

УДК 784.9+339.152 «20»

Цитування:

Ладний А. С. Ребрендинг українського народно-хорового мистецтва в ХХІ столітті. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 3. С. 254–259.

Ladnyi A. (2024). Rebranding of Ukrainian Folk Choral Art in the 21st Century. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal, 3, 254–259 [in Ukrainian].

Ладний Антон Сергійович,
аспірант Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв,
головний хормейстер Миколаївського
національного академічного театру
драми та музичної комедії
<https://orcid.org/0000-0002-3473-1499>
ladnyi92@gmail.com

РЕБРЕНДИНГ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДНО-ХОРОВОГО МИСТЕЦТВА В ХХІ СТОЛІТТІ

Мета роботи. У дослідженні проаналізовано ребрендингову політику народно-хорового мистецтва в ХХІ столітті та визначено нові підходи до його збереження і популяризації в умовах глобалізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій. **Методологія дослідження** передбачає поєднання емпіричного (спостереження, збір даних, інтерв'ювання), системного та аналітичного методів, які дали можливість виявити провідні тенденції оновлення підходів промоції українського народно-хорового мистецтва у ХХІ столітті. **Наукова новизна.** Уперше в українському музикознавстві досліджується ребрендинг як новий підхід до збереження й популяризації народно-хорового мистецтва в умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій. Ребрендингова політика виступає ключовим інструментом для актуалізації фольклорного типу музикування, підвищення інтересу до традиційної культури та інтеграції народно-хорового мистецтва в сучасний культурний простір. **Висновки.** Ребрендинг народно-хорового мистецтва є необхідним для його функціонування в сучасних умовах та залучення нової аудиторії, передусім молодіжної. Створення мультимедійних проєктів та використання соціальних мереж робить народно-хорове мистецтво більш доступним і привабливим. Інтеграція елементів інших культур у виступи народно-хорових колективів сприяє оновленню його формату та культурній інтеграції, зберігаючи при цьому автентичність українського мистецтва. Театралізація виступів, використання традиційних українських костюмів, сценографії та хореографії підвищує емоційний вплив на глядача, формуючи сучасний образ української народної пісні. Ребрендинг допомагає народно-хоровим колективам не лише зробити фольклор одним із провідних музичних трендів в Україні, а й вийти на міжнародний рівень, сприяючи міжкультурній комунікації та популяризації українського мистецтва за її межами.

Ключові слова: ребрендинг, народно-хорове мистецтво, музичне виконавство, театралізація, музичні технології.

Ladnyi Anton, Postgraduate Student, Department of Musical Art, National Academy of Culture and Arts Management, Chief Choirmaster of the Mykolaiv National Academic Ukrainian Theatre of Drama and Musical Comedy

Rebranding of Ukrainian Folk Choral Art in the 21st Century

Purpose of the work. The study analyses the rebranding policy of folk choral art in the 21st century and identifies new approaches to its preservation and popularisation in the context of globalisation and the rapid development of information technologies. **Research methodology** involves the combination of empirical methods (observation, data collection, interviewing), systematic and analytical methods, which allowed for identifying the leading trends in updating approaches to promoting Ukrainian folk choral art in the 21st century. **Scientific novelty.** For the first time in Ukrainian musicology, rebranding is being explored as a new approach to the preservation and popularisation of folk choral art in the conditions of globalisation and the development of information technologies. Rebranding policy acts as a key tool for revitalising the folk music tradition, increasing interest in traditional culture, and integrating folk choral art into the modern cultural space. **Conclusions.** Rebranding of folk choral art is essential for its functioning in modern conditions and for attracting new audiences, especially young people. The creation of multimedia projects and the use of social networks make folk choral art more accessible and appealing. The integration of elements from other cultures into folk choral performances contributes to updating its format and cultural integration while preserving the authenticity of Ukrainian art. The theatricalisation of performances, the use of traditional Ukrainian costumes, scenography, and choreography enhance the emotional impact on the audience, shaping a modern image of the Ukrainian folk song. Rebranding helps folk choral groups not only make folklore one of the leading musical trends in

Ukraine but also reach an international level, fostering intercultural communication and promoting Ukrainian art abroad.

Keywords: rebranding, folk choral art, musical performance, theatricalisation, music technology.

