

RU

Визуальный язык космической гонки: семиотический анализ айдентики миссий США и СССР

Кустов Н. Е.

Аннотация. Цель исследования – определение особенностей айдентики космических программ и миссий США и СССР в контексте семиотики времен космической гонки и холодной войны (1957-1975 годы). В работе рассмотрены примеры официальной айдентики космических агентств, программ и миссий, такие как логотипы, эмблемы и патчи. Основной акцент делается на анализе позиционирования государств через дизайн эмблем миссий, в фокусе находятся знаки и символы, их семиотическое значение в рамках исторического контекста. Научная новизна исследования заключается в изучении семиотики коммуникационного дизайна миссий космической гонки. В результате определены специфические особенности и семантическое значение элементов айдентики миссий США и СССР в период космической гонки. Так, символика Соединенных Штатов носит более индивидуалистический характер, разнообразна и лирична; советские символы являются более утилитарными, коллективными и гуманистическими.

EN

Visual language of the space race: a semiotic analysis of the identity of US and USSR missions

N. E. Kustov

Abstract. The aim of the research is to determine the features of the identity of space programs and missions of the USA and the USSR in the context of the semiotics of the space race and the Cold War times (1957-1975). The paper examines examples of official identity of space agencies, programs, and missions, such as logos, emblems, and patches. The main emphasis is on the analysis of the positioning of states through the design of mission emblems, focusing on signs and symbols, their semiotic meaning within the historical context. The scientific novelty of the research lies in the study of the semiotics of communication design of space race missions. As a result, specific features and semantic meaning of the identity elements of US and USSR missions during the space race were identified. Thus, the symbolism of the United States is more individualistic in nature, diverse, and lyrical; Soviet symbols are more utilitarian, collective, and humanistic.

Введение

Данная статья посвящена рассмотрению айдентики космических миссий и агентств США и СССР 1957-1975 годов. В данный период формируется визуальная эстетика космической отрасли, оказывающая влияние в том числе на агентства и миссии в XXI веке. Изучение предмета представляется важным, поскольку коммуникационный дизайн стал одним из инструментов пропаганды во время холодной войны, частью которой была и космическая гонка (Siddiqi, 2000; Marlin, 1987). Соревнование за первенство в космосе мотивировалось не столько научным прогрессом, сколько политическими интересами сверхдержав (Lamb, 2006). Так, достижения в передовой сфере деятельности показывали не только научное превосходство страны, но и ее экономическую, политическую, культурную силу. Образ лидирующей космической державы формировался в первую очередь через официальный брендинг космических агентств, программ и отдельных миссий.

Исследование позволит установить и кратко проанализировать сходства и различия советских и американских эмблем миссий и элементов айдентики периода конкуренции в космосе во время холодной войны. Актуальность заключается в том, что рассмотрение и анализ коммуникации космических держав (США и СССР) с помощью дизайна в период космической гонки дает возможность по-новому оценить роль графического дизайна не только в рассматриваемый исторический период, но и в достаточно малоизученной сфере – космической индустрии. Изучение коммуникации через айдентикку актуально в том числе в современном контексте,

поскольку с 2010-х годов наблюдается рост конкуренции в космосе между США и КНР, а также новыми игроками, например Индией, Европейским союзом, и, в том числе, массовым развитием частных космических корпораций (Harvey, 2019; Reddy, 2018). Подобный рост числа субъектов в космической индустрии подталкивает игроков находить новые визуальные решения в айдентике миссий.

Исследование опирается на два ключевых термина: семиотика и айдентика. Семиотика – междисциплинарная наука, изучающая свойства знаков и знаковых систем, а также процессы их функционирования. Она исследует, каким образом знаки передают информацию, как они структурированы и как интерпретируются в контексте культуры и общества (Лотман, 2010, с. 6). Кроме того, семиотика может исследовать графический дизайн, разработанный для распространения информации и позиционирования определенного образа или выстраивания отношения к этому образу. Так, Ч. У. Моррис (1983) рассматривает три подраздела семиотики: синтактику, семантику и прагматику, где последняя изучает отношение между знаком и пользователем знака. Знак, в свою очередь, обретает значение вследствие его определенного использования в обществе, например, У. Эко (1998, с. 92) отмечал, что с учетом необходимого контекста иконический знак, даже включенный в сложносоставной визуальный символ, образует узнаваемую систему.

Айдентика – также широко трактуемый термин, под которым понимают совокупность визуальных и вербальных элементов, формирующих образ компании и презентующих бренд аудитории. Корпоративная айдентика основывается на брендинге и определенных символах, формирующих восприятие (имидж) компании (Knapp, Evans, Cullen, 2001).

