



胡易容 教授 (yu813878@126.com)

桂林电子科技大学

研究领域：品牌整合设计、传播符号学

个人简介

胡易容, 桂林电子科技大学艺术与 Design 学院数字媒体系教授, 校学术委员会委员。传播符号学博士, 清华大学新闻与传播学院传播学博士后出站, 清华大学国家形象传播研究中心智库专家; 瑞典隆德大学认知符号学研究中心客座研究员; 四川大学广告传播系特聘研究员, 博士生导师 (艺术学理论、艺术设计符号学、传播符号学方向)。从事符号学视域下的品牌形象战略传播研究。15年品牌形象实践工作经验, 曾任夏新电子、英属信译传奇广告等公司策略总监等职, 先后为2019北京世界园艺博览会组委会、成都天府新区、新疆达坂城、茅台集团、新加坡嘉里粮油等数十个城市及企业提供品牌形象战略策略咨询。近五年主持及参与国家社科基金3项、省部级项目5项, 横向科研10余项, 科研经费200余万。出版专著、编著5部; 其中《符号学-传媒学辞典》由秀威出版公司在台湾出版繁体版。近5年发表学术论文50余篇, 其中北大核心期刊20余篇, CSSCI收录来源期刊20篇。

从教12年, 主要从事品牌传播、广告与传媒创意教学, 为本科生及研究生开设主要课程包括: 传播符号学/整合营销传播/品牌战略传播/广告学/设计符号与设计语义/视觉文化研究。指导学生获奖50余项, 其中教育部高教司广告艺术大赛指导奖2项; 全国数字艺术设计大赛全国一等奖1项, 省级奖15人次。教育部高教司全国大学生广告大赛广西区优秀指导教师; 全国美育大赛优秀指导教师; 桂林电子科技大学2009-2013科研工作先进个人。

学术兼职包括: 国际符号学会高级会员; 全国语言与符号学会常务理事; 文化与传播符号学会学术委员会秘书长; 双语国际学术期刊《艺术研究与评论》(ART REVIEW) 执行责任编辑; 《符号与传媒》(signs& media) 审稿人; ; 广西高等学校优秀中青年骨干教师培养工程审核专家。

教育背景

2010.9-13.6 四川大学文学与新闻学院 符号学与传播学 博士研究生

2003.9-06.7 四川大学文学与新闻学院 传媒文化研究 硕士研究生

1997.9-01.7 四川大学 新闻学院 广告学 学士

工作经历

2018.1-瑞典隆德大学认知符号学研究所 客座研究员

2016.1- 四川大学符号学-传媒学研究所 特聘研究员

2013.10-2015.10 清华大学 新闻传播学院 国家形象传播研究中心 博士后

2006.9— 桂林电子科技大学 艺术与 Design 学院

2004-2005 英属信译传奇广告等公司策略总监

2002-2004 巴蜀新形象广告传媒品牌策划总监

2001-2002 厦门夏新电子股份有限公司手机事业部品牌专员

2000-2001 皇城老妈集团公司市场部经理

主要荣誉

2015 第四届中国大学出版社图书奖“优秀学术著作”二等奖

2013 第五届全国大学生广告艺术大赛全国二等奖指导教师指导教师, (教育部高教司/全国大广赛组委会主办) 排名第1

2012 南京世界青年奥林匹克运动会广告设计大赛, 全国二等奖作品指导教师 (全国大广赛组委会/世界青年奥林匹克运动会组委会), 排名第1

2013 第六届全国美育成果展优秀指导教师 (中国高等教育学会美育专业委员会)

2011 第四届全国大学生广告艺术大赛广西赛区优秀指导教师 (广西教育厅/大广赛广西组委会)

2011全国数字艺术设计大赛全国一等奖作品指导教师（中国电子视像行业协会）

2009-2013桂林电子科技大学科研工作先进个人（桂林电子科技大学）

2009第十三届中南六省区中南星杯设计艺术大赛一等奖作品指导教师

学术活动

2016 北京大学新闻与传播学院首届中国跨语际生命传播思想峰会：符号·数据·智慧，“符号、身份认同与互联网”；

2015.清华大学国家形象传播研究中心，“讲好中国故事：中国国家形象传播国际论坛”，发布“中国城市指数排行”CCBS

2014.参加新加坡加利亚大学承办的“第12世界符号学大会”，担任主题圆桌“符号学与当今中国文化：传媒和文化产业对民族遗产的影响”（Semiotics and Chinese Culture Today: What the Boom in Media & Cultural Industry Industry Brings to the National Heritage）；宣读了论文《汉字图像理据性及其在现代设计中的应用》（Chinese Characters' Iconicity and Its Application in Visual Design Association..

