

19 57 年 11 月 7 日

筆名 符艾俠

題目 麥當奴的「新手」

原題

報 版

美洲時報周刊雜誌 卷 141 期 號 頁

重刊 (1) 2 3 修刪 小 大

收錄 書名 出版社

日期 19 90 年 6 月 2 日 頁數

備註 自立早報

專題報導

賣當奴的「新手」

賣當奴速食業，最近拍攝一則廣告，也引起企業界探討基層低薪工作問題的解決之道。

根據一九八七年五月份美國最新的消費者意見調查，賣當奴（麥當勞）的「新手」廣告在印象最深刻的廣告競賽中名列第二，以此廣告的平淡手法，能擊敗眾多利用特殊聲光技術、動員大批人力及大筆製作費的廣告，實在有它獨到之處。

廣告成功不是偶然

「新手」廣告採用黃色系為主，象徵黃金時代的遠景輝煌。廣告一開頭是一片清晨的景色，天亮沒多久，晨曦還掛在天邊，一位戴眼鏡的老先生正興致勃勃地準備出門，體貼的老伴問他緊不緊張，他微笑地說有一點，老伴安慰他說一定沒問題的。下個鏡頭轉向一家賣當奴店的玻璃門，老先生趨前敲門，裡面的年輕工作人員說：「對不起，我們還沒開門呢！」老先生微笑地舉起手中的賣當奴工作帽，示意他是新來的工作人員，年輕的白人少女驚訝地讓他進來。再下一個鏡頭便看見老先生用極其熟練的手法裝食物，並一字不誤地複述顧客點的東西，甚至還有空逗顧客帶來的小孩笑，明亮溫馨的笑容配著禮貌和藹的態度，使顧客及觀眾都覺得舒服得很

，旁邊的年輕工作人員更驚訝於老先生的效率，一直問他：「你真的沒幹過這一行？」老先生只用自信的笑容回答她。日落黃昏，老先生回到家門，老伴體貼地問他：「還好嗎？累不累？」老先生滿面歡愉和驕傲地說：「不，一點也不累，我還能教他們兩手呢！」

這個廣告的成功不是偶然的。整個廣告散發出一股信心十足、希望無限的信息，觀眾看見的是老先生的老當益壯、顧客的滿意、賣當奴工作的輕鬆愉快、及自己賺錢養家的驕傲，全片的溫馨氣氛更令人感動，也無怪乎消費者印象深刻了。

可是，在這樣一個美好的表面故事之下的現實又是什麼呢？

新募新人成了問題

我們姑且不討論老先生為何需要出去打工，或者賣當奴的工作職位是不令人驕傲等等問題，而只來看賣當奴採用退休老人打工這個現象。表面上，賣當奴展示了它的開闊心胸，還步給六十五歲以上的老人一個工作的機會，讓他們走出孤獨和寂寞，與人接觸，讓他們不再閒坐，而可以更充實

的活下去。在這裡所顯示的是一個充滿人道精神，重視老人，愛護老人，支持老人的機構。事實上，這個廣告的出現反映了美國就業人口分配的一個新趨勢，而這個廣告表面上的安和樂利正掩蓋了它底下對退休老人的嚴重剝削。

美國商業部在一九八六年八月的一「國家商業」雜誌中專題報導了就業人口的青黃不接。據商業部的統計數字，二次大戰後的嬰兒潮早已邁向下坡，出生率逐年下降，以一九八六年的就業狀況來說，十六歲到十九歲剛入就業市場，最可能從事基層低薪工作（多半在服務業、速食業及零售業）的年輕人，已由一九七八年的九千六百萬下降到一九八五年的七百九十萬，到一九九五年更可能減至七百萬，這個現象對靠剝削廉價青少年勞動力的速食業、零售業及服務業而言是個十分嚴重的危機。基層低薪的工作一向最不受人歡迎，不但薪水低，工作繁重而單調，升遷亦不太有望，一般有家累的成年就業人士多半不願走這條路，總是努力找職業訓練或其他機會選別的工作；這類不需工作技能，不求實際經驗，但也不提供什麼實質

