


- [Home](#)
- [Chi siamo e cosa facciamo](#)
- [Archivi](#)

Inserire il termine da ricercar 




- [Arte-Appuntamenti](#)
- [Big City](#)
- [Cultura](#)
- [Europa](#)
- [Green](#)
- [Job-Bourse du travail](#)
- [Politica-Economia](#)
- [Primopiano](#)
- [Scienza e Tecnologia](#)
- [Società](#)
- [Viaggiando](#)

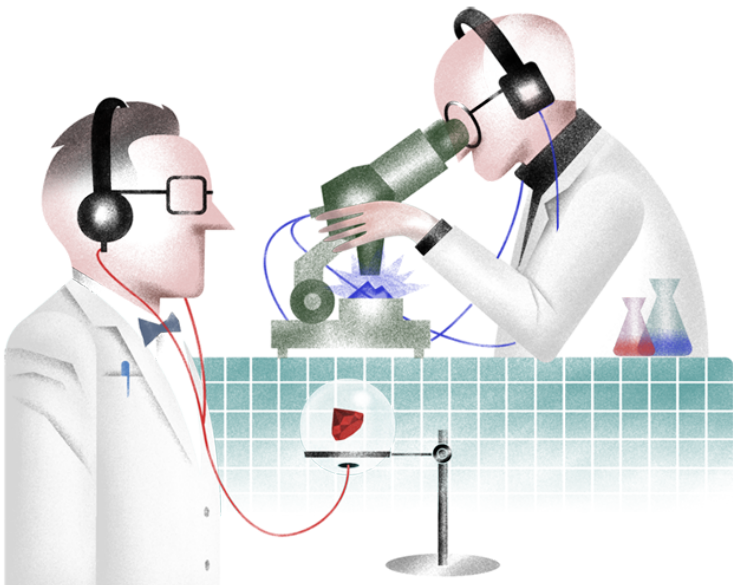
Categoria | [Europa](#)



[Un algoritmo che sceglie automaticamente la musica](#)

Publicato il 19 luglio 2018 da redazione

 Tweet  Like 0  Share 0



ABC DJ ha sviluppato un innovativo software capace di dare consigli musicali. I ricercatori di ABC DJ hanno creato un potente algoritmo che sceglie automaticamente la musica rilevante basandosi esclusivamente sul contenuto audio delle canzoni stesse, piuttosto che su tag assegnati manualmente. Con questo software, i marchi e le agenzie pubblicitarie possono trovare automaticamente la musica giusta per una campagna, pianificando strategicamente una dimensione sonora. ABC DJ può predire l'adattamento del brand musicale o dell'espressione musicale percepita con una precisione dell'80.1%. Il valore teorico massimo del 100% non può mai essere raggiunto, perché le persone hanno e avranno sempre una reazione diversa alla musica; "significa che l'80,1% della corrispondenza sarà di eccezionale valore per l'industria", afferma il dott. Jochen Steffens della TU Berlin.

L'algoritmo estrae le espressioni musicali percepite da diversi gruppi target, dai segnali audio e fornisce musica personalizzata adatta per ogni contesto. Per creare un tale sistema, i ricercatori di ABC DJ hanno prima sviluppato un vocabolario che descrive sistematicamente la musica in un certo contesto. Questo "General Music Branding Inventory" è stato creato con nove esperti audio e perfezionato da 305 esperti di marketing. Il

successivo passo è stato testare questo inventario semantico sul campo. È stato utilizzato un pool di 28.543 canzoni da cui sono state selezionate 549 canzoni per una valutazione dettagliata. È stato poi condotto un esperimento di ascolto su larga scala in cui a 10.144 partecipanti in Germania, Spagna e Regno Unito è stato chiesto di abbinare le caratteristiche semantiche alle canzoni (ad esempio moderno, appassionato, innovativo, felice, degno di fiducia).

L'analisi statistica dei risultati – oltre 53.344 misurazioni basate su 2.018.704 punti dati – ha individuato le 36 funzionalità musicali più rilevanti. Il campione è stato bilanciato per quanto riguarda l'età, il paese e l'istruzione al fine di garantire approfondimenti rappresentativi sul modo in cui i diversi gruppi target percepiscono l'espressione semantica nella musica. Per rendere operativi questi risultati, era necessario mappare le caratteristiche semantiche sulle caratteristiche acustiche. Il partner del progetto ABC_DJ di Parigi IRCAM (l'Istituto per la ricerca e il coordinamento in acustica / musica) ha estratto una grande quantità di informazioni dalle 549 canzoni utilizzate nell'esperimento di ascolto, abbattendo le loro armonie, ritmi, strumentazione, generi e stili rispetto ad un segnale. Utilizzando procedure di apprendimento automatico altamente efficaci è stato quindi sviluppato un algoritmo che trova le caratteristiche acustiche maggiormente in grado di predire le valutazioni musicali degli ascoltatori reali. Questo modulo di previsione è il cuore del sistema ABC_DJ.



Ma come funziona esattamente l'algoritmo di ABC_DJ?

Si basa su quattro fattori di base: valenza emotiva, eccitazione emotiva, autenticità e tempestività.

Sebbene diversi gruppi target descrivano inevitabilmente un dato brano musicale in modi diversi, è generalmente possibile distillare e armonizzare le loro descrizioni utilizzando questi fattori: ad es. un dato pezzo può essere descritto come più o meno gioioso (valenza emotiva), intenso (eccitazione emotiva), autentico e progressivo.

Il progetto ABC_DJ ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione di Orizzonte 2020 dell'Unione europea nell'ambito dell'accordo di sovvenzione n. 688122 e comprende sette società e istituti di ricerca di cinque paesi europei. L'obiettivo generale del progetto triennale è di fornire le agenzie creative europee nel campo musicale, con strumenti sofisticati per supportare l'intero processo di creazione musicale e promuovere campagne di branding audio.

<https://abcdj.eu/category/news/>

Lascia un commento

 Name (required)

 Mail (will not be published) (required)

 Website