2013.北京大学视觉图像研究中心与瑞典皇家美术学院共同主办的“图与词”视觉图像国际学术研讨会”，宣读论文“论图像无以自外于符号：兼论图像转向及后符号学命题”（Picture is Nothing But an Icon: A Discussion With W.J.T. Michael about the topic of“post-semiotics”）；

2013.清华大学“首届城市品牌国际高峰论坛”，论文《“二次城市化”语境下的城市品牌定位策略》（Strategy on City positioning in the Context of Second-wave Urbanization）并被收录；

2012.南京大学“第11届世界符号学大会：沟通与桥梁”，论文“普天同文的图像理据与完美符号实践”（On Ideal Symbol: the Theoretical Construct and communicational Practice of Common Language）；

教学信息

主要开设课程方向：品牌整合传播、广告与传媒创意、符号形象学、图像叙述与修辞教学、马克思主义传媒政治经济学研究。

为硕士生开设课程包括：传播符号学、符号形象学、图像叙述与修辞、媒介研究

为本科生及研究生开设主要课程包括：传播符号学/整合营销传播/品牌战略传播/广告学/设计符号与设计语义/视觉文化研究。

指导学生获奖50余项，其中教育部高教司广告艺术大赛指导奖2项；全国数字艺术设计大赛全国一等奖1项，省级奖15人次。

主要论文

胡易容.符号学的未来向度:评蒋晓丽、赵毅衡编《新媒体语境下的对话:传播符号学访谈录》[J].符号与传媒,2017(02):215-219.

胡易容.帕洛阿尔托学派及其“元传播”思想谱系:从神经控制论到符号语用论[J].国际新闻界,2017,39(08):38-53.

胡易容.张克.基于符号学的逻辑本体建模方法[J].计算机工程与设计,2017,38(07):1917-1923.

胡易容.论象征:理性性与任意性在传播中的复合——从一篇学术论文的术语辨析说起[J].新闻与传播研究,2017,24(04):14-24+126.

胡易容.汉语国际传播策略[N].中国社会科学报,2016-11-18(004).

胡易容.符号景观世界的“四度自然”——回应居伊·德波[J].西南民族大学学报(人文社科版),2016,37(08):46-53.

胡易容.宏文本:数字时代碎片化传播的意义整合[J].西北师大学报(社会科学版),2016,53(05):133-139.

胡易容.张克.从“数字化生存”到“符号的栖居”——论数字人文学的符号学界面[J].华南师范大学学报(社会科学版),2016(02):31-36.

胡易容.多重意文的开放体系:读《皮尔斯:论符号》[J].符号与传媒,2016(01):199-203.

独著.论镜像:意义奇点与符号演绎[J].中外文化与文论,2015,03:50-62.

第一.中国符号学的新展面——第一届文化与传播符号学国际学术研讨会综述.中外文化与文论,2015,03:293-301.

独著.论原物:艺术符号意指对象的多重分解[J].四川大学学报(哲学社会科学版),2015,06:24-30.

独著.从人文到科学:认知符号学的立场.《符号与传媒》(11)2015.116-126

独著.符号学方法论与普适形象学.《中国人民大学学报》2015.2.19-23

独著.论完美符号:“普天同文”的理论构想与传播实践《国际新闻界》2013.6.40-46

独著.论图像的符号性:驳米切尔图像转向论的后符号学命题《社会科学战线》2012.10.146-151

独著.论媒介环境学派的符号学趋向.《编辑之友》2015.2.70-74.

