

Різун А. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МУЗИЧНИХ НОВИННИХ ЗАСТАВОК НА РАДІО

Статтю присвячено вивченню свідомих реакцій студентів-журналістів магістерського рівня навчання на музичні новинні заставки в плані виділення функцій заставок, рівня їхніх характеристик. У науковій літературі нема системних досліджень заставок як медійного засобу. У професійній сфері питанню функціонування заставок приділяється увага. Виникає наукова проблема доведення реальної ролі заставок у системі медійних засобів, що вимагає комплексного підходу до вивчення цих поширених медіаодиниць, зокрема експериментального обґрунтування. Для дослідження використано метод онлайн-опитування, статистичного аналізу даних опитування. Усього участь в опитуванні взяло 54 студенти з 80 можливих, що навчаються на першому курсі магістратури. Для дослідження було запропоновано чотири музичні заставки. Серед них шестихвилинна Музична новинна тема ВВС, новинна заставка Українського радіо, заставки Радіо «Свобода» та Громадського радіо. Дослідження є експериментальним, не соціологічним, експлораторним. У результаті аналізу статистично обґрунтованими виявилися три функції як важливі з порогом важливості 50% – привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин. Чотири респонденти з 54-х виділяють ці функції як на рівні прогностичному, відповідаючи на питання, які в цілому функції властиві заставці, так і на рівні практичної оцінки заставки конкретних радіостанцій. 24 респонденти виділяють ці три функції прогностично та практично не в повному обсязі. Цим трьом функціям відповідають найвищі за оцінкою рівні характеристик заставок. За 10-бальною шкалою це середні для групи оцінки від 6,44 до 7,54, які є статистично значущими та важливими для заставок. Перевірка показала, що оцінки рівнів четвіркою респондентів, які перебувають у полі зору дослідника, лежать у межах стандартного відхилення відносно середніх оцінок у групі. Таким чином, можна вибудовувати гіпотезу, що свідомі реакції на заставку в різних ситуаціях є закономірними для одного й того ж респондента та що вони будуть обґрунтовано корелювати з прихованими реакціями за певними показниками. У висновках передбачено, що у наступних дослідженнях ці учасники продемонструють прогнозовану поведінку на рівні прихованих реакцій на заставки.

Ключові слова: музичні новинні заставки, функції заставок, рівні характеристик заставок, приховані реакції на заставки, експлораторне дослідження.

Постановка проблеми. Статтю написано в рамках науково-дослідної роботи кафедри кіно-і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Аудіовізуальні медіа та мистецтва як основа сучасної екранної комунікації та культури» (Audiovisual Media and Arts as the basis of Contemporary Screen Communication and Culture) (номер державної реєстрації 0124U001435). Кафедральна тема присвячена дослідженню стратегії функціонування аудіовізуальних медіа та мистецтв як ефективних інструментів екранної комунікації та культури; функціональних, видових, типологічних, форматних, жанрових концептів й актуальних трендів розвитку індустрії. Очікуваними результатами є склад-

ники аудіовізуальних медіа та мистецтв. У цьому контексті вимог до науково-дослідної роботи кафедри вивчення функцій такого складника, як музичні новинні заставки (МНЗ_н), є закономірним і воно входить у дисертаційне дослідження¹, за матеріалами якого зроблено статтю.

Суть вивчення функціональності будь-якого медіазасобу полягає у розумінні його можливостей, обмежень і способів застосування для досягнення певної комунікаційної мети [9]. Серед поширених у медійних колах тез про роль, призначення МНЗ_н у науковій сфері відсутні системні, а також поодинокі спеціальні дослідження заставок. Проте серед досліджень є роботи, у яких

¹ Різун А. В. Музичне оформлення новинних випусків на радіо: типи та функції.

піднімається питання важливості та актуальності будь-якого музичного оформлення новинних програм, в тому числі й МНЗ_н [6; 7; 12; 13; 16]. За спостереженнями Каллініна [7], користувачів можуть приваблювати медіаповідомлення з аудіохарактеристиками, що виражають емоції або особистість, подібну до їхньої власної. Комунікаційна функція МНЗ має форму психоакустичного впливу, що, за визначенням Фомиці, є цілеспрямованою діяльністю *«у системі маніпулятивно-пропагандистських технологій із використанням звукових прийомів дії на свідомість окремої людини, групи людей та населення загалом, що здійснюється за допомогою зміни висоти, тембру, гучності, голосового інтонування, темпу мовлення тощо з метою внесення змін у поведінку та світогляд індивіда й мас»* [17, с. 6].

Таким чином, виникає наукова проблема доведення реальної ролі МНЗ_н в системі медійних засобів, що вимагає комплексного підходу до вивчення цих поширених медіаодиниць, зокрема експериментального обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд літератури, присвяченої вивченню МНЗ_н, зроблений нами у статтях [9; 14]. Огляд літератури, спілкування з учасниками досліджень щодо функцій МНЗ та їх вивчення дозволяє нам зробити припущення, можливо, дискусійного характеру про те, що уявлення про функції і не тільки МНЗ, а будь-яких медійних елементів тримається, з одного боку, на прогнозуванні характеру, змісту, ефективності функцій з урахуванням побудови, структури, особливостей використання тих чи інших медійних елементів, з іншого боку, на дослідженнях реальної дії елементів на особу чи групу осіб [9, с. 93].

