

基于布尔迪厄文化资本理论的郑州高校博物馆文创产品设计

张子纯¹, 暴洛瑄¹, 蒋铎慧², 王 涵¹, 关雅琪², 曹挺清³

¹郑州师范学院美术学院, 河南 郑州

²郑州师范学院教育科学学院, 河南 郑州

³鲁迅美术学院中英数字媒体艺术学院, 辽宁 沈阳

收稿日期: 2025年9月24日; 录用日期: 2025年10月16日; 发布日期: 2025年10月30日

摘 要

本文基于布尔迪厄的文化资本理论, 探讨郑州高校博物馆文创产品的设计策略与实践。通过分析文化资本的三种形态——具身化、客观化与制度化, 结合郑州某高校自然博物馆的资源特色, 提出以自然元素为核心、教育性与趣味性并重的文创产品设计路径。研究通过实地考察与文化元素提取, 开发了包括动植物主题拼图、互动卡片、植物标本制作套件及地质盲盒等多类文创产品, 旨在促进文化资本的转化与传播, 增强公众尤其是青少年对自然科学的认知与兴趣, 推动博物馆文化资源的可持续利用与创新传承。

关键词

布尔迪厄文化资本理论, 郑州高校博物馆, 文创产品设计, 自然博物馆, 文化资本转化

Cultural and Creative Product Design for University Museums in Zhengzhou Based on Bourdieu's Cultural Capital Theory

Zichun Zhang¹, Mingxuan Bao¹, Xinhui Jiang², Han Wang¹, Yaqi Guan², Tingqing Cao³

¹School of Fine Arts, Zhengzhou Normal University, Zhengzhou Henan

²School of Educational Science, Zhengzhou Normal University, Zhengzhou Henan

³School of Sino-British Digital Media Art, Luxun Academy of Fine Arts, Shenyang Liaoning

Received: September 24, 2025; accepted: October 16, 2025; published: October 30, 2025

Abstract

Based on Bourdieu's theory of cultural capital, this paper explores the design strategies and practices

文章引用: 张子纯, 暴洛瑄, 蒋铎慧, 王涵, 关雅琪, 曹挺清. 基于布尔迪厄文化资本理论的郑州高校博物馆文创产品设计[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(10): 1833-1840. DOI: 10.12677/jc.2025.1310259

of cultural and creative products in university museums in Zhengzhou. By analyzing the three forms of cultural capital—embodied, objectified, and institutionalized—and integrating the resource characteristics of a university natural museum in Zhengzhou, a design approach for cultural and creative products is proposed, centering on natural elements while balancing educational value and entertainment appeal. Through field research and cultural element extraction, a variety of cultural and creative products were developed, including animal and plant-themed puzzles, interactive cards, plant specimen crafting kits, and geological blind boxes. The study aims to facilitate the transformation and dissemination of cultural capital, enhance public awareness and interest in natural sciences—particularly among youth—and promote the sustainable utilization and innovative inheritance of museum cultural resources.

Keywords

Bourdieu's Cultural Capital Theory, University Museums in Zhengzhou, Cultural and Creative Product Design, Natural Museum, Transformation of Cultural Capital

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化与本土化交织的今天，文化资本已成为推动社会发展的重要力量。布尔迪厄的文化资本理论为我们提供了一种理解文化资源如何转化为经济资本和社会资本的视角。郑州，这座承载着厚重历史与文化的城市，其高校博物馆蕴藏着丰富的文化资本，这些博物馆不仅是学术研究的宝库，更是文化传承与创新的重要阵地。随着文化创意产业的兴起，博物馆文创产品逐渐成为连接过去与现在、传统与创新的桥梁。然而，郑州高校博物馆在文创产品设计方面尚处于探索阶段，面临着如何将深厚的文化资本转化为具有市场竞争力的文创产品的挑战。基于布尔迪厄的文化资本理论，本研究旨在探索郑州高校博物馆文创产品设计的策略，以期在保护文化遗产的同时，激发其经济潜力，促进文化的传播与创新。

2. 理论研究

2.1. 对郑州某高校自然博物馆的探索

自然博物馆是记录地球的发展、动植物的演变、生物多样性及人类与自然关系的重要场所，也是连接自然历史与公共认知的桥梁。目前，我国对自然博物馆的发展高度重视，从政策、资金、资源、人才等多方面给予支持，十九大报告强调“加强文物保护利用和文化遗产保护传承”，并明确提出“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”；“十四五”规划(2021 年)提出建设“中国特色世界一流博物馆”，支持中小博物馆特色发展，这些报告的提出旨在推动自然博物馆的发展。国家动物博物馆副馆长张劲硕认为，围绕自然博物馆开展的自然教育应该是一个同心圆结构，核心是博物馆，往外依次是博物馆所在地、国内自然保护地、世界自然保护地[1]；浙江自然博物院院长严洪明表示，他们正在筹划打造“长在自然中的博物馆”，将室内参观与室外观测融合起来；澄江化石地自然博物馆馆长陈泰敏认为，澄江化石地是探索地球生命演化的必来之地，这是他们独特的 IP [2]。这些言论体现了自然博物馆在科学教育、文化传承、生态保护等方面的作用，也展现了各博物馆对自身发展与国家发展乃至世界发展的考量。

