




# МУЗЫКАЛЬНЫЙ СИМВОЛ ФИРМЫ

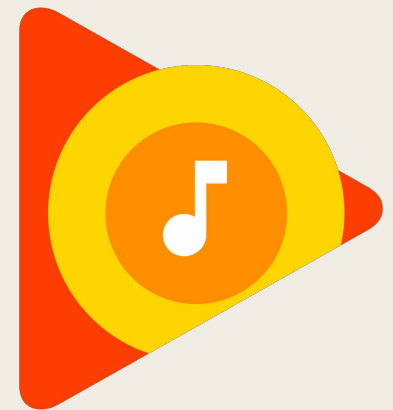
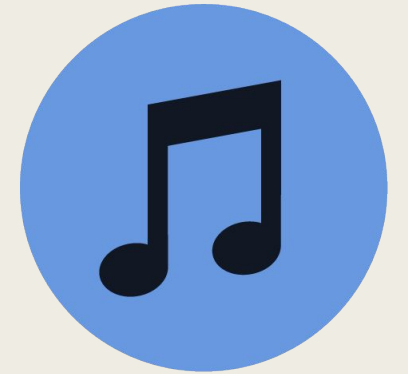
Выполнил(а): студентка ФИТБО120-2/1 Матвеева П.В.

Преподаватель: Елинер И.Г.



К звуковым обозначениям относят различные звуки такие, как фрагменты музыкальных произведений, промышленные, бытовые, природные шумы и их произвольные сочетания.

Звуковые обозначения, как правило, изображаются в виде обычной нотной записи. В то же время возможна и регистрация словесных обозначений. Подобные товарные знаки часто применяются в теле- и радиорекламе. Такие звуковые обозначения четко ассоциируются с конкретным производителем.





Основной проблемой звукового знака является достижение возможности графического изображения фонетической составляющей. Для звукового товарного знака эта графическая форма представляется абстрактной. Она отражает только свойства знака, но не дает возможности идентификации его при помощи немедленного воспроизведения.

Существуют звуковые товарные знаки, в которых одновременно присутствует не только музыкальная, но и вокальная составляющая. При воспроизведении таких товарных знаков неоднозначность идентификации только увеличивается. Чтобы избежать различий в воспроизведении звукового обозначения к заявке приобщают соответствующий носитель звукового сигнала.



# Основные характеристики звукового товарного знака

- графическое изображение (нотная запись);
- аудиозапись;
- диаграмма частот.



## Общеизвестные примеры звуковых сигналов:

- заставки кинокомпаний «TWENTIETH CENTURY FOX» и «Metro Goldwyn Mayer»;
- звук браузера Yahoo и продукции компании Microsoft;
- звуковые заставки мобильных телефонов Nokia, Sony Ericson, Samsung.
- позывные радиостанций «Шансон», «Европа плюс»;
- заставки программ «Большая разница», «Поле чудес».