Огляд наукової літератури стосовно висвітлення результатів досліджень МНЗ підводить до висновка, що ця тема є вузькоспеціалізованою та малодослідженою, проте з вказівками авторів досліджень на необхідність вивчення будь-яких музичних ефірних засобів як інструмента впливу на масову аудиторію. Цей огляд джерел підказав перспективні напрями можливих досліджень для перевірки гіпотези про те, що МНЗ, як елемент фонові музики, може відволікати увагу слухача від змісту новинного повідомлення, що гальмує його когнітивні процеси на виявлення дезінформації. Поряд із важливими функціями, які виконують МНЗ (ідентифікації програми, радіостанції, викликання зацікавленості, позитивного налаштування на сприймання ефіру і т.д.) залежно від типу, – МНЗ можуть викликати нега-

тивні емоції і налаштовувати слухача на апперцептивне, упереджене сприймання новин. Є різні типи МНЗ, але найважливішим типом для новин є тонізуючі, активуючі, збуджувальні музичні ерготропні (що ритмічно є пунктирні, акцентовані, з ударною пульсацією) фрагменти, проте таке твердження потребує експериментальної перевірки [14, с. 183].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження свідомих реакцій на МНЗ_н. Будь-які медійні явища існують у двох вимірах: професійно-прогностичному та споживацькому (вимір користувачів медіа). Ці виміри можуть як збігатися в інтерпретації медійних явищ, їхніх функцій, їхнього змісту, їхньої важливості, так і не збігатися, а навіть суттєво виключати один одного. Тож метою дослідження є показати рівень сприймання МНЗ_н у плані професійно-прогностичному, бо свідоме наділення МНЗ певними функціями є відправною точкою зору в їх інтерпретації.

Виклад основного матеріалу. Гіпотетично важливість МНЗ артикулюється насамперед редакторами та іншими профучасниками медійного середовища. І тут виникають питання: наскільки редактори «вгадують» важливість МНЗ; наскільки професійна інтерпретація функцій МНЗ корелює з уявленнями про них аудиторії. Іншими словами, чи насправді ефективними є МНЗ_н настільки, наскільки ефективність визнають професіонали. У зв'язку з такою постановкою питання виникла необхідність в рекрутингу особливих учасників. Учасниками дослідження спеціально обрано студентів-журналістів магістерських освітніх програм, оскільки такі студенти, з одного боку, є професійно підготовленими і здатними робити фахово усвідомлені тлумачення функцій МНЗ_н, з іншого боку, вони є молодими фахівцями, не переобтяженими редакційними штампами та звичками, усталеними точками зору. Крім того, їхня «професійна поведінка» ще не настільки сформована, щоб бути частиною підсвідомої поведінки як звичайних людей, а це дасть можливість зафіксувати у цих молодих людей приховані реакції, властиві людям цього віку, в наступних дослідженнях, а також зіставити свідомі реакції на МНЗ_н, зафіксовані у цьому дослідженні, з прихованими реакціями, які будуть отримані пізніше.

Учасники слухали 4 музичні заставки і проходили опитування щодо них. Це дослідження є першим у вивченні функцій музичних заставок у лабораторних умовах. Дослідження проводилося 5.11.24 року. Учасники розуміли, що вони і далі протягом місяця братимуть участь у різних

дослідженнях МНЗ_н, зокрема з використанням лабораторного обладнання.

Обґрунтування:

1. Учасниками цього дослідження, як уже зауважувалося, обрано студентів журналістики, бо рівень усвідомлення ролі МНЗ_н людьми професійного вишколу більш глибокий, ніж іншими. Оскільки кінцевим результатом цього в цілому системного в перспективі дослідження передбачено фіксування реальних, «живих», але прихованих, тобто не контрольованих свідомістю, реакцій на МНЗ_н, нам важливо зафіксувати ту контрастність реакцій у площині «свідоме – несвідоме», яку можуть проявляти навіть професійні носії, що буде свідчити про природну функціональну ефективність/неефективність МНЗ_н.

2. Віковий діапазон учасників дослідження – молоді люди (студенти магістерського рівня навчання), оскільки вони мають найбільш актуальні широкі системні знання про різного роду медіаявища.

3. Усього участь в опитуванні взяло 54 студенти з 80 можливих, що навчаються на першому курсі магістратури.

4. Наше дослідження є експериментальним, не соціологічним, тому питання вибірок у плані соціальної репрезентативності не є актуальним. Нами зроблено припущення, що зафіксовані закономірності у функціональному розподілі МНЗ_н стосуються будь-якої МНЗ. Через те і кількість МНЗ_н, і приналежність радіостанціям не має для цього дослідження особливого значення. Критеріями відбору є пропускна здатність лабораторії, лабораторного методу, а також психологічний комфорт учасників експерименту, який залежить від кількості експериментальних зразків, що пред'являються учасникові дослідження. Щодо підбору учасників досліджень та відбору зразків-стимулів ми виходимо з рекомендацій АРА [4]. Валідність висновків прагнемо забезпечити, виходячи з того, що «статистична валідність висновків (СВВ) має місце, коли висновки наукового дослідження ґрунтуються на адекватному аналізі даних, що зазвичай означає, що використовуються адекватні статистичні методи, поведінка яких на невеликій вибірці є точною, крім того, що вони логічно здатні дати відповідь на дослідницьке питання» [5].

5. Для дослідження було запропоновано чотири МНЗ_н. Серед них шестихвилинна *Музична новинна тема ВВС*. Ця тема поширена у глобальному світовому медійному просторі у вигляді її різ-

них купюр. Вона доступна на платформі інтернет кожному, добре впізнавана, професійно виготовлена, має щорічні версії. Зручна для дослідження через достатній для фіксування реакцій часовий інтервал звучання. Друга МНЗ – це заставка Українського радіо як суспільного мовника, теж впізнаваного, доступного, важливого з точки зору суспільно-культурної. Третя МНЗ – заставка Радіо «Свобода» як знаного в українському медійному просторі мовника. Для досліджень ми обрали версію 2000 року, позначену українським національним колоритом. Четверта МНЗ – заставка Громадського радіо як важливого чинника українського радіопростору. Принциповим чинником для відбору МНЗ_н була тривалість звучання: приклад повної розгорнутої новинної теми (ВВС); найкоротша МНЗ, але не менше 3 і не більше 5 сек (Громадське радіо), типові у часі МНЗ_н від 10 до 30 секунд з особливостями аранжування (Українське радіо – 10 сек, з накладанням голосу; Радіо «Свобода» – 22 сек, з колоритною музичною темою). Ці МНЗ_н було включено в загальну форму опитування, тривалість якого близько години.

