

Tra old e new media

- Il primo degli *old media*:
 - domestico
 - di massa
 - monocanale
- Il primo dei *new media*:
 - mobile
 - personale
 - interattivo

Gli elementi costitutivi

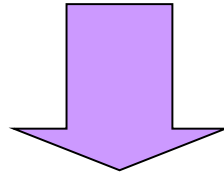
- Musica
- Informazione
- Conduzione
- Interazione con l'ascoltatore
- Elementi identificativi dell'emittente
- Pubblicità e autopromozione

Le caratteristiche dell'ascolto

- Fruizione individuale
- Connessione immediata
- Ascolto secondario
- Priorità sulla tv
- Complementarità con Internet
- Attività a flusso con una bassa soglia d'accesso

Ascoltare la radio

- Dimensione privata, intima vs dimensione collettiva, comunitaria



- Audience attiva, che sceglie e costruisce modelli personali di uso del mezzo vs aspetto “massificante” e commerciale del pubblico

L'atto di ascolto

- Ascoltare la radio non è proprio come ascoltare tutti gli altri suoni che ci circondano.
- Tuttavia, studiare come si ascoltano i suoni del mondo in generale è un punto di partenza utile per cercare di capire la relazione dell'ascoltatore con il mezzo.
- Studi antropologici e sociologici parlano di una presunta "gerarchia dei sensi", una classifica dove prima viene la vista e poi l'udito.
- Ascoltare, atto secondario
- FENOMENO CULTURALE SPECIFICO LEGATO ALLA CULTURA ALFABETICA E VISUALE?

Vedere e sentire

- Quando l'informazione arriva soltanto attraverso il canale uditivo, i nostri sistemi di immaginazione mentale possono andare a ruota libera e generare tutte le immagini che vogliono.
- Quando il suono è la nostra sola fonte di informazione, l'immaginazione lo sfrutta al massimo, creando uno schema dettagliato del quale le immagini, ovviamente, si impadroniscono.

L'immaginazione

- Questa capacità, in realtà un bisogno, del nostro cervello di “riempire” qualsiasi dato visivo mancante è la base psicologica per il **luogo comune** che la radio, in quanto mezzo che utilizza unicamente il canale audio, “stimola l’immaginazione”.
- attaccamento emotivo al suono

Ascolto centripeto

- L'ascolto è centripeto, ti spinge dentro il mondo perché ti avvolge, riversandosi su di te, sia che tu lo voglia, sia che non lo voglia, includendoti, inglobandoti.
- Ascoltare gli altri, in altre parole, è un atto propriamente più socievole che leggere degli altri, o guardare gli altri.
- La vista è centrifuga, ti separa dal mondo, ti dà la possibilità di guardare fisso e attentamente a una certa distanza, di stare da parte rispetto al nostro ambiente;
- Si ascolta sempre da soli ma si è comunque consapevoli dell'esistenza degli altri da qualche parte, che ascoltano le stesse parole, la stessa musica, proprio mentre le ascoltiamo noi.



Le funzioni sociali della radio

La funzione connettiva

- Ruolo della radio per tutto il XX secolo: radiotelegrafia
- Radioamatori, taxi, tecnici, protezione civile
- Nella vita quotidiana funzione debole in senso operativo
- Mobilità, non luoghi fissi * connessione al “qui e ora”, all’attualità * connessione sociale
- Ritmo sociale, attraverso la musica e le parole

La funzione identitaria

- Processo di costruzione della propria identità: differenziazione e appartenenza
- Comunità di adesione e di riconoscimento
- Comunità “immaginata”, aperta, senza vincoli
- Identità musicale, ma anche culturale, politica o ideologica
- Essa nasce da un senso di esperienza condivisa, più illusoria che reale, ma conseguente all’ascolto continuativo di un mezzo di *broadcasting*.
- L’ascolto permette, infatti, di riconoscere la propria identità in base alla generazione
- **Sviluppo delle preferenze musicali da giovani: la musica ha qualità generazionali**
- McLuhan: tamburo tribale, Maffesoli: neotribù

La funzione partecipativa

- Radio “di servizio”
- Appartenenza a una società
- Partecipazione agli eventi
- Scansione del tempo sociale



L'avvento del format

La format radio

- La Hit parade diventa il modello di programmazione per la radio musicale: limitare il numero di canzoni programmate in un determinato periodo (1 settimana, 1 mese)

NASCE LA PLAYLIST

- Il Juke Box come modello di fruizione che testimonia il piacere dell'ascolto ripetuto piuttosto che la varietà e la novità: il criterio di selezione è il successo del brano

NASCE IL PRIMO FORMAT, IL TOP 40

- Forte selezione dei brani (da 80 a 10)
- Stile di conduzione irriverente, in linea con il contenuto della musica e con la sua portata anticonformista
- Riduzione del tempo complessivamente destinato al parlato: ritmi più frenetici
- Produzione di Jingle, per rafforzare l'identità dell'emittente e per imprimerla nell'ascoltatore: suoni originali registrati appositamente

