

美国大学出版学教育现状及启示

——以佩斯大学和纽约大学为例

邢瑞雪

(北京印刷学院,北京 102600)

摘要:美国的佩斯大学和纽约大学依托纽约出版产业界,在出版产学研结合方面取得了较好成效。通过对两所高校开设的出版专业硕士研究生教育、本硕连读教育以及非学历教育情况进行统计分析,美国出版专业教育呈现出了与出版业结合紧密、课程体系丰富以及教育层次多样的特点。我国出版专业教育可从明确出版学科地位、加强课程与行业对接、设置“全媒介”性质课程、跨学科本硕联合贯通培养以及拓展多种类非学历教育的方向努力。

关键词:出版教育;产学研结合;佩斯大学;纽约大学

中图分类号: G643

文献标识码: A

文章编号: 1004-8626(2022)08-0016-07

美国出版学教育可追溯至1947年,美国拉德克利夫学院开办暑期出版短训班,开创性地为美国出版学教育提供新的模式。此后,佩斯大学、纽约大学、爱默生学院、丹佛大学等多所知名高校开设了出版培训学校或专业。^[1]现在,美国大学中出版学学位教育主要设置在硕士研究生阶段,颁发硕士学位。美国大学出版教育制度的发展路径以经营产业型为主,其中,佩斯大学和纽约大学依托纽约出版产业界,在编辑出版产学研结合方面取得了较好成效,以这两所学校作为研究对象,就两所学校的出版教育,尤其是出版硕士研究生阶段教育的学位授予、录取条件、学制要求、课程设置以及师资条件等进行研究,总结出两所学校出版教育的办学特点并对中国大学出版教育提出建议。

一、佩斯大学

佩斯大学是世界知名的综合类私立大学,坐落于美国纽约,成立于1906年,目前在校学生13000名以上。其出版系学科在1985年就形成完整的学术体系,是美国第一个颁发出版理学硕士学位(Master of Science in Publishing)的专业。在系主任谢尔曼·拉斯金教授的带领下,佩斯大学出版专业已经发展成为包括硕士学位、本硕连读以及研究生程度专业证书的形式多样的出版教学和培训体

系,教学内容涵盖数字技术,营销战略,图书和杂志生产,出版财务管理,著作权法和版权贸易等领域。^[2]

出版系设在戴森艺术与科学学院(Dyson College of Arts and Sciences),办学宗旨是利用出版行业内资深人士的经验和技术培养出未来的出版行业领导者,主要提高学生在书籍出版、杂志出版、商务领域出版以及数字出版的能力。这个教育理念,与其部门设置、任命教师与教授以及理论教学等部分一脉相承。而坐落在世界出版之都纽约曼哈顿地区的地理优势,也让该学院可以更好地获得各项资源。

(一) 硕士研究生教育

佩斯大学的出版学硕士研究生项目自1985年开始设立,多年来,培养出众多出版业企业管理者、图书杂志编辑、销售商以及文学经纪人。从1986年起,该校的出版学硕士研究生项目便开展了与世界多所院校的合作。该项目颁发出版理学硕士学位,课程由行业资深专家讲授,并与出版行业最新发展动态接轨,培养学生在出版、数字媒体、编辑和营销等方面的能力。该项目被认为是美国最好的出版学硕士研究生项目之一。学生将获得丰富的实习机会,佩斯大学出版系与美国出版行业5大巨头——Penguin Random House、Macmillan Publishers

Limited、Simon & Schuster、Hachette Publishing Group 以及 Harper Collins Publishers 建立了广泛稳定的合作关系,学生也将有机会进入合作出版公司实习。

1. 录取方式和学制要求

佩斯大学出版学的硕士研究生申请者,需要拥有相关专业的本科毕业证明、填写入学申请、个人陈述材料、两封推荐信并缴纳费用。对于国际学生,还需符合相应的托福或雅思成绩要求。经过以上资质的审核,才能加入其研究生项目。而获得出版学硕士研究生学位,学生需要在一年半到两年的时间将 36 个总学分修满。

