

ХОР «ГОМІН» ЯК ПРИКЛАД УСПІШНОЇ ПРОМОЦІЇ СУЧАСНОГО ХОРОВОГО КОЛЕКТИВУ

Ластовецька Любомира Василівна,

доцент, кафедра вокально-хорового, хореографічного

та образотворчого мистецтва

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ORCID ID: 0000-0001-6069-1606

У статті аналізується своєрідний феномен сучасної української музичної культури муніципальний хор «Гомін», який функціонує при Львівському органному залі, з позиції успішної промоції та вдалої стратегії просування у національному та зарубіжному культурно-мистецькому контекстах; відзначено ефективне застосування інструментів менеджменту та бренд-технологій при створенні позитивного іміджу хору. Констатовано, що промоція колективу, який став мега-популярним влітку 2025 року завдяки рекламному посту музикознавиці, комунікаційниці і есеменниці (SMM) Львівського органного залу Людмили Бурди, здійснювалась поетапно, цілеспрямовано і продумано керівниками органного залу Тарасом Демком та Іваном Остаповичем. Підкреслено, що хор «Гомін» виконує важливу громадянську, патріотичну та соціокультурну місію, оскільки не лише сприяє популяризації хорового співу серед широких верств населення, а й виступає амбасадором сучасної української хорової культури у світовому вимірі. Акцентовано вдале просування колективу у медійному просторі, ефективну співпрацю з медіа ресурсами та засобами масової інформації. Наголошується, що хор відзначається різноманітним репертуаром та вдало підібраними концертними програмами. Вказано, що хор «Гомін» володіє цільним гастрольним графіком, здійснює активну колаборацію з торговельними марками, завдяки чому наявний широкий ряд мерч-продукції з логотипом колективу. Відзначено, що популярність колективу значною мірою завдячує його харизматичному керівнику, диригенту і солісту Вадиму Яценку, яскравим солістам та артистам хору, більшість з яких становлять студенти та випускники Львівської національної музичної академії імені М.В. Лисенка. Схвально, що у 2025 році колектив, який провів понад двісті концертів по Україні та Європі, зібрав кошти на 50 пікапів та 115 дронів для фронту, на медеваки, передав мільйон гривень постраждалим у Тернополі та на «Єдинозбір» БФ Сергія Прутули, п'ять мільйонів гривень для реабілітаційного центру UNBROKEN.

Ключові слова: хор «Гомін», музичний колектив, диригент, бренд, промоція, стратегія.

Liubomyra Lastovetska. Choir “Homin” as an example of successful promotion of the modern choral collective

The article analyzes the municipal choir “Homin”, a peculiar phenomenon of modern Ukrainian musical culture, which functions at the Lviv organ hall, from the point of view of successful promotion in national and foreign cultural and artistic contexts; the effective use of management tools and brand technologies in creating a positive image of the choir was noted. It has been established that the promotion of the collective, which became mega-popular in the summer of 2025 thanks to an advertising post by the musicologist, communicator and SMM of the Lviv organ hall Liudmyla Burda, was carried out step by step, purposefully and thoughtfully by the heads of the organ hall Taras Demko and Ivan Ostapovych. It is emphasized that the choir “Homin” fulfills an important civil, patriotic and socio-cultural mission, as it not only promotes the popularization of choral singing among the general population, but also acts as an ambassador of modern Ukrainian choral culture in the world. Emphasis is placed on the successful promotion of the team in the media space, effective cooperation with media resources and mass media. The choir is noted for its diverse repertoire and well-chosen concert programs. It is indicated that the choir “Homin” has a busy touring schedule, actively collaborates with brands, thanks to which there is a wide range of merch products with the collective’s logo. It was noted that the “Homin”’s popularity is largely due to its charismatic leader, conductor and soloist Vadym Yatsenko, bright soloists and participants, most of whom are students and graduates of the Lviv National Academy of Music named after M.V. Lysenko. It is commendable that in 2025 the collective, which held more than two hundred concerts in Ukraine and Europe, collected funds for 50 pickup trucks and 115 drones for the front, for medevacs, handed over one million hryvnias to the victims in Ternopil and to Serhiy Prytula’s “Yedynozbir”, five million hryvnias for the rehabilitation center UNBROKEN.