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми ребрендингової політики народно-хорового мистецтва в сучасному світі зумовлена зростаючим інтересом до збереження та популяризації культурної спадщини. В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій традиційне народно-хорове мистецтво потребує нових підходів для залучення більш широкої аудиторії, передусім молоді. Ребрендинг дозволяє адаптувати народне мистецтво до сучасних реалій, зберігаючи при цьому його автентичність і унікальність. Дана тема недостатньо розкрита в українському музикознавстві, що зумовлює необхідність її висвітлення.

Аналіз досліджень і публікацій. Розвиток народно-хорового виконавства в сучасній Україні досліджено в роботах О. Скопцової та С. Палиги [8], А. Бондаренка [1], В. Шевченко, О. Ноздріної та Г. Павлюкової [7], П. Павлюченко [5], Н. Цюпи [6] та ін. У них здійснено аналіз репертуару народних хорів, зазначено важливість художнього керівника та хормейстера у формуванні репертуару та інтерпретації, розглянуто теоретичні та історичні засади театралізації хорового мистецтва, де підкреслено її значимість для сучасного музичного мистецтва, однак в них не підіймаються питання бренду та ребрендингу в народно-хоровому виконавстві. В наукових публікаціях, присвячених питанням ребрендингу, а саме дослідженнях С. Махнуши, О. Олійник [4], Л. Донець, О. Долинської [2], О. Казанської, Г. Радченко, К. Чернова [3], ребрендинг описується як ефективний інструмент покращення бренду, розглядається сутність та досвід застосування ребрендингу компаніями в сучасних ринкових умовах, зазначаються причини, завдання, прийоми його проведення та багато іншого. Проте ребрендинг як ефективна стратегія оновлення в культурно-мистецькій сфері, зокрема в народно-хоровому виконавстві, у цих працях не став предметом дослідження. В сучасному глобалізованому світі народно-хорове мистецтво зазнало трансформації форм презентації та промоції, а тому виникає потреба теоретичного осмислення його ребрендингової політики.

Мета роботи – аналіз ребрендингової політики народно-хорового мистецтва в ХХІ столітті, визначення нових підходів до його збереження і популяризації в умовах

глобалізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу. Сучасне українське народно-хорове мистецтво відзначається високою мистецькою цінністю. Багато вітчизняних колективів здобули міжнародне визнання, популяризуючи українську культуру на світовій арені. Однак не варто забувати, що народно-хорове мистецтво в сучасному світі стикається з рядом серйозних викликів. Одним з основних є зниження інтересу до нього серед молоді. Молоде покоління часто віддає перевагу іншим формам розваг, таким як поп-музика, електронна музика та соціальні мережі. Це створює труднощі у залученні нових учасників до хорових колективів та підтримці їхньої активності. Також наявна сильна конкуренція з боку інших напрямів музичного мистецтва. В умовах комерціалізації культури, популярні жанри, такі як поп, рок та електронна музика, мають більше можливостей для фінансової підтримки та просування, що ускладнює залучення аудиторії до народно-хорових концертів. Безперечно, зараз вже існують офіційні сторінки деяких народно-хорових колективів у соціальних мережах Instagram, facebook та X, але вони несуть більш інформативний, звітний, а не рекламний характер мало просуваючи народне мистецтво.

Глобалізація, розвиток цифрових технологій і зміни в споживчих смаках відкривають нові можливості для мистецьких колективів. Ребрендинг стає важливим інструментом для збереження актуальності народно-хорового мистецтва. Сучасна молодь виростає у світі швидких змін та інформаційного перенасичення, і традиційні форми мистецтва можуть видаватися їм застарілими або малозрозумілими. Ребрендинг, що передбачає сучасні аранжування, використання мультимедійних технологій, активну присутність колективів у соціальних мережах тощо, допомагає оновити образ народно-хорового мистецтва, зробивши його більш привабливим для молодіжної аудиторії.

В умовах глобалізації ми розуміємо, що ребрендинг не лише зміна логотипу компанії, а є чимось набагато більшим. Як зазначають С. Махнуша та О. Олійник, «ребрендинг є більш глибоким процесом. Він може передбачати як зміну зовнішніх

ідентифікаторів, так і зміни концептуального характеру – місії, позиціонування бренду на ринку» [6, с. 144]. Тобто ребрендинг – це цілий комплекс заходів по зміні бренду, назви, логотипу, візуального оформлення і, насамперед, зміна виробленого товару та його нове представлення. У нашому випадку ребрендингу зазнає народна пісня та концертна програма народного хорового колективу.

