio spektro laisvalaikio praleidimo būdų, įdomias paslaugas siūlančių įstaigų. Atrodo, kad apklaustieji nemato galimybių Panevėžyje maloniai leisti laisvalaikį.

Su teiginiu, kad Panevėžys – sovietinės išvaizdos miestas, kuriame yra daug kraštovaizdyje išsiskiriančių sovietinio stiliaus pastatų, nenorėjo sutikti 71 apklausos dalyvis. Tai galima vertinti kaip patrauklaus miesto bruožą, kadangi žmonės nemano, kad miesto aplinka primena sovietinius laikus. Jiems miestas – gražus, modernus, šiuolaikiškas, miesto aplinka žmones tenkina. Nors Panevėžyje iki šiol yra išlikę nemažai sovietinių

laikmetį menančių objektų, pavyzdžiui, Santuokų rūmai, kino teatras „Garsas“, Sporto rūmai, respondentai to neakcentuoja ir bendros miesto išvaizdos nevadina sovietine.

### KULTŪROS IŠTEKLIŲ REIKŠMĖ PANEVĖŽIO MIESTO ĮVAIZDŽIUI

Respondentai vertino, ar Panevėžyje yra pakankamai kultūros išteklių. Gauti rezultatai nevienareikšmiški: beveik po lygiai pasiskirstė respondentų vertinimas „ne“ ir „tikriausiai“, atitinkamai 36,7 ir 36,2 %. Taigi, dėl kultūros išteklių kiekio mieste gyventojų nuomonė nėra vieninga. Pusė respondentų abejoja, kad kultūros išteklių Panevėžyje pakanka arba nesijaučia pakankamai kompetentingi šioje srityje reikšti savo nuomonę. Vis dėlto toks abejojimas neužtikrina, kad kultūros išteklių kiekis pakankamas teigiamam miesto įvaizdžiui formuoti. Pasirinkusieji variantą „ne“ turi didesnę įtaką formuojant neigiamą įvaizdį apie Panevėžį kaip miestą, kurio kultūrinėje sferoje gausu trūkumų. Tam, kad geriau pažintume miesto kultūrinę erdvę, susikurtume aiškesnį vaizdą apie mieste esančių išteklių kiekį ir pasiskirstymą, buvo sudarytas Panevėžio miesto kultūros išteklių žemėlapis (žr. 1 pav.). Jis atskleidžia ne tik visų miesto kultūros įstaigų, bet ir svarbiausių kultūros paveldo objektų buvimo vietą, parodo, kuriose miesto teritorijose aktyviai plėtojama kultūrinė veikla.

Dalis apklausos dalyvių teigė, kad mieste kultūros išteklių yra nepakankamai, nurodė, kokių išteklių miestui trūksta. Vyravo nuomonė, kad labiausiai mieste trūksta kultūros renginių (59,1 % respondentų) ir kultūros objektų (paveldo objektų, monumentų ir kt.) (24,4 % apklaustųjų). Toks vertinimas reiškia, kad miesto kultūrai yra skiriama mažai reklamos ir viešinimo arba patys gyventojai per mažai domisi mieste vykstančiais kultūriniais renginiais. Reikėtų skatinti visuomenę įsitraukti į kultūros veiklą, patraukliai viešinti tiek vykstančius renginius, tiek meninę veiklą, užsiėmimus, atskleisti, kodėl naudinga ir įdomu pažinti miesto kultūrą. Tikėtina, kad tada gyventojai palankiau vertintų gyvenimo kokybę mieste, gerėtų visuomenės užimtumas, galbūt mažiau asmenų emigruotų iš miesto.

Tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kokiais konkrečiais kultūros ištekliais, respondentų nuomone,

garsėja Panevėžys. Apklausos anketoje iš pateiktų 11 skirtingų kultūros išteklių grupių respondentai galėjo rinktis vieną arba keletą atsakymo variantų, rezultatai pateikti 2 pav.