Брендинг, в свою очередь, – это процесс создания, развития и поддержания бренда с целью выстраивания положительного образа у аудитории. Он основывается на знаках, которые формируют символы и в итоге – законченный образ (Bastos, Levy, 2012, p. 349).

Таким образом, в данном исследовании акцент делается на айдентике как наборе определенных знаков и символов, формирующих позиционирование космических держав XX века. В свою очередь, семиотическое рассмотрение айдентики в контексте космической гонки позволит определить особенности визуального языка США и СССР и образы, транслируемые государствами через обозреваемый материал.

Задачи исследования: 1) изучить основные символы в айдентике космических программ и миссий США и СССР в период 1957-1975 годов; 2) провести визуальный анализ семиотически значимых элементов рассматриваемой айдентики в историческом контексте; 3) выявить отличительные признаки советских и американских элементов айдентики периода космической гонки, а также их общие черты.

Для выявления особенностей символов в айдентике США и СССР в период космической гонки и их отличительных и смежных признаков был использован исторический метод и семиотический анализ приведенных категорий дизайна. Это позволило рассмотреть айдентике миссий космических держав, учитывая исторический контекст событий космической гонки, а также в контексте коммуникации с обществом и другими государствами в рамках пропаганды холодной войны.

Решение поставленных задач возможно благодаря теоретической базе, основанной на работах в сфере социологии, массовых коммуникаций и культурологии, фокусирующихся на изучении семиотики и дизайна (Лотман, 2010; Моррис, 1983; Эко, 1998; Knapp, Evans, Cullen, 2001; Bastos, Levy, 2012); а также особенностях процессов истории и коммуникации в международных отношениях непосредственно в сфере космической индустрии (Siddiqi, 2000; Marlin, 1987; Lamb, 2006; Harvey, 2019; Reddy, 2018; Teigens, 2017; Brown, 2016).

В работе исследуется официальная айдентика космических институций, программ и миссий США и СССР времен космической гонки (1957-1975 годы). Выбор этой категории визуальных данных обусловлен:

- а) лидерством этих держав в сфере освоения космоса в XX веке (рассматриваемый исторический период космической гонки) и их соперничеством;
- б) тем, что официальная айдентика миссий (особенно в США) являлась основой образа космической программы страны, другие средства визуальной коммуникации с обществом опирались на нее;
- в) тем, что официальная айдентика космических программ рассматриваемых государств отражала их политические стремления и нарративы наиболее точно, избегая радикализации.

Материалом для исследования послужили веб-каталоги, содержащие информацию и изображения айдентики космических миссий, а также брендбук НАСА и журнал “Emblems of Exploration: Logos of the NACA and NASA”:

- Розенблюм Л. Космическая Энциклопедия ASTROnote (каталог). Эмблемы полетов и программ. https://astronaut.ru/patches/as_patch_0.htm;
- Collectspace. <http://www.collectspace.com/index.html>;
- NASA Graphics Standards Manual – NASA. <https://www.nasa.gov/image-article/nasa-graphics-standards-manual/>;
- Spacepatches.nl. Patch Index. <http://www.spacepatches.nl/>.

Стоит отметить ограниченность эмпирического материала – исследование основывалось преимущественно на официальной айдентике, в то время как более широкое включение визуальных данных могло бы дополнительно обогатить анализ.

Практическая значимость исследования заключается в том, что работа стремится расширить академическое представление о роли графического дизайна в политико-культурных стратегиях XX века и его использовании как средства идеологического воздействия в рамках глобального соперничества. Полученные результаты об особенностях айдентики космических миссий США и СССР в 1957-1975 годах применимы для дальнейших исследований 1) роли визуальных коммуникаций в международных отношениях; 2) семиотики в инструментах пропаганды холодной войны; 3) роли айдентики в позиционировании акторов в космической сфере. Выводы могут быть полезны для специалистов по брендингу и графическому дизайну, в области маркетинга, рекламы и СМИ.

Обсуждение и результаты

Активная фаза космической гонки началась в 1957 году, когда Советский Союз запустил первый искусственный спутник Земли, что немедленно вызвало кризис отношений с США и подтолкнуло оба блока к наращиванию инвестиций и разработок в сфере исследования космоса (Teigens, 2017). В частности, в 1958-м было сформировано Национальное аэрокосмическое агентство США – НАСА. Следующим грандиозным шагом в исследовании космоса после запуска «Спутника-1» стал пилотируемый полет в космос первого человека – Ю. А. Гагарина, который был осуществлен СССР в 1961 году. Таким образом, Советский Союз значительно обогнал Соединенные Штаты в достижениях в космической сфере, опережая одновременно и в идеологической гонке.

