

分类号：
学号：20222104067

密级：公开
单位代码：10759

石河子大学 硕士学位论文



新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用
研究

学位申请人	张晓华
指导教师	孙宁副教授
申请学位类别	专业硕士
专业名称	艺术设计
研究领域	视觉传达设计
所在学院	文学艺术学院

中国·新疆·石河子
2025年05月

分类号：
学号：20222104067

密级：公开
单位代码：10759

石河子大学 硕士学位论文



新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用
研究

学位申请人	张晓华
指导教师	孙宁副教授
申请学位类别	专业硕士
专业名称	艺术设计
研究领域	视觉传达设计
所在学院	文学艺术学院

中国·新疆·石河子
2025年05月

**Research on the Innovative Application of Visual Elements of the
Queen Mother of the West Mythology in Tianshan Tianschi,
Xinjiang, in Tourism Cultural and Creative Design**

A Dissertation Submitted to
Shihezi University
In Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of
Master of Art

By

Zhang Xiao-hua

(Artdesign)

Dissertation Supervisor: Prof. Sun Ning

May, 2025

石河子大学学位论文独创性声明及使用授权声明

学位论文独创性声明

本人所提交的学位论文是在我导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含其他个人已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中作了明确的说明并表示谢意。

研究生签名：张晓华

时间：2025年05月20日

使用授权声明

本人完全了解石河子大学有关保留、使用学位论文的规定，学校有权保留学位论文并向国家主管部门或指定机构送交论文的电子版和纸质版。有权将学位论文在学校图书馆保存并允许被查阅。有权自行或许可他人将学位论文编入有关数据库提供检索服务。有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

研究生签名：张晓华

时间：2025年05月20日

导师签名：孙宁

时间：2025年05月20日

摘要

新疆天山天池不仅以其绮丽的自然风光著称，还因承载着丰富的历史传说和文化遗产而闻名。其中，西王母神话作为当地重要的文化遗产之一，承载着深刻的历史与文化意义。本研究以新疆天山天池西王母神话为切入点，探讨其视觉元素在旅游文创设计中的创新应用方式，旨在通过挖掘和转化神话文化资源，为旅游目的地提供更具特色的文化符号和品牌塑造策略，从而提升旅游文创产品的文化价值和市场竞争力。

本研究采用文献分析、案例研究、实地调研和设计实践相结合的方法，系统梳理西王母神话的文化内涵、艺术特征和视觉元素，并分析其在视觉艺术创新传承中的应用现状。通过实地调研，收集旅游市场需求和受众偏好数据，为西王母神话视觉元素的应用提供实践依据。此外，通过设计实验和案例分析，探索视觉叙事、虚拟现实（VR）等现代设计手段如何在旅游文创设计中发挥作用，以验证西王母神话视觉元素在文创产品中的创新可行性。

研究表明，将西王母神话视觉元素融入旅游文创设计，不仅能够增强旅游景点的文化吸引力，还能提升游客的文化体验和情感认同，从而提高旅游文创产品的市场接受度。实证分析进一步证明，西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用有助于推动文化遗产与旅游产业融合发展，具有广泛的实践价值。未来的研究和实践应进一步优化设计策略，在保持传统文化内涵的基础上，引入更多现代设计手法，以促进新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的深度应用，推动地方旅游文化产业的创新与发展。

关键词：新疆天山天池；西王母神话；视觉元素；旅游文创设计；创新应用研究

Abstract

The Heavenly Lake of Tianshan in Xinjiang is renowned not only for its breathtaking natural scenery but also for its rich historical legends and cultural heritage. Among these, the myth of the Queen Mother of the West stands out as a significant cultural legacy, carrying profound historical and cultural meaning. This study takes the Queen Mother of the West myth in the Heavenly Lake of Tianshan as a focal point to explore the innovative application of its visual elements in tourism cultural and creative design. By excavating and transforming mythological cultural resources, this study aims to provide distinctive cultural symbols and branding strategies for tourist destinations, thereby enhancing the cultural value and market competitiveness of tourism cultural and creative products.