2. 课程设置

尽管美国大多数院校的出版学硕士研究生项目颁发的学位为文学硕士(Master of Arts),但佩斯大学该项目所颁发的是理学硕士(Master of Science)。主要原因是,佩斯大学的出版学硕士研究生项目的核心课程中有一定比例的财会和技术课程,这种课程设定模式具有较为明显的产业导向性。^[2]学生需要在一年半到两年的时间将 12 门课,共计 36 个总学分修满。其中 6 门为专业核心课程。4 门为专业选修课程以及其他研究与实践类课程。

2021-2022 学年中,6 门核心课程分别为:图书(杂志)制作与设计、出版财务、大众出版基础、编辑原理与实践、出版信息系统、出版营销理论与实践。选修课共提供 28 门(表 1)。其中 7 门由该大学的鲁宾商学院提供,鲁宾商学院在全美金融领域及各大高校中商科范围内极负盛名。开设的课程主要包括:广告和促销、组织理论、货币与资本市场、国际市场营销等。佩斯大学出版学硕士有多种选修课程可供挑选研修,细致讲授介绍各个单类市场,如教材、少儿读物、小说出版等。并且也有出版行业的实际操作培训,例如图文处理、排版设计等。^[3]

研究实践课程包括 3 学分的毕业论文写作指导研讨会,分两个学期进行。包括帮助学生寻找研究方向,确定选题,指导论文大纲、开题等。另外 3 学分是实习,学生会被安排到出版行业相关单位进行实习。每周进行实习讨论,具体内容涉及实习期许和遇到的挑战,企业文化,团队合作,实习案例等,并形成实习周记,并在实习结束后提交 5-7 页的实习报告。

表 1 佩斯大学出版专业硕士研究生课程选修课

学院	课程	学分
戴森艺术与 科学学院	出版学原理:文案编辑与校对	3
	高级沟通技巧:研究/报告写作(仅通过推荐)	3
	专业编辑:改写与编辑	3
	出版财务实例	3
	出版业未来:跨媒体	3
	职业出版	3
	漫画与小说出版	3
	图书营销与分销	3
	出版法律法规	3
	出版科技	3
	电子书:科技、工作流及商业模式	3
	杂志和数字出版物的写作和编辑	3
	杂志发行:印刷和数字化	3
	杂志广告营销:印刷和数字化	3
	出版商务沟通技巧	3
	学术出版	3
	出版设计理论	3
	儿童图书出版	3
	数码影像创作、处理与管理	3
	出版网页开发	3
儿童图书营销	3	
鲁宾商学院	消费者行为	3
	广告和促销	3
	战略营销规划	3
	国际市场营销	3
	组织理论	3
	货币与资本市场	3
	商业体系与跨文化管理	3

3. 师资力量

在当前各个媒体相互融合的环境下,社交媒体产业日新月异。网站、自媒体、短视频等层出不穷,出版行业自身必须不断变革并适应外界。为了应对这些挑战,包括佩斯大学在内的美国院校,做出的对策是加强和出版行业之间的交流,尽量请业内人士作为兼职教师,传授实践经验。

截至 2021 年底,佩斯大学出版学硕士研究生项目的全职教师为 3 名,其余 20 余名教师均为兼职教师,基本都为出版行业内资深的成功人士。如美国 DC 漫画公司的前总裁保罗·李维斯(Paul Levitz)教授在佩斯大学出版学硕士研究生项目中教授漫画与图画书出版,美国知名出版经纪人米歇尔·瑞切尔(Michelle Richter)讲授美国大众图书的出版流程等。讲授“童书出版”的玛丽亚·巴博(Maria Barbo),是美国出版巨头哈珀·柯林斯出版集团童书部的高级编辑。^[4]佩斯大学的老师凭借多年工作经验和对行业的了解,可以精准分析各个细分的出版市场,熟知出版各环节的实际操作,从不同方向引导学生,让学生主动思考行业内可能