Ответом США стал запуск первой лунной миссии с астронавтами в 1969 году. Программа «Аполлон» потребовала невероятных инвестиций и усилий, которые сполна окупились успехом: высадка на Луну стала недостижимой победой и символом США. На этом активная фаза гонки подошла к концу, постепенно оба государства перешли к сотрудничеству в космосе, символом которого стала первая международная космическая миссия СССР и США «Союз – Аполлон» (1975 год).

Все новые космические достижения, начиная с запуска первого спутника, активно освещались в медиа. Постепенно появляются символы индустрии. После «спутникового кризиса» в 1958 году в США формируется космическое агентство НАСА (NASA – National Aeronautics and Space Administration), которое стало прочно ассоциироваться с американской аэронавтикой. В том же году штатный промышленный дизайнер агентства Джордж Него создает официальную печать (Иллюстрация 1). Его начальник Джеймс Модералли продвинул идею с печатью, и в 1959 году она была утверждена президентом Дуайтом Эйзенхауэром (Executive Order 10849, 1959).

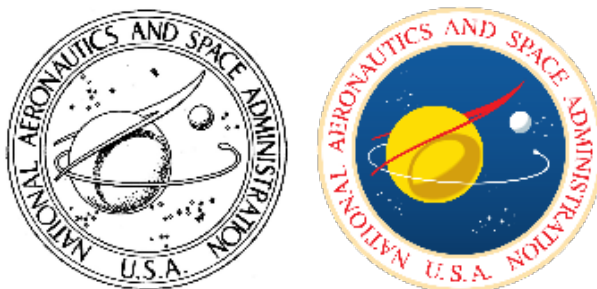


Иллюстрация 1. Печать НАСА 1959 и 1961 годов. Источник: Brown, 2016

На печати НАСА изображена большая желтая сфера (планета) и маленькая белая (естественный спутник) в синем космическом пространстве, усеянном звездами; красный шеврон (аэронавтика) выполнен в форме новейших на тот момент гиперзвуковых крыльев; белая окружность (космическое направление) символизирует орбитальный аппарат (Brown, 2016, p. 64-65).

Печать НАСА преимущественно предназначалась для официальных документов, для размещения на зданиях, аппаратах и значках, требовалась более минималистичная версия, которую Джеймс Модералли по просьбе главного администратора агентства Томаса Гленнона разработал также в 1959 году (Иллюстрация 2). Эмблема, позже прозванная «тефтелькой» (*meatball*), напоминает упрощенную версию печати: у нее отсутствуют сфера и внешнее кольцо с надписью, а красные крылья и белая орбита космического аппарата дополнены аббревиатурой “NASA” (Brown, 2016, p. 66).



Иллюстрация 2. Логотип НАСА 1959 года (*meatball*) и 1975 года (*worm*). Источник: Brown, 2016

В 1974 году в США стартовала отдельная программа по улучшению графики федеральных агентств (*Federal Graphics Improvement Program*), во время которой у графических дизайнеров Ричарда Данни и Брюса Блэкберна (Danne & Blackburn Agency) была заказана новая, более современная айдентика. Так, в 1975 году был принят логотип «червяк» (*worm*) – красная модернистская аббревиатура, начертанная плавным гротеском без горизонтальных линий в буквах «А» (Иллюстрация 2) (Brown, 2016, p. 64-65). Несмотря на то, что новый логотип был воспринят сотрудниками НАСА неоднозначно, он использовался до 1990-х годов и стал узнаваемым символом космических успехов США. Данный логотип отражает устремления к модернизации бренда, его ориентирование на будущее. Современное (на момент создания) и смелое начертание выглядит достаточно актуально

и неординарно. Кроме того, брендбук по обновленному в 1975 году фирменному стилю НАСА стал одним из образцов качества для графических дизайнеров.

Стоит отметить, что логотипы, в большей степени являясь коммерческим инструментом, были распространены в Западном блоке куда больше. Таким образом, НАСА – Национальное космическое агентство США – имеет свой логотип, тогда как у Космической программы СССР, находившейся под контролем Министерства общего машиностроения, не было своего логотипа, а единственным обозначением принадлежности к ней космонавта или аппарата являлось название государства. Более того, знаменитая надпись на шлеме Ю. А. Гагарина «СССР» была нанесена незадолго до старта «Востока-1» вручную (Откуда взялась надпись СССР на шлеме Гагарина // LifeJournal. Fotografesha. 2016. 12 May. <https://fotografersha.livejournal.com/795157.html>). Тем не менее надпись на шлеме Ю. А. Гагарина становится узнаваемым, ярким символом исследования космоса и наносится на шлемы всех последующих космонавтов и на некоторые летательные аппараты (Иллюстрация 3). С этого момента аббревиатура государства является сильным брендом космической державы.