独著.论图像叙述:泛媒介化与叙述理论扩容.《四川大学学报》2013.5.83-89

独著.符号修辞视域下的“图像化”再现.《福建师范大学学报》2011.2.57-63

独著.作为符号语境的广告媒介及其能动效用.《装饰》2010.2.84-85

独著.“二次城市化”语境下的城市品牌定位设计.《艺术百家》2013.8.173-176

独著.艺术文本的无解与有道:艺术意义的栖居之所.《中外文化与文论》2012.5.176-184

独著.在“全文本”中构建“新闻经典”.《中国出版》2011.6.19-24

独著.“4.0时代”的城市品牌传播.《城市管理与科技》2014.2.28-31

第2.城市品牌的集群化传播时代.《艺术百家》2010.8.56-59

独著.论文化标出性翻转的成因与机制.《江苏社会科学》2011.5.138-142

第1 全媒体时代的广告创意突围.《艺术百家》2010.8.169-172
第1 城市品牌传播的地缘性符号设计策略.《广西师范学院学报》2014.2.142-147
独著 品牌形象标志设计作品.《艺术百家》2014.2.312
独著 论图式语符的元媒介悖论.《中国图书评论》2013.8.19-23
独著 在广义文学文本中为“新新闻主义”正名.《新闻爱好者》2011.5.92-94
第1 品牌设计与符号资源势能理论《包装工程》2011.8.15-19
独著 数字化语境下影视传媒边缘的坍塌《电影评介》2007.8.58-60
独著 电视媒介的娱乐精神与生产逻辑《电影评介》2009.9.05-06
独著 普天同文的价值理想与现实宿命：论徐冰的“地书”艺术.《艺术研究与评论》2014.5.198-204
独著 “设计方法学”的学理逻辑与核心要素《美术大观》2009.12.141-142
独著 从“信号传输”到“意义分享”：论传播理论模型中的符号观.《符号与传媒》2012.5.35-47
独著 图像的符号性：从米切爾的后符号学命题说起.《图与词国际学术会议论文集》2013.9.80-83
独著 从传播学到交流学：一种符号学的进路.《符号与传媒》2012.5.166-176
第2 从要素到语境.招贴艺术赏析的层次.《艺术百家》2010.7.124-128

学术著作

执行主编《新媒介语境下的对话：传播符号学访谈录》，成都：四川大学出版社，2017.
主编《当代马克思主义符号学思潮》，成都：四川大学出版社，2017.
副主编《中国符号学丛书》，成都：四川大学出版社，2017-2018.
独著《图像符号学：传媒景观世界的图式把握》，成都：四川大学出版社，2014
独著《传媒符号学：后麦克卢汉的理论转向》，苏州：苏州大学出版社，2012
主编《符号学-传媒学词典》，南京：南京大学出版社，2012
主编《符号学-传媒学词典》（繁体版），台北：台湾秀威出版社，2014
执行编辑《艺术研究评论与评论》（1）（2）（3）（4）成都：四川大学出版社 2013-2018
副主编《世界经典招贴设计》，长沙：湖南大学出版社，2011.
第2副主编《装饰造型基础》北京：中国水利水电出版社2011.

科研项目

2013-2018国家社科基金重大项目“当今中国消费文化与商品符号学研究”80万 子课题
2013-2014 国家社科基金“图像符号学：传媒景观世界的图式把握”主持
2011-2013 国家社科基金“一般叙述的符号学研究”第2
2011-2013 广西哲学社科规划基金“新媒介环境下广西新形象建构与传播对策研究”主持
2013-2015 教育部人文社科规划基金项目“三网融合时代重大灾害中的科学传播及其机制建设研究”第2
2012-2014 教育部人文社科规划基金项目“基于微博的地方政府形象传播研究”第2
2013-2015 广西区教育厅规划科研项目“环境媒体创意与桂林旅游城市形象研究”主持
2013-2014 国务院国有资产监督管理委员会宣传工作局“中央企业社会形象建设问题研究”第3
2014-2015 北京市园林绿化局（2019北京世园会筹备委员会办公室）“AIPH与BIE核心理念及2019北京世园会特色研究”第3

知识产权

联系信息

电话：0773-2290410
邮箱：yu813878@126.com

常用链接