Atsakiusiųjų nuomone, labiausiai Panevėžio miestą garsina teatrai ir jų veikla (20,1 %). Tai gana tikėtinas rezultatas, kadangi, kaip jau buvo minėta, miestas išsiskiria teatrų įvairove. Kai kurie žinomi ir pelnę pripažinimą jau seniai (Juozo Miltinio dramos teatras), kiti yra išskirtiniai tarptautiniu mastu (pavyzdžiui, Lėlių teatras).

Beveik lygiomis dalimis pasiskirstė dar keturių kultūros išteklių rūšių mieste vertinimai: 11,1 % apklaustųjų pasirinko dailės kūrinius ir dailės parodas kaip miestą garsinančius kultūros išteklius; 11,2 % teigia, kad miestą garsina bibliotekos ir jų kultūrinė veikla; 11,2 % pasirinko šokio meną, šokių ansamblius bei kolektyvus; 11,4 % mano, kad miestą geriausiai reprezentuoja fotografijos parodos. Galima teigti, kad miesto žmonės gana gerai susipažinę su kultūra, tačiau dažnai domisi tik tam tikromis meno rūšimis. Dažniausiai tai priklauso nuo respondentų amžiaus, pomėgių ar profesijos. Tačiau akivaizdu, kad Panevėžio kultūrinė erdvė turi daugybę nišų, kurioms galbūt nėra skiriamas vienodas dėmesys, nors jų potencialas garsinant miestą yra didžiulis. Jei visuomenė suvoktų, kokia įvairialypė yra miesto kultūrinė erdvė, tikrai geriau vertintų Panevėžį, padėtų jam atskleisti unikalius kultūrinius bruožus ir tapti turizmo traukos centru.

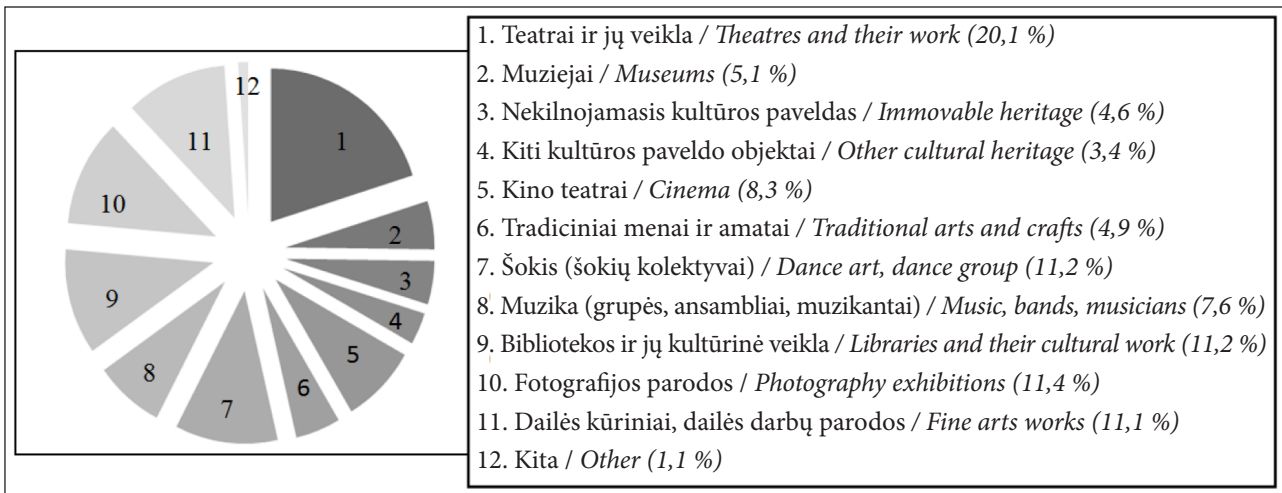
Tyrimo metu respondentai išreiškė nuomonę, ar Panevėžio miesto įvaizdis visuomenėje pagerėtų, jeigu būtų skiriama daugiau dėmesio miesto kultūros ištekliams ir jų puoselėjimui. Į šį klausimą respondentai atsakė gana vieningai: iš 188 apklausoje dalyvavusių asmenų 114 (60,6 % respondentų) pasirinko atsakymo variantą „taip“, 58 (30,9 % respondentų) – „tikriausiai“, taigi, dauguma neabejoja, kad kultūros ištekliai yra vienas iš būdų Panevėžio miesto įvaizdžiui pagerinti. Variantą „ne“ pasirinko tik 11 respondentų (5,9 % apklaustųjų), kurie, tikriausiai, nemanoma, kad Panevėžio miestą reprezentuoti turėtų jo kultūrinė veikla.

