

SEGMENTACJA POLAKÓW WOBEC DZIEDZICTWA - WYZWANIA DLA KOMUNIKACJI

Posted on 18 czerwca 2021

Wyniki badania segmentacyjnego przeprowadzonego na zlecenie Narodowego Instytutu Dziedzictwa.

83% Polaków podkreśla konieczność dbania o dziedzictwo i jego ochrony, 74% ma świadomość pojęcia „dziedzictwo” i uważa je za ważne, 40% deklaruje, że osobiście dba o dziedzictwo, a 3/4 społeczeństwa uważa, że warto inwestować w ten cel publiczne pieniądze – wynika z najnowszego badania przeprowadzonego na zlecenie Narodowego Instytutu Dziedzictwa. Celem badania przeprowadzonego w grudniu 2020 r. była segmentacja psychograficzna Polaków pod kątem ich nastawienia do dziedzictwa, a w konsekwencji wsparcie promotorów kultury i dziedzictwa w promocji ich misji i działalności.

Zapraszamy do zapoznania się z materiałami prasowymi.



NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_Oređdownicy dziedzictwa

Ciekawi świata

STAWIAJĄ NA DZIEDZICTWO
ŚWIATOWE, EUROPEJSKIE,
LOKALNE, NARODOWE



15% - 4,7 MLN
POLAKÓW
W WIEKU 18+ LAT

To ludzie, którzy lubią poznawać świat, chcą go doświadczać i czynniki żyć, mieć cel. Cechuje ich duże zainteresowanie sprawami dziedzictwa i jego ochrony niezwążone z przywiązaniem do korzeni ani z miejscem pochodzenia. Nie uważają się za patriotów, ale są, że warto ochronić dziedzictwo i zwrócić uwagę w ten cel publiczne pieniądze. Są skłoni do swoich pasjach, hobby. Mają szeroki światopogląd, uważają, że nie można się na nic zamykać ani tkwić w jednym miejscu. Poświęcają czas, żeby pogłębiać wiedzę na interesujące ich tematy. Lubią poznawać świat i pokazywać jego piękno innym osobom. Potrafią zrozumieć potrzeby innych i w nich uczestniczyć. Teraktywność jest dla nich ważna, bo każdy dzień ma znaczenie i można go

efektywnie przeżyć. Nie planują długofalowo przyszłości, bo uważają, że nie ma się na nią wpływu. Według nich wypoczynek powinien łączyć się z aktywnym spędzeniem czasu. Wakacje to zwiedzanie, a nie leżenie na plaży czy nad basenem. Wazny jest dla nich kampania, np. wybór musi być atrakcyjny dla całej rodziny, żeby nikt się nie nudził. Dobre z dużym potencjałem w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego, można łatwo przekonać je, aby osobom ubrały o swoje dziedzictwo. Są zainteresowane poszerzeniem wiedzy w tematyce dziedzictwa. Prawie 60% z nich chętnie odwiedza miejsca związane z dziedzictwem.

60%

z nich chętnie odwiedza
miejsca związane
z dziedzictwem

NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_Ciekawi świata

Sympatycy kultury masowej

STAWIAJĄ NA DZIEDZICTWO
EUROPEJSKIE



11% - 3,5 MLN
POLAKÓW
W WIEKU 18+ LAT

To miłośnicy ładnych widoków, zagranicznego otoczenia, atmosfery najpopularniejszych miejsc i stółki turystycznych światła. Ludzie ci nie są przywiązani do korzeni ani związane z miejscem pochodzenia, nie są zainteresowani sprawami dziedzictwa i jego ochrony ani pogłębieniem wiedzy na jego temat. Chcą wiedzieć, co wspaniały miejsca i być tam, gdzie byli inni, ale nie wlebiają się w temat. Polska ma im niewiele do zaoferowania, fascynuje ich zagranica. Lubią opowiadać historię o odwiedzanych miejscach, które wybierają pod kątem ich popularności, odznaczając te najbardziej znane, na topic, robią rzeczy, które nie pozwalają im wypaść z obiegu

towarzyskiego. Wakacje to dla nich czas wytężenia, który spędzają pomiędzy wygrzewaniem się na słońcu, basenem a szklaną, powierzchniowym zwiedzaniem. Sympatycy kultury masowej stawiają na dziedzictwo europejskie i światowe. Mają największy ze wszystkich segmentów dostęp do nowych technologii. Tylko 56% z nich posiada smartfona, a aż 32% korzysta jedynie ze zwykłego telefonu komórkowego. Aż 62% nie posiada komputera i 43% jest wykluczonych internetowo. Na szeroko rozumianą kulturę wydają najmniej ze wszystkich grup.

56%

z nich posiada
smartfona

32%

korzysta jedynie ze
zwykłego telefonu
komórkowego

62%

nie posiada
komputera

43%

jest wykluczonych
internetowo

„No link już wspaniały, tylko to ja też, zafascynować”

NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_Sympatycy kultury masowej

Rodzinni lokalsi

STAWIAJĄ NA DZIEDZICTWO
LOKALNE, NARODOWE,
EUROPEJSKIE



30% - 8,4 MLN POLAKÓW
W WIEKU 18+ LAT

„Lokalsi” to nie definicja geograficzna, lecz emocjonalna. To ludzie, którzy średnio interesują się sprawami dziedzictwa i jego ochrony, ale są silnie przywiązani do korzeni / związani z miejscem pochodzenia. Ważne jest dla nich otoczenie, w którym mieszkają. Są patriotami. Mają daleki szacunek do innych. Skupiają się na relacjach rodzinnych, bliskości, spędzaniu czasu razem. Są przywiązani do korzeni, rozumianych nie jako przeszłość, tylko tożsamość, miejsce skąd się, skąd pochodzą. Dalsze znają swoją rolę i lubią uczestniczyć w lokalnych wydarzeniach. Stosunkowo chętnie udają się na wystawy. Az 73% osób z tej grupy uważa, że raczej warto dbać o dziedzictwo, ale tylko 11% jest do tego przekonanych.

