

## **EDU-VENTES :** **quelques pensées sur le marketing éducatif**

Avec les symboles appropriés  
l'apparence d'érudition  
est facile de créer.

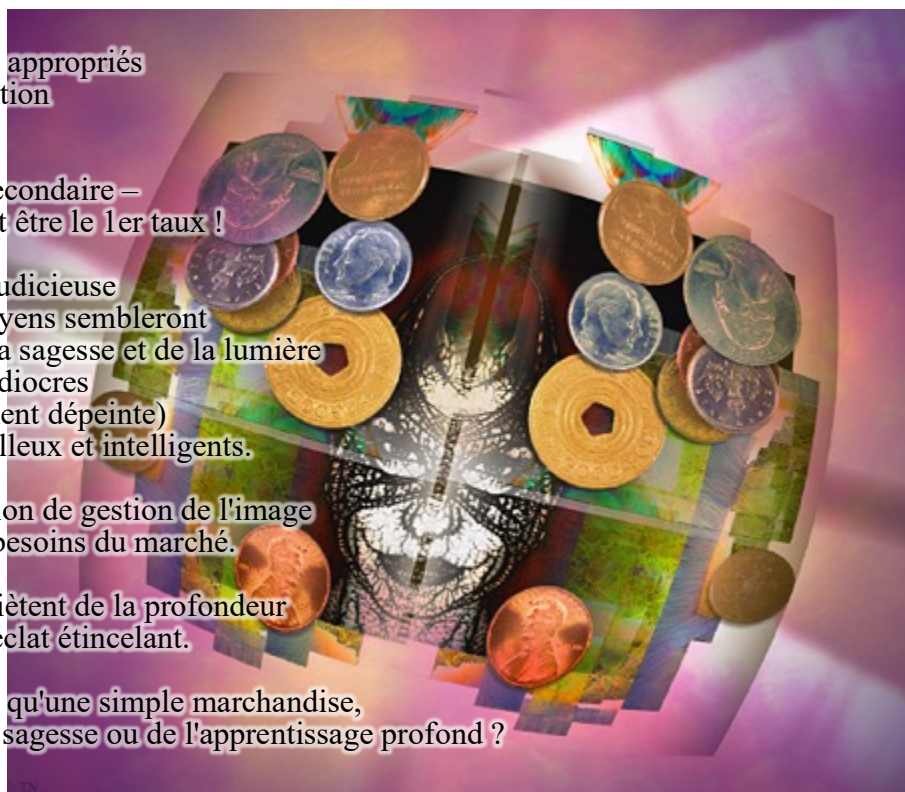
La substance est secondaire –  
la salemanship doit être le 1er taux !

Avec la publicité judicieuse  
les professeurs moyens sembleront  
des parangons de la sagesse et de la lumière  
et les étudiants médiocres  
(si elle est habilement dépeinte)  
sembleront merveilleux et intelligents.

Tout est une question de gestion de l'image  
et d'accueillir des besoins du marché.

Peu de gens s'inquiètent de la profondeur  
si l'érudition a un éclat étincelant.

Si l'éducation n'est qu'une simple marchandise,  
qui se soucie de la sagesse ou de l'apprentissage profond ?



**Diana :** Ce type n'est-il pas trop cynique ?

**Jules :** Peut-être nous devrions penser à pourquoi les gens deviennent cyniques en premier lieu. À moi, le cynisme semble comme une réponse commune quand les gens se sentent ignorés ou délaissés.

**Andrei :** Parfois je me demande si c'est un poison. Il est trop facile lointain de douter de tout et de vivre sans convictions. Cependant, il prend le courage d'avoir la foi et d'affirmer quelque chose.

**Tim :** (haussant les épaules) Le cynisme a sa place, mais pourquoi s'enliser? Avec un œil, il est bon de tout douter, mais nous avons besoin d'un autre œil ouvert à de nouvelles découvertes.

**Jules :** Le doute et la foi pourraient sembler comme des opposés, mais je crois qu'ils vont réellement ensemble. Il n'y a aucun problème avec l'interrogation – mais quelques questions n'ont aucune vraie réponse. C'est quand les convictions intérieures comptent.

**- T Newfields**

C'est une traduction par ordinateur et elle contient probablement des erreurs.  
Com. : 1998 Shizuoka \* Fin. : 2018 Yokohama