Apklausos dalyviai įvardijo, kas turi būti daroma kultūros srityje, kad miesto įvaizdis gerėtų. 25 % respondentų mano, kad miestui trūksta daugiau kultūros objektų ir renginių, kurie suteiktų jo įvaizdžiui patrauklumo, 24,7 % – kad



1 pav. Panevėžio miesto kultūros išteklių (šaltinis: Kultūros vertybių registras; Panevėžio miesto teritorijos..., 2008) Fig. 1. Panevėžys city cultural resources (source: Kultūros vertybių registras; Panevėžio miesto teritorijos..., 2008)





2 pav. Panevėžio miesto kultūros ištekčiai

Fig. 2. Panevėžys city cultural resources

viskas priklauso nuo gyventojų iniciatyvos. Jeigu gyventojai įdėtų daugiau pastangų bei prisidėtų prie miesto kultūrinės sferos plėtros, miesto įvaizdis labai pagerėtų. Trečias populiariausias atsakymas buvo kultūros objektų sutvarkymas. Jį rinkosi 18,6 % užpildžiusiųjų anketą. Vadinas, yra manančiųjų, kad Panevėžyje ne visi kultūros objektai, pastatai, paminklai yra geros būklės, tinkamai naudojami pagal paskirtį, todėl jiems sutvarkyti miestas turėtų rasti lėšų.

## ĮVAIZDŽIO FORMAVIMO PROBLEMOS IR PASIŪLYMAI

Apklauso duomenys atskleidė, kad viena iš įvaizdžio formavimo problemų yra silpna miesto ekonomika ir gyventojų užimtumas. Tai galėjo prisidėti prie gyventojų mažėjimo tendencijos – dar vienos iškeltos problemos. Tyrimo rezultatai įrodė, kad gyventojai sutinka su tuo, jog kultūros ištekčiai labai pagerintų miesto įvaizdį, o miesto ekonomikai duotų teigiamą postūmį.

Kita problema, neleidžianti miesto įvaizdžiui tapti tokiam patraukliam koks galėtų būti, yra mažai reklamuojami ir pristatomi Panevėžio kultūros ištekčiai. Tai pasakytina ne apie visus kultūros išteklius, tačiau kai kuriems trūksta visuomenės dėmesio, informacijos apie juos, todėl nepakankamai atskleidžiamas Panevėžio miesto savitumas. Situacija nėra gera ir su kultūros įstaigomis. Mieste labai vertinami teatrai, mėgstamas kinas, miestas garsėja dailės darbų parodomis,

keramikos dirbiniais, dėl kultūrinės veiklos visuomenės dėmesio sulaukia bibliotekos. Tačiau, apklausos tyrimo duomenimis, respondentai mažiau vertina muziejų veiklą, kilnojamąjį ir nekilnojamąjį kultūros paveldą, Panevėžio miesto muzikinę veiklą neįvardijama tarp populiariausių kultūros sričių. Patrauklesniam miesto įvaizdžiui formuoti gali padėti mažiau žinomų miesto kultūros išteklių reprezentavimas, nes tai suteiktų miestui naujų spalvų, atsirastų daugiau priežasčių turistams atvykti į miestą, kiekvieno skoniui Panevėžys galėtų pasiūlyti įdomaus laisvalaikio praleidimo galimybių. Be to, tai galėtų sulaikyti gyventojus nuo emigracijos.