This research adopts a comprehensive approach that integrates literature analysis, case studies, field research, and design practice. It systematically reviews the cultural connotation, artistic characteristics, and visual elements of the Queen Mother of the West myth while analyzing its current applications in the innovation and inheritance of visual arts. Through field research, tourism market demand and audience preferences are collected to provide practical support for applying the visual elements of this myth. Furthermore, design experiments and case analyses are conducted to explore how modern design techniques, such as visual storytelling and virtual reality (VR), can be leveraged in tourism cultural and creative design to validate the innovative feasibility of integrating the visual elements of the Queen Mother of the West myth into cultural and creative products.

The research findings indicate that incorporating the visual elements of the Queen Mother of the West myth into tourism cultural and creative design not only enhances the cultural appeal of tourist attractions but also improves visitors' cultural experiences and emotional connections, thus increasing the market acceptance of cultural and creative products. Empirical analysis further confirms that the innovative application of these visual elements in tourism cultural and creative design contributes to cultural heritage preservation and the integration of tourism and cultural industries, demonstrating significant practical value. Future research and practice should further optimize design strategies by introducing more modern design techniques while maintaining the essence of traditional culture. This will promote the in-depth application of the visual elements of the Queen Mother of the West myth in tourism cultural and creative design and drive the innovation and development of local tourism cultural industries.

Key words:Tianshan Tianchi in Xinjiang;Queen Mother of the West Mythology;Visual Elements;Design of Tourist Culture and Creativity;Innovative Application Research

目录

摘要.....	1
Abstract.....	11
第1章 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义.....	3
1.2.1 理论意义.....	3
1.2.2 实践意义.....	4
1.3 研究目的与方法.....	4
1.4 文献综述.....	5
1.4.1 国内文献综述.....	5
1.4.2 国外文献综述.....	9
1.4.3 文献述评.....	10
1.5 创新与不足.....	11
1.5.1 研究的创新.....	11
1.5.2 研究的不足.....	12
1.6 关键技术路线.....	12
第2章 新疆天山天池西王母神话与旅游文创设计的关联性研究.....	15
2.1 西王母神话的文化内涵、特征、价值分析.....	15
2.1.1 文化内涵.....	16
2.1.2 艺术特征.....	17
2.1.3 艺术价值.....	18
2.2 西王母神话在视觉艺术创新传承案例分析.....	18
2.2.1 其他神话视觉艺术创新成功案例借鉴.....	18
2.2.2 西王母神话视觉艺术创新的具体案例.....	20
2.2.3 优秀视觉艺术创新的特点分析.....	22
2.3 西王母神话在地方旅游文创设计中研究.....	23
2.3.1 西王母神话有助于理解中国传统文化的内涵和特点.....	24
2.3.2 西王母神话为地方旅游文创设计提供创意和灵感.....	24
2.3.3 视觉元素在旅游文创设计中的表现形式和功能.....	27
2.4 西王母神话相关文创设计开发现状.....	28

2.4.1 西王母神话原型地发展概况	29
2.4.2 阜康文创开发背景	30
2.4.3 阜康文创开发现状	31
2.4.4 文创设计调研数据分析	32
第 3 章 天山天池西王母神话视觉艺术在旅游文创设计实践路径研究	34
3.1 视觉元素的创新在西王母神话中的运用模式	34
3.1.1 视觉叙事	34
3.1.2 虚拟现实 (VR)	34
3.1.3 跨界合作	36
3.2 西王母神话文创产品设计定位	37
3.2.1 目标受众	38
3.2.2 文化内涵	40
3.2.3 市场需求	42
3.2.4 品质工艺	43
3.3 西王母神话旅游文创设计原则	45
3.3.1 尊重文化内涵	46
3.3.2 突出地方特色	47
3.3.3 市场需求与用户体验原则	47
第 4 章 西王母神话旅游文创设计实践	48
4.1 文创设计的类别	48
4.1.1 实用类文创设计	48
4.1.2 文化创意类文创设计	49
4.2 设计方案的确定与视觉化元素处理	50
4.2.1 明确设计方案	51
4.2.2 提取视觉元素	53
4.2.3 确定色彩定位	58
4.3 设计实践	59
4.3.1 设计思路	60
4.3.2 设计元素	63
4.3.3 设计过程	69
4.4 设计实践展示	76
4.4.1 主视觉插画海报实践展示	77
4.4.2 IP 形象实践展示	78
4.4.3 交互式明信片实践展示	79

