
Алёна Власова**ПРИОРИТЕТЫ ОСВОБОЖДЕНИЯ ЖЕНЩИН В ФРАНЦУЗЬКОМ ОБЩЕСТВЕ НА
ОСНОВЕ ПОЗИЦИЙ СИМОНЫ ДЕ БОВУАР**

Симона де Бовуар является самой известной женщиной в истории женского движения Франции. На основе ее позиций были сформированы приоритеты существования женщины в обществе. Мировоззрение женщин сформировано на основе идей писательницы, философа Симоны де Бовуар повлияли на формирование нового современного общества, где женщина как субъект является равноправными в экономической, политической и общественной жизни Франции.

Ключевые слова: Симона де Бовуар, активистка, женское движение, общество.

Alyona Vlasova**PRIORITIES OF THE LIBERATION OF FRENCH SOCIETY BASED ON THE POSITION OF
SIMONE DE BEAUVOIR**

Simone de Beauvoir was the most famous women in the history of the women's movement in France. On the basis of her positions were established priorities for the equal with men existence of women in society. The Worldview of modern women formed based on the ideas of this writer -philosopher had influenced on the formation of a new modern society. In this society woman became an equal members of the economic, political and social life of France.

Key words: Simone de Beauvoir, activist, women's movement, society, France.

УДК 94(73) "198/199":[33:629.7]**Людмила Журавльова****ПОЛІТИКА США ІЗ ЗАЛУЧЕННЯ ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ ДО ВИКОРИСТАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ КОСМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (КІНЕЦЬ 1980 – ПОЧАТОК 1990-Х РР.)**

Розглядається процес формування нових підходів у космічній політиці США до комерційного використання космічного простору. Виділяються і аналізуються окремі напрямки використання результатів космічної діяльності США у комерційних цілях.

Ключові слова: космічна діяльність, комерціалізація космосу, комерційний ефект, космічний бізнес.

У другій половині 1980 – на початку 1990-х рр. в США започатковано процес переходу до використання результатів космічної діяльності у комерційних цілях приватними компаніями.

У статті аналізуються історичні передумови активізації та напрямки діяльності американської держави щодо підвищення економічної ефективності космічної індустрії. Комерціалізація космічної галузі та формування її комерційної привабливості для приватних бізнес структур, яка припала на кінець 1980 – першу половину 1990-х рр., фактично означала зміну суб'єкта комерціалізації, що стало важливим етапом у розвитку освоєння космосу загалом.

Слід звернути увагу, на те, що комерціалізація космосу, як процес перетворення результатів космічної діяльності у специфічний товар на ринку, розпочалася ще з моменту запуску першого американського штучного супутника Землі у лютому 1958 р. Адже, так чи інакше, військове використання космосу, на що і були орієнтовані перші космічні програми, дало поштовх і цивільному освоєнню космічного простору. Обсяги практичного застосування космічної техніки виявився досить широкими. Проте, на початку космічної ери суб'єктами комерціалізації космосу були лише держави, які могли собі дозволити величезні витрати на цю галузь (ними стали США та СРСР).

Освоєння космосу, як прерогатива держави, обумовлено не лише високою вартістю робіт із виробництва космічних об'єктів, але і умовами, у яких розвивалася космічна галузь. У контексті ведення "холодної війни" між двома наддержавами (США та СРСР), космічна діяльність була пов'язана з інтересами національної безпеки та оборони. Про комерційне використання космосу приватними фірмами на той час не могло бути й мови. Ця ж тенденція зберігалася і упродовж 1960–1970-х рр.

У 1980-х рр. сформувалася низка передумов, завдяки яким у державних та наукових колах розпочалося обговорення можливості використання результатів космічної діяльності США американським бізнесом. Основними аргументами на користь цієї ідеї стали: вагомість результатів

розвитку новітніх технологій та можливість їх господарчого використання, а також доцільність поширення процесів приватизації на космічну галузь як вияв загальнополітичного курсу республіканських адміністрацій. Ще одним із чинників, що сприяв більш широкій комерціалізації космічних технологій, стала нестача коштів на забезпечення космічних систем. Адже, за часів президенства Р. Рейгана витрати на космічну галузь значно зросли. Так, якщо на початок президенства Р. Рейгана, 1981 р., щорічні сукупні асигнування з федерального бюджету на космічну діяльність США складали більш ніж 7,2 млрд дол., то на 1991 р. при Дж. Буші-старшому цей показник складав вже 27,6 млрд дол. [3, с. 379].

