



BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

Concepteurs : ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES
ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES
E.S.C.P. – E.A.P.
E.M. LYON

CONCOURS D'ADMISSION DE 2005

CODE ÉPREUVE :

75
Première langue -CCIP

OPTIONS :

SCIENTIFIQUE, ECONOMIQUE, LETTRES & SCIENCES-HUMAINES, TECHNOLOGIQUE

PREMIERE LANGUE

SOUS-ÉPREUVE N° 2

ARABE – ITALIEN – PORTUGAIS - RUSSE

EXPRESSION ECRITE

Durée : 2 heures

Lundi 16 Mai 2005, matin

N.B. : Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

ARABE

Lire soigneusement le texte ci-dessous :

الصندوق العجيب

لا يوجد جهاز ترفيهي وإعلامي تغير بنسبة مائة في المائة مثل التلفزيون . كانت كل برامج تسجيل على أشرطة تعباً في علب ، وتذاع بعد ذلك فأطلق على الجهاز اسم تلفزيون العلب المحفوظة . ولم يكن يذاع على الهواء سوى المباريات الرياضية والاحتفالات والأحداث الدينية .

صار التلفزيون بعد ذلك يهتم بالبرامج التي تذاع على الهواء مباشرة . وبعد أن كانت المسابقات تسجل أصبحت تذاع على الهواء ويشترك فيها الجمهور من البيوت . وأدرك المسؤولون أن هذا الجهاز مهمته الأولى أن يقدم الأخبار مصورة فور وقوعها ، وأدى ذلك إلى قيام محطة «سي . أن . أن» الأمريكية لتقدم الأخبار والبرامج الإخبارية فقط على امتداد ٢٤ ساعة كل يوم .

وتابع الناس في كل مكان هذه المحطة وبالذات أثناء الانقلابات والحروب والأزمات السياسية فرأى الإنجليز تقليدها وفكرت فرنسا في إقامة محطة مماثلة . أما العرب فأسرعوا بتقديم أكثر من محطة إخبارية كلها تعكس الانقسامات العربية وتعدد المسارات في هذا العالم العربي الممزق .

وتنوعت الفضائيات العربية وزادت بعدما نجح العلماء في إرسال أقمار صناعية في الفضاء تدور حول الأرض بنفس سرعتها وتذيع هذه الفضائيات برامجها على العرب في أفكارهم المتعددة في وقت واحد . واهتمت محطات عربية بالأغاني والعري . وصار معروفاً لون كل محطة فضائية عربية ومدى تخصصها وتميزها .

وأصبح التلفزيون يقوم بعمل الحكومات والهيئات الاجتماعية كلها . فقامت محطات بإنشاء قاضي التلفزيون ، تختاره المحطة ويحكم في القضايا والخلافات الصغيرة ويقبل المتقاضون بحكم هذا القاضي التلفزيوني الذي يكون قد عمل بالقضاء من قبل . واختارت محطات أن تقوم بمهمة «الخطبة» فتجعل الرجال يختارون الزوجات عن طريق التلفزيون وكذلك النساء يخترن الأزواج من لقاء تلفزيوني . بل رأيت محطات أن توفق بين رأسين في غير الحلال عن طريق التلفزيون بلا حجل .

وأخيراً قال التلفزيون : « لماذا لا يكون المشاهدون هم أبطال البرامج بدلاً من المذيعين والمذيعات ونجوم الرياضة والسينما ؟

ومن هنا ظهر تلفزيون الواقع ، وتجربته غاية في الإثارة . استأجرت محطة هولندية في البداية قصرًا ضخمًا فخمًا يقيم فيه متسابقون من الجنسين ، تختارهم المحطة ويبقون معاً عدة أسابيع يعيشون معاً ليل نهار ولا يسمح لهم بالاتصال التليفوني أو مغادرة القصر أو لقاء أحد من الأهل . ويصور التلفزيون حياة المتسابقين بكاميرات منتشرة في القصر حتى في غرف النوم . ويصوت المشاهدون كل أسبوع لخروج أحد المتسابقين . ومن يبقى حتى نهاية مدة البرنامج يحصل على جائزة مالية كبيرة . (...)

وأصبح التلفزيون الواقعي السلعة الرائجة فتعددت برامجها وصار يأخذ المتسابقين إلى مناطق صحراوية وغابات ويعيش المتسابقون حياة طبيعية يأكلون الحشرات والحشائش ،

والجمهور يختار من يخرج من البرنامج ومن يبقى في نهاية المطاف .