6. Наше дослідження є пошуковим, експлораторним [10]. Пошукове, розвідувальне дослідження – це спроба відкрити щось нове та цікаве шляхом опрацювання дослідницької теми. Пошукові дослідження, як правило, поділяються на дві категорії: ті, що проводять попередній перший аналіз нової теми, і ті, що пропонують нові ідеї або генерують нові гіпотези щодо старої теми. Основні характеристики експлораторного дослідження: гнучкість – немає жорстких гіпотез, дослідження шукає нові патерни або зв'язки; малий обсяг вибірки – часто проводиться на невеликій групі, щоб оцінити можливість ширшого дослідження; відсутність строгих висновків – отримані результати допомагають сформулювати гіпотези, а не підтвердити їх; якісний або змішаний підхід – може включати глибинні інтерв'ю, фокус-групи, аналіз відкритих питань, а не лише кількісні методи. Переваги експлораторного підходу: гнучкість – дослідження дає змогу виявити основні тенденції без потреби у великій вибірці; швидкість проведення – немає необхідності опитувати сотні людей, щоб отримати перші висновки; економічність – зменшуються витрати на опитування; можливість формування гіпотез – допомагає визначити напрямки для подальшого глибшого аналізу; підходить для нових тем – корисно, якщо проблема недостатньо досліджена. Назвати дослідження експлораторним – це підкреслити, що висновки стосуються лише цієї вибірки (а не, скажімо, всієї

України). Таке дослідження дозволяє попереднє виявлення тенденцій у сприйнятті МНЗ_н. Хоча вибірка обмежена, результати можуть слугувати основою для подальших ширших досліджень. Воно дозволяє отримати попереднє уявлення про проблему і сформулювати гіпотези для подальших досліджень.

Дизайн дослідження. Дослідження проводилося 5 листопада 2024 року о 20 годині і тривало близько години під керівництвом автора проєкту з використанням платформи ZOOM. Для проведення досліджень є дозвіл Комітету з біоетики наукових досліджень у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка.

Автор проєкту на початку зустрічі розкрив учасникам дослідження план роботи та дав інструкції щодо участі в опитуванні, яке проводилося через гуглформу [15]. Організовано під керівництвом автора учасники прослуховували МНЗ_н і давали відповіді на запитання опитувальника, який складається з 10 розділів:

Розділ 1. Профіль учасника.

Розділ 2. Анкета учасника/учасниці дослідження (згода на дослідження).

Розділ 3. Музичне оформлення новин на радіо (опитування по темі – 2 завдання/ запитання).

Розділ 4. Якщо новини можна починати без музичної заставки.... (факультативний розділ).

Розділ 5. Якщо новини не можна починати без музичної заставки.... (факультативний розділ).

Розділ 6. Тривалість і вид музичної заставки (опитування за двома запитаннями).

Розділ 7. Новинна тема ВВС (прослуховування запису та опитування за шістьма запитаннями).

Розділ 8. Новини на Українському радіо (прослуховування запису та опитування за шістьма запитаннями).

Розділ 9. Новини на Радіо Свобода (прослуховування запису та опитування за шістьма запитаннями).

Розділ 10. Новини на Громадському радіо (прослуховування запису та опитування за шістьма запитаннями).

Завдання розділу 3 *«Перерахуйте усі важливі на вашу думку функції музичної заставки, з якої починаються новини на радіо (ставте прапорці)»* корелює з завданнями розділів 7–10, наприклад: *«Перерахуйте усі важливі на вашу думку функції новинної теми ВВС (ставте прапорці)»*. Характер такої кореляції підлягатиме інтерпретації та обговоренню.

Запитання *«Чи можна починати радіоновини без музичної заставки?»* з розділу 3 та обгрун-

тування відповіді (розділи 4 і 5) визначає суто професійну та власну позицію щодо необхідності МНЗ у новинах. Відповідь на це запитання та відповідна аргументація відповіді мають корелювати із завданням розділу 3. Ця кореляція може свідчити про серйозне або легковажне ставлення до такого медійного явища, як МНЗ. Відповідна позиція учасника дослідження у ставленні до МНЗ має проглядатися на всіх етапах системного дослідження тою чи іншою мірою і, як засіб контролю, свідчити про обгрунтованість/необгрунтованість відповідей та реакцій такого учасника.

Завдання/ запитання розділу 6 стосуються типології МНЗ_н, що входить у предмет дослідження автора проєкту. Цікаво порівняти реальні типи МНЗ_н з виділеними типами учасниками дослідження як представниками професії.

Прослуховування запису МНЗ, окрім виділення функцій, передбачає усвідомлювану реакцію учасників дослідження на емоційно-експресивні характеристики конкретного МНЗ та її впізнаваність і впливовеність. Ці характеристики та самі функції виділено як важливі шляхом аналізу наукових джерел, в яких розглядаються заставки [14].

Набір даних. Набір даних, отриманих під час дослідження у формі опитування через гуглформу, у вихідному вигляді зберігаються як Excel-таблиця [8]. Похідні набори даних формуються залежно від завдань дослідника і розміщуються у різного роду наукових звітах.

Аналіз даних. Згідно з метою дослідження для аналізу важливі дві характеристики групи учасників: їхній статус – *професіонали у галузі журналістики та молоді люди*, які мають ще не заангажовані професійні погляди.

У цілому група учасників (респондентів) дослідження є однорідною за віком (див. рис. 1), переважно це учасники 22–23 років. Коефіцієнт варіації становить десь 8.8% (якщо не більше 10%, вважається, що група однорідна).

У дослідженні було проведено експлораторний аналіз даних (Exploratory Data Analysis – EDA) на основі результатів опитування 54 студентів-магістрів з журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Хоча ці дані не охоплюють усю генеральну сукупність студентів-магістрів у межах усіх ЗВО, вибірка становить 67,5% від кількості магістрів цього навчального закладу, що дозволяє отримати первинне уявлення про тенденції, закономірності та потенційні гіпотези для подальшого аналізу. Отримані результати слід інтерпретувати як такі,