У додатку до меморандуму кабінету міністрів із комерції та торгівлі "Комерційні космічні ініціативи" від 10 квітня 1984 р. зазначено, що історики можуть дивитися на 1980-і роки як початок промислової революції в космічному просторі. Вони можуть визначити ці роки як період, у якому американський бізнес і уряд вступили в партнерство, щоб відкрити промисловість на орбіті [7, с. 502]. У цьому ж році здійснено перший значний крок у переході до приватного комерційного використання космосу. Ним стало прийняття Закону "Про комерційні запуски в космос", від 30 жовтня 1984 р. [10]. Президент США Р. Рейган у своїй заяві про підписання зазначеного закону стверджував: "Я радий підписати закон "Про комерційні запуски в космос". Одним з важливих завдань моєї адміністрації було і буде залишатися, заохочення приватного сектору у починаннях комерційного використання космічного простору. Фрагментарність і колективність управління надмірно ускладнювали процес утвердження діяльності в космосі. Ухвалення цього закону є важливою віхою в наших зусиллях по задоволенню потреб приватних компаній, зацікавлених у запуску корисних вантажів, щоб мати вільний доступ у космос" [16].

До 1980-х років, приватні компанії у США виступали у ролі підрядників до державних космічних програм і проектів. Вони не пропонували космічних послуг населенню. Єдиним винятком з цього була така важлива галузь, як телекомунікації. З самого початку космічної ери, американські приватні компанії (зокрема, "AT & T") проектували, будували і експлуатували супутники зв'язку і продавали послуги населенню під суворим наглядом уряду [11].

У рамках нового курсу розпочалося не лише активне залучення приватного сектору до цивільних космічних програм, але змінилася і сама риторика відносин між урядом та бізнесом у даній галузі. "Національне управління з аеронавтики і дослідження космічного простору" (НАСА) США приступило у відповідності до Меморандуму до реалізації програми створення дослідницьких центрів в ряді університетів для промислового освоєння космосу, яка була спрямована на заохочення університетів і бізнесу у формуванні партнерських відносин. Однак партнерство, як вид взаємодії, передбачало наявність обопільної згоди на співробітництво, не лише з боку уряду США, але й приватних компаній. На 1980-ті рр. бізнес виявився ще неготовим до такого виду підприємницької діяльності. Навіть широка підтримка держави не заохотила приватні фірми вкладати кошти у космічні проекти, зокрема, у експлуатацію транспортних систем та супутників дистанційного зондування землі (ДЗЗ). Ще у 1983 р. НАСА розповсюдило офіційний запит щодо урядової пропозиції приватизації двох найбільш широко використовуваних одноразових транспортних систем, які призначалися для запуску військових і комерційно корисних вантажів – одноразових ракет-носіїв "Дельта" та "Атлас", – але отримало лише дві заявки на приватизацію. Військово-промислова корпорація "Дженерал Дайнемікс" подала прохання про приватизацію системи "Атлас", ракети якої за державним замовленням вона виготовляла ще з початку 1960-х рр. На той час це був вже досить відомий і розвинутий концерн, обсяг продаж якого на кінець 1980-х рр. становив 9,6 млрд дол. [9, р. 1354].

Інша ж фірма – "Транспейс керрієрс" – подала запит на використання ракет-носіїв "Дельта" (але не на їх виробництво). В результаті, запит останньої уряд не задовольнив, так як компанія була недавно створеною і не мала досвіду в цій галузі. Інші аерокосмічні фірми не наважилися на такий крок через високу вартість запуску вантажів на борту космічних човнів. Так, на 1982 р. комерційний запуск супутника на борту ракети-носія "Дельта" коштував приблизно 38,5 млн дол. [8].

