

The Training Strategy of Compound Talents in Graphic Design Major under the Context of Cross-media Communication

Min Li Shumin Cui

Shandong Industrial Technician College, Weifang, Shandong, 261000, China

Abstract

In the context of cross-media communication, graphic design programs face challenges from media convergence and evolving industry demands, as traditional talent cultivation models struggle to adapt to sectoral transformations. This study explores strategies for developing interdisciplinary talents through: establishing a cross-disciplinary knowledge framework integrating visual design, technical tools, and business strategies; upgrading practical training models to equip students with multi-media integration capabilities through cross-media project-driven learning; transforming faculty teams into “dual-qualified + interdisciplinary” teaching teams; and deepening industry-education collaboration through “on-campus + off-campus” collaborative platforms. Results demonstrate that this strategy breaks down traditional disciplinary barriers, enhances students’ cross-media design thinking and practical experience, and improves their technical integration and commercial application skills. Systematically restructuring knowledge, practice, faculty, and industry-education collaboration mechanisms represents the key pathway to cultivating interdisciplinary design talents that meet cross-media communication demands.

Keywords

Cross-media communication; Graphic design major; Interdisciplinary

跨媒介传播语境下平面设计专业复合型人才培养策略

李敏 崔姝敏

山东工业技师学院, 中国·山东 潍坊 261000

摘要

在跨媒介传播语境下, 平面设计专业面临媒介融合与需求升级的挑战, 传统人才培养模式已难以适应行业变革。研究旨在探索复合型人才培养策略, 通过构建跨学科知识体系, 整合视觉设计、技术工具与商业策略知识; 升级实践能力培养模式, 以跨媒介项目驱动学生掌握多媒介整合能力; 推动师资队伍转型, 形成“双师型+跨学科”教学团队; 深化产教融合, 搭建“校内+校外”协同育人平台。结果表明, 该策略可打破传统学科壁垒, 强化学生跨媒介设计思维与实战经验, 提升其技术融合与商业应用能力。系统性重构知识、实践、师资与产教协同机制, 是培养适应跨媒介传播需求的复合型设计人才的关键路径。

关键词

跨媒介传播; 平面设计专业; 复合型

1 引言

在数字技术快速发展以及媒介融合加速推进的现在, 跨媒介传播已然变为信息传播的主流形式, 对于平面设计专业人才培养给出了全新要求, 以往那种以单一媒介输出为导向的人才培养方式, 很难适应跨媒介场景当中多维度、交互性以及整合化的设计需要, 怎样冲破学科界限、重塑知识体系、革新实践模式, 去培养兼具艺术创造力、技术融合力以及商业洞察力的复合型人才, 变成了平面设计教育转型的关键所在。文章将目光集中于跨媒介传播语境之中, 对复合型

人才培养的创新策略进行了系统探讨。

2 跨媒介传播语境概述

跨媒介传播的语境, 就是信息在多个媒介平台之间流动、转化以及重构的复杂传播环境, 其核心的特性, 是媒介形态的多元融合、叙事逻辑的协同互补, 以及受众参与的深度互动, 随着数字技术的快速进步, 传统媒体和新媒体的界限变得日益模糊, 文字、图像、音频、视频、虚拟现实、提高现实以及社交媒体等媒介形式相互交织, 一同构成了一个多维度、非直线的传播生态。在此语境之中, 内容不会再被局限于单一的载体, 而是以“故事世界”作为中心, 在不同的媒介平台上进行有差异但互文性很强的叙事表达——比方说一部影视作品可延伸出小说、游戏、短视频、播客甚至线下的沉浸式体验, 每种媒介承担着特定的叙事功能, 一起

【作者简介】李敏(1994—), 女, 中国山东德州人, 硕士, 助理讲师, 从事平面设计研究。

丰富整体的意义,受众的角色从被动接收者变成了积极参与者以及内容的共创者,他们凭借评论、二次创作、话题互动等方式介入到传播的过程之中,并反向影响内容的生产以及媒介的策略。跨媒介传播拓展了信息的覆盖广度以及情感的渗透力,并且对内容的一致性、品牌的调性以及文化的适配提出了更高的要求,在全球化的背景之下,跨媒介传播还需要应对语言、文化符号和价值观念的不同,达成本土化的转译以及共情的连接,说理解跨媒介传播的语境,意味着要把握好技术、文本、用户和文化之间的动态关系,这是当代媒体融合、品牌传播以及文化叙事创新的关键根基^[1]。

3 跨媒介传播语境下平面设计专业复合型人才培养策略

3.1 构建跨学科知识体系,打破传统学科壁垒

传统平面设计教育以视觉传达理论为核心,课程结构相对单一,难以适应跨媒介传播对复合型知识结构的需求。跨学科知识体系的构建需以“视觉设计+技术+商业”为框架,实现多学科知识的有机融合。

