

Длительность экспедиции будет равна сроку жизни колонистов, так как планируется отправить их в один конец. Следовательно, эти инвестиции будут еще и долгосрочными.

Этот проект станет флагманом в будущем освоении космоса. С течением времени, из государственного сектора космос превратится в сугубо частный. Ре-

сурсы и открытия Вселенной будут принадлежать не только государству, что даст толчок для развития предприятий и появления новых рыночных отношений.

© Ерошенко П. Е., Малыхин А. В., 2014

УДК 339.138.

А. С. Жукова, Л. В. Шилина

Научный руководитель – Е. Г. Корепанова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АВАНГАРДНЫЕ СПОСОБЫ КОСМИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Рассмотрен вопрос о новых авангардных способах рекламирования в космосе. Авторы обращают внимание на устаревание современных примеров рекламы и моделируют ситуацию создания новых крупномасштабных методов рекламирования. В работе представлены ярчайшие примеры объектов, видимых из космоса, на примере которых возможно создание нового способа рекламирования товаров или услуг.

Реклама – это одно из самых распространенных явления в век информационных технологий и ее мир разнообразен и динамичен. Актуальность рассматриваемой темы «Авангардные способы космической рекламы» обуславливается устареванием методов рекламирования и перенасыщением рекламного рынка, в связи, с чем необходимо исследовать и искать новые, свежие, нестандартные и яркие способы рекламирования, расширения методов продвижения товаров и услуг.

Целью данной работы является исследование новых методов продвижения через крупномасштабные объекты. В связи с поставленной целью можно выделить ряд задач: ознакомиться с крупномасштабными объектами искусства, которые видны из космоса, а также со спутниковых систем, проанализировать возможность становления нового способа рекламирования через крупномасштабные объекты, посредством выявления всевозможных плюсов и минусов данного средства выражения рекламы.

Как известно, реклама является одним из инструментов маркетинговой деятельности. «Маркетинг – одна из основополагающих дисциплин для профессиональных деятелей рынка, таких, как коммивояжеры, розничные торговцы, работники рекламы, исследователи маркетинга, заведующие производством новых и марочных товаров и т. п.» [1].

Реклама вырастает из плана маркетинга, и план рекламы создается сходным образом. Он включает разделы анализа рекламных целей и стратегий. Качество рекламной стратегии зависит от точности планирования маркетинга. Как утверждает автор пособия по рекламе Ричард Стэнфилд, реклама эффективна тогда, когда есть надлежащее планирование [2].

В современном мире становится всё труднее создавать рекламу, привлекающую внимание потребителей. Рекламный рынок нуждаются в более новых и усовершенствованных примерах.

Одной из наиболее интересных форм культурной деятельности мира являются примеры человеческой

деятельности (объекты), которые можно увидеть из космоса. Рассмотрим одни из ярчайших примеров искусства, видимого из космоса.

Например, имя шейха и вождя – гигантское имя в пустыне. Шейх Хамад Бин Хамдан Аль Ахьян из Объединённых Арабских Эмиратов решил украсить поверхность принадлежащего ему острова Футаиси в заливе города Абу-Даби своим именем. По его заказу рабочие вырыли каналы в форме имени шейха – HAMAD. В длину надпись получилась около 1.6 км (1 миля), став вполне различимой на снимках со спутника [3].

Также существуют несколько объектов созданных по принципу флешмоба, что тоже представляет особый интерес.

Одним из примеров такого флешмоба является первая в мире художественная выставка «350 EARTH». Фигуры из этой выставки достаточно больших размеров, так что их можно увидеть из космоса. Это глобальный проект, призванный внести искусство и творчество в центр растущего движения, цель которого – остановить климатический кризис. Запустили данный проект в ноябре 2010 года, в преддверии конференции ООН по изменению климата в Канкуне, скоординировав между собой более десятка крупных объектов публичного искусства [4].

Следующим примером является «Белый медведь в красном» (Исландия). Художница Бьяргэй Олафсдоттир создала этот объект на исландском леднике Лангйёкуль, участвуя во всепланетном арт-шоу 350 EARTH. Изображение нанесено органическим пищевым красителем красного цвета, одобренного с экологической точки зрения [5].

Проанализируем возможные плюсы и минусы нового «космического» способа создания рекламы через крупномасштабные объекты.

Одним из плюсов будет являться крупномасштабность. Как известно, потребителей привлекают большие размеры рекламных носителей. Ещё одним плюсом является широкий охват аудитории, то есть

большое количество людей сможет увидеть рекламное сообщение такого рода, пролетая на самолете или просматривая рекламу в спутниковых онлайн-программах. Преимущество такой рекламы в долговечности и устойчивости к климатическим условиям.