وكان منطقيًا أن يقلد العرب هذا النوع من البرامج ، وكانت البداية اختيار البحرين بواسطة محطة من دبي ، فأقام الشبان في مبنى ، والنساء في مبنى آخر ، وصور التلفزيون ما يجري . ولكن الحملة ضد البرنامج كانت قوية فألغيت التجربة ، واختير بدلاً منه برنامج «ستار أكاديمي» ليقدم النجوم من الفنانين الشبان ، والجمهور في البيوت في الدول العربية هو الذي يختار الفائز .

وفي مثل هذه البرامج يختفي دور المذيع والمذيعة ويصبح المتسابقون هم النجوم والجمهور هو الحكم . والآن ... أين وصل التطور والتحديث التلفزيوني في العالم العربي والعالم ؟

جورج قرداحي مذيع برنامج « من سيربح المليون » قدم برنامجاً جديداً مدته ساعتان على غرار تلفزيون الواقع . قرداحي يسمع ويقرأ رغبات المشاهدين : فاطمة الفتاة المغربية رفضت لقاء خطيبها السابق .. الخطيب كتب إلى قرداحي يطلب وساطته للقاء فاطمة .. قرداحي يحاول .. فاطمة ترفض .. ولكن حاولت قرداحي تسجيلها التلفزيون ويعرضها على الشاشة .

ولقطة أخرى : أم جلال تسامح ابنها ويلتقيان أمام الجمهور .

ولقطة ثالثة ... (...)

وفي أمريكا قدمت أشهر مذيعة تلفزيون « أوبرا وينفري » بمناسبة مرور 19 سنة على برنامجها « استعراض أوبرا وينفري » حلقة خاصة .. إنسانية ! ظهرت أوبرا ببدلة حمراء وهي ترقص وفي يدها مجموعة مفاتيح . جمهور الاستوديو 276 والمفاتيح للسيارات التي أهداها البرنامج لكل الحاضرين . السيارات تبرعت بها إحدى الشركات ، والجمهور اختارته أوبرا بواسطة معاونيها ، وكل فرد في حاجة إلى سيارة . ثمن السيارة الواحدة 28400 دولاراً وثمان الهدايا كلها 7 ملايين دولار . ولم يكن أحد في الاستوديو يتوقع هذه الهدية وتحقيق أمل الحصول على سيارة . (...)

وأوبرا - 50 سنة - تملك بليون دولار وطائرة خاصة ، وهي تمارس الجري نصف ساعة كل يوم حتى تحتفظ بلياقته البدنية . وهي تملك يحنًا وعدة بيوت . تقدم 140 عرضاً في السنة ، وعقدتها مع المحطة ينتهي بعد 7 سنوات ، وبرنامجها يشاهد في 109 من الدول .

ولا يوجد مذيع أو مذيعة في العالم العربي له هذا النفوذ وذلك الثراء أو يستطيع أن يقدم كل هذه الهدايا أو يحقق أمنيات المشاهدين كما تفعل أوبرا . ولكن محطات التلفزيون في العالم العربي في الطريق ولكن على « قد الحال » .

المهم أن التلفزيون تغير .. وهذا التغير إلى أفضل من غير شك . وهو يدل على أنه أصبح يلعب دوراً أساسياً في حياتنا .. من جميع الوجوه .

بقلم محسن محمد - مجلة « آخر ساعة » الأسبوعية المصرية (العدد 3649 بتاريخ 29 سبتمبر 2004)

ARABE : répondre en ARABE aux questions ci-dessous :

(250 mots environ pour chaque réponse)

١- يذكر كاتب المقال أمثلة لتلفزيونات عربية ولأخرى أجنبية . ما هي عناصر الاختلاف والتشابه بينها ؟

٢- ما هو في رأيك الدور الذي يمكن للتلفزيون أن يلعبه في المجتمع العربي في الحاضر . وفي المستقبل ؟

ITALIEN

Lire soigneusement le texte ci-dessous :