4.4.4 农产品包装实践展示	80
4.5 西王母神话旅游文创设计应用展示	80
4.5.1 实用类西王母神话旅游文创设计应用展示	81
4.5.2 文化创意类西王母神话旅游文创设计应用展示	82
4.6 设计反思	83
第 5 章 结论与展望	85
5.1 结论	85
5.2 展望	85
致谢	87
参考文献	88
一、期刊类	88
二、论文类	90
三、专著类	90
四、外文期刊类	90
附录 A	92
附录 B	95

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

新疆天山天池，我国国家级风景名胜区，不仅拥有独特的自然风光，更承载着丰富的文化底蕴。在开发过程中，天山天池着力深化对西王母神话的文化挖掘，以此丰富旅游文化内涵，提升旅游文化品质。天山天池的独特自然风光与丰富文化底蕴，吸引了无数游客。西王母神话是天山天池地区的一部分民族传说，与当地文化和风俗紧密相连。史书记载，早在公元前 2 世纪，西汉时期的张骞出使西域时就听闻了西王母的传说。随后，这一神话故事传入新疆地区，成为当地文化的重要组成部分。西王母神话版本众多，常与天山天池美景、神奇动植物等元素相结合，为地区增添了神秘而迷人的色彩。同时，西王母的传说也深入到当地宗教信仰之中，天山天池地区有许多供奉西王母的庙宇和祭祀活动。现代旅游业发展中，天山天池将西王母神话视觉元素应用于旅游文创设计，为游客带来独特文化体验。景区内西王母形象的标志、广告和文化展示，旅游产品也以西王母故事为主题设计。这种创新应用既吸引了更多游客，也传承和弘扬了天山天池地区的独特文化。近年来，国家大力支持文化旅游产业发展。2021 年，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。2021 年，《“十四五”文化和旅游发展规划》强调深入挖掘和传承优秀传统文化，鼓励将传统文化元素与现代设计相结合，推动文化创意产业的发展。2021 年，《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》提出创新消费业态和模式，促进文化和旅游消费提质升级。这些政策为天山天池地区将西王母神话视觉元素应用于旅游文创设计提供了广阔发展空间。国家加大对文化旅游产业的资金投入，为天山天池地区提供资金支持，用于开发旅游产品、制作宣传材料、建设景区设施等。同时，国家重视文化旅游人才培养，通过制定相关政策、设立专门机构和开展培训项目，提高从业人员专业素质和服务水平。天山天池地区旅游业发展迅速，吸引了大量游客。将西王母神话视觉元素应用于旅游文创设计，既能满足游客文化体验需求，提升旅游产品附加值和市场竞争能力，又能带动相关产业发展，为当地经济社会发展带来更多机遇。



图 1-1 新疆天山天池的自然风光

(图片来源: 笔者自摄)