存在的问题与特殊情况,可以自主选择感兴趣的专业学科门类和工作岗位。

(二) 本硕连读教育

佩斯大学还设有与出版专业相关的本硕连读项目,一共5年,该项目不是联合学位课程,本科阶段授予英语文学学士,硕士研究生阶段授予出版理学硕士,共152个学分,其中本科阶段128学分,研究生阶段36学分(研究生阶段的12学分在本科四年级攻读)。出版理学硕士即上面研究的出版学硕士研究生教育,本科阶段的英语专业学习中有很多课程与写作和文学有关,而写作、文学能力是出版学专业的专业基础且必要能力,该本科项目的培养目标之一即为培养学生今后在出版、传播、法律和商业教学领域中的沟通和分析能力,所以佩斯大学设立了该英语专业和出版学的本硕连读项目。由此可见,尽管该大学出版学硕士研究生阶段的教育倾向产学研结合的发展路径,课程教育与出版行业内实践操作的结合度强,鲜有关于写作、文学基本技能的课程,但该出版硕士阶段教育仍希望学生在本科阶段已经掌握相关技能。

佩斯大学英语学士学位项目同样设立于戴森艺术与科学学院,该项目致力于培养学生的沟通和分析技巧,作为研究生专业阶段学习的坚实基础。将来学生的就业领域包括:通信、出版、公共关系、教育、人力资源和工业,以及政府和非营利部门。

本科阶段的课程设置包括通识课(44-55学分)、专业必修课(36学分)以及专业选修课(37-48学分),总学分为128学分。按照课程内容分,分为文学类课程和写作类课程。主要课程包括:批判性写作,创意写作,小说、诗歌,文学、文化和媒体概论,文化、创意、沟通,美国当代文学等。

(三) 研究生程度专业证书教育

除了出版学学历教育外,佩斯大学还设立了四个研究生程度专业证书课程,分别为书籍出版、商务出版、数字出版以及杂志出版证书课程,旨在培养希望提高出版领域相关专业能力的学生。每类证书课程均为12学分,线下线上课程均可,在一年内完成,如学生今后想继续攻读出版硕士课程,所有学分都将计入出版理学硕士学位。具体课程见表2。

表2 佩斯大学出版学研究生程度专业证书课程设置

书籍出版专业证书课程	商务出版专业证书课程	数字出版专业证书课程	杂志出版专业证书课程
出版学原理:文案编辑与校对	出版财务	出版信息系统	杂志制作与设计
专业编辑:改写与编辑	商务图书出版基础	出版技术	出版财务
书籍制作与设计	出版信息系统	电子书:科技、工作流及商业模式	书籍和杂志研讨
出版财务	图书营销和分销方法	数字观众发展	数字观众发展
商务图书出版基础	出版法律法规	社交媒体营销	杂志和数字出版物的写作和编辑
出版信息系统	供应链管理概论	出版设计概论	杂志发行:印刷和数字
图书营销和分销方法	出版营销原理和实践	数字图像创建、操作和管理	杂志广告销售:印刷和数字
出版营销原理和实践	出版商务沟通技巧	出版网页开发	出版商务沟通技巧

二、纽约大学

纽约大学成立于1831年,是坐落在美国纽约市的一所著名综合性研究型大学,也是全美办学规模最大的名校之一,拥有45000余名学生。2021-2022年度,纽约大学名列U.S. News世界大学排名第30,THE世界大学排名第26,QS世界大学排名第42。纽约大学在哲学、数学、医学、会计与金融、法律、表演艺术、计算机科学等多个学科拥有世界顶尖的学术资源。

纽约大学出版中心(Centers for Publishing)设置于专业进修学院(School of Professional Studies),该学院已有87年历史。目前出版学历教育为硕士研究生阶段教育,授予出版理学硕士学位(MS in Publishing: Digital and Print Media),

每年暑期,纽约大学也会提供类似暑期学校的为期四周的短期出版教育课程。无论是学历教育还是短期培训教育,课程设置侧重管理与市场开发,鼓励学生通过实践来学习,大批担任教师的业内高管人士会把丰富的工作经验和独特的出版商思维带进课堂。

(一) 硕士研究生教育

纽约大学的出版学硕士研究生项目始于1981年,最初目的是培养出版业未来的编辑和推销员。现在纽约大学的出版学硕士研究生项目逐渐改革成为一个综合性研究课程,培养目标是使学生自如应对从纸媒到数字媒体的变化。颁发出版理学硕士学位,从学位名称(MS in Publishing: Digital and Print Media)和培养目标可以看出,该项目既包含传统的印刷出版,也包括数字出版。

