

百年大「計」？——企業贊助學校，自小培養消費者

10-29

可口可樂小學？聽起來不會不搭軋嗎？這種概念其實並不離譜，因為現在美國的學校愈來愈仰賴企業捐助以取得經費。

有一所位在科羅拉多州科羅拉多泉市的學校，與某清涼飲料公司簽下獨家合約，讓校園內的飲料販賣機專賣該公司的產品。因為合約規定要達到特定銷售量，致使校方行政當局為了達到銷售規定，不得不讓學生全天候都能消費那些產品，包括上課時。

學校企業化的程度還有比獨家銷售合約更變本加厲的，廣告突然出現在自助餐廳內、教課書中、和體育館的計分板上。一個針對國高中生觀眾群的熱門新聞節目「一號頻道」，現在仍能「免費」收看，因為每 12 分鐘的節目就有 2 分鐘是廣告。

對許多人而言，學校企業化似乎是暗地裡讓公司可以攻克一個很容易就可掌握的市場。有些人則認為，反正學生日常生活中就不斷被廣告疲勞轟炸，而這類合作方案為急需經費的學校帶來六、七位數字的大筆金錢，一切都很值得。無論如何，經費拮据的美國各校面對企業提供的「好處」時，往往沒有多少選擇餘地，只能接受附帶條件。

這種趨勢會持續下去嗎？沒有人知道。不過可以確定的是這類事情得由社區而非企業來決定。