L'impresa dei beni culturali

Chi visita Brera o Capodimonte, gli scavi di Pompei o quelli di Piazza Armerina, chi passeggia a Siena in Piazza del Campo o a Brescia in piazza della Loggia va inteso come un cittadino o come un "consumatore"? Insistere sulla centralità civile e istituzionale del patrimonio non rischia di farci dimenticare proprio i cittadini, il loro diritto all'informazione e a un ottimo servizio, nelle città e nei musei? E i visitatori non italiani andranno trattati come cittadini o come "consumatori" dei nostri "prodotti" nazionali? Proviamo a prendere il problema da un altro punto di vista, adottando contemporaneamente "l'ottica del mercato". Esercizio, come si vedrà, non inutile. Anche nel campo dei beni culturali, infatti, il discorso politico-culturale è spesso indirizzato dalla logica della globalizzazione dell'economia, e più in generale di una mondializzazione degli standard di domanda e offerta nell'organizzazione e nella gestione dei mercati. Questa logica ha il sicuro vantaggio di considerare le attese del "consumatore" come un elemento primario che organizza l'offerta di ogni "merce" rispetto a un mercato mondiale, e di introdurre nel discorso un elemento essenziale, quello della competizione. Puntare sui fattori di "unicità" è la strategia vincente in ogni campo e su ogni mercato, e l'unicità del nostro patrimonio culturale non ha bisogno di essere dimostrata. Le tecniche di marketing sono tese ad attrarre "consumatori" sia analizzandone le attese, sia influenzandole mediante la pubblicità e altre forme di comunicazione. Il problema è dunque, posto in termini brutali, quali siano le conseguenze di questa logica se proviamo ad applicarla ai beni culturali, e in particolare in Italia. Per esempio, hanno ragione quei sindaci che di quando in quando pensano di trasformare intere città (Venezia) o isole (Capri) in "area museale" con biglietti d'ingresso? Non si rischia in tal modo di imbalsamare quei luoghi, suggerendo che sono da visitare "una volta nella vita"? Vale di più quel biglietto o l'indotto provocato da visite ripetute, da un'accoglienza che metta voglia di tornare?

Chiediamoci dunque: i nostri beni culturali sono una "merce" da "vendere"? E chi ne è il "consumatore"?

Alcune osservazioni vengono subito alla mente:

- 1) La "clientela" dei beni culturali italiani può essere identificata con i turisti (italiani e no) che visitano le nostre città e i nostri musei, e inevitabilmente comparano le loro esperienze con quelle che hanno avuto a Parigi, a Londra, a New York.
- 2) Il "bisogno" di "consumare" arte è cresciuto in modo evidentissimo negli ultimi trent'anni, coinvolgendo fasce crescenti della popolazione dei Paesi di sviluppo avanzato, e congiungendosi naturalmente alla crescita dei redditi, e perciò all'accresciuto potere d'acquisto.
- 3) Questo "bisogno" è collegato spesso alla nozione che l'offerta di arte dev'essere costantemente modificata e riattualizzata mediante iniziative spettacolari, come l'apertura di nuovi musei (meglio se di prestigiosa architettura), l'arrivo di nuove opere o collezioni, restauri importanti, mostre attraenti.

- 4) Il “bisogno” di “arte” si traduce in almeno due distinte forme di consumo: una è la visita alla città, ai musei, alle mostre, con tutti i meccanismi indotti (alberghi, ristoranti, negozi); l'altra è il desiderio, tipicamente consumistico, di “portare qualcosa con sé”: un libro, un cd-rom, la riproduzione di un gioiello antico, un foulard che riproduca un dettaglio di un quadro di una mostra. Questa seconda forma di consumo si colloca almeno in parte nelle librerie dei musei, mentre la prima (l'indotto dei beni culturali), economicamente di gran lunga più rilevante, è distribuita nel tessuto delle città.
- 5) Tutti questi meccanismi messi insieme innescano una rete di comunicazione e di promozione che ha, essa stessa, una grande influenza economica: dalla produzione degli oggetti offerti nelle librerie a quella di cd-rom, ai cataloghi delle mostre, ecc.

Tutti gli elementi che ho appena descritto sono già all'opera, in Italia come altrove. È qui che si vede quanto sia importante, nella cultura civile e istituzionale del nostro Paese, il fatto che il destinatario-padrone del patrimonio culturale non sia il “consumatore” o il “cliente” ma il cittadino. È qui che si vede chiaramente che il patrimonio culturale italiano dev'essere fortemente ancorato allo Stato, al quale devono spettare la ricerca conoscitiva sul patrimonio, la sua tutela e la sua gestione. È qui che si vedono i vantaggi, e proprio nell'interesse del cittadino, che è tale prima di essere “consumatore” o “cliente”, di guardare bene all'amministrazione pubblica dei beni culturali prima di buttarla via come un ferro vecchio.