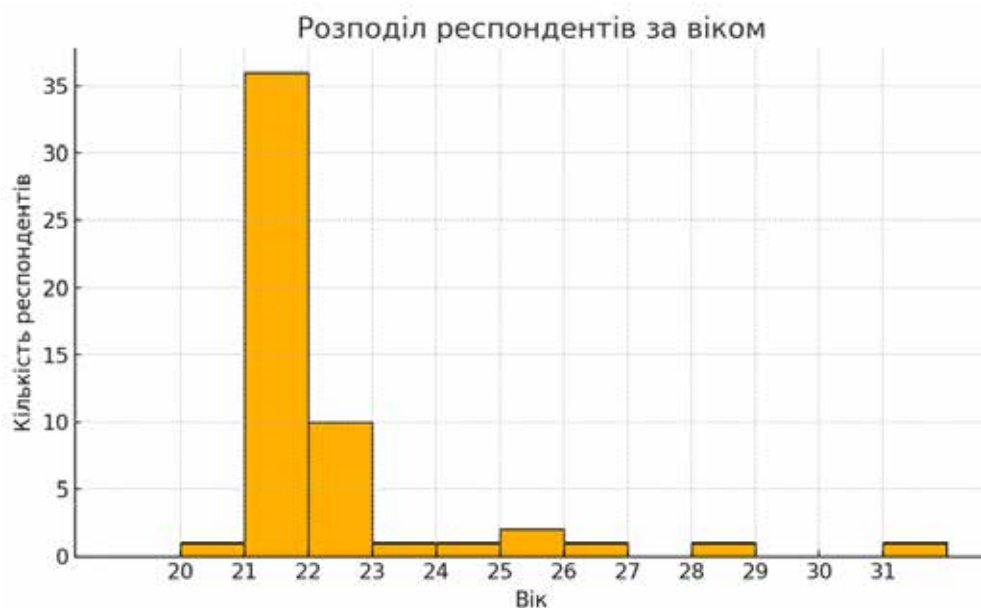


Рис. 1. Розподіл учасників дослідження за віком

що відображають локальні особливості вибірки, без автоматичного узагальнення на всю популяцію. Проте ми вважаємо нашу вибірку досить репрезентативною, оскільки вона відповідає вимогам,

висунутим у меті дослідження – усі учасники є професіоналами і за віком група однорідна.

Результати опитування щодо функцій МНЗ_н представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

Вибір функцій респондентами

ID	Ф1 (49)	Ф2 (41)	Ф3 (37)	Ф4 (26)	Ф5 (23)	Ф6 (22)	Ф7 (19)	Ф8 (15)	Ф9 (13)	Ф10 (11)	Ф11 (6)	Ф12 (4)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
R3-01	✓		✓		✓				✓			
R3-02	✓	✓	✓	✓								
R3-03	✓	✓		✓	✓	✓						✓
R3-04	✓		✓			✓	✓					
R3-05	✓		✓	✓								✓
R3-06	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
R3-07		✓	✓	✓	✓		✓	✓				
R3-08	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	
R3-09	✓	✓					✓			✓		
R3-10	✓	✓	✓	✓				✓				
R3-11	✓	✓	✓		✓							
R3-12	✓	✓		✓	✓	✓					✓	
R3-13	✓	✓				✓						
R3-14	✓	✓										
R3-15	✓		✓		✓	✓	✓		✓	✓		
R3-16	✓					✓						
R3-17	✓	✓	✓									
R3-18	✓	✓	✓	✓	✓			✓				
R3-19	✓	✓	✓		✓			✓				
R3-20	✓	✓			✓							
R3-21	✓		✓	✓	✓	✓			✓			
R3-22	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓		
R3-23	✓		✓	✓			✓			✓	✓	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
R3-24	✓	✓		✓	✓			✓				
R3-25	✓	✓	✓	✓							✓	
R3-26	✓	✓		✓								
R3-27	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
R3-28	✓	✓	✓		✓					✓		
R3-29	✓	✓	✓									
R3-30	✓	✓		✓								
R3-31	✓		✓		✓				✓			
R3-32	✓		✓		✓		✓			✓		✓
R3-33	✓		✓					✓	✓			
R3-34	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓	
R3-35	✓	✓	✓	✓			✓		✓			
R3-36	✓	✓	✓	✓		✓						
R3-37	✓	✓	✓	✓			✓					
R3-38	✓	✓					✓					✓
R3-39	✓	✓	✓			✓	✓					
R3-40	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓		
R3-41	✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓		
R3-42		✓			✓	✓		✓				
R3-43	✓	✓	✓							✓		
R3-44	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
R3-45	✓		✓	✓		✓						
R3-46	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
R3-47	✓	✓						✓				
R3-48		✓	✓			✓			✓			
R3-49	✓	✓	✓				✓					
R3-50	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
R3-51			✓	✓			✓	✓	✓			
R3-52							✓					
R3-53	✓	✓										
R3-54	✓	✓				✓		✓				

Позначення функцій (у дужках подано частоту для групи):

- Ф1 (49) – привертає увагу
- Ф2 (41) – ідентифікує радіостанцію
- Ф3 (37) – задає ритм подачі новин
- Ф4 (26) – допомагає створити відчуття руху та енергії
- Ф5 (23) – підкреслює важливість та актуальність новин
- Ф6 (22) – зосереджує на новинах
- Ф7 (19) – створює нейтральний тон
- Ф8 (15) – викликає підсвідомі психофізіологічні реакції
- Ф9 (13) – утримує увагу
- Ф10 (11) – сприяє адекватному сприйняттю новин
- Ф11 (6) – розважає
- Ф12 (4) – створює національний колорит

Серед 12-ти функцій учасники опитування на перше місце за важливістю поставили «привернення уваги». Відповіддю «нічого з вище названого» або «інше» ніхто з учасників не скористався. Які ж функції вважати важливими, з точки зору учасників опитування? Єдиного «офіційного» стандарту порогів важливості немає, бо вони дуже залежать від галузі дослідження, типу даних і дослідницьких цілей.