Український культурний ринок насичений різноманітними формами мистецтва та розваг, і щоб привернути увагу і утримати інтерес аудиторії, народно-хорові колективи мають пропонувати щось унікальне та інноваційне. Ребрендинг допомагає виділитися серед конкурентів, підкреслити унікальні риси колективу та створити імідж, що буде добре запам'ятовуватись. Водночас ребрендинг не означає відмову від традицій, а, навпаки, сприяє їх збереженню та адаптує до сучасних умов. Оновлений образ народно-хорового мистецтва може допомогти зберегти культурну спадщину, зробивши її більш доступною та цікавою для сучасних глядачів, що важливо для передачі її наступним поколінням.

Одним із засобів ребрендингу народно-хорового мистецтва є використання сучасних технологій, які відкривають нові можливості для популяризації народно-хорового мистецтва. Аудіозаписи, відеозаписи, стрімінгові платформи та соціальні мережі дозволяють охопити більш широку аудиторію та створювати нові форми взаємодії із глядачами та слухачами. Ребрендинг допомагає ефективно інтегрувати ці технології в діяльність колективів, роблячи народно-хорове мистецтво більш відкритим, та сприяє виходу народно-хорових колективів на міжнародний рівень. Оновлений образ та сучасні підходи до виконання можуть привернути увагу зарубіжної аудиторії, сприяти участі в міжнародних фестивалях та конкурсах. Це не тільки популяризує українську культуру за кордоном, а й зміцнює культурні зв'язки між країнами.

Глобалізація призводить до змішування культур, що може загрожувати національній ідентичності та унікальності. Водночас вона відкриває нові можливості для міжкультурного обміну. Народно-хорові колективи можуть використовувати елементи інших культур для створення нових, інноваційних форматів виступів, зберігаючи при цьому автентичність українського мистецтва. Ребрендинг допомагає інтегруватися у глобальний

культурний контекст, зберігаючи національні особливості.

Народно-хоровий колектив у своїх виступах може використовувати інструменти, ритміку або мелодику, які є характерними для інших етнічних груп. Наприклад, хор може виконувати традиційні українські пісні в супроводі африканських барабанів або зі східними танцювальними рухами. Такі виступи зможуть залучати ширшу аудиторію, представляючи новий погляд на українську культуру. Одним із яскравих прикладів такого міксту є українська народна пісня з репертуару народного хору Миколаївського фахового коледжу культури і мистецтв «Ой піду я до млина» в обробці для народного хору В. Василенка та О. Лужинської, що прозвучала у супроводі перуанського кахону та африканського барабану джембе, котрий надав твору оригінального звучання. Перше виконання відбулося 16 травня 2019 року на звітному концерті коледжу, який проходив в Миколаївському обласному палаці культури. Такий підхід був вельми неочікуваним і став предметом обговорення музичної спільноти.

Інтерактивне мистецтво, перформанси, інсталяції та мультимедійні проекти, яке стає все більше популярним, прагнуть залучати глядачів як активних учасників. Використання новітніх технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, 3D і цифрова анімація, відкривають нові можливості для музичної творчості. Наприклад, під час виконання пісні про природу навколо хористів можуть з'являтися віртуальні дерева, квіти або навіть тварини, що реагують на ритм музики. Віртуальна реальність дозволить глядачам бути не просто слухачами, але й частиною виступу – вони можуть відчувати себе так, ніби перебувають посеред поля або біля річки відповідно до змісту пісні. Технологія 3D-анімації може використовуватися для створення сценічних декорацій або персонажів, що відтворюють героїв народних пісень та легенд. Наприклад, під час виконання хорової пісні про козацькі подвиги на сцені можуть з'являтися 3D-анімовані козаки, що взаємодіють із музикантами, або ж сцени історичних битв. Таким чином, поєднання автентичної української музики із сучасними технологіями не тільки допоможе зберігати культурну спадщину, а й залучатиме молодшу аудиторію, яка цікавиться новітніми цифровими форматами. На жаль, 3D-анімації у виступах народного хору наразі не використовувалася, адже для цього потрібні

кошти, але з часом у вони увійдуть і в народно-хорове виконавство.