研究背景部分旨在介绍研究主题所涉及的背景信息, 以增加读者对研究问题的理解和认识。在本章中, 将聚焦于新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用, 探索其独特魅力和文化内涵。天池作为新疆的著名旅游景点, 具有悠久的历史和丰富的文化遗产。西王母神话是天池地区独特的传说故事, 讲述了西王母在此居住和统治的神话传说。这些神话故事中蕴含着独特的文化符号和视觉元素, 具有丰富的想象力和艺术表达性。因此, 将西王母神话视觉元素应用于旅游文创设计中, 可以为游客提供独特的体验和感受。旅游文创设计作为近年来兴起的一个重要领域, 已经成为提升旅游体验和促进文化传承的有效途径。通过运用创新的设计手法和独特的文化元素, 旅游文创产品能够为游客提供更加丰富多样的旅游体验和文化交流的机会。因此, 在天池旅游景区中应用西王母神话的视觉元素, 不仅可以有效丰富旅游产品的内涵, 还可以提升游客的文化认知和参与度。

在当前文创设计领域中, 对于天池地区西王母神话视觉元素的创新应用还存在一些不足之处。一方面, 目前的文创设计更多地关注于形式和表面的美感, 而忽视了对于文化内涵的深入挖掘和表达。另一方面, 同质化现象较为严重, 缺乏针对不同目标受众的差异化设计。因此, 本研究将致力于探索如何在旅游文创设计中创新应用西王母神话视觉元素, 以提高旅游产品的艺术性和独特性, 同时注重文化内涵的传达和差异化的设计。

通过对新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用的研究, 可以进一步挖掘和发展天池地区的文化资源, 提升旅游体验, 促进文化传承, 并为旅游文创设计领域的发展做出贡献。

1.2 研究意义

研究新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用具有重要的理论和实践意义。首先，天山天池作为新疆地区重要的自然景观和旅游资源之一，拥有独特的文化内涵和人文价值。通过对其西王母神话视觉元素的深入研究和创新应用，可以充分挖掘天池地区的文化资源，丰富旅游产品，提升旅游体验的独特性和吸引力。西王母神话是中国传统文化中的重要元素之一，与天山天池地区紧密相关。将西王母神话视觉元素融入旅游文创设计中，一方面可以传承和弘扬中国传统文化，提高人们对传统文化的认知和体验；另一方面，可以为天池地区打造独特的旅游形象，提升旅游的文化内涵和吸引力。在当今旅游市场竞争激烈的背景下，旅游文创设计扮演着越来越重要的角色。通过创新运用西王母神话视觉元素，可以为旅游业注入新的活力和创新思维，提高旅游产品的市场竞争力。这将有助于促进天池地区的旅游业发展，推动地方经济的繁荣。研究新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的应用，也对于拓宽旅游文创设计的研究领域有重要意义。通过深入研究西王母神话的视觉元素，并进行创新的应用，有助于对旅游文创设计的理论与实践进行探索和拓展，在学术上具有一定的创新性。

研究新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用，不仅对于天池地区的旅游业发展具有重要意义，而且对于传承和弘扬中国传统文化、提升旅游产品的市场竞争力、拓宽旅游文创设计研究领域等方面都具有一定的价值和意义。因此，本研究的进行将对相关领域的发展产生积极的推动作用。

1.2.1 理论意义

西王母神话作为天山天池地区的重要文化遗产，在当代旅游体验、文化传承和地方发展中发挥着重要作用。通过将西王母神话与旅游体验相结合，可以创造独特的文化旅游产品，提升游客的参与度和体验感。同时，西王母神话在文化传承中具有重要地位，通过保持其原汁原味并融入现代设计思路，可以实现传统文化的创新发展。视觉元素在旅游文创设计中具有关键作用，西王母神话的视觉形象具有独特魅力，可以影响游客的情感、认知和体验。西王母神话视觉元素的创新应用可以推动文化创意产业的发展，从而促进当地经济社会的繁荣发展。最后，天山天池地区的自然地理环境和文化地理特色为西王母神话提供了独特的文化背景，其在当地旅游区域形象塑造和品牌推广中发挥着重要作用。因此，通过深入研究西王母神话在旅游体验、文化传承、地方发展以及视觉传达中的作用和影响，可以更好地挖掘其文化价值，推动天山天池地区的文化旅游发展。