Те, що ми називаємо «порогами важливості» (5%, 25%, 50%, 75%), у літературі часто називають як **cut-off points** (граничні точки для класифікації), **thresholds for prevalence** (пороги поширеності) або **benchmark values** (контрольні значення) [1; 2; 3; 11]. У таблиці 2 наведено приклади категорій важливості для досліджень, поширені пороги (%) та примітки з посиланнями на джерела, звідки взято при-

Таблиця 2

Пороги важливості та їх інтерпретація у сучасних дослідженнях

Категорія важливості	Поріг (%)	Приклад використання	Примітки
Дуже низька	<10%	Рідкісні явища, низька поширеність	WHO STEPS (https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/surveillance/systems-tools/steps)
Низька	10–25%	Помірно поширені явища, потребують моніторингу	WHO STEPS; Bryman, A. (2016) Social Research Methods (https://global.oup.com/ukhe/product/social-research-methods-9780199689453)
Середня	25–50%	Суттєва поширеність, важлива для значної частки респондентів	OECD Microdata Guidelines (https://www.oecd.org/en/about.html)
Висока	50–75%	Більшість респондентів підтримують або визнають явище	Creswell, J.W. (2018) Research Design (https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-inquiry-and-research-design-international-student-edition/book289715)
Дуже висока	>75%	Переважає більшість респондентів підтримують або визнають явище	Cohen, J. (1988) Statistical Power Analysis (https://doi.org/10.4324/9780203771587)

клади. Пороги вибираються залежно від контексту дослідження та галузі.

Для свого дослідження ми обрали високий поріг важливості 50%, тобто як вважає більшість. У цьому аналізі враховано, що респондент міг обрати кілька функцій одночасно. Кожна функція порахована по числу респондентів, які її відзначили (один респондент міг додати лише один голос для кожної функції). До таблиці 3 включено

статистичні характеристики: пропорція (р), стандартна похибка (з поправкою на скінченність), 95% довірчий інтервал (CI – довірчий інтервал), Z-значення та р-значення для перевірки нульової гіпотези $H_0: p=0.50$. Якщо р-значення < 0.05, функція вважається статистично значущою, тобто статистично обґрунтованою. Згідно з таблицею 3 таких функцій три: *привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин*.

Таблиця 3

Важливі функції МНЗ_n

Функція МНЗ	Кількість респондентів	Пропорція (р)	SE (стандартна похибка)	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	Z-значення ($H_0: p=0.50$)	р-значення	Статистично важлива ($p>0.50$)
привертає увагу	49	0.9074	0.0226	0.8631	0.9518	10.4372	0.0	True
ідентифікує радіостанцію	41	0.7593	0.0334	0.6938	0.8247	6.6418	0.0	True
задає ритм подачі новин	37	0.6852	0.0363	0.6141	0.7563	4.7442	0.0	True
допомагає створити відчуття руху та енергії	26	0.4815	0.039	0.405	0.5579	-0.4744	0.6824	False
підкреслює важливість та актуальність новин	23	0.4259	0.0386	0.3503	0.5016	-1.8977	0.9711	False
зосереджує на новинах	22	0.4074	0.0384	0.3322	0.4826	-2.3721	0.9912	False
створює нейтральний тон	19	0.3519	0.0373	0.2788	0.4249	-3.7953	0.9999	False
викликає підсвідомі психофізіологічні реакції	15	0.2778	0.035	0.2092	0.3463	-5.693	1.0	False
утримує увагу	13	0.2407	0.0334	0.1753	0.3062	-6.6418	1.0	False
сприяє адекватному сприйняттю новин	11	0.2037	0.0314	0.1421	0.2653	-7.5907	1.0	False
розважає	6	0.1111	0.0245	0.063	0.1592	-9.9628	1.0	False
створює національний колорит	4	0.0741	0.0204	0.034	0.1141	-10.9116	1.0	False

Очікувано, що при описові конкретної з чотирьох МНЗ ці функції мали б бути найчастотнішими, що свідчило б про закономірне виділення за важливістю цих функцій як теоретично, прогностично, так і практично, відносно конкретної МНЗ. У таблицях 4–7 відображено важливі функ-

ції для конкретної МНЗ (ті, які збігаються з важливими функціями таблиці 3, підсвічені сірим кольором повністю).

Як бачимо, функція *привернення уваги* збігається повністю. Функція *задає ритм подачі новин* збігається за винятком Радіо Свобода, де її витіс-

Таблиця 4

Важливі функції МНЗ радіо ВВС

Функція	Кількість респондентів	Пропорція (р)	SE (стандартна похибка)	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	Z-значення (H0: p=0.50)	p-значення	Статистично важлива (p>0.50)
привертає увагу	47	0.8704	0.0457	0.7808	0.96	8.1027	0.0	True
задає ритм подачі новин	45	0.8333	0.0507	0.7339	0.9327	6.5727	0.0	True
допомагає створити відчуття руху та енергії	39	0.7222	0.061	0.6028	0.8417	3.6459	0.0001	True
ідентифікує радіостанцію	34	0.6296	0.0657	0.5008	0.7584	1.9726	0.0243	True
зосереджує на новинах	34	0.6296	0.0657	0.5008	0.7584	1.9726	0.0243	True

Таблиця 5

Важливі функції МНЗ Українського радіо

Функція	Кількість респондентів	Пропорція (р)	SE (стандартна похибка)	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	Z-значення (H0: p=0.50)	p-значення	Статистично важлива (p>0.50)
привертає увагу	46	0.8519	0.0483	0.7571	0.9466	7.2782	0.0	True
ідентифікує радіостанцію	42	0.7778	0.0566	0.6669	0.8887	4.9099	0.0	True
допомагає створити відчуття руху та енергії	39	0.7222	0.061	0.6028	0.8417	3.6459	0.0001	True
задає ритм подачі новин	39	0.7222	0.061	0.6028	0.8417	3.6459	0.0001	True

Таблиця 6

Важливі функції МНЗ Радіо Свобода

Функція	Кількість респондентів	Пропорція (р)	SE (стандартна похибка)	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	Z-значення (H0: p=0.50)	p-значення	Статистично важлива (p>0.50)
привертає увагу	44	0.8148	0.0529	0.7112	0.9184	5.9555	0.0	True
створює національний колорит	33	0.6111	0.0663	0.4811	0.7411	1.6749	0.047	True
допомагає створити відчуття руху та енергії	30	0.5556	0.0676	0.423	0.6881	0.8216	0.2057	False
задає ритм подачі новин	30	0.5556	0.0676	0.423	0.6881	0.8216	0.2057	False
викликає підсвідомі психофізіологічні реакції	24	0.4444	0.0676	0.3119	0.577	-0.8216	0.2057	False
ідентифікує радіостанцію	24	0.4444	0.0676	0.3119	0.577	-0.8216	0.2057	False

