

В русском переводе эти строки выглядят так (перевод Эллиса):

Будь ты дитя небес иль порожденье ада,

Будь ты чудовище иль чистая мечта...

Здесь стоит отметить роль визуального образа данной рекламы. Перед нами предстает образ девушки в черной вуали, с ангельским ликом и бесовскими огоньками в глазах. Сам образ отражает дуализм человеческой природы, двойственность человеческой сущности. Слоган же только подтверждает это.

Представляется целесообразным перевести данный слоган следующим образом: «*Дитя небес иль порожденье ада. Не все ль равно...*». Возможно, для рекламы духов это и выглядит слишком вульгарно, но не именно ли это нам и надо – возвышенность в сочетании с вульгарностью – сногшибательная смесь. Теперь слоган не воспринимается как реклама. Это больше, чем реклама. Это философское размышление о бренности существования человека на земле, о его противоречивости, о существовании высших ценностей. Это совершенно новое понимание духов. Разве не появляется неистовое желание мгновенно ощутить их аромат? А для чего еще была создана реклама....

Таким образом, следует отметить, что при всем изобилии языковых средств воздействия, которое характерно для всех разноязычных рекламных текстов, необходимо понять, что насыщенность вербальной части рекламы разнообразными средствами выразительности вовсе не служит гарантией успеха. Отличительным признаком успеха рекламы является гармоничное соединение основной рекламной идеи с теми средствами выразительности, которые данной идее наиболее соответствуют, а процесс адаптации иноязычного рекламного слогана – это всегда процесс творческий, требующий от переводчика не только глубоких знаний самого языка и теоретических основ перевода, но и экстралингвистических реалий, и маркетинговой концепции самой рекламы.

КОНФЛИКТ В КОСОВО 1999 г. КАК УГРОЗА ЕВРОПЕЙСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

О. А. Бутевич

Проблема вокруг статуса Косово и Метохии, а также противостояния в крае между сербским и албанским населением, на протяжении десятков лет являлась одной из наиболее острых и противоречивых на европейском континенте. Тем не менее, ситуация действительно вышла из-под контроля на фоне распада СФРЮ, т.е. в начале 1990-х гг. После прихода к власти шовинистически настроенной администрации С.Милошевича, статус широкой автономии края 28 сентября 1990 г. был отменен, а в са-

мо Косово были введены сербские войска. До середины 1990-х ситуацию удавалось удерживать в рамках мирного противостояния, однако в 1996 г. проявились тенденции к эскалации насилия, причем жестокие этнические чистки и массовые убийства проводились как со стороны сербских подразделений, так и со стороны косовских албанцев (ОАК).

Первыми на ситуацию вокруг Косово обратили внимание страны Балканского региона. Их усилия включали разработку греческим фондом европейской и внешней политики документа «Стратегия предотвращения конфликта в Косово» (1995 г.), организацию двусторонней встречи между высшими руководителями Югославии и Албании (ноябрь 1997 г.) и учреждение группы балканских многонациональных миротворческих сил (январь 1999 г., Афины). Тем не менее, они не принесли ощутимых результатов.

В то же самое время мировое сообщество должного внимания проблеме на стадии, когда ее еще можно было решить мирным путем, не уделило. Лишь с 1997 г. стали предприниматься отдельные попытки со стороны, как отдельных стран Европы, так и ООН, ОБСЕ, ЗЕС и Контактной группы (КГ), но они были достаточно пассивны и не предлагали варианта, способного удовлетворить каждую из сторон. Что касается США и НАТО, то они изначально были готовы к любым мерам вплоть до применения силы, а в 1998 г. провели учения в Албании и БЮРМ как репетицию возможной интервенции. Уже 9 октября 1998 г. Генсек НАТО Хавьер Солана сформулировал официальную позицию НАТО, согласно которой, альянс явно угрожал СРЮ использованием силы в случае, если ситуация в корне не изменится. 13 октября были заключены Соглашения Холбрука о прекращении огня и поисках политического решения, но они так и не были выполнены.

Последними попытками мирного урегулирования ситуации были два раунда переговоров: в Рамбуйе (6–25 февраля 1999 г.) и Париже (15–19 марта). Следует отметить, что на них явно наметилась проалбанская позиция КГ и НАТО, выражавшаяся в провокациях против сербской делегации и выдвигании ей ультиматума (в случае подписания предложенных соглашений в Косово вводились полицейские силы НАТО, а при отказе – бомбардировки). По указанным выше причинам, сербская делегация отказалась подписывать какие-либо договоренности и, следовательно, понесла полную ответственность за срыв переговоров.

С 24 марта по 20 июня 1999 г. была проведена операция «Союзническая сила» НАТО против СРЮ, носившая формулировку «гуманитарной интервенции», т.е. интервенции под предлогом защиты грубо нарушавшихся прав косоваров и приостановки насилия против них. Бомбарди-

ровкам подверглась вся территория СРЮ, что привело к полному разрушению не только военной инфраструктуры государства, но и ее экономики, а также массовым потокам беженцев как сербского, так и албанского происхождения.

Военная кампания НАТО проводилась без соответствующих санкций Совета Безопасности ООН, что явилось грубейшим нарушением норм международного права. В результате интервенции альянс фактически закрепил за собой статус мощнейшего военно-политического блока Европы и вышел за пределы зоны своей изначальной ответственности, отодвинув тем самым на второй план ОБСЕ, которая потерпела в Косово явное фиаско. Конфликт выявил также ряд межгосударственных противоречий на континенте, что значительно затормозило строительство общей внешней политики и политики безопасности в рамках ЕС.

РАСЧЕТ ТУРИСТСКОГО МУЛЬТИПЛИКАТОРА ВАЛОВОГО ВЫПУСКА ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е. С. Гаврилова

Туристский мультипликатор является показателем, определяющим совокупное (прямое, косвенное и индуцированное) воздействие туристских расходов на экономику страны и представляет собой коэффициент, выражающий объем совокупного дохода экономики, который генерируется за счет единицы поступлений от туризма. В свою очередь туристский мультипликатор валового выпуска определяет связь между единицей затрат туристов и изменениями в уровне валового выпуска экономики.

В экономической теории определяется шесть факторов, влияющих на показатель степени влияния расходов туристов на экономику рассматриваемого региона:

1. Объем туристских расходов в стране.
2. Ограничения со стороны предложения – возможность предложения соответствовать возросшему спросу.
3. Масштаб изучаемой экономики.
4. Величина добавленной стоимости на первом круге обращения.
5. Межотраслевые связи, характерные для предприятий исследуемого региона, непосредственно связанных с обслуживанием туристов.
6. Объем импортных закупок и сбережений в экономике.

Модель количественного определения туристского мультипликатора валового выпуска для Беларуси, по мнению автора, целесообразно строить на основе данных модели «затраты-выпуск», рассчитанной для экономики страны. Анализ «затраты-выпуск» является методом представления экономической системы в виде матрицы и основан на специфиче-