In: Salvatore Settis, *Italia S.p.a.*,
Einaudi, 2002

Répondre en **ITALIEN** aux questions ci-dessous :
(250 mots environ pour chaque réponse)

- 1) Il candidato esponga quali sono, secondo l'autore, le ragioni del “cittadino” e quelle del “consumatore” di beni culturali.
- 2) In che senso, secondo il candidato, si può parlare oggi di “bisogno” diffuso di cultura?

Portugais première Langue - Expression écrite.

Texte en portugais, 900 mots, répondez en portugais aux 2 questions (250 mots par réponse), durée 2 heures

Louvor simplificado dos blogues

«Jantar com Dulcineide. Penoso. A relação patina há muito. Fui para me despedir, só queria ver-me dali para fora. Deixei que ela pagasse a conta, passei rapidamente pela Fnac, a comprar o *Fala com Ela* do Almodóvar, e vim para casa. Enquanto ligava o DVD, resolvi escrever isto.»

Eis um exemplo de prosa possível num blogue; talvez caricatural, talvez descritivo, em qualquer caso «isto» seria um... *post*. [Para quem nunca viu, *post* é a designação dada aos textos, datados, de que os blogues se compõem]. Entretanto, interessa menos a prosa do que este traço, típico do blogue: a sorte de Dulcineide estaria legível em São Paulo ou Singapura, Lisboa ou Tóquio, ainda antes que a pobre tivesse terminado a digestão. A velocidade é o elemento importante, claro, se conjugado com este outro: a decisão de difundir a prosa cabe exclusivamente ao próprio blogueador. Rápido e solitário: acabado o texto, a difusão está ao alcance de um cliquezito, ou pouco mais. Pouquíssimo mais: entre o escrever e o difundir quase nada se interpõe, ao extremo da ilusão de que a passagem da escrita à reprodução, além de instantânea, nem chega a existir.

Mas existe, e aí está toda a novidade. É sabido que, com a invenção da tipografia, a técnica da escrita e a técnica da reprodução se tornaram heterogéneas. A diferença, que determina todas as práticas envolvendo o papel impresso, não podia ser reduzida pelo desenvolvimento da tipografia. Pelo contrário. O crescimento da capacidade reprodutiva também reforçou os inerentes dispositivos de mediação, de tal modo que o escritor — em sentido muito lato, aquele que escreve — foi definitivamente excluído da esfera da reprodução: as principais decisões, a começar pela decisão inaugural de reproduzir tecnicamente o texto que escreveu, não lhe competem. Esta situação não se alterou com a generalização da Internet, bem menos acessível do que muitos pensam. [...]

Agora reparem na novidade do blogue. Surge na Internet, e, rápido, passa de *weblog* — espécie de entreposto crítico, mediador que escolhe e comenta a informação disponível na rede — a *blog*, modo multiforme, aberto, mutante, selvagem. E proliferando. Porquê? Acho que são três as razões. Não requer treino especializado em qualquer campo da informática: quem souber usar o computador para escrever e vaguear pela Internet pode tirar o próprio blogue sem precisar de nenhuma formação suplementar. Acresce que o *software* requerido nem custa dinheiro, e estão disponíveis várias modalidades efectivamente gratuitas de criação e de manutenção de todos os blogues que um sujeito ambiciona, sem autorização, sem inscrição, muito pelo contrário. Em consequência, terceira razão, o blogue escapa ao ordenamento jurídico que regula a produção e a circulação do material impresso: os blogueadores não recebem direitos de autor, podem plagiar ou atribuir os próprios textos a outros, difamar ou caluniar, a coberto do anonimato ou assinando com pseudónimos facetos, tal como podem ser espoliados do que escrevem, difamados, caluniados, etc. Não significa que tudo isso ocorra em regra: significa a possibilidade de ocorrer sem que os meios regulares de coerção sejam eficazes. A figura do sujeito civil anterior ao escrito, e dono dele, responsável e imputável, em que assenta o ordenamento jurídico do impresso, revela-se, com os blogues, aquilo que realmente é: mera presunção. Neste aspecto, a «blogosfera» aproxima-se da ficção romanesca. O blogueador nem tem de existir para que o blogue