Важливі функції МНЗ Громадського радіо

Функція	Кількість респондентів	Пропорція (р)	SE (стандартна похибка)	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	Z-значення (H0: p=0.50)	p-значення	Статистично важлива (p>0.50)
привертає увагу	48	0.8889	0.0428	0.8051	0.9727	9.0933	0.0	True
задає ритм подачі новин	40	0.7407	0.0596	0.6239	0.8576	4.0369	0.0	True
допомагає створити відчуття руху та енергії	30	0.5556	0.0676	0.423	0.6881	0.8216	0.2057	False
підкреслює важливість та актуальність новин	27	0.5	0.068	0.3666	0.6334	0.0	0.5	False
зосереджує на новинах	23	0.4259	0.0673	0.294	0.5578	-1.1008	0.1355	False
викликає підсвідомі психофізіологічні реакції	22	0.4074	0.0669	0.2764	0.5385	-1.3848	0.0831	False
створює нейтральний тон	21	0.3889	0.0663	0.2589	0.5189	-1.6749	0.047	False
ідентифікує радіостанцію	15	0.2778	0.061	0.1583	0.3972	-3.6459	0.0001	False

нила функція *створює національний колорит*, що є цілком прогнозованим фактом. Менш стабільною в плані важливості виявилася функція *ідентифікує радіостанцію*. Це пов'язано з впізнаваністю радіостанції через сприймання МНЗ: безперечно, що новинна тема ВВС та музичне оформлення Українського радіо є добре впізнаваними.

У таблиці 1 виділено імена респондентів, які назвали всі три важливі функції МНЗ: R3-02, R3-06, R3-08, R3-10, R3-11, R3-17, R3-18, R3-19, R3-22, R3-25, R3-27, R3-28, R3-29, R3-35, R3-36, R3-37, R3-39, R3-40, R3-41, R3-43, R3-44, R3-46, R3-49, R3-50 (див. також діаграму на рис. 2).

Поіменне зіставлення виділених функцій на рівні прогностичному (які функції властиві

будь-якій МНЗ) з функціями конкретної МНЗ дає можливість зафіксувати тих респондентів, які цілеспрямовано оперують трьома важливими функціями МНЗ в будь-яких ситуаціях. Нам важливо буде у наступних дослідженнях простежити поведінку цих респондентів, зокрема, під час експериментів на фіксацію прихованих реакцій на МНЗ конкретної радіостанції. Гіпотетично приховані реакції таких «цілеспрямованих» респондентів можна розглядати як еталонні реакції для оцінки прихованого реагування усіх інших учасників дослідження. Ми наводимо дані по таких респондентах у таблиці 8 (респонденти, які підлягатимуть ретельному контролю та інтерпретації реакцій у наступних дослідженнях). Особливий



Рис. 2. Частка респондентів, які виділили три важливі функції МНЗ

інтерес, згідно з рейтингом у таблиці 8, будуть становити респонденти R3-22, R3-29, R3-35, R3-37, які для кожної конкретної МНЗ виділили три важливі функції.

Лише 25,9% усіх респондентів вважають, що новини можна починати без МНЗ, але тільки 5 осіб з 24, хто виділив три важливі функції, увійшли у цю групу «Можна».

Таблиця 8

Рейтинг респондентів за виділенням важливих функцій МНЗ на радіостанціях

ID	функції на ВВС	функції на Українському радіо	функції на Радіо Свобода	функції на Громадському радіо	ВВС	Українське радіо	Радіо Свобода	Громадське радіо	Сума функцій по всіх станціях
1	2	3	4	5	6	7	8	8	10
R3-29	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	3	3	12
R3-37	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	3	3	12
R3-22	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	3	3	12
R3-35	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	3	3	12
R3-28	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	3	3	2	11
R3-41	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	2	3	3	3	11
R3-40	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	2	3	11

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R3-17	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	3	3	2	3	11
R3-19	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	3	3	2	11
R3-36	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	3	2	2	10
R3-06	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	2	3	3	2	10
R3-02	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	3	2	2	10
R3-27	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	3	2	2	10
R3-10	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	2	3	3	2	10
R3-25	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	3	1	3	2	9
R3-39	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	2	3	2	2	9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R3-44	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	2	2	3	2	9
R3-18	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу	2	3	2	1	8
R3-46	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	3	1	2	2	8
R3-49	ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	1	3	1	3	8
R3-50	ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, задає ритм подачі новин	2	2	2	2	8
R3-11	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	привертає увагу	2	2	2	1	7
R3-08	привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин	ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин		привертає увагу, ідентифікує радіостанцію	3	2	0	2	7
R3-43	привертає увагу	привертає увагу, задає ритм подачі новин	привертає увагу	привертає увагу, задає ритм подачі новин	1	2	1	2	6

Учасники опитування визначали рівні емоційно-експресивних характеристик конкретного МНЗ та її впізнаваності й впливовості. У таблиці 9 та на графіку (рис. 3) подано узагальнені усереднені характеристики рівнів з точки зору їх статистичної значущості та важливості для групи учасників.

Таким чином, три важливі функції для групи корелюють з п'ятьма рівнями, що характеризують МНЗ_n та отримали відповідні середні бали.

Респонденти R3-22, R3-29, R3-35, R3-37, яких ми позиціонували як таких, чії результати під-

лягатимуть ретельному аналізу та зіставленню в наступних дослідженнях, статистично значущих відхилень оцінки рівнів не продемонстрували, а це означає, що вони не відрізняються від середньогрупових значень. Їхні оцінки репрезентативні, і вони не є «аномальними» чи «радикально іншими» від загальної групи (див. таблицю 10).

