**Programovanie a formátovanie**

**Rozdiel medzi formátom a žánrom:**

**Formát**

* Mladší pojem
* Formát je komodita, je predajný
* Je komerčný
* Kupujeme si formát show Big Brothers
* Vlastníkom nápadu je osoba alebo spoločnosť

**Žáner**

* Starší pojem
* Patrí všetkým
* Vlastníkmi sú všetci

V kontexte rozhlasového vysielania sa začal používať pri profilovaní komerčných vysielacích staníc smerom k zosilneniu podielu vysielania istého druhu populárnej hudby, vytvára z rozhlasovej stanice komplexný produkt.

Najdôležitejšie soc-demograficky parameter pri segmentácií publika je vek, je to imidž stanice, ktorá pri dlhodobom pôsobení vstupuje do povedomia poslucháčov.

Formát v televízií – 1 program v televízií

Formát v rádiu – celé jedno rádio

**Mapping study**

* Podrobný špecializovaný prieskum trhu, snažiaci sa o zasiahnutie čo najväčšej časti cieľového publika.
* Populáciu danej krajiny zachytáva podľa jej hudobných preferencií.
* Na základe zisteného potom obyvateľstvo rozdelí do ďalších skupín podľa ich hudobných preferencií tzv. clusterov.

**Cluster**

* Jednotlivci spojení do skupín na základe spoločných charakteristík

**Call-out**

* Telefonický prieskum, pri ktorom sa potencionálnej cieľovej skupine v telefóne púšťajú ukážky z pesničiek

**AMT**

* Auditorium music test
* Test, pri ktorom je potencionálna cieľová skupina v miestnosti a rozhoduje o budúcich hitových pesničkách

**Afinita**

* Určitý stupeň príbuznosti, vzájomného vzťahu medzi poslucháčom a pesničkou

**Prime time**

* Hlavný, najdôležitejší vysielací čas
* Čas vysielacieho času elektronického média, v ktorej miera sledovanosti programov v rozhlase a televízií kumuluje vo svojich najvyšších hodnotách (v prostredí televízie sa týmto termínom označuje zvyčajne čas medzi 19. až 22., resp. 23. hodinou).
* Prime-time je dôležitým ukazovateľom najmä pre programovanie komerčných médií, ktoré rešpektujú tento čas pri zostavovaní programovej štruktúry (umiestňujú do tohto časového úseku najatraktívnejšie programy – filmy, rôzne šou, ale aj spravodajské relácie).

RTVS

Kedy vzniklo – 1.1.2011

Kto je šéfom – PhDr. Jaroslav Rezník

Kedy sa spojili – 1. január 2011 – zlúčením Slovenskej televízie a Slovenského rozhlasu

**Členenie rozhlasových formátov**

1. Formáty hovoreného slova
2. Hudobné formáty
3. Zmiešané formáty

**1. Formáty hovoreného slova**

1. News/Talk – najčastejší – formát postavený na spravodajskom príde v rannom a popoludňajšom prime time a hovoreným slovom v ostatných časoch, ktoré predstavujú rôzne talk show, dialógy a pod.
2. All news – formát zameraný na mladšie cieľové publikum. Vysiela správy, reportáž. Nie je veľmi obľúbený.
3. All talk – prevažujú diskusné relácie a talk show.

**2. Hudobné formáty**

1. Formát CHR (contemporary hit radio) – formát určený pre mladšie publikum. Väčšinou hudba, ktorá je hraná nie je staršia ako 1 rok. Existuje niekoľko variácii tohto formátu – active rock, urban CHR, alternative CHR.
2. AOR (album-oriented rock) – zameraný na cieľovú skupinu do 30rokov. Delí sa na new rock, AAA, adult alternative,
3. AC – adult contemporary – 16-45/50 rokov. Vysiela zmes noviniek a starších hitov.
4. Podformáty: hot AC, modern AC, soft AC, gold AC.

* Hot AC – určené pre najmladšiu časť publika, hrá najviac noviniek a singlov.
* Modern AC – 25-35 r. – hrajú sa hlavne najväčšie hity za posledných 15 rokov.
* Soft AC – najdôležitejšie je tempo skladieb – pomalé, romantické.
* Gold AC

1. Mainstream rock
2. Soft rock
3. Classic rock
4. Classic country
5. EL – easy listening – najčastejšie hrá inštrumentálnu a klasickú hudbu
6. Classic – orientuje sa len na vážnu hudbu

**3. Zmiešané formáty**

1. All format – všetko sa strieda – reklamné bloky, hudba, talkshow
2. Variety – zameriava sa najmä na zábavu
3. Full service – dôraz kladený na informatívnu zložku

**Dôsledky formátovania**

1.Opiera sa o kvantitatívne metódy výskumu

* CALL-OUTS = vyvolanie prieskumu (volá potencionálnej cieľovej skupine, ktorej pošle refrén z pesničky a pýta sa či sa vám páči)
* AMT testy – auditorium music test = cieľovú skupinu si zavolajú do jednej miestnosti a pýtajú sa či sa nám to páči alebo nie a púšťajú ukážky
* ATS – average time spend = mediálne ukazovatele

2. Samostatné vysielacie zložky podliehajú testom

* v každej časti programu používam SELF PROMOTION
* moderátori musia dodržiavať 3EB – 3 elements breaks = musia vám pripomínať, ktoré rádio počúvate

3. Sú presne stanovené playlisty

* hrajú piesne s vysokou afinitou = to čo sa páči ich cieľovej skupine
* sada piesní 1000 - 1700, podľa toho čo prichádza na trh
* musia byť pravidelne upgradeované
* majú rotácie (napr. pesnička kategórie A sa hrá každé 4 hodiny) – rozsah si určujú rádiá sami

4.Strata priameho kontaktu s poslucháčmi / interakcie

5. Všetko dopredu naformátované

* HOT CLOCK – programová plán, ktorý reflektuje minúty bežnej hodiny, hodinová programová štruktúra rádia, hodina rozdelená na 4 časti – 1. časť je počúvaná najviac, 3. je druhá najviac počúvaná, 2. je tretia najviac počúvaná, 4. je 4. najviac počúvaná
* ktorá je dôkladne naprogramovaná riaditeľom rádia (prvá štvrťhodina je rozhodujúca – najväčšia počúvanosť)
* SOUND HOUR
* FORMAT DISK

Slovenské rádiá

Hot AC, CHR – Funrádio

Hot AC – Express

Soft AC – Jemné

EL – Devín

Programový cyklus je v angloamerickej literatúre nazývaný rôzne: sound hour, hot

clock, format disk. V našich rádiách sa najčastejšie stretávame s pomenovaním hot clock.

Hodinová programová štruktúra je dôkladne naplánovaná programovým riaditeľom, ktorý

sa snaží zaistiť efektívnu prezentáciu všetkých prvkov vysielania.