



Гордость украинского пиара и рекламы

**Лилия МУЗЫКА**  
**«ФАКТЫ»**

Михаила Поплавского смело можно назвать одним из самых успешных пиарщиков. Все, за что он ни возьмется, обретает всеукраинскую известность и успех. Чего только стоит его проект «Поющий ректор». Выйдя на сцену без особых вокальных данных, зато с эпетажными клипами и песнями, Михаил Михайлович стал одним из самых успешных певцов в Украине. «Это был мой первый пиар-проект, направленный на раскрутку малоизвестного тогда университета культуры, — сказал Михаил Поплавский. — А сегодня это мощный образовательный центр, с 12-ю институтами и тысячами студентов». Кстати, первая кафедра пиара была открыта именно в КНУКИИ в 1996 году.

**«Сам факт выхода ректора университета на сцену должен был вызвать стресс, шок и невосприятие»**

Галерею славы «Корифеи украинского пиара» ректор КНУКИИ посвятил 15-летию кафедры рекламы и пиара. На ее открытие собрались первопроходцы этой молодой науки — профессора, преподаватели вузов и практикующие специалисты, благодаря которым в Украине появились учебники, пособия по рекламе и пиару, первые масштабные проекты, вошедшие в историю страны.

Под барабанную дробь по красной дорожке прошли именитые пиарщики: доктор философских наук, профессор кафедры теории и методики связей с общественностью Национального университета «Киево-Могилянская академия» Валентин Королько, заслуженный журналист Украины, профессор Георгий Почепцов, доктор исторических наук, профессор Леонид Новохатко, президент Украинской лиги по связям с общественностью, основатель киевской школы PR-технологий и Международного PR-фестиваля Андрей Ротовский, профессор, главный редактор журналов «Маркетинг и реклама» и «Маркетинговые исследования Украины» профессор Киевского Национального торгово-экономического университета Евгений Ромат, президент Академии украинской прессы, завкафедрой маркетинга и рекламы Национального университета имени Тараса Шевченко профессор Валерий Иванов, специалист по политическим

# МИХАИЛ ПОПЛАВСКИЙ: «САМЫЙ ГЛАВНЫЙ ПИАР-ПРОЕКТ МОЕЙ ЖИЗНИ — УКРАИНА»

**В Институте международных отношений и журналистики Киевского национального университета культуры и искусств презентовали галерею славы «Корифеи украинского пиара и рекламы»**

технологиям и рекламе Сергей Гайдай, директор PR-агентства, куратор образовательных проектов Ирина Золотаревич, доктор политических наук профессор Лариса Кочубей, известный политехнолог Денис Богуш, директор бренд-консалтинговой компании Вадим Пустотин, а также доктор педагогических наук, профессор, ректор КНУКИИ Михаил Поплавский. Коллеги и студенты называли его «батьком украинского пиара».

— Мне немного неудобно, але батько є батько, — скромно заметил Михаил Поплавский. — Кафедра PR была основана в КНУКИИ в 1996 году. От маленькой кафедры выросла до целого института, студенты которого успешно реализовывают себя и свои идеи не только в Украине, но и за ее пределами. Не секрет, что для раскрутки вуз я использовал мало кому на то время известные PR-технологии. Разработанный со студентами проект «Поющий ректор», основная задача которого была вызвать стресс, шок и невосприятие и тем самым привлечь внимание общественности к малоизвестному вузу, сработал и дал стопроцентный результат. Ребята выполнили свою задачу, раскрыли вуз. Чтобы стать специалистом по PR, нужно быть не просто менеджером, знать технологии, необходимо еще и чувствовать, моделировать, прогнозировать, уметь просчитывать конечный результат. Это главное для достижения успеха и реализации проектов.



Будущее отечественного пиара — за студентами КНУКИИ

**«Сейчас команда КНУКИИ готовит масштабный международный фестиваль украинской песни»**

**— Какой проект вы пиарите сейчас?**

— Самый главный проект в моей жизни — Украина. Правда, без пафоса и преувеличений. Мы с командой делаем все возможное для популяризации национальной культуры, украинской песни, украинской музыки, украинского танца, украинской кухни как в нашей стране, так и во всем мире, создавая позитивный имидж страны на международной

различные мероприятия, которые рассказывали бы нашим гражданам и миру об украинских традициях, представлять наше современное искусство, создавать и показывать молодежное украинское кино, работы художников, дизайнеров. Это делают многие страны, особенно ярко сейчас проявляет себя Япония. Посмотрите, в Киеве, как и во всем мире, множество японских ресторанов, в магазинах японские товары пользуются огромным спросом, мы читаем японских авторов, переведенных на украинский язык. Конечно, без экономических достижений этой страны всего этого не было бы, но роль пиара здесь четко прослеживается.

Кафедра PR уже много лет проводит свою работу, реализовывая различные культурные проекты «Українська пісня року», «Наша пісня», Шевченковские вечера, «Крок до зірок»... Самым громким за последнее время стал украинский песенный телемарафон «Пісня об'єднує нас», который длился в прямом эфире Первого Национального телеканала 110 часов 4 минуты 30 секунд. В нем приняли участие 1500 солистов, 275 коллективов, исполнивших 3 тысячи песен. Марафон увидели более чем в 155 странах. Он был зафиксирован в Книге рекордов Гиннеса как самый длительный песенный марафон в мире. Впервые в истории мировой культуры Украина в музыкально-песенном дискурсе на весь мир заявила о своей национально-культурной идентичности. И это повлияло на позитивный имидж Украины в мире.

Раскрою вам секрет, это еще не все. Сейчас команда КНУКИИ готовит масштабный международный фестиваль украинской песни, который мы планируем провести в самом сердце столицы — на майдане Незалежности. Как президент международной общественной организации «Об'єднання українців світу» я сейчас веду переговоры с зарубежными артистами и коллективами, представителями украинской диаспоры относительно их участия в фестивале. Это будет еще один мегапроект Национального университета культуры и искусств.

Поделившись опытом, именитые пиарщики получили памятные Сертификаты «Украинских корифеев» своей профессии. Каждый из них оставил отиск своей руки и послание будущим поколениям пиарщиков, которые разместят в специальной галерее. Организаторы обещают, что акция станет ежегодной, ее пополнят новые имена талантливых специалистов в сфере рекламы и пиара.