1.2.2 实践意义

对新疆天山天池西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新应用进行研究和探讨。旅游文创设计是旅游产业中一个重要的发展方向，能够将地域文化和旅游资源转化为有吸引力和创意的产品，提升旅游体验和文化认同感。本文以新疆天山天池西王母神话为背景，结合视觉元素理论，探索如何将神话故事中的元素运用到旅游文创设计中，以实现创新和突破。具体的研究目的包括分析西王母神话的艺术特征，探讨旅游文创设计的概念和作用，分析西王母神话与文创设计结合的必要性和性，以及研究视觉元素在旅游文创设计中的应用方式，最终提出西王母神话旅游文创设计的路径。本文的实践意义体现在以下几个方面：通过研究西王母神话与旅游文创设计的结合，探索新的设计思路和创新方式，为旅游文创产业注入新的活力和创意，提升产品的竞争力和吸引力。将西王母神话视觉元素运用到旅游文创设计中，可以更好地传承和弘扬当地的地域文化，展现地方特色和独特魅力，同时激发游客的文化兴趣和参与度。通过将不同领域的专家、组织和学科进行合作，实现跨学科的互补和创新，为旅游文创设计带来更多的性和机会。旅游文创设计的目的之一是为游客创造独特而有意义的旅游体验，通过运用西王母神话的视觉元素，提升旅游产品的吸引力和观赏性，让游客更好地感受到当地的文化魅力，增强对文化的认同感和参与度。

分析基于西王母神话视觉元素设计的旅游产品的销售数据和文化创意产业的发展情况，可以验证其在市场中的应用效果和对当地产业发展的贡献。研究当地政策法规和规划文件可以为西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的应用提供政策支持和参考。通过类似文化元素在旅游文创设计中的应用案例比较，可以总结成功经验和教训，为天山天池地区的实际应用提供借鉴和参考。通过综合运用多种研究方法，可以深入了解西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的应用和影响，为推动天山天池地区的文化旅游发展提供有力支持。

1.3 研究目的与方法

本章节的核心研究目的在于深入探索新疆天山天池地区西王母神话视觉元素在旅游文化创意（文创）设计中的创新应用，及其对旅游产业发展的促进作用。为了实现这一目的，本研究将围绕以下几个关键点展开：

本研究将深入挖掘天山天池西王母神话视觉元素的传统文化内涵、艺术特质和象征意义。这一过程将通过神话故事、传统艺术作品和民间传承的详尽调研和细致整理来实现。这样的深入理解和把握西王母神话的核心精神和象征元素，将为后续的创新设计和应用提供坚实的理论基础。本研究将探讨天山天池西王母神话视觉元素在旅

游文创设计领域的潜在价值和前景。通过对现代文化产业和旅游市场的综合调研，将分析西王母神话元素在文创设计中的创新潜能，探讨其在水产品设计、品牌形象构建、广告宣传和空间布局等多个方面的应用。进一步，基于前述两个目的的研究成果，本研究将提出一套创新的设计方法和策略。这套方法和策略旨在有效整合西王母神话视觉元素到旅游文创产品设计中，同时确保这些设计能够满足市场需求、有效传达文化精髓、符合艺术审美，并在市场竞争中展现出显著的优势。本研究将通过实证研究和实际应用来验证西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的创新效果。这包括设计、生产并在市场中推广一系列基于西王母神话的旅游文创产品，以此来检验其市场接受度和商业价值。为了实现这些研究目的，本研究将采纳多元化的研究方法和技术手段。这包括对相关文献的全面梳理和总结，对案例的分析和评估，开展实地调研和问卷调查，以及运用数据统计和分析技术来提炼出科学且实用的设计方法和策略。