Иллюстрация 3. Нарисованная от руки надпись на шлеме первого космонавта и аббревиатура на шлеме Алексея Леонова во время первого выхода в открытый космос 18 марта 1965 года. Источник: Fotografesha, 2016

Другим типом официальной символики в космической индустрии являются эмблемы миссий. Их можно разделить на графические обозначения непосредственно миссий – эмблемы, наносимые на обшивку корабля, – и патчи (нашивки), располагаемые на скафандре. И эмблемы, и патчи впервые появляются в 1960-е.

Эмблемы миссий начали использоваться в пилотируемой программе США “Mercury”, 2 первых суборбитальных полета прошли без айдентики, эмблема появляется только у третьей миссии программы. Джон Глен, американский астронавт, совершивший первый орбитальный полет, захотел оформить обшивку корабля эстетичнее и выбрал один из эскизов, созданных художницей штаб-квартиры НАСА Сесилией Биби, которая затем нанесла его на капсулу пилота. Эмблема представляла собой название миссии “Friendship-7”, написанное каллиграфией (Иллюстрация 4). В начале истории космической индустрии США астронавты сами давали название своим космическим кораблям, что стало основой для логотипов полетных программ.



Иллюстрация 4. Эмблемы миссий программы “Mercury” с названием кораблей: “Friendship-7” (первая эмблема космической миссии в истории), “Aurora-7”, “Sigma-7”, “Faith-7”. 1962-1963 годы. Источник: ASTROnote

В СССР эмблемы миссий появляются несколько позже: в 1965 году миссии «Восход-2» присваивается символ взлетающей с земли ракеты (позже также использовался для миссий «Союз» в 1969-1971 годах). В рамках этого полета космонавт Алексей Леонов совершил первый выход в открытый космос. На эмблеме ромбовидной, устремленной ввысь формы синего цвета с желтой каймой расположена ракета, взлетающая с Земли. Планета изображена с помощью линий меридианов, а на поверхности виден только силуэт Советского Союза. Кроме того, на эмблеме находится надпись «СССР» и 10 звезд с четырьмя лучами. Стоит отметить, что эмблема «стрела» также использовалась в качестве патча на некоторых скафандрах в 1965-1975 годах (Иллюстрация 5).

Нашивки пришли в космическую сферу из Военно-воздушных сил (ВВС), где применяются в качестве знаков подразделения. Первым патчем космической миссии считается нашивка Советской миссии «Восток-6», во время которой в космос отправилась первая женщина Валентина Терешкова. Тем не менее эта практика не была распространена и до 1970-х не применялась в советской космонавтике, а нашивка В. Терешковой была скрыта оранжевым комбинезоном скафандра. На первой нашивке был изображен голубь мира с оливковой ветвью в клюве, что должно было демонстрировать мирный настрой СССР и отражать нарратив о противодействии милитаризации космоса (Иллюстрация 6).



Иллюстрация 5. Первая советская эмблема и более поздний патч «Ракета-Звезда» (1965-1975). Источник: *Spacepatches.nl*



Иллюстрация 6. Первый космический патч, который принадлежал Валентине Терешковой. 1963 год. Источник: *Collectspace*

Частью айдентики космических миссий патчи становятся в США начиная с 1965 года. Идею их использования предложил выходец из ВВС США Гордон Купер для своей миссии “Gemini-5”. На патче изображалась крытая повозка, метафорично отсылающая к капсуле космического корабля, а также имена двух членов экипажа (Иллюстрация 7). Нашивка Купера положила начало новой традиции использовать персональную айдентичку пилотируемых миссий, которая создавалась с участием самих астронавтов, и наносить на эту айдентичку имена членов экипажа (а позже – и название миссии).