Мультимедійні та кросмедійні проєкти, які поєднують звук, відео, текст і інтерактивні елементи, сьогодні стають невід'ємною частиною концертної діяльності народно-хорових колективів. Виступ Українського народного хору імені Станіслава Павличенка на Євробаченні-2017 у Києві став яскравим прикладом того, як традиційне мистецтво може бути інтегроване у сучасний культурний контекст, залишаючись актуальним та привабливим для широкої аудиторії. Виконання хоровим колективом попури з пісень-переможниць конкурсу Євробачення, що поєднало традиційні українські музичні мотиви з сучасними технологіями, було захоплюючим і незабутнім видовищем. Сцена була оформлена у вигляді величезного екрану, на якому демонструвались відеоінсталяції з українськими народними орнаментами та символікою. Ці візуальні ефекти гармонійно доповнювали живий виступ хору й хореографічного колективу, поєднуючи традиційне та сучасне. Хористи були одягнені в українські народні костюми, вишиті барвистими візерунками. Інструментальний супровід хору передбачав синтез автентики та електронної музики, завдяки чому концертний номер захоплював своєю енергією. Звуки акордеону, сопілки, цимбалів та інших традиційних інструментів гармонійно поєднувався з електронним звучанням, створюючи унікальну звукову атмосферу. Візуальний ряд був доповнений елементами хореографії: хористи виконували синхронні рухи, які підкреслювали динаміку музики та візуальних ефектів. Кульмінацією виступу стало використання відеоінсталяцій, які в реальному часі реагували на рухи хористів, створюючи враження, що сцена живе і дихає разом із музикою, і це викликало захоплення глядачів.

Ребрендинг в репертуарі народних хорів є важливою складовою адаптації та збереження актуальності народно-хорового мистецтва в сучасному світі. Одним із ключових аспектів його ребрендингу є інтеграція із сучасними музичними напрямками, такими як поп, рок, джаз та електронна музика. Це дозволяє створювати оригінальні аранжування відомих пісень, роблячи їх більш привабливими для молоді. Використання сучасних технологій, таких як звукопідсилювальна техніка, синтезатори та електронні інструменти, допомагає модернізувати звучання народних хорів, створюючи динамічні та яскраві

виступи, що відповідають вимогам сучасної музичної індустрії. Прикладом цього можуть бути невеликі фольклорні колективи або виконавці як-от ДахаБраха або ONUKA, відомі своїми експериментами з поєднанням фольклору та сучасної електронної музики, що робить народну музику ближчою до молодшої аудиторії. Такі ж експерименти можуть робити і професійні хорові колективи. Однак слід зазначити, що ми не говоримо про необхідність повної відмови від традиції, але кілька подібних аранжувань варто було б включити до свого репертуару і тим самим відслідковувати реакцію публіки щодо доцільності таких експериментів.

Співпраця із сучасними композиторами, аранжувальниками та виконавцями відкриває нові можливості для створення унікальних творів, які поєднують традиційне мистецтво із сучасними музичними напрямками. Ребрендинг також включає адаптацію сучасних пісень до хорового виконання, що дозволяє популярним мелодіям набувати нового звучання у виконанні народного хору, зберігаючи при цьому свою автентичність та емоційну глибину. Продюсер та співак Luіku разом зі студією Національного заслуженого академічного українського народного хору імені хору Г. Верьовки записали трек «Бай, бай, Соломія», Тарас Тополя – «Щедрик» М. Леонтовича. Сам же хоровий колектив збагатив свій репертуар піснею Jerry Heil «Козацькому роду – нема переводу». Ще раніше, у 2015 році студентський хор Миколаївської філії Київського національного університету культури і мистецтв, який дотримується традиції народно-хорового виконавства, взяв до репертуару пісні «Я не здамся без бою» з репертуару гурту «Океан Ельзи» та «Країна мрій» гурту «Воплі Відоплясова». Усі вони були адаптовані для складу оркестру народних інструментів та народний тип вокалу.

