

Oświadczenie Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku w sprawie medialnych doniesień dotyczących zamówienia przez Muzeum tekstu w tygodniku „Sieci”

W związku z doniesieniami medialnymi na temat wypłacenia tygodnikowi „W Sieci” kwoty 25 tys. zł za „wywiad” z dyrektorem Karolem Nawrockim, uprzejmie informujemy, że wywiad ten był elementem promocji Muzeum nie zaś osoby dyrektora, a przede wszystkim szczególnego wydarzenia, jakim było otwarcie wystawy czasowej prezentującej plon pierwszych w historii badań archeologicznych na półwyspie Westerplatte, zatytułowanej „Westerplatte w 7 odsłonach”. Forma wywiadu, nie zaś reklamy graficznej, czy tekstowej, została zaproponowana jako atrakcyjniejsza dla czytelnika, niejako „przy okazji” innych spraw informowanego o wartej uwagi ekspozycji. Jest to sposób powszechnie stosowany w przypadku promowania kultury. Płatna forma tego sposobu promowania wystawy czasowej wynikała z wymogu jego ukazania się w ściśle określonym momencie, tuż przed 1 września, kiedy wystawa czasowa miała swój wernisaż. Cena zaproponowana przez tygodnik i zaakceptowana przez Muzeum nie odbiegała od rynkowych cen tego typu usługi w innych, podobnych mediach. Nie różniła się przy tym od potencjalnej ceny innej formy reklamy (layout reklamowy). Promocja wystawy czasowej sfinansowana została w całości ze środków własnych Muzeum, a więc z dochodu uzyskiwanego ze sprzedaży biletów i innych oferowanych przez Muzeum usług.

Aleksander Masłowski
rzecznik prasowy
Muzeum II Wojny Światowej
w Gdańsku