Висновки. Вибірковий, але статистично обґрунтований аналіз результатів опитування студентів-магістрів з метою з'ясування свідомих реакцій на МНЗ_n приводить до висновка, що серед запропонованих респондентам функ-

Важливі та статистично значущі узагальнені рівні

Рівень (об'єднано)	К-ть відповідей	Середній бал	Медіана	Ст. відхилення	SE	95% CI (нижня межа)	95% CI (верхня межа)	t-статистика	p-значення	Статистично значущий ($p < 0.05$)	Важливий (> 5)
рівень експресивності	216	7.17	7.0	1.94	0.13	6.91	7.43	16.45	0.0	Так	Так
рівень драматизму	216	6.58	7.0	2.4	0.16	6.26	6.9	9.66	0.0	Так	Так
рівень привабливості	216	6.44	6.0	2.16	0.15	6.15	6.73	9.82	0.0	Так	Так
рівень впізнаваності	216	7.54	8.0	2.39	0.16	7.22	7.86	15.63	0.0	Так	Так
рівень впливу	216	6.63	7.0	2.09	0.14	6.36	6.91	11.5	0.0	Так	Так

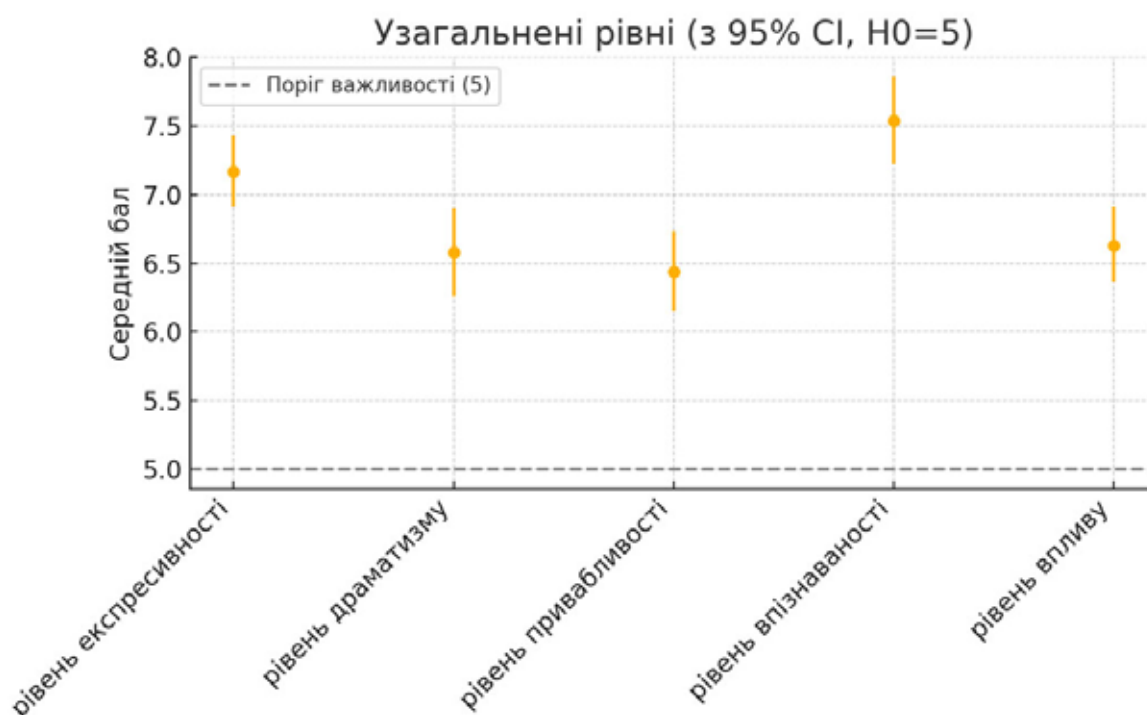


Рис. 3. Важливі та статистично значущі рівні (95% довірчий інтервал – CI)

цій МНЗ_н статистично обґрунтованими є виділення трьох функцій як важливих з порогом важливості 50% – *привертає увагу, ідентифікує радіостанцію, задає ритм подачі новин*. Чотири респонденти з 54-х виділяють ці функції як на рівні прогностичному, відповідаючи на питання, які в цілому функції властиві МНЗ, так і на рівні практичної оцінки МНЗ конкретних радіостанцій. 24 респонденти виділяють ці три функції прогностично та практично не в повному обсязі. Цим трьома функціям відповідають найвищі за оцінкою рівні характеристик МНЗ_н. За 10-баль-

ною шкалою це середні для групи оцінки від 6,44 до 7,54, які є статистично значущими та важливими для МНЗ_н. Перевірка показала, що оцінки рівнів четвіркою респондентів, які перебувають у полі зору дослідника, лежать у межах стандартного відхилення відносно середніх оцінок у групі. Таким чином, можна вибудовувати гіпотезу, що свідомі реакції на МНЗ у різних ситуаціях є закономірними для одного й того ж респондента та що вони будуть обґрунтовано корелювати з прихованими реакціями за певними показниками.

Z-score респондентів R3-22, R3-29, R3-35, R3-37 відносно групових середніх

Респондент	Рівень	Середній бал респондента	Групове середнє	Ст. відхилення групи	Z-score	Статистично значущий ($ z > 1.96$)
R3-22	рівень експресивності	8.25	7.17	1.94	0.56	Hi
R3-29	рівень експресивності	7.5	7.17	1.94	0.17	Hi
R3-35	рівень експресивності	7.5	7.17	1.94	0.17	Hi
R3-37	рівень експресивності	8.5	7.17	1.94	0.69	Hi
R3-22	рівень драматизму	7.75	6.58	2.4	0.49	Hi
R3-29	рівень драматизму	6.75	6.58	2.4	0.07	Hi
R3-35	рівень драматизму	8.25	6.58	2.4	0.7	Hi
R3-37	рівень драматизму	7.5	6.58	2.4	0.38	Hi
R3-22	рівень привабливості	6.25	6.44	2.16	-0.09	Hi
R3-29	рівень привабливості	7.75	6.44	2.16	0.61	Hi
R3-35	рівень привабливості	7.5	6.44	2.16	0.49	Hi
R3-37	рівень привабливості	6.5	6.44	2.16	0.03	Hi
R3-22	рівень впізнаваності	7.25	7.54	2.39	-0.12	Hi
R3-29	рівень впізнаваності	8.5	7.54	2.39	0.4	Hi
R3-35	рівень впізнаваності	8.25	7.54	2.39	0.3	Hi
R3-37	рівень впізнаваності	7.0	7.54	2.39	-0.23	Hi
R3-22	рівень впливу	7.0	6.63	2.09	0.18	Hi
R3-29	рівень впливу	7.0	6.63	2.09	0.18	Hi
R3-35	рівень впливу	7.0	6.63	2.09	0.18	Hi
R3-37	рівень впливу	5.5	6.63	2.09	-0.54	Hi