Иллюстрация 7. Первый космический патч США, 1965 год (слева) и эмблема программы Gemini (справа). Источник: *ASTRONote*

Дизайн патчей, создаваемый членами экипажей, должен был проходить проверку на соответствие стандартам размещения государственных символов в штаб-квартире НАСА, однако случаев, когда эскиз экипажа не был бы принят, не отмечено. Несмотря на новшество данного носителя айдентички, патчи в основном отражали метафоры миссий глазами самих астронавтов, поэтому не были политизированы и профессиональны с точки зрения дизайна. Так, в отличие от патча, эмблема Gemini была одинакова для всех миссий в рамках этой программы, а также носила аббревиатуру НАСА, название программы и символическое изображение созвездия Близнецов и двух его звезд, являющихся метафорой пары пилотов каждого пуска (Иллюстрация 7).

В 1960-е США начали масштабную и дорогую программу «Аполлон», целью которой было достижение Луны. Победа в «Лунной гонке» означала перехват инициативы в имиджевом противостоянии с СССР, но программа требовала колоссальных бюджетных инвестиций и нуждалась в пиаре в первую очередь среди налогоплательщиков. Каждый ключевой символ этой программы отражает ее государственную принадлежность и величие

достижений. Само название «Аполлон», придуманное для программы менеджером НАСА Эйбом Сильверстайном, вдохновлено огненной колесницей Аполлона, стремящейся к солнцу (10 самых интересных фактов о космической программе «Аполлон». Interfax. <https://www.interfax.ru/world/319845>). На эмблеме программы, помимо ее названия и аббревиатуры “NASA”, располагается литера «А» с переключателем из трех звезд «пояса» созвездия Ориона; слева расположена Луна с профилем Аполлона, а справа – Земля, развернутая так, чтобы был виден весь Североамериканский континент. Луна и Земля соединены двоекной траекторией полета, что намекает на возвращение миссии домой (Иллюстрация 8).



Иллюстрация 8. Эмблема программы «Аполлон». Источник: ASTROnote

Эмблемы патчей полетов для «Аполлон» готовились для каждой миссии и даже для испытаний ракеты и лунного модуля. Всего было создано 12 эмблем для полетов, на 10 из них присутствовало изображение Луны, еще на 7 – Земли; другими популярными мотивами были античные сюжеты, связанные с богом Солнца; траектории полета и летательных аппаратов; а также орел, присутствующий на гербе США. На всех патчах располагалось название программы, номер миссии и имена членов экипажа (Иллюстрация 9).



Иллюстрация 9. Некоторые патчи программы «Аполлон»: Аполлон-1 (1967), Аполлон-10 (1969), Аполлон-12 (1969), Аполлон-13 (1970), Аполлон-16 (1971), Аполлон-17 (1972). Источник: ASTROnote

Одним из самых известных патчей является эмблема «Аполлона-11», экипаж которой совершил первую в истории посадку на Луну. Майкл Коллинз, пилот экипажа, вдохновлялся более ранними патчами, он не хотел включать в изображение технику, стремился к символичности. Он, как и капитан корабля Нейл Армстронг и пилот лунного Модуля Эдвин Олдрин, решил отказаться от размещения на патче фамилий, чтобы подчеркнуть причастность к событию тысяч сотрудников и всего человечества. Тем не менее требовалось отобразить первенство США, для чего было предложено изображение белоголового орлана с герба США, что также отсылало к названию посадочного модуля “Eagle”. Орел опускается на Луну, на заднем плане видна Земля (повернутая западным полушарием). Чтобы подчеркнуть мирные устремления миссии и смягчить изображение острых когтей хищной птицы, направленных к спутнику Земли, в лапах орла решено было изобразить оливковую ветвь (Иллюстрация 10).



Иллюстрация 10. Патч миссии «Аполлон-11». Источник: ASTROnote

Дизайн айдентики советских миссий начинает активно развиваться в первой половине 1970-х годов. Про-мо-кадры тренировок и полетов американских астронавтов выглядели ярко и вызвали ассоциации с принадлежностью пилотов; в то же время индивидуальный дизайн не поощрялся в СССР, но для привлечения внимания к советской космонавтике на заводе скафандров «Звезда» началось производство патчей. В 1970 году появляется новый патч «Алмаз», созданный на предприятии «Вымпел», очертания алмаза, вероятно, отсылали

к тренировочному комплекту формы «Алмаз», созданному для длительных полетов; однако позже патч распространился и на другие типы униформы, не связанные с тренировками. На эмблеме располагалось Солнце, алмаз и планета Земля с очертаниями и аббревиатурой «СССР» на переднем плане. На планету наслаивалось горизонтальное изображение ракеты, как бы летящей по орбите Земли (Иллюстрация 11).