Dar vienas siūlymas, prie kurio buvo prieita rengiant ir analizuojant tyrimo medžiagą, yra rūpinimasis miesto aplinka. Tyrimas atskleidė, kad daugelis Panevėžio aplinkos elementų gyventojų netenkina. Pavyzdžiui, blogos būklės keliai, kurie kelia pavojų saugumui ir doko miesto estetinį vaizdą, apleisti, uždaryti ir vaiduokliais virtę pastatai, kurie tikrai nepuošia miesto ir jo teigiamai nereprezentuoja. Nors apklausos dalyviai nurodė, kad Panevėžys jiems neprimena sovietmečio, tačiau jame nemažai nesutvarkytų objektų (apleistų gamyklų, senų medinių namų), tiek ir kultūros paveldo, kuris galėtų puošti miesto aplinką. Jei jie būtų pritaikyti visuomeninėms reikmėms, pagerėtų ir kultūrinio turizmo situacija, kadangi jau būtų galima rodyti tokius objektus turistams kaip miesto istorinės raidos pavyzdžius.

## IŠVADOS

1. Atlikti miesto įvaizdžio vertinimą yra gana sudėtingas procesas, kadangi jam susiformuoti įtakos turi skirtingi veiksniai. Miestų įvaizdis kiekvienam žmogui susiformuoja labai individualus, priklausomai nuo asmens suvokimo, todėl tai nebūtinai visapusiškai ir tiksliai atspindės realią miesto situaciją.

2. Panevėžio įvaizdis Lietuvoje, apklausos duomenimis, daugiau vertintas vidutiniškai arba blogai. Neigiamų atsiliepimų sulaukė miesto keliai, ekonominė padėtis, pramonės stygius. Palankiai įvertintos žaliosios erdvės, sporto galimybės, miesto geografinė padėtis. Tai suteikia miestui patrauklumo, tačiau nepakanka norint visapusiškai atskleisti miesto įvaizdžio potencialą. Reikėtų atkreipti dėmesį į silpnąsias miesto vietas ir stengtis jomis pasirūpinti.

3. Respondentai pritaria, kad kultūros ištekliai reikšmingi Panevėžio miesto įvaizdžiui. Tarp žinomiausių įvardyta daugelis meno rūšių: fotografija, šokis, dailė, teatrai, bibliotekų veikla ir t. t. Vadinasi, Panevėžio kultūrinė aplinka yra įvairi ir įdomi, susijusi su miesto istorine raida ir praeitimi, galinti sėkmingai konkuruoti tarptautinėje erdvėje.

4. Jaučiamas informacijos apie miesto kultūrinę sferą trūkumas, menkas visuomenės suvokimas bei domėjimasis ja, todėl respondentai abejoja, kad Panevėžyje yra pakankamai kultūros išteklių. Situaciją pagerintų didesnė visuomenės ir miesto valdžios iniciatyva kultūros srityje, nes jie turi didžiausią įtaką formuojant miesto įvaizdį.