"Дженерал Дайнемікс", звичайно, отримала можливість здійснення комерційних запусків у космос ракети-носія типу "Атлас", але до кінця 1980-х рр. жодного такого запуску не відбулося. Однією з вагомих причин цього стала криза в американській космонавтиці після загибелі космічного шаттлу "Челленджер" 28 січня 1986 р. Затишшя на американських космодромах, яке наступило після катастрофи, дозволило зайняти лідируючі позиції на ринку пускових послуг приватному французькому консорціуму "Аріанспейс", який займався виробленням та експлуатацією ракети-носія "Аріан", і став на довгі роки конкурентом США на ринку надання космічних послуг. Постійне відкладання запуску ракет-носіїв "Атлас" зумовлювалося також і офіційною позицією уряду США щодо одноразових ракет-носіїв, які уряд підтримував у меншій мірі, з огляду на меншу перспективність капіталовкладень порівняно з багаторазовими транспортними космічними кораблями ("Спейс шаттли"). Ще одним прикладом невдалої спроби уряду із приватизації космічних

систем стало залучення американського бізнесу до приватизації системи ДЗЗ "Лендсат", яка була на той час найбільш довготривалим проектом по отриманню супутникових фотознімків Землі (перший її супутник був запущений у 1972 р.). Застарілість техніки системи "Лендсат" і необхідність її оновлення вимагало від бізнесу значних інвестицій, яких державний бюджет забезпечити був не в силах. Таким чином, у 1980-і рр. американський бізнес не виявив готовності прийняти в повній мірі ті можливості використання космосу, які бажала надати йому адміністрація Р. Рейгана. Однак, вже тоді закладено юридичну та практичну основу залучення приватного сектору до використання космічного простору у комерційних цілях, що дало свої позитивні результати у 1990-х рр.

Прихід до влади у 1989 р. президента Дж. Буша-старшого, який як і Р. Рейган належав до республіканської партії, засвідчив спадкоємність урядового курсу щодо залучення приватного сектору у комерційному використанні космосу. Директива "Щодо космічної політики США" № 30 1989 р. [13], прийнята новим президентом, була прямим продовженням політики Р. Рейгана, і максимально заохочувала використання США потенціалу приватного сектору для розвитку космічної галузі. Ця директива відзначалася більшою конкретизацією і деталізацією завдань. Зокрема, питання розробки та реалізації конкретних заходів для стимулювання зростання приватного сектору щодо комерційного використання космічного простору США покладалося та Департаменти торгівлі, оборони і транспорту, які повинні були співпрацювати у цій галузі.

Крім того, з цією метою створювався державний орган в апараті президента США – Національна рада з космосу, на яку покладалося стимулювання приватного сектору до капіталовкладень, приватизації і експлуатації космічних засобів. Також передбачалося, що ця інституція буде: полегшувати приватним компаніям доступ до приватизації американського обладнання пов'язаного із космосом та космічних об'єктів; заохочувати американський бізнес до ініціативи створення космічних комерційних підприємств. Цей виконавчий орган був модифікованою версією заснованої ще у 1958 р., 34 президентом США Д. Ейзенхауером Ради Національного управління з аеронавтики і дослідження космічного простору, яка проіснувала до 1973 р. Відновлена Дж.Буша-старшим, ця організація розробила більш детально механізми залучення приватного сектору до космічної діяльності і формулювала їх у своїх директивах. Директива з національної космічної політики Національної ради по космосу № 3 від 11 лютого 1991 р., отримала назву "Керівні принципи комерційної космічної політики США" [14]. У ній зазначено, що космічна діяльність США проводиться у трьох самостійних і відокремлених секторах: перші два із них урядові – цивільний і сектор національної безпеки, і третій неурядовий – сектор космічної торгівлі. У цьому останньому секторі автори Директиви виокремили п'ять напрямків ринку космічних послуг із різним ступенем зрілості ринку та різним потенціалом. Ними стали: супутниковий зв'язок; дистанційне зондування Землі; обробка матеріалів; транспортні послуги; торговельна інфраструктура. Нижче наводилися засадничі принципи діяльності космічної торгівлі: по-перше, приватний капітал у такій діяльності вкладається на власний ризик; по-друге, є наявні або потенційні неурядові клієнти для відповідної діяльності; по-третє, торговельний ринок зрештою визначає ефективність цієї діяльності; по-четверте, головна відповідальність і управління такою ініціативною діяльністю покладається на приватний сектор. Крім того, у 1985 р. Центр космічної політики США спрогнозував потенційний комерційний річний прибуток до кінця століття, на 2000 р., по цих основних категоріях космічного бізнесу. Передбачалося, що за швидким сценарієм ("high scenario") розвитку космічної галузі, на супутниковий зв'язок (1) припадатиме 15,3 млрд дол., на дистанційне зондування Землі (2) – 2,5 млрд дол., обробка матеріалів у космічному середовищі (3) – 17,9 млрд дол., послуги по запуску ракет (транспортні (4) – 2,4 млрд дол. і на космічну орбітальну інфраструктуру (5) – 2,8 млрд дол. [6, с. 478].