Существует и ряд минусов. К ним относится дороговизна и технологическая сложность процесса, ведь с появлением нового способа рекламирования понадобятся новые технологии, специалисты. Также недостаток в отсутствии интерактивности, то есть будет отсутствовать видео, аудио и сложность будет состоять в том, что в одной картинке, слове или предложении нужно будет уместить всю суть рекламного сообщения, а также убедить целевую аудиторию в покупке какого-то конкретного товара.

Также можно выделить такой критерий как новизна, который будет относиться как к плюсам, так и к минусам, так как новизна - это всегда интересно, привлекательно и в некоторой степени убедительно, но, с другой стороны, всегда существует риск того недоверчивого восприятия потребителей.

Современный мир характеризуется избытком рекламных продуктов и медиа-каналов, и происходит перенасыщение рекламного рынка. С каждым годом

специалистам по рекламе становится всё труднее и труднее разработать яркие интересные и креативные рекламные продукты. Прогресс не стоит на месте, и общество нуждается в усовершенствованных и новых способах рекламирования. Возможно, в ближайшем будущем будет создан новый вид крупномасштабной рекламы, которую можно будет увидеть из космоса и с помощью спутниковых систем.

Библиографические ссылки

1. Котлер Ф. К. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2000. 356 с.
2. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. Харьков, 1997. 257 с.
3. [Электронный ресурс]. URL: <http://newsinphoto.ru/iskusstvo/iskusstvo-vidimoe-iz-kosmosa/> (дата обращения: 27.03.2014).
4. [Электронный ресурс]. URL: <http://art-assorty.ru/2170-nasa-zemlya-kak-iskusstvo.html> (дата обращения: 27.03.2014).
5. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cfin.ru/marketing/goldkat/9.shtml> (дата обращения: 27.03.2014).

© Жукова А. С., Шилина Л. В., 2014

УДК 339.138:629.78

Н. К. Игнатовская

Научный руководитель – *Е. Г. Корепанова*

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ВЫВЕДЕНИЯ НА ОРБИТУ: КОСМИЧЕСКИЙ ЛИФТ

Представлены проблемы существования космического лифта в современности.

Наверняка в настоящее время у большинства людей словосочетание «космический лифт» вызывает улыбку, ведь не каждый знает его предназначение, да и, в принципе, не верит в возможность его построения и существования. Даже в околонаучной литературе любят писать, что космический лифт построят через пять лет после того, как последний человек перестанет смеяться над этим проектом. Но, если идея данного проекта появилась, то она уже имеет шанс на существование. Еще Маяковский говорил: «Если звезды зажигаются, значит это кому-нибудь нужно». Так и с идеей космического лифта. По мнению его создателей, данный лифт будет способен не только доставлять грузы на орбиту с более низкими издержками, нежели это происходит сейчас, но и «подарить» возможность людям побывать в космосе.

Космический лифт – это лента, один конец которой присоединен к поверхности Земли, а другой находится на геосинхронизированной орбите в космосе, то есть на высоте сто тысяч километров. Гравитационное притяжение нижнего конца ленты компенсируется силой, вызванной центробежным ускорением верхнего конца. Таким образом, лента постоянно находится в натянутом состоянии. Изменяя длину ленты, можно достигать разных орбит. Космическая

капсула, содержащая полезный груз, будет передвигаться вдоль ленты. Для начального старта капсулы потребуется усилие, но, как только она будет приближаться к концевой станции, ее скорость будет увеличиваться из-за центробежного ускорения всей системы. На конечной станции, если это необходимо, капсула отсоединяется от лифта и выходит в открытый космос. Скорость капсулы при этом будет составлять 11 километров в секунду. Этой скорости будет достаточно для того, чтобы начать путешествие к Марсу и другим планетам. Таким образом, затраты на пуск капсулы будут только в начале ее пути на орбиту. Спуск будет производиться в обратном порядке – в конце спуска капсулу будет ускорять гравитационное поле Земли [3].

Также можно использовать космический лифт в качестве «пусковой платформы» для космических кораблей, запускаемых к другим планетам, спутникам и астероидам. Это поможет сократить расходы, связанные с традиционным запуском химических ракет. Более того, можно построить лифт грузоподъемностью до 100 тонн, что позволит строить на орбите большие колонии и орбитальные станции.

Считается, что первым к идее космического лифта обратился советский ученый Константин Циолков-