该项目旨在为学生提供图书出版和数字、杂志媒体的真实工作场所情景。该专业课程由出版和媒体高管进行教授,帮助学生培养为多种平台创建及编辑内容的技能,包括印刷、移动网络、视频、有声读物、电子书和播客等。销售、营销、金融、数字化等课程涉及出版行业各项关键技能培养。该项目还为学生提供志愿者、参观企业及实习的多种机会,使学生能深入到出版业的各个方面。

1. 录取方式和学制要求

纽约大学出版学的硕士研究生申请者,需要拥有相关专业的本科毕业证明、填写入学申请、个人陈述材料、两封推荐信并缴纳费用。如果招生部有特殊要求,还要参加入学考试。对于国际学生,还需符合相应的托福或雅思成绩要求。经过以上资质的审核,才能加入其研究生项目。而获得出版学硕士研究生学位,学生需要在一年半到两年的时间内将36个总学分修满。

2. 课程设置

纽约大学的出版学硕士研究生项目与佩斯大学一样,颁发的是理学硕士(Master of Science)学位,这不同于美国其他大部分院校颁发的文学硕士(Master of Arts)。主要原因同样为纽约大学的出版学硕士研究生项目的核心课程中有一定比例的金融和财会课程。学生需要在一年半到两年的时间内完成13门课程,共计36学分。其中,6门核心课程,7门选修课程以及毕业设计。

纽约大学的出版学硕士研究生教育包括理论必修课程以及研讨选修课,理论课涉及出版、管理、营销、法规及财务类课程,其中,财务类课程的学分比例最高,体现了该专业授予理学硕士的原因。研讨选修课基本与必修课涉及的方向一致,学生需要选择6学分即4门课程。毕业设计内容是为出版类公司设计一份专业商业计划书(表3)。

除核心课程外,还设置专业研讨课程及媒体专业化课程,共分为三个模块,分别为媒体内容开发、媒体营销与分销以及媒体盈利。其中专业研讨课程的教学目的是让学生知晓当前出版业内的重大资讯,更有加针对性并且时效性极强,同领域从业者会介绍实际经验,和学生讨论业内事项。各个方面再细分具体课程,比如期刊编辑发行、品牌价值管控等。学生需在三个模块中分别选一门课作为专业化课程学习,然后再从任意专业方向选修1门(表4)。^[4]

表3 纽约大学出版专业硕士核心课程设置

课程性质	课程名称	学分
理论课 (必修)	图书出版简介	1.5
	杂志出版简介	1.5
	管理与领导力	3
	多媒体财务分析	4.5
	营销与品牌	3
	出版法规与网络法交互媒体	3
研讨课 (选修)	图书研讨会	1.5
	杂志研讨会	1.5
	管理研讨会	1.5
	媒体研讨会	1.5
	数字化研讨会	1.5
	法律研讨会	1.5
	广告营销研讨会	1.5
毕业设计	出版领域重要主题项目研究制定出版商业计划	3

表4 纽约大学出版专业硕士模块课程设置

模块方向	课程名称	学分
	高级图书编辑	1.5
	儿童书籍编辑	1.5
	EPUB及电子书	1.5
	漫画小说	1.5
	新型小说	1.5
	市场细分:悬疑、科幻和恐怖	1.5
	市场细分:浪漫	1.5
	自助出版与按需出版	1.5
	高级杂志编辑	1.5
	杂志管理编辑和制作	1.5
	非贸易书籍出版	1.5
	移动媒体平台和实践	1.5
	媒体内容开发 (3学分)	视频编辑研讨会
编辑创意内容		3
图书获取及编辑		3
网页设计:从HTML到Web		3
出版设计技能:Photoshop和InDesign简介		3
高级出版设计技能		3
儿童读物出版		3
学术和独立出版社研讨会		1.5
编辑基础知识:文案编辑、校对		1.5
文学中介作用		1.5
艺术与设计原则		1.5
书籍筛选		1.5
数字平台的写作和编辑		1.5
视频在出版中的作用	1.5	
媒体营销与分销 (3学分)	媒体消费者营销和受众发展	3
	图书元数据和基础设施	1.5
	媒体研究方法	1.5
	图书销售和陈列	3
	媒体收入流:广告和消费者营销	3
	探索用户界面设计	1.5
	网络分析	1.5
	图书营销和品牌	1.5
	品牌内容	1.5
	媒体营销和品牌	1.5
	出版宣传实践	1.5
	高级社交媒体营销实践	1.5
	杂志品牌财务	3
图书出版财务	3	
数字管理策略:亚马逊、苹果、脸书和谷歌	1.5	
数字格式:音频、播客和电子书	1.5	
媒体盈利 (3学分)	合同谈判	1.5
	从想法到帝国:新业务发展	3
	全球市场:挑战与机遇	3
	网站制作:管理数字品牌	1.5
	出版初创企业:成功策略	1.5
	网络、移动和新兴平台的数字金融	3