本章的重点在于明确研究的目的和方法，为后续的研究工作奠定坚实的基础。通过对西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的综合研究，本研究旨在为新疆旅游产业的传承与创新贡献力量，并助力相关文化产业和旅游市场的持续发展。

1.4 文献综述

1.4.1 国内文献综述

闫俊（2019）“创新性是文化产业中文化资本生存的一个必要条件，创新性在文化传承中亦无处不在，但相较于文化产业的运转来说，创新性则更为凸显，借用马克思的话来说，创新性是文化资本的重要的‘生存本能’。”根据此观点可以得出：创造与创意能力是艺术设计最根本和最核心的能力，神话传说作为传统历史中具有代表性的文化题材，发展带有神话特色的首饰作品是国内设计师可以考虑的一种设计方向。通过对各类神话题材进行元素提炼，合理运用现代首饰设计手法与工艺技巧，将神话元素与文化创意首饰设计相结合，形成一套自己独特的设计理论这，是非常重要的。

1.中国神话的分类

中国神话按照内容可以分为以下几类创世神话：这类神话主要讲述宇宙和人类的起源，如女娲补天、盘古开天辟地等。自然神话：这类神话主要讲述自然现象和山川河流的来历，如伏羲画卦、神农尝百草等。英雄神话：这类神话主要讲述英雄人物的事迹，如黄帝战蚩尤、尧舜禅让等。传说神话：这类神话主要讲述各种传说的故事，如牛郎织女、梁祝化蝶等。宗教神话：这类神话主要讲述宗教信仰和教义，如道教神仙、佛教故事等。赵宝平（2021）中国神话研究始于 19 世纪末 20 世纪初，当时一些外国学者开始关注中国神话，并进行了翻译和研究。国内学者则从 20 世纪初开始对中

国神话进行系统的研究和整理。目前，中国神话的研究已经取得了很多成果，国内外学者出版了大量的研究著作，如袁珂的《中国神话通论》、茅盾的《中国神话研究》等。一些高校和研究机构也设有专门的研究机构和课程，培养了一批批神话学研究人才。在中国神话研究方面，国内外学者对中国神话进行了系统的分类和整理，提出了一些新的分类方法和标准。国内外学者探讨了中国神话的起源、演变和传承，以及神话与古代社会、文化、宗教等方面的关系。3.对中国神话的比较研究：国内外学者将中国神话与其他国家和地区的神话进行比较研究，探讨其异同和相互影响。孙伟伟（2019）探讨中国神话在现代社会中的价值，如文化遗产、民族认同、审美教育等方面。中国神话研究已经取得了很多成果，但仍然有很多领域需要进一步挖掘和探讨。随着中国文化的复兴，中国神话研究在未来将会得到更多关注和发展。

陈根等（2023）对西王母神话的研究主要集中在历史学、文学、民俗学和艺术学等领域。在历史学方面，学者们主要研究了西王母神话的起源、发展和影响；在文学方面，学者们主要研究了西王母神话在不同文学作品中的表现和演变；在民俗学方面，学者们主要研究了西王母神话在民间信仰和传统节日中的传承和演变；在艺术学方面，学者们主要研究了西王母神话在不同艺术形式中的表现和特征。然而，目前国内对西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的应用研究还相对较少。

张雪佩，杨邵立（2023）符号元素的研究不再是单一学科的工作，是越来越多地与其他学科领域相结合，形成跨学科的研究视角。符号学、语言学、心理学、哲学、文化研究等领域的交叉研究，为符号元素的研究提供了丰富的理论和方法支持。王晨竹等（2022）的交流和碰撞日益频繁，符号元素的研究逐渐转向对文化差异和多元文化的关注。杨志（2022）讨符号元素在不同文化体系中的内涵、功能和作用，以及符号元素在文化遗产和交流中的角色。刘洋，赵爽（2021）设计、广告、传媒等领域的应用越来越广泛，国内学者开始关注符号元素的实际运用，探讨符号元素如何有效地传达信息、引发情感反应，以及如何应用于实际创作和传播活动中。曹婧（2020）符号元素的研究也逐步与数字媒体相结合。虚拟现实、增强现实、数字图像处理等技术为符号元素的创造、传播和互动提供了新的，国内学者正积极探索这些新技术在符号元素研究中的应用前景。