exista: não precisa de identidade civil, nem de domicílio fixo, nem de número fiscal ou cartão de eleitor. Pode ser um grupo, um morto ou um fantasma; alguém em nome de alguém, alguém sem nome, alguém dando-se vários nomes, ou então vários nomes fundidos, simultâneo ou rotativamente, num só. Curiosamente, esta pulverização do sujeito civil decorre da novidade decisiva: a decisão, final e eficaz, graças à qual o texto entra na esfera da reprodução cabe a quem o escreveu e no momento em que o concluiu, sem intermediários nem diferimento no tempo. O cliquezito envia o texto para o mundo logo após o último final.

Nada admira por isso que os blogues proliferem. Dir-se-ia cumprirem a promessa moderna de fazer de cada leitor um autor. Como nada admira que a reacção da esfera pública tenda a reter a proliferação, sem cuidar de discernir o que ali há de diferente e efectivamente novo. O primeiro efeito é reduzir a «blogosfera» a submundo habitado pelos excluídos do impresso. Ora, nada se ganha em sublinhar que muitos blogues desrespeitam, para dizer o mínimo, as regras e protocolos dos jornais. Com certeza que sim: mas talvez se devesse acrescentar que tal desrespeito entra necessariamente na descrição da sua razão de ser. Há neles um liberdade de linguagem que não se encontra em nenhum jornal; uma diversidade de assuntos impensável numa revista; sobretudo um privilégio do humor incompatível com a pose sisuda de quem é lembrado da existência de accionistas e anunciantes. Por outro lado, topa-se a cada passo com trivialidades, ingenuidades, descobertas da pólvora; exibicionismo infantil, artistas da palermice, muita vidinha graduada em experiência, muita opinião mascarada de argumento. Nisso, porém, é impossível não perceber que a ampla abertura dos blogues facilita, ou mesmo estimula, o mimetismo da imprensa periódica. Ainda assim, vale sublinhar que, em geral, os blogues portugueses atingiram um nível que, na escrita ou elaboração, na intervenção política ou no debate cultural, supera o da imprensa regular.

Abel Barros Baptista, *Revista Ler*, Dezembro 2004.

1. Que pensa do fenómeno dos blogues (ou diários escritos e divulgados na Internet) ? Moda ou elemento durável?
2. Concorda com a análise feita da «blogosfera» (razões do sucesso, criação, novidade...)?

Егор Гайдар

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР

О том, чего мы не знаем

Проблемы экономического роста после социализма, устойчивости этого роста, факторов, которые на него влияют, – все это выходит сегодня на первый план. Двадцать лет назад благодаря так называемой комплексной программе научно-технического прогресса в Советском Союзе действовал мощный блок научных учреждений, которые занимались исследованием долгосрочных проблем экономического развития. Подавляющее большинство экономических институтов давали свои прогнозы относительно того, какой будет наша страна через двадцать лет. К реальной жизни такого рода исследования имели мало отношения, тем не менее они позволяли организовывать обсуждения существовавшей экономической проблематики. В то же время практически никто не составлял прогнозы о том, какой будет отечественная экономика через три, через шесть месяцев или в течение ближайшего года.

Сейчас ситуация во многом обратная. Мы располагаем большим числом квалифицированных публикаций, в основе содержания которых – краткосрочный анализ и краткосрочное прогнозирование событий в российской экономике. И очень слабо представлены исследования, связанные с долгосрочной перспективой. В условиях бурного переходного периода такой перекос был неизбежным, но сейчас ситуация объективно меняется. Произошла глубокая трансформация собственности. В крупных российских компаниях составляются программы долгосрочного развития, идет работа над крупномасштабными инвестиционными проектами.

Мы гораздо лучше знаем, чего не следует делать, если мы не хотим остановить экономический рост, нежели то, что можно и нужно предпринять для его форсирования. Не нужно манипулировать валютным курсом и допускать образование черного рынка. Не нужно допускать высокую инфляцию. Не нужно допускать крупный бюджетный дефицит. Желательно иметь менее коррумпированную бюрократию. Желательно опираться на хорошо работающую правовую и судебную систему... Этот набор условий достаточно изучен и понятен. Но все попытки ускорить рост на основе набора нестандартных рецептов – ускорения инвестиций, вложений в ту или в другую отрасль, – все это, к сожалению, оказывается малорезультативным. При доставшейся нам в наследство крайне неэффективной бюрократии риски ошибок в выборе отраслевых приоритетов особенно велики.