3. 师资力量

目前,纽约大学出版学硕士研究生项目积极利用行业资源,聘请资深出版人为兼职教师。目前,纽约大学出版中心全职教师仅为1名,其余50余名教师均为兼职教师,教师都来自出版业界。学生接受的教学质量与老师资质与业务能力息息相关,纽约大学出版专业聘请的导师,基本从业时间较长且经验丰富,能够指导学生编辑出版的专业技术,可以实际掌握出版行业发展的动向与机遇。学生在这样的导师带领下,有机会获得业内知名人士推荐,学会实际可用的最新技术和知识,在求职中获得有利地位。

全职教师的副教授安德烈·钱伯斯,在图书出版方面,她曾担任企鹅集团(美国)的副总裁兼执行编辑,专攻畅销的非虚构政治书籍和传记,是出版作家和获奖杂志作家,是国家杂志奖的评委,也是女性媒体集团的前任总裁。兼职教师中,贾斯汀·钱达为西蒙与舒斯特出版集团(Simon & Schuster)高级副总裁兼出版商,主要讲授儿童书籍出版课程;安德里亚·戴维斯·平克尼为学术书籍出版公司副总裁,主要讲授数字出版写作和编辑课程;威尔·李为Meredith Corporation数字娱乐集团高级副总裁兼主管,主要讲授多媒体财务分析课程。^[5]

(二) 暑期短期出版培训教育

每年暑期,纽约大学也会提供类似暑期学校的为期四周的短期出版教育课程。该项目成立于1978年,已经有44年的历史,比出版硕士研究生项目成立还要早三年。该项目专注于图书出版和媒体战略,强调学习新的技能、战略和商业模式,为学生在出版和媒体领域的职业生涯做好准备。这一集训性质的课程具体由纽约大学出版中心提供,由业内顶尖专业人士教授,包括首席执行官、出版商、编辑、数字战略家、文学代理人、视频制作人、设计师、营销人员和公关人员等。课堂学习包括封面设计、视频录制和编辑、数字商业战略、手稿编辑、社交媒体和影响力营销、制作有效网站以及跨平台内容创作等主题的讲座、研讨会和实践策略课程。参加暑期出版培训课程的学生若后期申请出版硕士学历课程,可直接转换3学分。

暑期班培训主要分为两大类方向的研讨会,图书出版和媒体策略方向研讨会。图书出版方向研讨会探讨了该行业各个方面的知识和技能,从提交手稿、编辑到市场营销,再到主流媒体,如有声读物

和播客。学生们还可以亲自参观纽约市主要图书出版公司的总部和各大书店。他们还将实践编辑助理所需的一些具体实务,包括对手稿发表意见以及实践如何与作者进行更好的沟通交流。图书出版类研讨会的目标是让学生为图书出版行业入门级职位做好准备,并为他们提供晋升到更高级编辑职位所需的关键编辑出版类技能。具体图书出版方向研讨会主题(表5)。

表5 纽约大学暑期短期出版培训图书出版方向研讨会部分主题

出版:你需要知道的一切
文学生活:与作者面对面
从热爱到出版:编辑与手稿工作坊
文学代理人角色
图书馆内部市场
书籍制作基础:从手稿到精装
封面设计
创意营销和宣传
成为一名助理:你需要知道什么
学术和大学出版社
播客怎样接触新受众
销售:书籍如何上架
听!什么造就了很棒的有声读物?
主流平面小说
文案编辑与关键词研讨会:是什么让一本书脱颖而出?