Список літератури:

1. Clark T., Foster L., Sloan L., Bryman A. *Bryman's Social Research Methods*. Oxford, 2021. URL.: [https://global.oup.com/ukhe/product/brymans-social-research-methods-9780198796053?q=Bryman,%20A.%20\(2016\).%20Social%20Research%20Methods&cc=us&lang=en](https://global.oup.com/ukhe/product/brymans-social-research-methods-9780198796053?q=Bryman,%20A.%20(2016).%20Social%20Research%20Methods&cc=us&lang=en) (дата звернення: 20.08.2025).
2. Cohen J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. New York, 2013. DOI: 10.4324/9780203771587.
3. Creswell J. W., Poth C. N. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications Inc., 2024. URL.: <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-inquiry-and-research-design-international-student-edition/book289715> (дата звернення: 20.08.2025).
4. *Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct*. Washington, 2017. URL.: www.apa.org/ethics/code (дата звернення: 20.08.2025).
5. García-Pérez M. A. Statistical Conclusion Validity: Some Common Threats and Simple Remedies. *Frontiers in Psychology*. 2012. Issue 3. P. 1–11. URL.: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2012.00325> (дата звернення: 20.08.2025).

6. Kallinen K. Reading news from a pocket computer in a distracting environment: effects of the tempo of background music. *Computers in Human Behavior*. 2002. Vol. 18(5). P. 537–551. DOI: 10.1016/S0747-5632(02)00005-5.
7. Kallinen K., Ravaja N. Emotion-related effects of speech rate and rising vs. falling background music melody during audio news: the moderating influence of personality. *Personality and Individual Differences*. 2004. Vol. 37(2). P. 275–288. DOI: 10.1016/j.paid.2003.09.002.
8. Різун А. Набір даних дослідження свідомих реакцій на музичні новинні заставки [Data set]. Zenodo, 2025. DOI: 10.5281/zenodo.16801104.
9. Rizun A., Bielinska I. Methodological approaches to studying the functions of musical news intros. *Current Issues of Mass Communication*. 2025. Issue 37. P. 84–96. DOI: 10.17721/cimc.2025.37.84-96.
10. Swedberg R. Exploratory Research. *The Production of Knowledge: Enhancing Progress in Social Science. Strategies for Social Inquiry* / Edited by Colin Elman, John Gerring and James Mahoney. Cambridge, 2020. P. 17–41. URL.: <https://www.cambridge.org/core/books/abs/production-of-knowledge/exploratory-research/FD2ABFAD9DE34B44D015606C962A1AF0> (дата звернення: 20.08.2025).
11. World Health Organization (WHO). STEPwise approach to surveillance (STEPS). Geneva, 2025. URL.: <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/surveillance/systems-tools/steps> (дата звернення: 20.08.2025).
12. Любченко Ю. В. Виразальна система радіожурналістики. Запоріжжя, 2016. 192 с.
13. Мірошніченко П. В. Звуковий образ регіональної радіoproграми в контексті провідних тенденцій розвитку медіаринку. *Наукові записки інституту журналістики*. 2019. Том 2 (75). С. 85–94. DOI: 10.17721/2522-1272.2019.75.6.
14. Різун А. Музичні новинні заставки на радіо: огляд літератури. *Наукові записки інституту журналістики*. 2025. Том 86(1). С. 171–188. DOI: 10.17721/2522-1272.2025.86.16.
15. Різун А. Опитувальник дослідження свідомих реакцій на музичні новинні заставки [Data set]. Zenodo, 2025. DOI: 10.5281/zenodo.16788632.
16. Фомиця О. Музичне оформлення новинних телерадіoproграм як засіб впливу на маси. *Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія*. 2019. Вип. 2. С. 13–21. DOI: 10.21272/Obraz.2019.2(31)-13-21.
17. Фомиця О. Психоакустичний вплив на масову свідомість у соціокомунікаційній системі суспільства: автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком.: 27.00.01. Запоріжжя, 2020. 19 с.

Rizun A. V. FUNCTIONAL FEATURES OF MUSIC NEWS INTROS ON RADIO

The article is devoted to the study of conscious reactions of journalism students of the master's level of study to music news intros in terms of highlighting the functions of intros, the level of their characteristics. There are no systematic studies of intros as a media tool in the scientific literature. In the professional sphere, attention is paid to the issue of the functioning of intros. There is a scientific problem of proving the real role of intros in the system of media tools, which requires a comprehensive approach to the study of these widespread media units, in particular experimental justification. The study used the method of online survey, statistical analysis of survey data. A total of 54 students out of 80 possible, studying in the first year of the master's degree, took part in the survey. Four musical intros were proposed for the study. Among them, a six-minute BBC Musical News Theme, a news intro of Ukrainian Radio, intros of Radio "Freedom" and Public Radio. The study is experimental, not sociological, exploratory. As a result of the analysis, three functions were statistically significant with an importance threshold of 50% – attracts attention, identifies the radio station, sets the rhythm of news presentation. Four respondents out of 54 highlight these functions both at the prognostic level, answering the question of what functions are inherent in the intro in general, and at the level of practical assessment of the intro of specific radio stations. 24 respondents highlight these three functions prognostically and practically not in full. These three functions correspond to the highest levels of intro characteristics. On a 10-point scale, these are average group scores from 6.44 to 7.54, which are statistically significant and important for intros. The check showed that the level scores of the four respondents who are in the researcher's field of view are within the standard deviation relative to the average scores in the group. Thus, it is possible to hypothesize that conscious responses to the intro in different situations are natural for the same respondent and that they will be reasonably correlated with hidden responses according to certain indicators. The conclusions predict that in

subsequent studies these participants will demonstrate the predicted behavior at the level of hidden responses to the intro.

Key words: *musical news intros, intro functions, intro characteristic levels, latent reactions to intros, exploratory research.*

Дата надходження статті: 03.09.2025

Дата прийняття статті: 12.10.2025

Опубліковано: 29.12.2025