Key words: choir “Homin”, musical group, conductor, brand, promotion, strategy.

Вступ. Муніципальний хор «Гомін», який нині функціонує при Львівському органному залі, є відомим українським колективом. Стрімку популярність він отримав влітку 2025 року, попри доволі тривалу історію існування. Завдяки розміщеному в соцмережах відео з репетиції хору, яке зняла комунікаційниці Львівського органного залу, есеменниці (SMM), музикознавиці, випускниці Львівської національної музичної академії імені М.В. Лисенка Людмила Бурда, за лічені години хор «Гомін» отримав мільйонні перегляди (понад 15 (!) мільйонів переглядів лише у застосунку Tik-Tok),

а завірусоване відео каверу пісні «Цей сон» Степана Гіги стало своєрідною музичною візитівкою колективу.

За версією національного рейтингу інформаційної агенції «Укрінформ», у 2024 р. «Гомін» став найкращим хором України, а наприкінці 2025 р. колектив отримав відзнаку «Культурна подія року» від Львівської міської ради.

Матеріали та методи. У статті використано комплексний методологічний підхід, при цьому визначальними стали аналітичний, компаративний, теоретичний, музикознавчий, герменевтичний, дедукативний та індуктивний методи.



У означеній розвідці при розгляді поняття бренду та механізмів промоції творчого колективу було використано праці Т. Нагорняк [4], З. Ластовецької-Соланської [3], Р. Дзунди [1], Сюй Шанмін [5; 6] та ін. Аналіз діяльності хору «Гомін» знаходимо, в основному, в рецензіях (О. Заблоцька [2]), постах, коментарях та музичних оглядах. При цьому більшість матеріалу розміщена в мережі Інтернет, а праці науковців, призначені аналізу феномену хору «Гомін», ще знаходяться на стадії написання.

Мета статті – розглянути діяльність муніципального хору «Гомін» з позиції успішної промоції музичного колективу в просторі сьогодення.

Результати дослідження. Хор «Гомін» виник у 1988 р. у Львові при обласному відділенні Музичного товариства імені Миколи Леонтовича. Колектив заснував відомий український диригент, співак, педагог, Заслужений діяч мистецтв України, професор кафедр академічного співу і хорового та оперно-симфонічного диригування Львівської національної музичної академії України імені М.В. Лисенка Олег Цигилик (1939–2025).

Спочатку «Гомін» мав мішаний склад, а потім став чоловічим хором. В останні роки колектив знову має мішаний склад, що дозволяє виконувати більш різноманітну, у репертуарному відношенні, музику.

Про високе реноме колективу свідчать нагороди та звання лавреата хорових конкурсів, зокрема, у 1989 р. хор «Гомін» став переможцем престижного національного конкурсу імені Миколи Леонтовича, згодом лавреатом конкурсів імені Дениса Січинського, Станіслава Людкевича, конкурсів-фестивалів «Хортиця-91» та «Просвіта», дипломантом міжнародного конкурсу в іспанському місті Торев'єха [2].

За час існування, хор «Гомін» під орудою О. Циглика та його вихованця Руслана Ляшенка, який очолював хор у 2007–2013 рр., здійснив низку Всеукраїнських та закордонних турне (Великобританія, США, Іспанія, Німеччина, Швеція, Франція, Чехія, Польща, Сербія та ін.), активно популяризуючи хоровий доробок українських композиторів минулого та сучасності.

Раніше хор «Гомін» перебував на балансі Львівської міської ради. За підтримки її управління культури колектив брав участь у всіх міських громадсько-культурних, урочистих, меморіальних та просвітницьких акціях, хорових фестивалях («Хваліте Господа з небес», «Львівські зустрічі» та ін.).

Варто зазначити, що репертуарну палітру колективу з самого початку складали твори українських композиторів – як оригінальні, так і обробки народних пісень, повстанські, батярські пісні, щедрівки та колядки, духовна музика, а також композиції сучасних авторів.

У 2019 р. хор виконав композицію «Вічна пам'ять» у серіалі «Чорнобиль», що прозвучала в заключній серії, який зняв відомий британський телеканал НВО [2].