媒体策略类研讨会重点关注印刷和数字媒体中展示的各种创意内容。学生们将对多家顶级杂志媒体公司,社交网络和数字媒体巨头,如赫斯特、梅雷迪斯、康德纳斯特, BuzzFeed、Refinery29和Vox media等进行案例研究,并从数十位行业资深专家的授课中了解出版类工作现状以及行业发展方向,从而更好地规划职业道路。媒体策略方向研讨会全面介绍建立出版品牌需要的各项核心技能,包括编辑和设计、商业规划、社交媒体营销、广告、推广和受众发展等。具体媒体策略方向研讨会主题(表6)。

表6 纽约大学暑期短期出版培训媒体策略方向研讨会部分主题

主编工作的一天
“病毒视频”:如何以视觉方式讲述你的故事
杂志故事:从构思到出版的剖析
印刷品牌与数字品牌的架构
封面线条、HED、DEK和标题
编辑测试,期望及实现
正确处理:事实核查
SEO:你需要知道什么
如何利用社交媒体战略
纽约之外:全美出版行业
开发品牌视觉标识
Web设计基础和框架
文案编辑的诀窍:避免错误
数字媒体:每个人的职责
受众发展:如何吸引眼球

三、美国出版学教育现状及对中国出版教育的启发

美国的硕士研究生教育,有其国内环境的鲜明印记,是对应特定出版业发展路线而发展出的教育模式。中美两国之间政治经济文化均有不小差别,舆论环境社会氛围完全不同,在教育模式的探索上,我们需要择其精华去其糟粕,针对自身需求,打造有自身特色的教育模式。

(一) 明确出版专业学科定位

英美等西方发达国家开设编辑出版专业的高校数量很少,但是出版学却是一级学科。美国现行的学科目录“教育项目分类”(Classification of Instructional Programs)在2000年修订、2002年最终版中,该系统包含了38个学科群,362个一级学科,“出版学”是一个与“传播与媒介研究”“新闻学”“广播电视和数字传播”“公共关系、广告和应用传播学”相并列的一级学科,它们同属于“传播、新闻及其他项目”学科群。^[6]从历时性角度来看,美国出版教育正式开始于20世纪70年代,到21世纪初,出版学便取得了与“新闻学”等老牌传媒学科同等的地位。^[7]中国虽然设立出版教育专业的院校数量不少,但出版学的学科归属仍然需要进一步明确。

(二) 理论课程教育结合出版行业实践

美国出版学硕士研究生教育与美国出版产业密切相关,实践性极强,极力培养拥有出版行业实际技能并了解行业现状的学生。从两所大学的师资配备来看,佩斯大学的全职教师为3人,纽约大学为1人,其余全部聘请出版行业内资深人士作为兼职教师,教师都来自出版业界,从业时间较长经验丰富,可以实际掌握出版行业发展的动向与机遇。此外,美国高等院校与出版企业建立了良好的合作关系,学生可以在就读期间获得多种多样的名企实习机会。由此,中国院校除校内全日制教师的理论授课外,在课程中,可以聚集杰出的出版企业和出版单位从业者,与学生面对面地直接交流,甚至让同学们真正走进他们的工作地点,传授资深经验,答疑解惑。对于普通学生,这样可以对出版行业加深认知,了解到实际操作、遇到的困难和发展的方向,获得实践经验并提升兴趣,启迪更多思路。

(三) 设置“全媒体”性质的出版课程体系

出版业内充满竞争,在媒介变化融合的大环境下,出版市场运作方式以及公司运作方式都在剧烈

变化,这就使从业者的能力标准不断提高,要求他们必须有足够的创新能力,适应经营管理的新概念。纽约大学和佩斯大学的核心课程中,涉及了多门管理、营销方面的课程。同时,随着数字出版不断进化,现在的出版从业者必须加强新型媒介的使用。在越来越多的多媒介网站平台上,运用各种数字技术,熟悉媒体内容的生产与推广的方方面面,才能获得各大出版企业的青睐。佩斯大学和纽约大学出版教育的课程中,很大比例的课程涉及数字出版,课程设置比较具体,涉及出版的各个环节。我国的院校进行课程设置时,除出版、编辑类课程外,可以同时开设相关金融、财务、管理、营销及法规等课程,并提高数字出版相关课程比重。