К тому же надо помнить, что решаем мы не задачу догоняющего индустриального развития, где в качестве ориентира можно взять образ структуры экономики более развитых стран и пытаться этот образ сымитировать. Мы решаем другую, гораздо более сложную задачу – задачу догоняющего постсоциалистического постиндустриального развития, где сами закономерности развития изучены существенно хуже, а перемены происходят очень быстро. И есть огромный риск того, что, выбрав и реализовав некий отраслевой приоритет, мы окажемся перед досадным фактом: результаты этой реализации никому не нужны, не востребованы рынком. Именно по такой причине инвестиции усилий в создание гибкой системы национальных институтов, обеспечивающих рост, являют собой гораздо более осмысленный выбор, нежели попытка выстроить ту или другую конкретную модель структурной отраслевой политики.

О восстановительном росте

Нынешний экономический рост в России носит восстановительный характер. Он тесно связан с предшествующей рецессией, падением производства после краха Советского Союза. Падение было обусловлено, в свою очередь, структурной перестройкой экономики и кризисом старой системы хозяйственных связей, тогда как их новая система еще не сформировалась. Этот кризис был в

основном преодолен к 1997 году. В дальнейшем развитию восстановительных процессов помешал финансовый кризис 1997–1998 годов. Эти процессы были продолжены с 1999 года.

И сейчас мы тоже не очень ясно представляем себе, как будут дальше развиваться в нашей стране процессы восстановительного роста. Есть основания полагать, что пределы его будут исчерпаны при объемах выпуска более низких, чем те, которые были характерны для российского ВВП в период максимального его уровня при социалистическом производстве. Но это гипотеза. А вот что известно точно – то, что восстановительный рост носит затухающий характер. Восстановительный рост поначалу всегда становится приятным сюрпризом для экономико-политической элиты. А потом он превращается в проблему: ведь темпы не удерживаются на изначальном уровне, они начинают падать.

Структурные реформы – условие долговременного роста

Снижение темпов экономического роста между 2000–2003 годами – существенный фактор, влияющий на формирование экономической политики. Важной задачей, которую решало правительство на протяжении последних лет, было проведение набора структурных реформ, необходимых, чтобы придать росту характер устойчивый и долгосрочный. Последовательно претворять в жизнь эти реформы начали в 2000–2001 годах. По ряду важных направлений за эти годы было сделано много полезного. Политические проблемы, связанные со структурными реформами, состоят в том, что последние не дают отдачу в краткосрочной перспективе, они «всего лишь» закладывают базу долгосрочного экономического роста.

Сегодня никуда не деться от реалий политического процесса. А выглядят эти реалии в глазах значительной части элиты и населения примерно следующим образом: правительство втянулось в проведение структурных реформ. Между тем жизнь радикально не улучшается, проблем в российской экономике остается множество. Непросто объяснить: чтобы заложить основы устойчивого роста, нужны преобразования не одиночные, а взаимодополняющие. Если в России будет хорошая налоговая система, но не будет надежно защищенных прав собственности, мы не получим масштабных капитальных вложений, необходимых для устойчивого роста.

Нефть и рост

Еще одна важная составляющая текущей экономической политики – высокие цены на нефть. Российское правительство четыре года в условиях высоких цен проводило достаточно консервативную и ответственную макроэкономическую политику. Это не может не вызвать уважения. Предшествующий нынешнему период аномально высоких цен на нефть (это 1979–1982 годы, тогда цены на нефть в реальном исчислении были примерно втрое выше, чем в 1999–2002 годах) был отмечен «разжижением мозгов» политического руководства – настолько серьезным, что мы умудрились ввязаться в войну в Афганистане.

К сожалению, способность правительства проводить ответственную макроэкономическую политику при высоких ценах на нефть ограничена. В такой ситуации растет спрос на популярные решения, чувствуется острая потребность в том, что дает быструю отдачу, «обещает прорыв».

ВЕСТНИК ЕВРОПЫ, №9, 2004.

Répondre en RUSSE aux questions ci-dessous :
(250 mots environ pour chaque réponse)

1. Почему Гайдар считает, что «нынешний экономический рост в России носит восстановительный характер»?
2. «Чего не нужно делать», какие популярные экономические решения могут затормозить экономический рост?