Jest to grupa, spośród której najwięcej osób zadeklarowało, że powodem ochrony dziedzictwa jest szacunek dla poprzednich pokoleń, ludzi, którzy mieli istotny wkład w budowanie społeczności.

Są dość aktywni. Odpoczywają, pomagając bliższym, ale i odkrywając to, co najbliższe w ich otoczeniu. Wolą być bliżej od odległości i możliwość wejścia w nowy klimat, nowe otoczenie, które ma przede wszystkim dostarczyć wrażeń. Wyjazdy, szczególnie zagraniczne, są dla nich doniosłym zdarzeniem, zapadającym w pamięć. Patrzą w przyszłość, ale nie dlatego, że są wizjonerami, ale dlatego, że się o nią martwią.

73%

osób z tej grupy uważa, że raczej warto dbać o dziedzictwo

11%

jest do tego przekonanych

NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_Rodzinni lokalsi

Bierni odbiorcy

NIE SĄ ZAINTERESOWANI
ŻADNYM TYPEM DZIEDZICTWA



8% - 2,5 MLN POLAKÓW
W WIEKU 18+ LAT

Czują się zmęczeni życiem, ich motto to „odpocząć”. To ludzie, którzy nie są zainteresowani sprawami dziedzictwa i jego ochrony, a do tego cechuje ich mało zaangażowany stosunek do korzeni / słaby związek z miejscem pochodzenia. Kontakt z dziedzictwem mogą przez rodzinę, szkołę, sami z siebie nie czują takiej potrzeby i nie szukają pretekstu do odkrywania czy poszerzenia wiedzy.

Jeśli ktoś im niczego nie zapropnuje lub nie pokazuje, preferują bierną aktywność, wyciągnięci z tego stanu, są w stanie docenić zmianę, jednak nie mają bliższych oczekiwań. Odpoczywają albo

biernie, „na kanapie”, albo w gronie najbliższych znajomych na imprezach, w trakcie wspólnych wyjazdów ukenunkowanych głównie na dobrą zabawę. Chętnie spędzają czas, spróbyując się ze znajomymi. Wolą być najbliższą spędzają w miejscach wybranych lub spowodowanych przez znajomych czy rodzinę. Podążają raczej ustartymi ścieżkami. Az 35% tej grupy jest zdania, że nic nie jest w stanie ich przekonać do tematyki dziedzictwa. Jest wśród nich grupa, która wyróżnia się częstszymi odwiedzaniami kina.

35%

tej grupy jest zdania, że nic nie jest w stanie ich przekonać do tematyki dziedzictwa

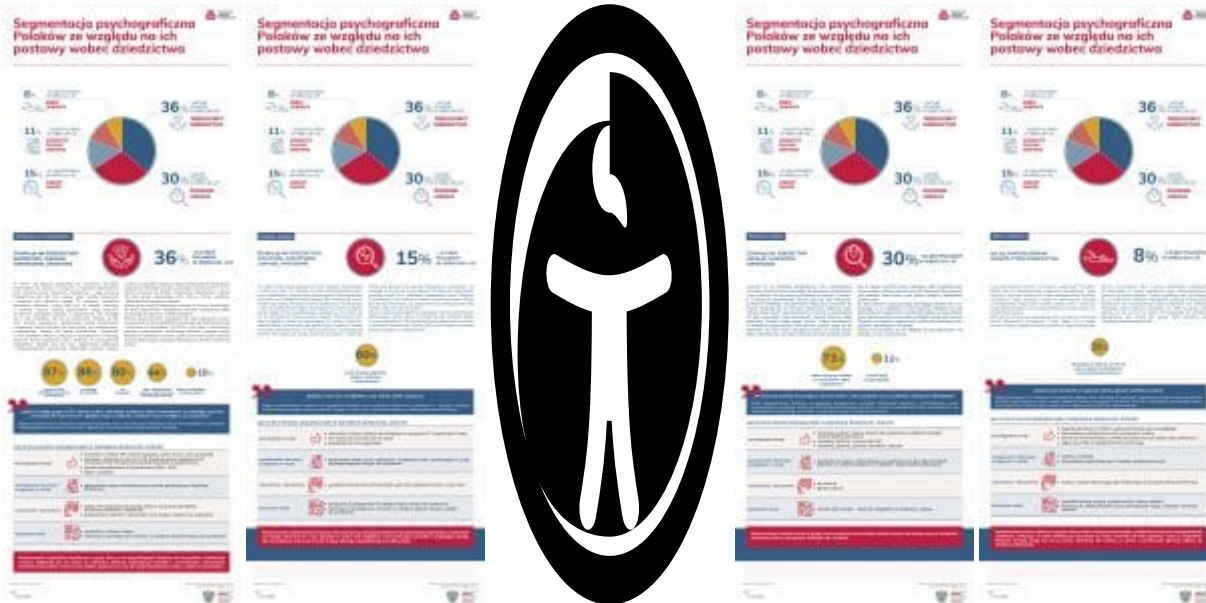
NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_Bierni odbiorcy

Informacja prasowa

[NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_27.04.2021](#)

[NID_informacja prasowa_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_27.04.2021](#)

Infografika



[NID_infografika_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_27.04.2021](#)

Poradnik dla promotorów dziedzictwa

[NID_Poradnik dla promotorów dziedzictwa_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa_27.04.2021](#)