(四) 跨学科本硕联合贯通培养

虽然美国大部分出版学学位教育仅开设于硕士研究生阶段,鲜有本科或博士研究生出版教育,但佩斯大学出版学相关的本硕连读项目采取了跨学科贯通培养方式,因该校没有设立出版学本科专业,本硕连读项目采取了本科为英语专业,硕士研究生为出版专业,本科阶段授予英语文学学士,硕士研究生阶段授予出版学理学硕士,4+1的贯通培养方式。本科阶段的英语专业学习中有很多课程与写作和文学有关,而写作、文学能力是出版学专业的专业基础且必要能力,该本科项目的培养目标之一即为培养学生今后在出版、传播、法律和商业教学领域中的沟通和分析能力。这种跨学科贯通培养的方式也值得国内院校借鉴,本科阶段的英语、中文或文学相关专业涉及出版专业的相关基础技能,可与研究生阶段的出版专业设立联合培养项目,也更有助于出版学硕士研究生阶段的教育倾向产学研结合的发展路径。

(五) 拓展多种类非学历出版教育

由于出版专业实践性较强,美国多所大学除开设出版学历教育外,还开设了多种类型的非学历出版教育。佩斯大学设立了四个为期一年、出版不同方向的研究生程度专业证书课程,并且学生今后想继续攻读出版硕士课程,所有学分都将计入出版学理学硕士学位。纽约大学则是设立暑期短期出版培训班,且参加暑期出版培训课程的学生若后期申请出版硕士学历课程,可直接转换3学分。这样可以激励原本只是对出版专业感兴趣或出于职业发展目的进修的学生进一步深造,将非学历教育与学历教育进行有效衔接。对于国内院校来说,可以为对出版专业有兴趣或出版类相关专业学生提供此

类证书培训或暑期培训出版课程,并且设立更高学历层次学分转换机制,通过短期课程吸引更多学生选择出版专业。

四、结语

随着全球技术进步、国际文化交流融合以及美国出版产业本身的发展,美国出版学专业教育也在不断发展变革,呈现出与出版业结合紧密、课程体系丰富以及教育层次多样的特点。在出版学教育领域,未来最关注的问题之一,将是在学科教育不断发展、行业人才密切交流、出版业国际化的大环境下,中美出版学教育如何相互促进,并求同存异。

参考文献:

[1] 王嘉昀,练小川.中美硕士研究生出版学教育比较——以武

汉大学和美国佩斯大学为例[J].出版发行研究,2019(10):76-80.

[2] 编辑出版学科巡礼·佩斯大学[J].现代出版,2014(4):85.

[3] 范军,欧阳敏.比较视域下中外编辑出版教育的发展路径[J].出版广角,2020(2):6-11,16.

[4] Pace University. [DB/OL] <https://catalog.pace.edu/graduate/schools/dyson-college-arts-sciences/dyson-graduate-programs-curriculum/masters-science/publishing-ms/>

[5] New York University. [DB/OL] <https://www.sps.nyu.edu/homepage/academics/masters-degrees/ms-in-publishing-digital-and-print-media.html>

[6] 张美娟,张婷,徐新.英美出版高等教育现状述评[J].出版发行研究,2011(12):69-73.

[7] 张志强.英美国家的出版学学科归属及对我国的启示[J].出版科学,2009,17(5):21-24,52.

(责任编辑:李新新)

The Current Situation and Enlightenment of Publishing Education in American Universities

——Taking Pace University and New York University as Examples

XING Ruixue

(Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing 102600, China)

Abstract: Pace University and New York University, relying on the New York publishing industry, have achieved good results in the industry-university collaboration in publishing area. Through the statistical analysis of the master's degree education, continuous academic project that involves undergraduate and postgraduate study, and non-academic education in publishing major offered by two universities, American publishing major education shows the characteristics of close integration with the publishing industry, rich curriculum system and diverse educational levels. China's publishing major education can make efforts in the direction of clarifying the status of publishing discipline, strengthening the connection between the curriculum and the industry, setting up "all media" courses, interdisciplinary undergraduate and postgraduate joint learning, and expanding a variety of non-academic education.

Key words: publishing education; industry-university collaboration; Pace University; New York University