

# 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.

## Oređdownicy dziedzictwa

STAWIAJĄ NA DZIEDZICTWO  
NARODOWE, LOKALNE,  
EUROPEJSKIE, ŚWIATOWE



36% -11,3 MLN  
POLAKÓW  
W WIEKU 18+ LAT

To ludzie, dla których przeszłość ma znaczenie. Są silnie przywiązani do korzeni / związani z miejscem pochodzenia oraz zainteresowani sprawami dziedzictwa i jego ochrony. Dziedzictwo jest dla nich ważne, gdyż buduje tożsamość i powinno być otoczone opieką. To miłośnicy zabytków (dworków, pałaców), boją się nad tym, że zabytki niszczeją, a ciekawie miejsca ulegają zapomnieniu. Mają poczucie, że obecnie przeszłość popada w zapomnienie, nie wyłącza się z niej wniosków lub się ją przemocza. Ważne są dla nich zasady współżycia społecznego. Lubią eksplorować i edukować innych. Bardziej niż inne grupy są zainteresowani poszerzeniem wiedzy na temat dziedzictwa. Większość z nich odwiedza miejsca związane z dziedzictwem. Preferują aktywne formy spędzania czasu wolnego, w szczególności zwiedzanie. Ważna jest dla nich regeneracja połączona z doświadczaniem przeszłości. Wybierają ustronne miejsca

z dobrym dojazdem, wypoczywają w towarzystwie stałej grupy znajomych. Planując podróż, wybierają również trasę i to, co można zobaczyć po drodze. Oređdownicy dziedzictwa częściej niż inne grupy odwiedzają kino, teatry, muzea, wystawy i biblioteki oraz sięgają po książki.

Jest to grupa mająca największy dostęp do nowych technologii. Jest to grupa mająca największy dostęp do nowych technologii. Az 87% oređdowników dziedzictwa posiada smartphone, 88% ma dostęp do Internetu, a 80% komputer.

Większość respondentów należących do tego segmentu uważa, że powodem ochrony dziedzictwa jest jego wartość historyczna / spulchniana po przodkach. Az 44% z nich dba o dziedzictwo poprzez wykonywanie określonego zawodu i poprzez zakup biletów do zabytków, muzeów, galerii i choć jest to tylko 10% tej grupy. Jest to grupa wydająca najwięcej na szeroko rozumianą kulturę.

87%

88%

80%

44%

10%

## 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, kochają doświadczać i czymś żyć, mieć cel. Cechuje ich duże zaangażowanie sprawami dziedzictwa i jego ochrony niezwiązane z przywiązaniem do korzeni ani z miejscem pochodzenia. Nie uważają się za patriotów, ale sądzą, że warto chronić dziedzictwo i inwestować w ten cel publiczne pieniądze. Są skupieni na swoich pasjach, hobby. Mają szeroki światopogląd, uważają, że nie można się na nic zamykać ani tłoczyć 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. Ważny jest dla nich konsumpcja, np. wybór musi być atrakcyjny dla całej rodziny, żeby nikt się nie nudził. Osoby z dużym potencjałem w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego, można łatwo przekonać je, aby osobiście obłąły o swoje dziedzictwo. Są zaangażowane poszerzeniem wiedzy w tematyce dziedzictwa. Prawie 60% z nich chętnie odwiedza miejsca związane z dziedzictwem.



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 związani z miejscem pochodzenia, nie są zainteresowani sprawami dziedzictwa i jego ochrony ani pogłębieniem wiedzy na jego temat. Chcą widzieć to, co widzieli znajomi i być tam, gdzie byli inni, ale nie wnikają się w temat. Polska ma im niewiele do zaoferowania, fascynuje ich zagranica. Lubią opowiadać historki o odwiedzanych miejscach, które wybierają pod kątem ich popularności, odznaczając te najbardziej znane, na topie; robią rzeczy, które nie pozwolą im wypaść z obiegu

towarzyskiego. Wakacje to dla nich czas wytchnienia, który spędzają pomiędzy wygrzewaniem się na słońcu, basenem a szybkim, 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 smartfon, a aż 32% korzysta jedynie ze zwykłego telefonu komórkowego. Aż 62% nie posiada komputera i 43% jest wykluczonych internetowo.



