

美國人紛返校園充電 媒體教育部門夯

資料來源：世界日報（2009 年 8 月 7 日）

資料提供：駐休士頓文化組

就業市場日漸惡化，美國人紛紛重返校園進修充電，等待景氣好轉時能尋得更好的職位，許多媒體出版集團拜旗下教育部門業績亮麗之賜，上季財報優於預期。

美國高等教育入學人數升高，意外扭轉許多媒體集團的頹勢，許多集團旗下的教育部門，表現反而超越集團中較知名的新聞品牌。華盛頓郵報集團 7 月 31 日公布財報，旗下的旗艦報紙華盛頓郵報上季虧損 8,900 萬美元，新聞周刊（Newsweek）也虧 500 萬美元，但卡普蘭（Kaplan）高等教育部門卻逆勢成長，獲利大增 74%，超過 7,000 萬美元，帶動華郵集團獲利 1,140 萬美元，轉虧為盈。

卡普蘭表示，由於今年上半年入學人數大幅成長 31%，帶動其大專和線上高等教育方案營收躍升 36%。

擁有倫敦金融時報的教育出版商皮爾森公司（Pearson）表示，今年上半年美國高等教育出版市場成長 26%。而面臨鉅額虧損，正積極為旗下商業周刊（Business Week）尋找買家的麥格羅希爾公司（McGraw-Hill），上周也調升對美國今年大學教育市場的成長預測，由原先的預期成長 3%至 4%上修到 5%至 7%。

麥格羅希爾公司董事長兼執行長麥格羅（Terry McGraw）說：「在景氣低迷之際，入學率一路攀升；跡象顯示本學期入學率會再成長。」

其他如社區大學、營利機構等開設的再進修教育課程，也呈現相同趨勢。卡普蘭表示，今年稍早向該公司申請法學院入學考試的人數成長 20%，而上周舉辦讓申請就讀商學院的學生和招生負責人會談的活動，出席人數也大增 40%。

儘管印刷業、傳播業及線上新聞編輯部門等都在裁員，申請就讀傳播學院的人數仍創新高，哥倫比亞大學新聞學院申請人數成長 38%。

分析師認為，振興方案中，針對低收入大學生的補助方案增加，也助長這股入學潮。