У 2023 р. почалась нова віха діяльності хору «Гомін», оскільки він увійшов до складу Львівського органного залу. На посаді диригента та художнього керівника хору Р. Ляшенка змінив випускник Національної музичної академії України, доктор мистецтва,

Заслужений артист України, головний хормейстер Львівської опери Вадим Яценко.

У жовтні 2023 р. в оновленому складі хор «Гомін» взяв участь у Міжнародному хоровому фестивалі у шведському місті Лунд. Слід зауважити, що більшість учасників хору «Гомін», як минулого, так і нинішнього складу, становлять студенти та випускники диригентського та вокального факультету Львівської національної музичної академії імені М. В. Лисенка.

Мегапопулярності хору «Гомін» сприяли низка факторів, серед яких слід назвати наступні:

– успішну промоцію, яку здійснюють керівники органного залу Тарас Демко та Іван Остапович. Як вказано в одному з постів колективу у Facebook: «Ми пишаємося тим, що справжній культурний резонанс у соцмережах ... зруйнував стереотип про «нудну класику». Ми залучили до української музики абсолютно нову, молодіжну аудиторію, довівши: наше хорове мистецтво – сучасне, живе і трендове!»;

– вдале застосування інструментів менеджменту та бренд-технологій при просуванні колективу у медійному просторі. При дефініції поняття бренду відштовхуємося від позиції Зоряни Ластовецької-Соланської, яка визначає бренд, як певний «комплексний ряд сформованих асоціацій-ідентифікацій, ідеальний образ-уявлення, сукупність емоційних і раціональних уявлень, через які сприймається музична культура (чи її певний артефакт) певної країни у навколишньому світовому музичному просторі» [3, с. 107]. При цьому зауважмо, що виконавський бренд відноситься до категорії «лайн-брендів» (арт-імена та ін.), до яких належать знакові особистості у різних видах мистецтв, інтелектуальні досягнення та ін. [4, с. 225];

– продуману стратегію діяльності хору як у минулі роки, так і в сьогоденні. Як зазначив дослідник Роман Дзунда, «зменшення впливу традицій в епоху глобалізації змінює форму самоідентифікації, збільшуючи у той же час вільний вибір способу власного життя. Це впливає і на диригентську особистість... Глобалізаційні процеси змінили не тільки погляди, а й підходи до сучасних проблем, у тому числі і культурних» [1, с. 68];

– вдалу репертуарну політику, яка вирізняється розмаїттям на задоволення музичні смаки як професійних музикантів, так і меломанів.

Фактично, основні вектори мистецької складової діяльності колективу знаходимо на сторінці колективу у соцмережах, де вказано, що хор «Гомін» продовжує місію Львівського органного залу з відродження забутої національної музичної спадщини. При цьому колектив фокусує увагу на:

– «історичній справедливості» – це «світові прем'єри партесних концертів з архівів Софії Київської, що прозвучали у стінах Лаври, повернули нам пласт культури, який століттями намагалися стерти»¹;

– «спадщині», до якої колектив відносить запис усіх хорових творів Миколи Леонтовича до 150-річчя композитора, яке відзначатиметься у 2027 році, «щоб ця

¹ Хор ГОМІН. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/16y6QBApxD/?mibextid=wwXlfr> (дата звернення: 19.01.2026).
² Ibidem.

музика назавжди залишилася у світовому цифровому просторі». Водночас, своїм найбільш «душевним» проектом керівник хору В. Яценко називає «віднайдення хороших творів Якова Яциневича» [2];

– «співпраці» – це записи колядок із телеканалом Суспільне Львів, які «згрівали тисячі українців на Різдво»³. Крім того, у репертуарі хору аранжування пісень Володимира Івасюка, Назарія Яремчука, Квітки Цісик, Степана Гіги та інших співаків;

– колаборацію з відомими торгівельними марками («Адідас», «Колос» та ін.) та виготовлення мерч-продукції з логотипом колективу (худі, кепки, футболки тощо). Позаяк задля ефективного поширення бренду важливо, щоби, назва колективу була постійно присутня у мистецькому та медійному просторах, на концертних афішах, соцмережах тощо [6, с. 81];

– активну співпрацю з BigShow, TEATR.org.ua, Львівською міською радою, фондом «Доброміль», ГО «Об'єднання Активіст», також із медіа ресурсами та ЗМІ, які ефективно забезпечує Л. Бурда.