La filosofia della format radio

- **FORMAT:** formula di programmazione dell'emittente che ne determina contenuti, generi e stile complessivo, in relazione ad un determinato pubblico di riferimento
- **STATIONALITY:** identità dell'emittente, determinata dal format e dalla sua realizzazione
- **CLOCK:** visualizzazione grafica del formato in una unità di misura della programmazione: l'ora
- **ROTATION:** metodo di programmazione basato sulla ripetizione degli stessi moduli produttivi nel corso delle 24 ore, alternativo e rivoluzionario rispetto alla filosofia del palinsesto

Esempi di clock

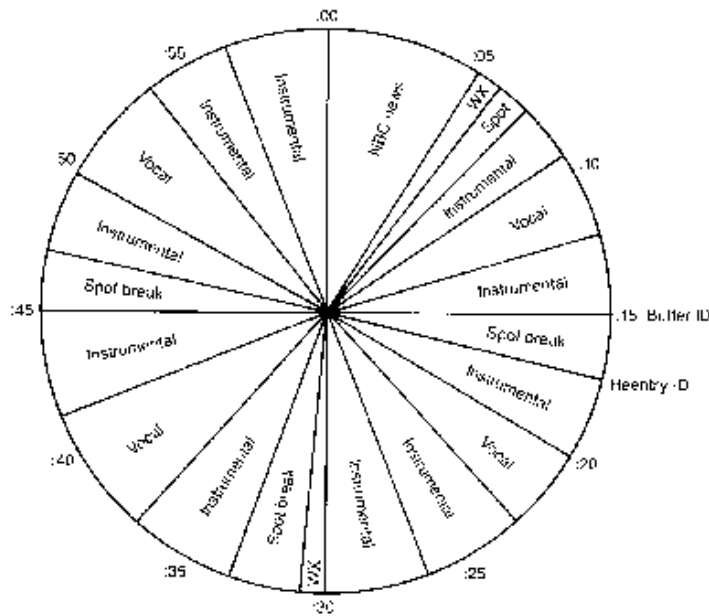
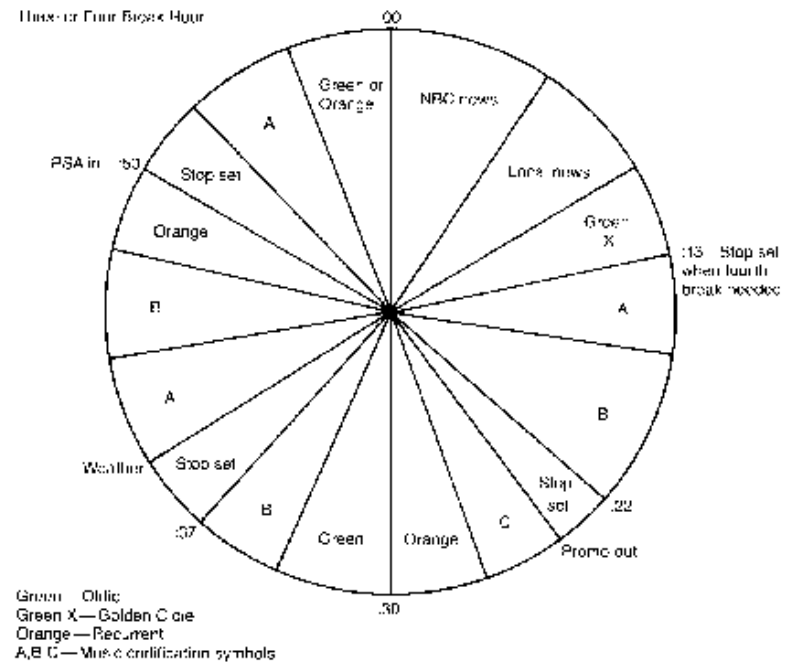