Виходячи із зазначених перспектив на 1990-ті рр., стає зрозумілим, який із напрямків мав за прогнозами отримати найбільший попит на ринку космічних послуг. Проте, на початок 1990-х рр. більш активно розвивався перший напрям. Зокрема, збільшився попит на послуги космічних телекомунікацій, для задоволення потреб суспільства, які ставали все об'ємнішими, і включали надання послуг від експлуатації мобільного зв'язку до системи глобального позиціонування (GPS) та використання результатів дистанційного зондування Землі. Такі приватні підприємства, як "Глобалстар", "Ірідіум", "Теледейсік" та ін. були створені для того, щоб задовольнити ринок космічних телекомунікацій і орієнтовані були на самостійну експлуатацію мобільного супутникового зв'язку і передачу та обробку даних. "Теледейсік" заснований у 1990 р., дві інші компанії у 1991р., що засвідчило потребу у більшій кількості таких компаній. У 1991 р., компанія "Моторола" затвердила "Ірідіум", як окреме підприємство, для розробки нової концепції глобальних персональних комунікацій на базі флоту низькоорбітальних супутників. Перевагою таких супутників було зменшення затримки в передаванні даних і менша собівартість запуску порівняно з геостационарними супутниками, які розміщуються на висоті 35786 км над рівнем моря.

Низькоорбітальні супутники розміщено на висоті близько 100 км, що покращувало якість зв'язку, але і потребувало їх значної кількості (у системі "Ірідіум" їх було запущено 66). У свою чергу, уряд США зарезервував нові радіочастоти для низькоорбітальних супутників, які раніше не використовувалися. Про державну підтримку даного напрямку свідчить і той факт, що вже в наступному 1992 р. Федеральна комісія із зв'язку США видає "Ірідіуму" експериментальну ліцензію., а у 1995 р. – робочу ліцензію на запуск супутникової системи. І хоча, початок комерційного використання цієї системи було здійснено лише 1 січня 1998 р., але принципи взаємодії уряду і аналогічних "Ірідіуму" компаній ринку супутникового зв'язку закладалися на початку 1990-х рр. Що стосується другого напрямку космічного бізнесу, то уряд намагався залучити до виготовлення, запуску і використання системи "Лендсат" американські фірми. Ще у 1979 р., тогочасний президент США Дж. Картер ініціював передачу управління програмою із НАСА до НОАА (Національне управління океанічних і атмосферних досліджень), яке було федеральним відомством у структурі Міністерства торгівлі США. Такий крок свідчив про відмову орієнтації ДЗЗ лише на військові цілі, і бажання розвивати комерційний потенціал даної галузі.

Безпосередню передачу системи "Лендсат" приватному сектору було здійснено у 1985 р. вже за президенства Р.Рейгана, коли НОАА оголосило тендер на її приватизацію. В остаточний список фірм, що претендували на контроль над системою "Лендсат" за умов одержання державних субсидій, ввійшли компанія "Істмен Кодак", компанія "ЕОСАТ", створена з цією метою фірмами "РКА" та "Х'юз ейркрафт", а також п'ять дрібних фірм, включаючи новоутворені, що раніше не відігравали ніякої ролі в аерокосмічному бізнесі. У кінцевому рахунку, тендер виграла фірма "ЕОСАТ", яка отримувала права на прибуток від продажу усіх необроблених даних, зібраних супутниками "Лендсат-1-7", та на отримання плати за доступ до американських супутників, що щорічно надходила від іноземних клієнтів "Лендсат". Термін контрактних зобов'язань сторін становив десять років. Держава зобов'язувалася надавати "ЕОСАТ" фінансову допомогу впродовж перших п'яти років контрактного терміну (1985–1989 рр.) [2, с. 114].