在基础理论范畴,除了保留设计史论、平面构成、色彩理论等传统课程,还要开设用户体验心理学、媒介传播学、品牌策略管理等交叉学科方面的课程,以帮助学生去理解视觉设计于跨媒介场景里面的功能定位和传播逻辑,就拿用户体验心理学课程来说,其可以引导学生从用户行为数据当中挖掘设计需求,而媒介传播学可让学生掌握不同媒介的传播特性和内容适配的规则。在技术技能方面,需要加强数字工具以及新兴技术的整合运用,学生除了要熟练地掌握 Photoshop、Illustrator 这些传统设计软件之外,也要去学习 C4D、After Effects 等三维与动态设计工具,以及运用 AI 辅助设计工具,这样才能去适应短视频、动态海报、交互界面这些跨媒介设计的需求。编程基础以及数据可视化技术的引入,可帮助学生来实现设计逻辑和技术实现的深度衔接,就比如凭借数据驱动设计对用户界面布局优化,在商业实践这个层面,需要去增设市场营销、项目管理、版权法规这些课程,来培养学生从“创意执行者”朝着“策略思考者”转变的能力,比如说,市场营销课程可辅助学生去理解品牌传播的商业目标,项目管理课程可训练学生协调跨学科团队、把控项目周期的能力,而版权法规课程可加强学生的职业伦理意识,避免设计侵权风险。借助构建跨学科知识体系,学生可以形成“视觉表达以及技术实现再加上商业洞察”这样的复合型知识结构,为跨媒介设计实践打下基础,还可以让学生以实现更好的学习效果^[2]。

3.2 升级实践能力培养模式,强化跨媒介项目驱动

跨媒介传播语境下,设计实践已从单一媒介输出转向多媒介协同创作,这对学生的跨媒介整合能力与项目实战经验提出了更高要求。实践能力培养模式的升级需以“真实项目+跨学科协作+迭代优化”为核心,构建“基础实践-综

合实践-岗位实践-创新实践”的四层递进体系^[3]。

在基础实践阶段,运用“视觉日记”“构成实验”等课程,把学生对于点线面、色彩、版式等基础元素的感知与运用能力给训练起来,还引入 AI 辅助设计工具,让学生对于人机协作的创意流程给予理解,举个例子,学生可借助 AI 将初始创意草图生成出来,然后依靠软件把细节优化一下,就技术对设计效率的提升作用展开探索。

进到综合实践阶段的时候,需要把全流程商业项目当作载体,去推动学生从“单技能执行”朝着“跨媒介整合”转变,像在品牌视觉设计项目里面,学生要去完成从品牌调研、定位推导一直到 VI 系统设计、物料落地这整个流程的工作,而且还得适配线下印刷以及线上数字媒体的传播需求。在这之中,学生要去协调平面、动态、交互等多学科的知识,让设计在不同媒介里的视觉一致以及传播有效。

岗位实践期间运用企业实习以及工作坊之类的形式,促使学生参与到真实商业项目之中,以此积累跨媒介设计经验,比如说,学生于广告公司实习的时候,可进行客户提案、开展设计执行工作以及进行印刷跟进等环节,了解商业设计的全部流程以及客户需求方面的痛点所在,而在工作坊里,学生可以跟编程、市场营销等专业的学生组成队伍,以完成跨学科项目,借助此过程提高团队协作以及资源整合方面的能力。

在创新实践阶段,学校鼓励学生借助参加竞赛、开展创业以及提供社会服务等多种形式,对跨媒介设计的创新应用展开探索,比如说,学生可参与大广赛、靳埭强设计奖这些权威赛事,用竞赛项目来替换一部分课程作业,在压力较大的环境中提高设计效率以及创新能力,又或者成立设计工作室,承接校园周边以及社区文化等实际项目,在真实的市场当中去检验设计价值。借助这四层递进的实践能力培养模式,学生可逐渐形成“单技能精通—跨媒介整合—创新应用”这样的能力闭环,以此来适配跨媒介传播语境之下的设计需求。

3.3 推动师资队伍转型,构建“双师型+跨学科”教学团队

当下跨媒介传播语境不断深入之时,平面设计教育已然从单纯的视觉表达,朝着融合了技术、商业以及用户体验的系统性实践演变,传统以艺术创作为核心的师资架构,大多时候欠缺对数字工具、交互逻辑、市场策略等深入认知,很难契合复合型创意人才的培育要求,为此推动师资队伍的系统性变革,打造有行业实战能力又拥有跨学科协同理念的“双师型+跨学科”教学小组,已然成为高校设计教育改革的关键切入点。

“双师型”教师培养乃是提升教学实践特性的基础路径所在,所谓“双师”,不只意味着有高校教师所应有的资格,是要拥有真实的行业从业经历以及项目执行方面的能力,高校应当构建起有制度化特征的“教师行业挂职”机

