

„Warto inwestować w zabytki”

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: środa, 21, grudzień 2022 10:57

Alicja Cisowska

Odsłony: 415

Narodowy Instytut Konserwacji Zabytków przygotował kampanię społeczną „Warto inwestować w zabytki”. Jej głównym celem jest ugruntowanie pozytywnych postaw Polaków wobec dziedzictwa narodowego, jak również zwiększenie świadomości na temat roli zabytków i ich wpływu na integralność wspólnoty oraz rozwój regionu.

Kampania jest skierowana do osób zainteresowanych takimi tematami jak: historia, polityka, tradycja, rodzina oraz podróże, rekreacja czy aktywny czas wolny, jak również do dziennikarzy, liderów opinii i aktywistów społecznych. W jej ramach przygotowane zostały dwa spoty, które zachęcają do utrwalania dobrych wzorców w zakresie ochrony zabytków. Szczególna uwaga poświęcona jest dzieciom i młodzieży, ponieważ, jak pokazały przeprowadzone badania, częstotliwość obcowania z zabytkami maleje wraz z wiekiem.

Kampania jest kontynuacją działań Narodowego Instytutu Konserwacji Zabytków dotyczących wyników badań zebranych na podstawie raportu „Polacy wobec zabytków”, przeprowadzonego przez IPSOS Polska. Zostanie zrealizowana w Internecie na takich platformach jak Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Google.

Podsumowanie raportu „Polacy wobec zabytków”

Z badania IPSOS przeprowadzonego dla Narodowego Instytutu Konserwacji Zabytków wynika, że aż 85% ankietowanych uważa zabytki za „ważne dla Polski”, a 82% twierdzi, że „są one ważne dla miejsca zamieszkania”. Z kolei 78% deklaruje, że zabytki są ważne „dla mnie osobiście”. To przekonanie łączy regiony i pokolenia. Aż 87% Polaków zgadza się ze stwierdzeniem, że „obecność zabytków to szansa dla miejscowości, w której te zabytki się znajdują”.

Badanie pokazało, że 70% Polaków ocenia swoją wiedzę o zabytkach jako przeciętną. Polacy mają największą styczność z zabytkami w okresie edukacji (wycieczki szkolne, lekcje muzealne itd.). Z wiekiem częstotliwość kontaktów z dziedzictwem materialnym zdecydowanie się zmniejsza. Odsetek deklarujących zwiedzanie zabytku w ciągu ostatnich 12 miesięcy jest najwyższy wśród osób w wieku 15-19 lat.

Ankietowani zgadzają się z tezą, że zabytki stanowią potencjał gospodarczy. W kontekście ekonomicznym odbierane są jako wspierające rozwój oraz konkurencyjność miejscowości, w których się znajdują. Inwestycje (remonty, rewitalizacja) w zabytki są podstawą do postępu gospodarczego miast.

Dodatkowo z badania wynika, że zwiedzanie zabytków to druga najchętniej podejmowana przez Polaków aktywność związana z kulturą, zaś wydarzenia kulturalne to doskonały sposób na promocję poszczególnych zabytków. Zabytki wzmacniają też poczucie przynależności do wspólnoty narodowej i lokalnej.

Źródło: MKiDN