Важко не погодитися з дослідником Сюй Шанмін, який, аналізуючи творчу діяльність диригентів у сьогоденні, зазначив, що необхідними є «підвищена професійна мобільність, що супроводжується зростанням ролі комунікативних здібностей і адаптаційних якостей, оволодінням навиками соціальної самопрезентації, необхідністю присутності в медійному просторі та соціальних мережах, потребою у культурному універсалізмі, космополітизмі та ін.» [5, с. 156];

– щільний гастрольний графік з аншлагами як по Україні, так і за кордоном (тут слід згадати гастролі восени 2025 року країнами Європи та майбутнє турне Північною Америкою навесні 2026 року). Хор «Гомін» часто виступає з Академічним симфонічним оркестром Луганської обласної філармонії, з солістами Львівського органного залу та ін.;

– тематичні концертні програми, зокрема: «Цей хор, цей хор мені щоночі сниться», «На біс» та ін.

Як зазначено на сторінці колективу у Facebook, «Програма «Цей хор, цей хор мені щоночі сниться» стала нашим маніфестом, який почули тисячі людей під час великого турне Україною та Європою. Від

Варшави до Лондона, від Амстердама до Будапешта (понад 30 концертів за кордоном) ми працювали як культурні амбасадори. Ми нагадували світу, що війна триває, а українська культура є самобутньою частиною європейського коду»⁴.

– яскраві творчі особистості керівника і соліста хору В. Яценка, солістів Галини Гончарової, Анастасії Яценко, соліста та автора аранжувань Ігоря Гуцайлюка, учасників хору священника Романа Якимовського, Анастасії Кулініч, Романа Грабовенського та ін.

Про важливу громадянську та патріотичну місію, яку в сьогоденні здійснює хор «Гомін», свідчить той факт, що впродовж мегапродуктивного для нього 2025 року на понад двісті концертів містами України та країнами Європи колектив зібрав 10 мільйонів гривень на 50 пікапів для фронту та 115 дронів для ГУР та бригад ЗСУ, на медаки, передав мільйон гривень постраждалим у Тернополі та на «Єдинозбір» БФ Сергія Притули, п'ять мільйонів гривень для реабілітаційного центру UNBROKEN.

Висновки. Отже, львівський муніципальний хор «Гомін» є своєрідним феноменом сучасної української музично-виконавської культури, який виконує важливу соціокультурну місію, сприяючи популяризації хорошого співу серед широких верств населення й виступаючи амбасадором української хорової культури під час гастрольних турне країнами Європи та Америки.

Успішна промоція муніципального хору «Гомін» в просторі сьогодення завдячує кільком факторам, серед яких: продумана стратегія діяльності колективу керівниками Львівського органного залу Т. Демком та І. Остаповичем; ефективне застосування менеджменту та бренд-технологій при просуванні колективу у медійному просторі; вдала співпраця із ЗМІ, яку забезпечує Л. Бурда; щільний гастрольний графік; вмiло підібраний репертуар та різностильові концертні програми; колаборація з торгівельними марками; та виготовлення мерч-продукції з логотипом колективу; яскраві творчі особистості керівника хору В. Яценка, артистів хору, солістів та ін.

Перспективи подальших розвідок полягають у вивченні ролі хору «Гомін» в аспекті культурної дипломатії.