Створення тематичних програм із новими аранжуваннями, що відображають актуальні соціальні, культурні чи історичні події, також є важливою складовою ребрендингу. Такі програми можуть бути присвячені видатним історичним постатям, культурним явищам або сучасним подіям, що викликають резонанс у суспільстві. Ці заходи сприяють збереженню та популяризації народно-хорового мистецтва, роблячи його актуальним і цікавим для сучасної аудиторії. У лютому 2017 року Академічний ансамбль пісні і танцю «Козаки Поділля» провів концерт, присвячений річниці Євромайдану. Цей захід був частиною їхньої

програми, що відображають сучасні події, у тому числі й Революцію Гідності. У концерті прозвучали пісні, написані самими учасниками подій, а аранжування та виклад для хору робив художній керівник колективу, народний артист України Микола Балема. Виступ супроводжувався не лише співом, а й танцювальними номерами, що зображали драматичні події Євромайдану. Такі концерти стали важливою частиною їхньої роботи, спрямованою на підтримку патріотичного духу в суспільстві. Звісно, такі заходи проводять і інші хорові колективи, але нечасто та для обмеженої аудиторії.

Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, хорові колективи мають постійно оновлювати свій репертуар, використовувати сучасні технології та формати виступів. Ребрендинг у репертуарі дозволяє підкреслити унікальність колективу, привернути увагу нової аудиторії та зайняти гідне місце на культурному ринку.

Сьогодні неможливо уявити концертні виступи народно-хорових колективів без театралізації, яка допомагає створити емоційні та візуально привабливі номери. Театралізація включає такі компоненти як костюми, сценографію, хореографію, акторську гру та мультимедійні компоненти. Традиційно народно-хорове мистецтво завжди мало елементи театралізації, такі як обрядові дійства, народні свята та ритуали. Сьогодні театралізація виступів стає ще більш важливою для залучення аудиторії та збереження культурної спадщини. Використання традиційних українських костюмів, вишиванок, головних уборів та інших елементів народного одягу додає автентичності та народного колориту концертним виступам. Реквізит, зокрема народні інструменти, прапори та інша символіка, також може бути використаний для підсилення візуального ефекту. Сценографія включає створення відповідного сценічного оформлення, яке відображає тематику виступу. Це можуть бути декорації, що відображають сільський побут, природні ландшафти або історичні події.

Хореографія є важливою складовою театралізації виступів. У професійних народних хорах зазвичай є окрема хореографічна група, але не слід забувати і аматорські колективи, які іноді не мають у своєму складі оркестрової групи, а лише один-два баяни, які використовуються як супровід. Учасникам таких хорових колективів слід урізноманітнювати свої вокальні номери або

концерти елементарними побутовими танцями, притупами або дробушками, виконуючи їх самостійно. Народні танці, рухи та постановки додають динаміки та енергії виступам, роблять їх більш живими та цікавими для глядачів.

Учасники хорових колективів можуть використовувати елементи акторської гри для передачі емоцій та створення драматичного ефекту. Це може включати міміку, жести, діалоги та інші театральні прийоми. Театралізовані виступи мають великий потенціал для залучення широкої аудиторії. Вони не тільки викликають сильні емоції, але створюють атмосферу, яка сприяє підвищенню інтересу до народно-хорового мистецтва. Театралізація не тільки допомагає зберігати та популяризувати українську культурну спадщину, а й створює емоційний вплив на глядача. Робота над театралізованими виступами сприяє підвищенню професійного рівня учасників хорових колективів. Вони розвивають не лише вокальні навички, але й акторську майстерність, хореографію та роботу зі сценографією. Театралізовані виступи можуть бути успішно представлені на міжнародних фестивалях та конкурсах, сприяючи міжкультурному обміну та підвищенню міжнародного престижу українського мистецтва.

Проводячи ребрендингову політику в народно-хорових колективах, не слід забувати і про необхідність збереження високого професійного виконавського рівня. Високі вимоги до виконавської майстерності є ще одним викликом для народно-хорового мистецтва. Хоровим артистам необхідно мати не лише вокальні навички, але й вміння працювати зі звукопідсилювальною технікою, мати сценічну пластичність та акторські здібності. Це вимагає постійного навчання та професійного розвитку. Як було зазначено, характерною рисою для професійних народно-хорових колективів є поєднання хорового, інструментального й хореографічного компонентів, що підтримується в багатьох професійних колективах.

Збереження автентичності народно-хорового мистецтва в умовах сучасних змін є важливим завданням культурної політики. Використання автентичного фольклорного матеріалу та дотримання традиційних форм виконання є необхідними для збереження культурної спадщини. Важливою складовою цього процесу є високий рівень майстерності співаків хору та їх відкритість до інновацій та сучасних мистецьких трендів.