Приватизація системи "Лендсат" відбувалася в умовах постійних бюджетних скорочень державних субсидій на цю програму. Так, у 1989 р., коли передача програми ще не була остаточно завершена, у НОАА були вичерпані бюджетні фонди для програми "Лендсат" а конгрес США виділив фінансування лише на половину фінансового року, що ледь не закінчилося повним закриттям програми. У наступних, 1990 та 1991, роках конгрес США надав фінансування НОАА на "Лендсат" знову на половину фінансового року відповідно. У жовтні 1992 року Конгрес США прийняв Акт "Про політику з дистанційного зондування Землі", який доручив управління програмою "Лендсат-7" урядові США (зокрема Міністерству оборони) [12]. Через два роки, корпорація "Спейс імейжн" (колишня ЕОСАТ) повернула оперативну відповідальність і за "Лендсат-4" і "Лендсат-5" до уряду США. Попри оптимістичні прогнози прибутковості сектору ДЗЗ, перші спроби приватизації цієї сфери космічної діяльності виявили таку ваду, як відсутність швидких прибутків. Це засвідчило неспроможність приватного сектору управляти і використовувати системи ДЗЗ без допомоги держави. Напрямок, який у меншій мірі залежав від державних субсидій, було надання транспортних послуг. У 1990-х рр. зростає потреба у більшій кількості штучних супутників Землі для використання у сфері космічних телекомунікацій. Відповідно виведення цих супутників на орбіту здійснюється ракетами-носіями, які фактично і виконують роль космічного транспорту із доставки корисних вантажів у космічний простір. Зростання попиту на комерційні запуски одноразових ракет-носіїв викликало зменшення участі урядового сектору у даній діяльності. Підтвердженням стало те, що на 1998 р. обсяг комерційних космічних запусків становив 60 % від загального обсягу космічних запусків у США [5, р. 1165].

Так, у кінці 1987 р. фірма "Дженерал Дайнемікс" отримала перше замовлення на комерційний запуск. Перший політ ракети "Атлас-1", в ході якого в космос був виведений науковий супутник, що належав НАСА, відбувся влітку 1990 р. Ракета "Атлас-1" та її наступні модифікації привабили замовників високою надійністю (90 % – при оцінці всього сімейства ракет "Атлас-Центавр"), помірними цінами (55–60 млн дол.) і досить точним дотриманням графіка польотів. До весни 1990 р. компанія вже мала у своєму розпорядженні контракти загальною вартістю 2,5 млрд дол. на виведення 32 космічних апаратів типу "Атлас" [4, с. 84]. Друге покоління американської ракети-носія сімейства "Дельта" була сконструйована компанією "МакДоннел Дуглас" і почала використовуватися з 1989 р. У 1990-х і 2000-х рр. "Дельта-2" була однією з найбільш часто використовуваних ракет-носіїв в світі [15].

Що ж до багаторазових транспортних космічних кораблів, таких як "Спейс Шаттл", то на 1990-ті рр. їх експлуатація приватними структурами була неможливою через катастрофу "Челленджера" і меншу рентабельність порівняно з одноразовими ракетами-носіями. Звичайно, функціонування наведених напрямків космічної індустрії було б неможливим без такої складової частини ракетно-космічного комплексу, як наземні засоби забезпечення запуску космічних систем. Космічні

космодроми, комплекси по виробництву матеріалів для ракетобудування і їх запуску, дослідницькі центри по обробці отриманих даних із космосу були і залишаються невід'ємною частиною космічної галузі, яку було сформовано ще задовго до перших запусків супутників у космос. Трьома найбільшими осередками де відбувалися запуски космічних апаратів у США стали: мис Канаверал, військова база Ванденберг і острів Уоллопс. Створені урядом США для космічних запусків ці стартові майданчики перетворилися в цілі наземні космічні комплекси. Приватні ж компанії надалі почали використовувати не лише вже існуючу інфраструктуру, проводячи модернізацію наданих їм в оренду споруд та корпусів, але і будували тут свої космодроми. Першою організацією, що розробила власний стартовий комплекс, стала компанія "ЕЕР Системс" для експлуатації ракет "Конестога". Організація "Флорида Спейс Осоріті", заснована в 1989 р. до сьогодні займається питаннями комерційного використання технічних засобів полігону на мисі Канаверал. Космічна індустрія, доходи від якої в середині 1990-х років склали десятки мільярдів доларів США, перетворилася в найбільшу галузь світової економіки. У 1996 р. загальні доходи від комерційної діяльності вперше перевищили обсяги державних видатків на космос [1, с. 11]. Все це стало можливим саме завдяки тим процесам і тенденціям комерціалізації космосу, які були закладені наприкінці 1980-х – на початку 1990-х рр. зусиллями республіканських адміністрацій США.