Иллюстрация 11. Советский патч «Алмаз» (1970) и «Салют» (1973). Источник: *Spacepatches.nl*

В 1973-1974 годах появляются нашивки государственной символики СССР, а также нашивка «Салют», первый патч, носивший название космической программы. На эмблеме миссии была изображена Земля в виде эллипса, пересеченного меридианами, на переднем плане располагалась красная «звезда» с белой обводкой. Звезда эта состояла из пересечения двух V-образных стрелок, которые обозначают авиацию и космонавтику и часто встречаются в соответствующей айдентике (нечто похожее мы видим у логотипа НАСА). Часто, но не всегда, у данных патчей присутствовало название программы «Салют», выполненное желтым цветом и размещенное в правом верхнем углу (Иллюстрация 11).

Важным событием космической гонки, охарактеризовавшем разрядку в противостоянии США и СССР в космосе, стала программа «Союз – Аполлон» (Apollo-Soyuz Test Project). Данная миссия включала стыковку советского и американского космических кораблей. Поскольку программа была медийной и политизированной, айдентика для миссии разрабатывалась с особой тщательностью и вызывала споры. Так, первый дизайн патча миссии включал изображение стыкованных космических аппаратов с флагами США и СССР на фоне; по периметру были расположены названия космических аппаратов и имена астронавтов (гротеском) и космонавтов (антиквой, вероятно, чтобы разделить экипажи по национальной принадлежности) (Иллюстрация 12). Дизайн был предложен НАСА в 1974 году, однако отклонен из-за излишней политизированности. В качестве патча миссии был принят другой вариант: аппараты «Союз» и «Аполлон» в моменте перед стыковкой на фоне космоса с видом на Землю (справа внизу) и Солнце (слева сверху композиции). Изображение было срисовано с картины Роберта Макколла "Apollo-Soyuz Test Project (ASTP) (Docking)" (1974) (Иллюстрация 12). Помимо этого, на патче присутствовали название миссии (вверху) и фамилии членов экипажей на английском и русском языках (впервые советские космонавты носили патчи со своими фамилиями). Кроме того, по периметру были нанесены изображения трех белых звезд на синем фоне (астронавты США) и две золотые звезды на красном фоне (космонавты СССР), символ звезды, присутствовавший на флагах обоих государств, стал еще одним объединяющим образом (Иллюстрация 12).



Иллюстрация 12. Патч «Союз-Аполлон», эскиз первого варианта с флагами государств (1974), финальный вариант эмблемы (1975) и картина Роберта Макколла "Apollo-Soyuz Test Project (ASTP) (Docking)" (1974). Источник: *Spacepatches.nl*

Помимо основного патча-эмблемы миссии, советские космонавты носили собственную упрощенную нашивку. Она имеет достаточно необычную форму пентагона и изображает флаги СССР и США, поделенные волнообразной линией. По краям располагается надпись программы и дата «VII-1975», обозначающая июль 1975 года, время миссии; подобное начертание римскими и арабскими цифрами является уникальным (Иллюстрация 13). Таким образом, в отличие от американских астронавтов, советские носили политически-ангажированную эмблему, подчеркивающую важность именно политического сближения и разрядки в космосе.

Помимо патчей, у миссии существовала эмблема, разработанная советскими специалистами и одобренная обеими сторонами. В центре изображены состыкованные корабли США и СССР на фоне белого силуэта

Земли с золотыми меридианами. По краям эмблемы располагались искаженные по спирали полумесяцы синего и красного цвета, на которых написаны «Apollo» и «Союз» (Иллюстрация 13).



Иллюстрация 13. Советский патч «Союз – Аполлон» с подписью дублирующего командира Юрия Романенко и Международная эмблема миссии «Союз – Аполлон» и патч с ее изображением (1975). Источник: Spacepatches.nl

Далее рассмотрим сходства и различия в айдентике США и СССР. В первую очередь стоит отметить традицию изображения Земли на эмблемах двух стран. Со времени создания НАСА в айдентике миссий США Земля выглядела сначала просто абстрактным шаром, а затем – в той или иной степени детализации – планетой, какой она видна из космоса: с континентами, океанами и даже облаками (Иллюстрации 1, 8, 9, 10, 12). При этом на ней всегда отсутствуют какие-либо политические или географические обозначения и границы. Единственным способом указания политического подтекста может быть разворот Земли Западным полушарием с Американским континентом (например, эмблема «Аполлон-11» – важнейшая, в том числе в политическом смысле).