Наукова новизна полягає у тому, що вперше в українському музикознавстві досліджується ребрендинг як новий підхід до збереження й популяризації народно-хорового мистецтва в умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій. Ребрендингова політика виступає ключовим інструментом для актуалізації фольклорного типу музикування, підвищення інтересу до традиційної культури та інтеграції народно-хорового мистецтва в сучасний культурний простір.

Висновки. Ребрендинг народно-хорового мистецтва є необхідним для його функціонування в сучасних умовах та залучення нової аудиторії, передусім молодіжної. Створення мультимедійних проєктів та використання соціальних мереж робить народно-хорове мистецтво більш доступним і привабливим. Інтеграція елементів інших культур у виступи народно-хорових колективів сприяє оновленню його формату та культурній інтеграції, зберігаючи при цьому автентичність українського мистецтва. Театралізація виступів, використання традиційних українських костюмів, сценографії та хореографії підвищує емоційний вплив на глядача, формуючи сучасний образ української народної пісні. Ребрендинг допомагає народно-хоровим колективам не лише зробити фольклор одним із провідних музичних трендів в Україні, а й вийти на міжнародний рівень, сприяючи міжкультурній комунікації та популяризації українського мистецтва за її межами.

Література

1. Бондаренко А. І. Репертуар хору імені Верьовки: жанрова і стилісова еволюція. *Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації*: матеріали IV Міжнародної наукової конференції, м. Івано-Франківськ, 2 грудня, 2022 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця: Європейська наукова платформа, 2022. С. 260–262.
2. Донець Л. Я., Долинська О. О. Вітчизняний досвід проведення ребрендингу компаній. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. Електронне видання. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8547> (дата звернення: 12.06.2024).
3. Казанська О. О., Радченко Г. А., Чернова К. А. Ребрендинг як інструмент зміцнення бренду. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. №12 (12). С. 47–57.
4. Махнуша С. М., Олійник О. В. Ребрендинг як засіб тривалого існування компанії на ринку.

Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3. Т. 2. С. 143–150.

5. Павлюченко П. Г. Особливості репертуару народного хору під керівництвом Григорія Верьовки. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (54). С. 547–549.

6. Цюпа Н. П. Народні хорові колективи в українському музичному просторі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2016. № 22. С. 250–254.

7. Шевченко В. В., Ноздріна О. Ю., Павлюкова Г. В. Стильові модифікації репертуару народних хорів. *Молодий вчений*. 2017. № 9. С. 229–232.

8. Skoptsova O., Palyha S. Folk Choral (Song) Art Development Strategy in All of Modern Ukraine. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2022. Вип. 46. С. 133–137.

References

1. Bondarenko, A. I. (2022). Repertoire of the Veryovka Choir: Genre and Stylistic Evolution. *Scientific Space: Current Issues, Achievements, and Innovations*, 260–262 [in Ukrainian].
2. Donets, L. Ya, & Dolynska, O. O. (2021). Domestic Experience of Rebranding Companies. *Efficient Economy*, 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8547> [in Ukrainian].
3. Kazanska, O. O., Radchenko, H. A., & Chernova, K. A. (2022). Rebranding as a Tool to Strengthen the Brand. *Science and Technology Today*, 12 (12), 47–57 [in Ukrainian].
4. Makhnusha, S. M., & Oliynyk, O. V. (2011). Rebranding as a Means of a Company's Long-Term Existence on the Market. *Marketing and Innovation Management*, 3 (2), 143–150 [in Ukrainian].
5. Pavliuchenko, P. H. (2018). Features of the Repertoire of the Folk Choir und the Direction of Hryhorii Veryovka. *Young Scientist*, 2 (54), 547–549 [in Ukrainian].
6. Tsupa, N. P. (2016). Folk Choral Groups in the Ukrainian Musical Space. *Ukrainian Culture: Past, Present, Paths of Development*, 22, 250–254 [in Ukrainian].
7. Shevchenko, V. V., Nozdrina, O. Yu, & Pavliukova, H. V. (2017). Stylistic Modifications of the Repertoire of Folk Choirs. *Young Scientist*, 9, 229–232 [in Ukrainian].
8. Skoptsova, O., & Palyha, S. (2022). Folk Choral (Song) Art Development Strategy in All of Modern Ukraine. *Bulletin of KNUKIM. Series: Arts*, 46, 133–137 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 05.07.2024
Отримано після доопрацювання 08.08.2024
Прийнято до друку 15.08.2024*