Gauta 2017 10 23  
Priimta 2017 12 08

## Literatūra

1. Albrechtaitė-Lingienė G. 2012. A. *Jasilionytė: „Gerai parinktas įvaizdis įsitvirtina“*. <http://top.scbmedia.eu/iq-zmogus/a-jasilionyte-apie-ivaizdzio-galias-ir-silpnybes/> (žiūrėta 2017 03 07).
2. Anholt S. 2006. The Anholt-GMI city brands index: How the world sees the world's cities. *Place Branding*. 2(1): 19–31.
3. Dranseikaitė L. 2011. *Kultūros įstaigos misija – atverti duris į kitokį pasaulį*. <https://www.naujienos.lt/leidinys/sekunde/kulturos-istaigos-misija-atverti-duris-i-kitoki-pasauli-nuotrauku-galerija/> (žiūrėta 2017 04 14).
4. Gilboa S., Jaffe Eugene D., Vianelli D., Pastore A., Herstein R. 2015. A summated rating scale for measuring city image. *Cities*. 44: 50–59.
5. *Kultūros vertybių registras*. 2017. <https://kvr.kpd.lt/#/static-heritage-search> (žiūrėta 2017 04 22).
6. Lietuvos sporto informacijos centras. 2015. *2014 m. miestų ir rajonų savivaldybių sporto bazės*. <http://www.sportinfo.lt/savivaldybiu-statistika/2014-m-sporto-bazes> (žiūrėta 2017 04 20).
7. *Likert scaling*. 2006. <https://www.socialresearchmethods.net/kb/scallik.php> (žiūrėta 2017 04 09).
8. Lynch K. 1960. *The Image of the City*. Cambridge: The Technology Press and Harvard University Press.
9. Maksimaitienė O. 2003. *Panevėžio miesto istorija*. Panevėžys: UAB Panevėžio spaustuvė.
10. *Panevėžio miesto kultūros plėtros studija*. 2012. Vilnius: UAB Lyderio grupė.
11. Panevėžio miesto savivaldybės taryba. 2013. *Panevėžio miesto plėtros 2014–2020 metų strateginis planas*. Rengėjas Panevėžio miesto savivaldybės administracija.
12. Panevėžio miesto savivaldybės taryba. 2017. *Panevėžio miesto savivaldybės 2017–2019 metų veiklos planas*. Rengėjas Panevėžio miesto savivaldybės administracija.
13. *Panevėžio miesto teritorijos bendrasis planas. Gamtinis karkasas ir bendro naudojimo bei rekreacijos teritorijų plėtra*. 2008. UAB Urbanistika.
14. *Panevėžio miesto želdynų tvarkymo specialusis planas. Esama būklė*. 2013. UAB „Vandens projektai“.
15. Robinson M. 2009. Kultūrinio turizmo patirtys. Iš: *Kultūros paveldas ir turizmas. Galimybės, poveikis, partnerystė ir valdymas*, sud. M. Lehtimäki. Vilnius.

Ieva Ucinavičiūtė, Regina Prapiestienė

## PANEVĖŽYS CITY CULTURAL RESOURCES IN SHAPING THE CITY IMAGE

### *S u m m a r y*

The aim of this work is to find out whether the cultural resources of Panevėžys city have any impact on forming its image. Nowadays it is essential for a city to have a proper image in order to attract more investments, tourists, potential residents, as these factors give the city an opportunity to develop. An analysis of particular literature shows that city image depends on various aspects. That includes physical elements of city environment, like paths, districts, nodes, landmarks, public reports of social media, celebrities or even other people's personal opinion, but the most important is how people perceive these aspects. Our perception of the surrounding shapes our own individual city image.

Suitably presented cultural resources can be a way of promoting city and inducing people to visit it. In the past, Panevėžys was prominent as a cultural center of the region regarding the theatre, music, other art associations, institutions of education. After the re-establishment of independence of Lithuania, Panevėžys cultural situation remained nearly unchanged. Now many international cultural events occur there, like ceramic symposiums, photography biennales. Art institutions, galleries, theatres and cinemas keep working on making a more sophisticated society.

The research of this work was accomplished by doing a survey which helped to elucidate that city dwellers have a positive opinion on the image of the city. Panevėžys is considered a cultural centre of Aukštaitija region and the people are pleased about green spaces in the city, decent sport infrastructure and city geographical position in Lithuania. What is negative about the city is a weak economic situation, poor quality of city streets and roads, lack of activities including work-places and leisure. These factors detract the image of Panevėžys.

The society accepts the idea that cultural resources have a significant meaning in building the image of Panevėžys. A vast majority of cultural events and celebrated members of art industry proclaim the name of Panevėžys in Lithuania and abroad. People admit that Panevėžys city has a unique and rich cultural resources potential and effective usage can lead to a better image. The city lacks publicity of cultural resources such as music, dance, photography, cultural heritage objects. The society is poorly educated and a vast majority of people do not show any personal interest in city cultural resources. Nevertheless, city residents and the government are considered to be responsible for a certain city image, so the collaboration of these two powers and initiative actions for the common goal can lead the city to success.

**Keywords:** culture, cultural resources, city image, image formation, factors of image formation