Готовність державного сектору надати можливість приватним американським компаніям розвиватися в цій галузі, спершу, викликане чисто прагматичними цілями щодо скорочення дефіциту бюджету, бажання залучити компанії до приватизації космічних систем, згодом перетворилося у послідовний урядовий курс. Звичайно курс на приватизацію космічних систем підтримувався ще й завдяки оптимістичним прогнозам урядових структур щодо комерційного використання космосу. Але, як показала практика, на поч. 1990-х рр., не всі прогнози виявилися виправданими, що було обумовлено як специфікою космічного ринку, так і рівнем зацікавленості американського бізнесу у тому чи іншому напрямку космічної індустрії. Тому що, які б пільги і підтримку не надавав державний сектор в даній галузі, приватні структури в першу чергу оцінювали ринок космічних послуг з точки зору прибутковості того чи іншого напрямку діяльності і можливості отримання доходів у короткі терміни.

Слід наголосити на визначальній ролі урядів США у залученні приватного сектору до результатів використання космічного простору, які не просто виступили у ролі ініціатора створення нової галузі економіки – космічного бізнесу, але і виробили засади комерціалізації космосу, що закріпило основні принципи взаємодії державного і приватного секторів економіки. Завдяки цьому американська космічна галузь невдовзі перетвориться у високорентабельний напрям підприємництва, що дозволило США зберегти і навіть збільшити динаміку розвитку американської космонавтики.

Список використаних джерел

1. Крутских А. В. Космос в политическом измерении / А. В. Крутских // Международные процессы. – Май-август 2007. – Том 5. – № 2 (14). – С. 10–14.
2. Прошин Д. В. Політика адміністрації Р. Рейгана в галузі дослідження і використання космічного простору (1981–1989 рр.): дис. кандидата істор. наук: 07.00.02 / Д. В. Прошин. – Дніпропетровськ, 2001. – 196 с.
3. Хозин Г. С. Великое противостояние в космосе (СССР–США): свидетельства очевидца / Г. С. Хозин. – М.: Вече, 2001. – 416 с., ил.
4. Шумилин А. А. Авиационно-космические системы США / А. А. Шумилин. – М.: Вече, 2005. – 528 с.
5. Reed B. M. The Virginia Space Flight Center Model for an Integrated Federal / B. M. Reed / Commercial Launch Range. – Space technology and application international forum – 2000. AIP Conference Proceedings. – Volume 504. – P. 1165–1168 (2000).
6. "Commercial Space Industry in the Year 2000: A Market Forecast," The Center for Space Policy (CSP), Inc., Cambridge, Massachusetts, June 1985 // Exploring the Unknown: Selected Documents in the History of the U.S. Civil Space Program: In 5 vols. / NASA. – Wash., D. C., 1999. – Vol. III: Using Space. – P. 475, 478.
7. Fuller C. L. The White House, Memorandum for the Cabinet Council on Commerce and Trade, "Commercial Space Initiatives", April 10, 1984 / Craig L. Fuller // Exploring the Unknown: Selected Documents in the History of the U.S. Civil Space Program: In 5 vols. / NASA. – Wash., D. C., 1999. – Vol. III: Using Space. – P. 502.
8. Waldrop M. NASA Cuts Flights, Sets New Shuttle Price / M. Waldrop // Science. – 1982. – Vol. 217. – N 4554. – P. 35.
9. Waldrop M. The Commercialization of Space / M. Waldrop // Science. – 1983. – Vol. 221. – N 4618. – P. 1353–1354.
10. "Commercial Space Launch Act", October 30, 1984. – Режим доступу: <http://www.princeton.edu/~ota/disk2/1985/8513/851316.PDF>.
11. Hertzfeld H. R. Commercial Space and Spacepower / Henry R. Hertzfeld // Toward a Theory of Spacepower: Chapter 5. – Режим доступу до документу: <http://www.ndu.edu/press/space-Ch5.html>.
12. Land Remote Sensing Policy Act. – Public Law 102–555, signed October 28, 1992 (106 Stat. 4163) repeals the Land Remote-Sensing Commercialization Act of 1984 5. – Режим доступу: <http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c102:H.R.6133.ENR>.
13. NSD. № 30, "National Space Policy", November 2, 1989. – Режим доступу: <http://www.bushlibrary.tamu.edu/research/pdfs/nsd/nsd30.pdf>.
14. NSPD №3, "U.S. Commercial Space Policy Guidelines.", February. 11, 1991. – Режим доступу: <http://www.marshall.org/pdf/materials/864.pdf>.
15. Space Launch Report, December 31, 2011. – Режим доступу: <http://www.spacelaunchreport.com/logdec.html>.
16. Statement on Signing the "Commercial Space Launch Act", October 30, 1984. – Режим доступу: <http://www.reagan.utexas.edu/archives/speeches/1984/103084i.htm>

Людмила Журавлева

ПОЛИТИКА США ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ЧАСТНОГО СЕКТОРА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ КОСМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (КОНЕЦ 1980 – НАЧАЛО 1990-Х ГГ.)