Изображение Земли на советских эмблемах почти всегда схематичное: обычно это плоский круг или эллипс с меридианами и параллелями (Иллюстрации 5, 11, 13). Кроме того, на эмблемах иногда располагается СССР в своих политических границах 1945-1990 годов (Иллюстрации 5, 11). Причиной приверженности такой визуальной метафоре может послужить герб СССР, в центре которого была изображена планета Земля, пересеченная меридианами. Данные географические обозначения присутствовали всегда, даже на небольшом и слабо детализированном гербе на скафандрах советских космонавтов (Иллюстрация 14).



Иллюстрация 14. Нашивка-герб СССР советских скафандров (1974-1979) и полный герб СССР. Источник: Spacepatches.nl

Важным отличием американской символики является изображение Луны. Естественный спутник Земли очень часто встречается в эмблемах НАСА времен космической гонки, более того, Луна есть даже на печати НАСА (маленькая серебряная сфера) (Иллюстрация 1). Тем не менее печать Агентства не имеет связи с программой «Аполлон», ставшей главным прорывом США в космосе. Программа по высадке человека на Луне была ключевой для продвижения образа США как ведущей космической державы и, соответственно, активно сопровождалась в медиапространстве. НАСА не могло обойти стороной айдентику программы и миссий, в которой спутник изображается 11 раз (Иллюстрации 9, 10) (кроме двух эмблем, которые не подразумевали контакт с Луной). Таким образом, Луна становится одним из главных символов США в период космической гонки, прочно ассоциирующимся с их достижениями в космосе. В то же время не удастся найти ни одного изображения Луны в советских эмблемах космических миссий, даже несмотря на успешные миссии по высадке «Луноходов», что говорит об исключительно американском доминировании в информационном поле вокруг спутника Земли.

Следующим различием советской и американской айдентики периода космической гонки является отношение к персонализации космических миссий через айдентику и символику. Так, в США четко прослеживается тенденция к индивидуальности в космической отрасли. Пилоты экипажей были героями в обеих странах, однако только в США у астронавтов существовала традиция давать имена своим кораблям, а позже разрабатывать эмблемы их миссий. Более того, все эмблемы-патчи содержали фамилии пилотов, подчеркивая важность команды астронавтов. В СССР подобной практики не было. Исключение составила совместная с США миссия «Союз – Аполлон» 1975 года, на шевроне которой присутствовали имена советских космонавтов (Иллюстрация 12). После этой миссии стали появляться отдельные нашивки с именами членов советских экипажей; но тем не менее подход не был настолько индивидуальным. Эмблемы-патчи, располагавшиеся на советских скафандрах, создавались вместе с ними на заводах, дизайн разрабатывался там же. Изображения патчей были утилитарными, отражая не особенности миссии, а лишь принадлежность к СССР и к какому-либо типу униформы или скафандра.

Так, например, эмблема «Ракета-Звезда» была изготовлена для скафандра «Беркут» на заводе «Звезда» и использовалась, пока данный тип скафандров не вышел из эксплуатации (Иллюстрация 5). Другой распространенный патч – «Алмаз» – имел рисунок очертаний алмаза и отсылал к одноименному комплекту спортивной формы космонавтов, прилагаясь к этому комплекту (Иллюстрация 11). Таким образом, советская айдентика миссий, вплоть до программы «Интеркосмос», не имела индивидуального дизайнера и создавалась как дополнение к форме космонавтов, как элемент технического обозначения и показателя принадлежности к СССР.

Изображения государственной символики на эмблемах обеих космических держав имеют больше сходств, чем различий. Более того, и у США, и у СССР присутствуют звезды, что могло отражать стремление двух стран к сближению в определенные моменты (миссия «Союз – Аполлон»). США стали изображать государственные символы начиная с программы «Аполлон», очень важной в политическом контексте. В основном это были звезды и полосы в цветах американского флага, а также белоголовый орлан с герба США (Иллюстрации 9, 10). При этом государственная символика с середины 1960-х продвигалась в айдентике миссий очень активно и постоянно. Единственным текстовым обозначением принадлежности обычно была аббревиатура «NASA»; «USA» (United States of America) указывалось только на ракетах и космических аппаратах. Что касается СССР, соответствующая аббревиатура являлась главным символом «бренда», название страны стало самым узнаваемым маркером благодаря знаменитому шлему Ю. А. Гагарина и изображалось на многих эмблемах и патчах (Иллюстрации 3, 5, 6, 11). Также космонавты начиная с 1974 года носили нашивки непосредственно в виде герба и флага Советского Союза (Иллюстрация 14), американцы тоже носили шеврон с флагом, но не с гербом. Символика отдельных элементов (серп, молот, звезда) присутствует очень редко, основным символом принадлежности является название государства.