Література:

1. Дзундза Р. Проблеми ідентичності в реценції сучасних українських диригентів. *Українська музика*. Львів, 2018. Число 2 (28). С. 67–76. URL: <https://ukrmus.files.wordpress.com/2019/01/2018-2-n28-10.pdf> (дата звернення: 07.01.2026).
2. Заблоцька О. «Цей хор, цей хор мені щоночі сниться»: що варто знати про львівський хор «Гомін». *Суспільне культура*. 3 липня 2025. URL: <https://suspilne.media/culture/1058029-cej-hor-cej-hor-meni-sonoci-snitsa-so-varto-znati-pro-lvivskij-hor-gomin/> (дата звернення: 07.01.2026).
3. Ластовецька-Соланська З. До визначення поняття бренду в царині академічного музичного мистецтва. *Наукові збірки Львівської національної музичної академії ім. М. В. Лисенка* / Ред. кол. І. Пилатюк (голова), О. Катрич (ред.-упор.) та ін. Львів: «ТеРус», 2013. Вип. 29. С. 103–111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlnma_2013_29_13 (дата звернення: 19.01.2026).
4. Нагорняк Т. Країна як бренд. Національний бренд «Україна». *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 4 (9). С. 220–228.
5. Шанмін Сюй. Вплив глобалізації на творчу діяльність оперно-симфонічних диригентів. *Молодь і ринок: науково-педагогічний журнал*. № 7–8 (205–206) липень-серпень 2022. С. 156–160. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2022.267368> URL: <http://mir.dspu.edu.ua/article/view/267368/263253> (дата звернення: 19.01.2026).

³ Ibidem.

⁴ Ibidem.

6. Шанмін Сюй. Сучасні засоби промоції творчої діяльності оперно-симфонічного диригента. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка* [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 55. Т. 3. С. 80–84. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/55-3-12> URL: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/55_2022/part_3/12.pdf (дата звернення: 20.01.2026).

References:

1. Dzundza, R. (2018). Problemy identychnosti v retseptsii suchasnykh ukrainskykh dyryhentiv [Identity problems in the reception of modern Ukrainian conductors]. *Ukrainska muzyka* [Ukrainian music]. Lviv, Vol. 2 (28), 67–76. URL: <https://ukrmus.files.wordpress.com/2019/01/2018-2-n28-10.pdf> [in Ukrainian].

2. Zablotska, O. (2025). “Tsei khor, tsei khor meni shchonochi snytsia”: shcho varto znaty pro lvivskiy khor “Homin” [“I dream of this choir, this choir every night”: what can I say about the Lviv choir “Homin”]. *Suspilne kultura* [Social culture]. URL: <https://suspilne.media/culture/1058029-cej-hor-cej-hor-meni-sonoci-snytsa-so-varto-znati-pro-lvivskij-hor-gomin/> [in Ukrainian].

3. Lastovetska-Solanska, Z. (2013). Do vyznachennia poniattia brendu v tsaryni akademichnoho muzychnoho mystetstva [To the definition of the concept of the brand in the field of academic musical art]. *Naukovi zbirky Lvivskoi natsionalnoi muzychnoi akademii im. M.V. Lysenka* [Scientific collections of the Lviv National Academy of Music named after M.V. Lysenko] / Red. kol. I. Pylatiuk (holova), O. Katrych (red.-upor.) ta in. Lviv: “TeRus”, Vyp. 29, 103–111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlnma_2013_29_13 [in Ukrainian].

4. Nahorniak, T. (2008). Kraina yak brend. Natsionalnyi brend “Ukraina” [Country as a brand. National brand “Ukraine”]. *Stratehichni priorityty*, No 4 (9), 220–228. [in Ukrainian].

5. Shangming, Xu. (2022). Vplyv hlobalizatsii na tvorchu diialnist operno-symfonichnykh dyryhentiv [The influence of globalization on the creative activity of opera and symphony conductors]. *Molod i rynek: naukovo-pedahohichnyi zhurnal* [Youth and the market: a scientific and pedagogical journal], № 7–8 (205–206) lypen-serpen, 156–160. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2022.267368> URL: <http://mir.dspu.edu.ua/article/view/267368/263253> [in Ukrainian].

6. Shangming, Xu. (2022). Suchasni zasoby promotsii tvorchoi diialnosti operno-symfonichnoho dyryhenta [Modern means of promoting the creative activity of an opera-symphonic conductor]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivskiy zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh Drohobytskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka* [Current issues of humanitarian sciences: interuniversity collection of scientific works of young scientists of Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University], Drohobych : Vydavnychiy dim “Helvetyka”, Issue 55, Vol. 3, 80–84 DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/55-3-12> URL: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/55_2022/part_3/12.pdf [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 25.01.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 23.02.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 17.04.2026