Рассматривается процесс формирования новых подходов в космической политике США к коммерческому использованию космического пространства. Выделяются и анализируются отдельные направления использования результатов космической деятельности США в коммерческих целях.

Ключевые слова: космическая деятельность, коммерциализация космоса, коммерческий эффект, космический бизнес.

Ludmila Zhuravleva

U.S. POLICY ON ATTRACTING PRIVATE SECTOR USE OF SPACE ACTIVITIES (LATE 1980 – EARLY 1990 S.)

Considered the process of formation of new approaches in US space policy to the commercial use of space. Allocated and analyzed separate directions use of space activity results of US in commercial goals.

Key words: space activities, commercialization of space, the commercial effect, the space business.

УДК 94(410):327.5(1-622НАТО)“1990/1997”

Ірина Марущак

БРИТАНСЬКІ ПІДХОДИ ДО РОЗШИРЕННЯ ПІВНІЧНОАТЛАНТИЧНОГО АЛЬЯНСУ В 90-Х РР. XX СТОЛІТТЯ

У статті розглядаються причини розширення Альянсу у зв'язку з геополітичними змінами в світі. Розкривається позиція Великої Британії щодо розширення НАТО на Схід. Розглядаються дискусії в британському політикумі стосовно політики НАТО. Аналізуються прагнення Сполученого Королівства залишитися європейським лідером у Північноатлантичному Альянсі.

Ключові слова: Велика Британія, НАТО, країни Центральної та Східної Європи, розширення НАТО, Альянс.

Після завершення “холодної війни” перед Північноатлантичним Альянсом постала гостра проблема адаптування до нових обставин і переосмислення своєї ролі в постбіполярних умовах.

Розпад СРСР, зникнення “соціалістичного табору”, саморозпуск Організації Варшавського договору (ОВД), а також побудова нової системи міжнародних відносин постконфронтаційного періоду змусили НАТО переглянути свою початкову місію та завдання. Адже метою створення Альянсу був колективний захист від зовнішньої загрози. Оскільки, як сподівались країни Заходу, така загроза зникла, то виникало питання подальшого існування такого масштабного військово-політичного блоку в його початковому вигляді.

З метою розкриття теми статті використано низку документальних джерел: а саме офіційні документи уряду Великої Британії та документи Північноатлантичного Альянсу, серед яких Декларації НАТО, Стратегічні концепції Альянсу, документи самітів, брифінги, які є цінним матеріалом для оцінки та аналізу офіційних позицій з цього питання.

Під час підготовки статті проаналізовано праці зарубіжних та вітчизняних учених. Особливої уваги заслуговує праця “Британські погляди на розширення НАТО за Джейн Шарп” [8] британської дослідниці Джейн Шарп, яка детально висвітлює погляди британського уряду на розширення НАТО. Вона широко розкриває позиції британського політикуму щодо приєднання нових членів до Альянсу, показує поступові зміни думок щодо цього питання. Автор спочатку акцентує увагу на тому, що британський уряд не був задоволений розширенням, але у подальшому з детальним і поглибленим вивченням цього процесу виступив за поступове та повільне розширення Альянсу. Дж. Шарп підкреслює позитивне ставлення Великої Британії щодо розширення НАТО.

Серед російських авторів, об'єктом зацікавлення яких була дана проблематика, варто відзначити Н. Капітонову та І. Мурадяна [9]. У сучасній українській науковій думці, такі дослідники як Т. Брежнєва [13], Б. Гончар, Г. Коваль [1], Є. Магда [3], Н. Яковенко [12], звертають увагу на проблему лише в контексті комплексного аналізу діяльності Великої Британії та НАТО. Проте британські підходи до розширення НАТО ними висвітлені не достатньою мірою, тому проблема потребує більш глибокого вивчення.