Помимо этого, стоит отметить, что айдентика (как и нейминг) миссий НАСА зачастую была лиричной, посвященной мифологическим сюжетам, и создавалась в том числе астронавтами и не ограничивалась строгими политическими рамками. Безусловно, при этом айдентика миссий содержала символы принадлежности, но в целом фокус делался на национальную гордость и личные заслуги; во главу угла ставился американец и американское общество. В айдентике СССР прослеживается другая тенденция: визуальное оформление строгое, формальное и функциональное. Создаваясь на заводах и в конструкторских бюро, айдентика не была персонализирована и предназначалась для возвышения социалистического общества и государства, коллективного труда и его плодов, обеспеченных партией. Согласно парадигме, эмблемы СССР подчеркивали превосходство науки (даже Земля, пересеченная параллелями и меридианами, визуально говорила о первенстве науки); а наука, в свою очередь, развивалась благодаря стараниям Коммунистической партии (согласно официальной пропаганде).

Заключение

В ходе настоящего исследования была рассмотрена официальная айдентика космических агентств, программ и миссий США и СССР в контексте космической гонки 1957-1990 годов с опорой на семиотический анализ и историческую перспективу. Работа продемонстрировала, что коммуникационный дизайн в обеих странах служил не только идентификационным, но и пропагандистским инструментом, отражающим идеологические установки, культурные приоритеты и политические амбиции государств. Визуальный язык айдентики США отличался персонализацией, символическим разнообразием и мифологическими отсылками, тогда как советская айдентика характеризовалась коллективизмом, строгой утилитарностью и доминированием государственной символики.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что, несмотря на функциональное сходство (представление космических миссий и принадлежности к государству), айдентика миссий обеих стран транслировала различные ценностные ориентиры и идеологические модели. Айдентика США акцентировала внимание на индивидуальных подвигах и национальной исключительности, в то время как СССР подчеркивал коллективное достижение и научное превосходство социалистической системы. Стоит отметить, что подходы к космической айдентике у двух сверхдержав различаются также тем, что Советский Союз использовал более гуманистическую и политизированную символику, подчеркивая стремление к мирному освоению космоса. Айдентика Соединенных Штатов также была политизирована, но подчеркивала индивидуалистический подход и приоритет технологического прогресса.

Перспективным направлением дальнейших исследований может стать расширение этих данных и включение в них плакатов, произведений искусства и памятной сувенирной продукции с их последующим анализом. Кроме того, важным и актуальным представляется изучение влияния исторических образов на современные бренды национальных и частных космических программ в XXI веке.

Источники | References

1. Лотман Ю. М. Люди и знаки // Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПБ, 2010.
2. Моррис Ч. У. Основания теории знаков // Семиотика / сост., вступ. статья и общ. ред. Ю. С. Степанова. М.: Радуга, 1983.
3. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. СПб.: Петрополис, 1998.
4. Bastos W., Levy S. J. A history of the concept of branding: practice and theory // Journal of Historical Research in Marketing. 2012. Vol. 4. No. 3.

5. Brown A. L. Emblems of Exploration: Logos of the NACA and NASA // *Air & Space Power Journal*. 2016. Vol. 30. No. 4.
6. Harvey B. *China in Space: The Great Leap Forward*. Cham: Springer International Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-19588-5>
7. Knapp P. M., Evans J., Cullen C. D. *Designing Corporate Identity: Graphic Design as a Business Strategy*. Gloucester: Rockport, 2001.
8. Lamb L. E. *Inside the Space Race: A Space Surgeon's Diary*. Austin: Synergy Books, 2006.
9. Marlin C. L. Space race propaganda: US coverage of the soviet sputniks in 1957 // *Journalism Quarterly*. 1987. Vol. 64. No. 2-3.
10. Reddy V. S. *The SpaceX Effect* // *New Space*. 2018. Vol. 6. No. 2.
11. Siddiqi A. A. *Challenge to Apollo: The Soviet Union and The Space Race, 1945-1974*. Washington: Military Bookshop, 2000.
12. Teigens V. *The Space Race*. Cambridge Stanford Books, 2017.

Информация об авторах | Author information



Кустов Никита Евгеньевич¹

¹ Высшая школа экономики, г. Санкт-Петербург



Nikita Evgenevich Kustov¹

¹ National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg

¹ nekustov@edu.hse.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.05.2025; опубликовано online (published online): 26.06.2025.

Ключевые слова (keywords): визуальная идентичность; дизайн космических программ; семиотика айдентики; символика космических миссий; космическая гонка; visual identity; space program design; semiotics of identity; symbolism of space missions; space race.