对西王母神话的研究主要集中在汉学、人类学和文化研究等领域。在汉学方面，学者们主要研究了西王母神话在中国文化中的地位和影响；在人类学方面，学者们主要研究了西王母神话在人类文化中的普遍性和特殊性；在文化研究方面，学者们主要研究了西王母神话在不同文化语境中的传承和创新。然而，目前国外对西王母神话视觉元素在旅游文创设计中的应用研究还相对较少。

符号元素的研究和应用在我国逐渐受到重视，一些高校和研究机构设立了相关专业和课程，培养符号元素研究和应用方面的人才。各类普及性的讲座、展览和活动也

在推广符号元素的知识 and 应用，提高公众对符号元素的认识和素养。总体来说，我国在符号元素的研究方面取得了一定的成绩，但与国外先进水平相比，仍有一定的差距。未来，我国应继续加强跨学科研究，推动符号元素研究与实际应用的结合，提升我国在符号元素研究领域的国际地位。

2. 西王母民间价值内涵研究

通过对相关文献的梳理和分析，可以发现西王母民间价值内涵的研究主要集中在以下几个方面：

西王母神话是中国传统文化中重要的神话故事之一，具有悠久的历史和丰富的文化内涵。邵煜涵（2020）对神话的起源、发展和演变过程进行了深入研究。这些研究揭示了西王母神话在历史上的传承和演变，以及其在不同历史时期、不同地域和不同文化传统中的表现形式。孙伟伟（2019）西王母神话在不同的地域和文化传统中存在着差异，表现出多元性的特点；西王母神话又具有一些共同的文化元素，如对长寿、健康和福祉的追求，表现出统一性的特点。学者们对西王母文化的多元性和统一性进行了深入研究，探讨了其背后的文化内涵和历史背景。任静莉（2019）对西王母形象和信仰的研究，揭示了其在民间信仰体系中的地位和作用。西王母被视为吉祥、长寿和丰产的象征，广泛存在于民间信仰和祭祀活动中。同时，学者们还探讨了西王母形象与信仰在当代社会中的传承和发展，以及其对民间文化和社会心理的影响。张程等（2019）对西王母文化的社会功能的研究，揭示了其在民间文化传承、社会教化、道德伦理等方面的作用。西王母文化通过传承和发展，成为民间文化的重要组成部分，对人们的生活、思想和行为产生着深远的影响。同时，西王母文化在社会中的功能和作用也随着时代的变化而不断演变和拓展。

通过对西王母文化与其他文化的交流和比较研究，可以更好地了解不同文化之间的相互影响和交融，进一步揭示西王母文化的多元性和统一性。同时，这种比较研究也有助于深入探讨西王母文化的独特性和价值，为民间文化的传承和发展提供有益的借鉴和参考。西王母民间价值内涵研究涉及多个方面，包括传承与演变、多元性与统一性、形象与信仰、社会功能以及其他文化的交流与比较等。这些研究为深入了解西王母文化的内涵和价值提供了重要的理论支撑和实践指导。

3. 西王母视觉艺术形象研究文献综述

西王母，作为中国传统文化中的重要角色，其视觉艺术形象在历史长河中经历了多种表现形式的演变。本文通过对相关文献的梳理和分析，对西王母视觉艺术形象的研究进行综述。

西王母，最早出现在《山海经》中，被描述为“豹尾、虎齿、善啸”的形象。随着时间的推移，西王母的形象逐渐发生变化，由最初的野性形象逐渐转化为端庄、慈祥的形象。这种形象演变与文化背景和历史发展密切相关。何根海（2008）在西王母