制,对教师定期深入广告公司、数字媒体机构、品牌咨询企业或者互联网平台展开深度实践给予积极鼓励。在这个过程中,教师可以亲自参与到如全域品牌视觉的升级、社交媒体动态内容的生产、AR互动广告的开发等这些前沿性的项目,得以掌握跨媒介设计的工作流程、技术标准以及客户沟通的逻辑,在回到学校以后,这些鲜活的案例可转化为课程项目——比如说把某快消品牌所采用的“线上H5+线下快闪店”这样的整合视觉方案引入到课堂当中,引导学生在真实的约束条件之下开展创作,提高课程的实用性、时效性以及职业导向性。

单一学科角度没法应对跨媒介传播里“内容—技术—传播”三位一体的繁杂需求,高校要主动组建联合教学团队,成员包括平面设计、计算机科学、市场营销、传播学乃至心理学等专业教师,拿“品牌视觉系统设计”课程来说,能选用模块化协同授课模式:平面设计教师专注于VI系统、色彩规范和版式语言,市场营销教师剖析目标用户画像、竞争定位以及传播触点策略,编程或交互设计教师指引学生把静态视觉转变成可交互的网页或小程序界面。这种“设计+商业+技术”的融合式教学,让学生在学习开始阶段就构建系统思维,明白视觉不只是美学表达,是商业价值的载体以及用户体验的入口,并且还得引入外部智力资源,邀请资深设计师、UI/UX专家、印刷工艺师等来当兼职教师,开设“行业实战工作坊”,传授提案技巧、输出规范、平台适配禁忌等“隐性知识”,填补学院教育和产业实践之间的差距^[4]。

3.4 深化产教融合,搭建“校内+校外”协同育人平台

产教融合是复合型人才培养的重要路径,通过高校与企业的深度合作,可为学生提供真实项目、行业资源与职业指导,缩短其从校园到职场的适应周期。产教融合的深化需从“校内实践基地+校外企业合作”两方面展开。

校内实践基地的建设要去模拟真实商业环境,设立像品牌设计工作室、数字媒体工作室等特色空间,并且配备好专业软件、硬件设备以及行业导师,这样能使学生在校内就能参与到真实项目当中,举个例子来说,品牌设计工作室可以承接本地小微企业的品牌升级项目,学生得完成从调研一直到设计再到落地的全部流程工作,而且要接受企业导师实时的指导以及反馈,而数字媒体工作室可以和短视频平台、社交媒体展开合作,开展如动态海报、H5页面等跨媒介设计的实践活动,以此来帮助学生理解线上传播的视觉规则以

及用户行为^[5]。

校外企业合作要运用“订单班”“现代学徒制”等方式,以实现高校跟企业的深度对接,比方说,高校可跟广告公司、数字媒体企业签署合作协议,开设“订单班”,依照企业需求订制培养方案,学生毕业后可直接进到合作企业就业,或者借助“现代学徒制”,让学生以“学徒”身份参加企业项目,由企业导师进行“一对一”指导,积累实际工作经验。高校还可以和企业一同构建“产学研用一体化”平台,联合进行跨媒介设计研究、技术攻克以及标准制定,推动设计成果产业化应用,同时给学生提供参与前沿项目的契机。

依靠“校内以及校外”协同育人平台的搭建工作,学生可在真实商业环境当中进行跨媒介设计经验的积累,并对行业需求以及职业规范给予理解,高校和企业可把资源进行共享,同时做到优势互补,一起推动平面设计专业的转型升级^[6]。

4 结语

跨媒介传播语境下,平面设计专业复合型人才培养需以系统性思维推进教育变革。通过构建跨学科知识体系、升级实践能力培养模式、推动师资队伍转型、深化产教融合,可实现从“单一技能训练”到“综合素养培育”、从“学科本位”到“需求导向”的跨越。未来,随着媒介技术的持续迭代,平面设计教育需进一步强化动态适应能力,以开放协同的生态机制,为行业输送更多具备跨媒介整合思维与创新实践能力的复合型人才,助力设计产业在数字化浪潮中实现高质量发展。

参考文献

- [1] 赖智伟. 基于产教融合和赛教融合的计算机平面设计专业人才培养模式探析[J]. 学周刊, 2026, (02): 40-42.
- [2] 杨子茵. AIGC赋能技工院校平面设计专业本土化教学实践——以图形绘制课程为例[J]. 上海包装, 2025, (11): 279-282.
- [3] 廖敏. 刍议计算机平面设计专业人才培养中的“点→线→面”[J]. 数码世界, 2020, (02): 139.
- [4] 李聪. AI赋能中职计算机平面设计专业教学模式的智能化重塑方向探究[J]. 艺术科技, 2025, 38(18):120-122.
- [5] 王筱丹.“才·德·能”复合型人才融合培养新模式——“3+4”计算机平面设计与视觉传达设计“校校”“校企”协同育人[J]. 常州工学院学报: 社会科学版, 2016, 34(3):3.
- [6] 孙静,李志国. 环境设计专业平面设计类课程嵌入式教学探索[J]. 教育观察, 2017, 6(13):2.