z nich posiada  
smartfon



korzysta jedynie ze  
zwykłego telefonu  
komórkowego



nie posiada  
komputera



jest wykluczonych  
internetowo

„No link już wazovsky lubo to ja teb, zolacu zrobitc”

## NID\_infografika\_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa\_Sympatycy kultury masowej

#### Rodzinni lokalsi

STAWIAJĄ NA DZIEDZICTWO  
LOKALNE, NARODOWE,  
EUROPEJSKIE



**30%** - 9,4 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 / związaani z miejscem pochodzenia. Ważne jest dla nich otoczenie, w którym mieszkają. Są patriotami. Mają duży 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. Dobrze znają swoją okolicę i lubią uczestniczyć w lokalnych wydarzeniach. Stosunkowo chętnie udają się na wystawy. Aż 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. Wolać to czas oderwania od codzienności 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 ZAJINTERESOWANI  
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 mają przez rodzinę, szkołę, sami z siebie nie czują takiej potrzeby i nie szukają pretekstu do odkrywania czy poszerzenia wiedzy.

Jeśli nikt im niczego nie zaproponuje lub nie pokaże, preferują bierną aktywność, wyciągnęci z tego stanu, są w stanie docenić zmianę, jednak nie mają oczekiwań. Odpoczywają albo

biernie, „na kanapie”, albo w gronie najbliższych znajomych na imprezach, w trakcie wspólnych wyjazdów ukierunkowanych głównie na dobrą zabawę. Chętnie spędzają czas, spotykając się ze znajomymi. Wakacje najczęściej spędzają w miejscach wybranych lub sprawdzonych przez znajomych czy rodzinę. Podążają raczej utartymi ścieżkami. Aż 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

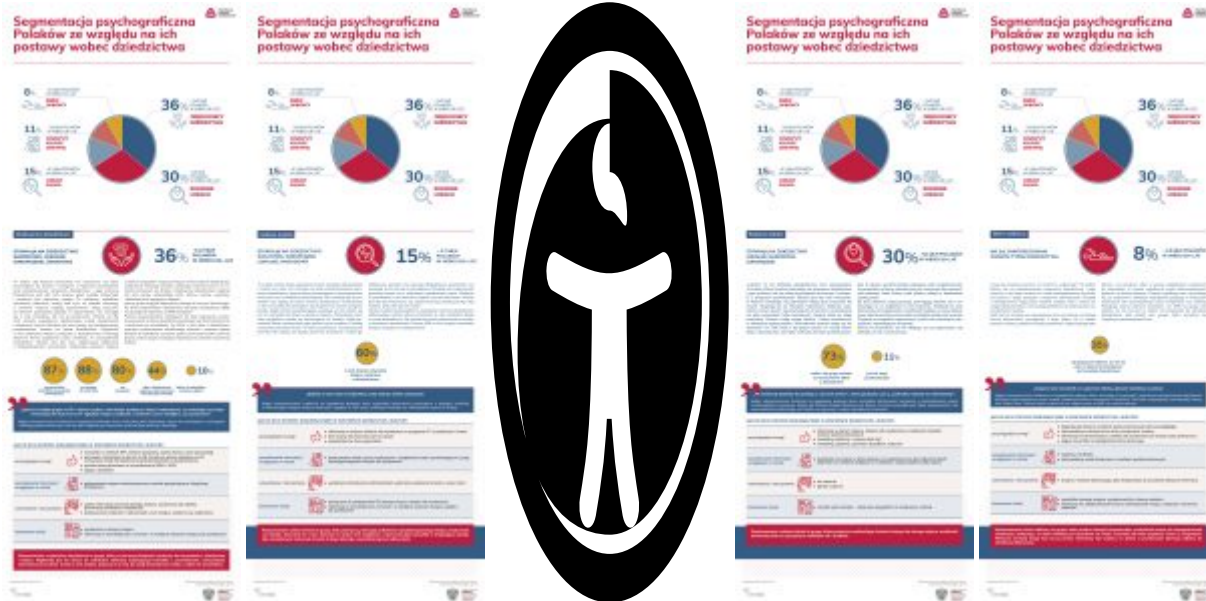
## NID\_infografika\_Segmentacja Polaków wobec dziedzictwa\_Bierni odbiorcy

### 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](#)