好處的工作便落到了沒有多少選擇及出路的年輕人身上。可是由於工作不理想，即使進了賣當奴工作，這些年輕人一有機會便跳槽或改行，因此雇主必須依靠市場上存在著相當廣大的青少年勞動力，以保證有不斷的新血補充，照現在的情況看來，由於青少年勞動力數量的減少，招募源源的新人已成問題。

也許我們要問：為什麼不把這些單調的基層工作自動化，由機器來執行呢？（比如速食業的自動化並非科學幻想，機器的設計早就有了，只是未投入市場而已。）個中原委十分簡單，現在這些基層工作薪水奇低，改由自動化機器來擔任固可減少人事上的困擾，但由於人工比機器還便宜，業主掐指一算，還是雇人來做划算，當然也就打消自動化的念頭了。

雇用老人彌補人力

十六歲到十九歲的「理想」人口既然大量不足，業主的念頭就動到其他人口群上來了。首先想到的是失業率兩倍於白人的美國少數民族（如墨裔、亞裔、黑人、印地安人等等）及外籍的合法和非法勞工，這些人固然好

Los Angeles



洛城短波

吳仙標入參院

找，但大部分不合主流白人所要求的社會應對技巧及中產精神，不是不肯自甘做牛做馬，便是受不了歧視，終於棄職而就社會福利金，流動性還是很大，基層低薪工作的問題仍未解決。業主頭腦一動，算盤就打到大部分事業不肯錄用的退休人口上去了。

採用六十五歲以上的老人從事沒人想幹的基層低薪工作是再理想不過的了。這些已退休的人多半有豐富工作經驗，深知如何待人處事，不像年輕人那麼毛躁，正合建立在人際關係上的服務業、速食業及零售業之所需。老人沒有收入，僅靠餓不死也吃不飽的退休金度日，經濟上十分困窘，又不易找到事，有機會工作是巴不得的，因此一旦被錄用，總是表現出過人

的「敬業精神」。他們自知日薄西山，並不指望升遷或加薪，只要能錢以免於饑寒病餓就好，故也不組織工會、發動罷工來爭取權益。多退休人士由美國政府提供某的福利及保險，這些福利保險在時根本不濟事，但正好給業主提口，不必擔付任何福利措施的降低成本就是加大利潤，業主對於雇用退休人士。也許有些老一段時間以後，由於工作沈重開始衰弱，無法再勝任工作，關係，反正不用付給他們退休的散費，他們自己會羞慚而退，的數量因美國年平均壽命的提漸加大，年年都有大批人自其中退休下來，不愁來源不足。

不完的好處再加上採用老人可以改進業主形象，博得不知情人士的贊許，難怪速食業、零售業及服務業在可行的範圍之內，競相雇用老人來彌補青少年之不足了。

現在看清了這背景中的剝削問題之後，賣當奴的「新手」廣告頓時現出它的意理功能了。在那安和樂利的黃金故事背後，掩蓋着美國就業人口上的危機、退休人士的被剝削、及基層工人的辛酸，賣當奴及其同黨的醜惡面孔就更加清晰了。

高工資時代已來臨

那麼爲什麼才是基層低薪工作問題的解決之道呢？唯有大大提高基本工資，迫使業主採取自動化，基層低薪

的工作由機器取代，寶貴的人力才可以投到其他生產或服務部門。這解決之道同時也適用於台灣，台灣若要「工業升級」，唯有大大提高基本工資，才能迫使工業走向高科技、機械化、複雜化，人力才不會浪費在單調、費力、耗神的基層工作上。畢竟，人世間最寶貴的就是人的勞動力了。行政院勞工委員會副主任委員洪慶麟就曾在九月五日指出，台灣低工資時代已經過去，高工資的時代已經來臨，企業界應該妥善的重新分配利潤。這的確是一項合理的呼籲。□

／符艾俠