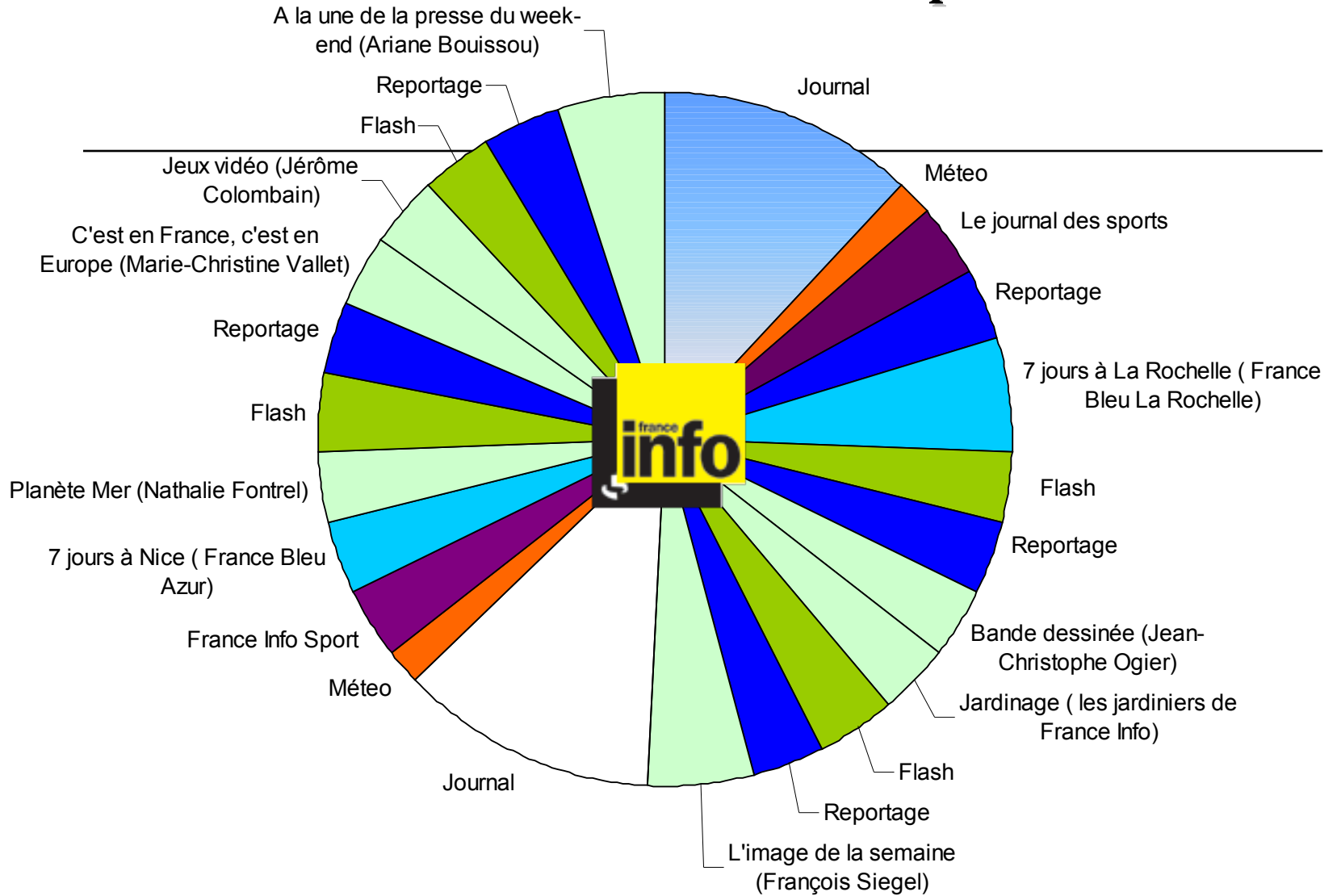
Figure 5.1 Hourly Easy Listening clock. Courtesy WJER-FM.



Clock per Easy Listening

Clock per Classic Hits

Clock per All News



I formati radiofonici

<i>Some Formats Debuts</i>						
<i>Prior to 1950</i>	<i>1950s</i>	<i>1960s</i>	<i>1970s</i>	<i>1980s</i>	<i>1990s</i>	<i>2000s</i>
Classical	Middle-of-the-Road	News	Adult Contemporary	Arena Rock	Mix	Jammin' Oldies
Country	Top 40	Talk	Album Oriented Rock	Hot Adult	All Children	Rhythm Hits
Hit Parade	Beautiful Music	News/Talk	Easy Listening	Contemporary Hit Radio	Arrow	Active Rock
Religious		Acid/Psychedelic	Contemporary Country	Urban Contemporary	Rap/Hip Hop	Adult Hits
Black		Jazz	Urban Country	Urban New Age	Digital Hits	FM Talk
Hispanic		All Request	Mellow Rock	Eclectic Oriented Rock	Gen X	Diversity
		Oldies	Disco	All Sports	Tourist Radio	Christian Contemporary
		Diversified	Nostalgia	All Motivation	Triple A	Rhythmic Oldies
			British Rock	All Comedy	BAC	Acoustic
			New Wave	All Beatles	Modern Rock	Spectrum AC
			Public Radio	Classic Hits	Churban	
				Classic Rock	Boomer Rock	
				Male Adult Contemporary	Coupon Radio	

La proliferazione dei formati

Nome del formato	Altri nomi, sotto-formati e tipi di brand
Country	Country tradizionale, Country MOR, Country contemporaneo
Adult Contemporary (AC)	Urban Adult Contemporary, The Mix, Hot AC, Triple A., Lite, Soft Rock
News/Talk	News, News/Talk, News Sports, News Plus, Talk, All-Sports, Tourism, Talk 'n' Rock
Gold/Classic Rock	Urban Gold, Classic Hits
CHR	Top 40, 'Churban' (che comprende 'urban and rock hits')
Album-Orientated Rock	AOR, Modern Rock
Urban Contemporary	Urban Adult Contemporary, Urban Gold
Nostalgia	Oldies, Big Band
Ethnic	Hispanic, 'The Groove'
Beautiful/Easy Listening	Soft Adult, Lite and Easy
Religious	Contemporary Christian
Full service	Middle-of-the-Road (MOR), Variety
All-Children	Radio Aahs, Disney Radio