郑州某高校自然博物馆内藏有丰富的本地动植物标本、地质化石以及各种生态场景模型,展示了区域自然历史,强化了地方文化认同感,是文化传播的一种载体,该馆内濒危物种及已灭绝生物的标本,引发了公众对生态环境的重视与保护,同时在与中小学合作的过程中,让学生走进博物馆,学习科学文化知识,体验自然的魅力,起到科学教育的作用。目前,郑州某高校自然博物馆并未形成完整的文创产品链,也没有成熟的文创产品在市场上流通,因此设计人员以自然博物馆中的动植物标本为依托设计开发文创产品。博物馆文创产品具有商品和文化的双重属性。它浓缩了博物馆文化,延伸了博物馆的教育和传播功能,能够满足受众的精神需求[3]。郑州某高校自然博物馆对文创产品的开发在一定程度上提高了该馆的知名度,使其进入大众视野,吸引更多人走进展馆参观各种各样的动植物标本,感受郑州的地方特色,了解地域文化。极具特色的文创产品不仅可以让大众感受到不一样的审美与体验,也可以让地方文化、国家文化得到有效传播,从而促进产品的可持续发展以及生态文明建设与发展建设,具有研究价值和意义。

2.2. 布尔迪厄理论与自然博物馆结合的文创产品的关联

在当前社会文化生活日益丰富的背景下,文化生活的重要性日益凸显。在这个发展状态下,布尔迪厄理论与自然博物馆的文创产品也呈现出独特的关联。布尔迪厄理论将文化资本的储存方式分为三种,分别是具身化的文化资本、客观化的文化资本、制度化的文化资本[4],理论强调了文化资本的文化实践、社会传播与再生产的相互作用。自然博物馆的自然资源本身就是一种文化资本,这一理论在自然博物馆文创产品的开发中得到了体现。首先,从具身化的文化资本来看,自然博物馆文创设计应提升其创新度,并通过对文化元素符号的语义、语构、语用进行可视化流程设计,总结元素符号的语义内涵[5]。而设计师本身也带着自己独特的设计方式和设计风格,同样也是一种独特的文化资本,这些文化资本将在文创产品中体现,提高了产品的文化内涵与其独特性。其次,从客观化的文化资本来看,强调发展文化资本的经济价值,即文化资本的物质化形态,这与自然博物馆文创产品的生产理念不谋而合。文化资本可以通过多样化的设计来转化为经济资本,从而能够体现文化资源的经济价值,这对于自然博物馆文创产品设计也是一种启示。设计师在设计过程中将对自然文化的理解、认知等通过设计、制作等方式融入进文创产品中,产生不同种类的文创产品,这样的做法将文化资源、经济价值、多样化设计联系在一起,将文创设计当作经济资本与文化资本之间的桥梁,既能起到传播文化的作用,又实现了经济的提升。再者,从制度化的文化资本来看,自然博物馆文创产品设计也受到这一方式的影响。自然博物馆在设计产品时,通过对产品制定严格的标准,利用社会网络来实现推广与传播。同时,自然博物馆在设计产品时针对教育、娱乐等多方面,利用社会传播策略,从各个方面入手,提升文化资本的价值。此外,布尔迪厄的文化资本理论还提出了场域的概念,这对于自然博物馆文创产品的设计与开发同样具有重要的指导意义。文创产品应有多层次体系,满足不同消费群体的需求,更好地服务不同群体,丰富文化生活。

文创产品是一个桥梁,将布尔迪厄理论与自然博物馆关联起来,共同促进了文化资本的积累和传播,也让大众对于自然科学有更深刻的认识和了解。布尔迪厄的文化资本理论为文创产品的开发提供了理论支撑和指导方向,布尔迪厄理论与自然博物馆的关联,体现了文创产品在文化传承中的作用以及其重要性。这两者的结合,不仅丰富了公众的文化生活,也促进了文化资本的传播,为文化遗产的传承注入了新的活力。

3. 基于布尔迪厄的文化资本理论的自然博物馆文创设计策略

3.1. 自然博物馆文创设计元素提取

自然博物馆是一个城市自然情况的代表,以及一个城市对绿色环境的重视,郑州某自然博物馆中展

示了以河南本土自然资源为中心的地质环境、生物模型等并且陈列了全球各种生态地区的生物标本。所以对于自然博物馆的元素提取主要是围绕着城市生态环境、人文历史、地质状态、生态环境所进行的。本项目根据布尔迪厄文化资本理论的客观化形态方面对自然博物馆进行分析, 研究组对郑州某高校自然博物馆进行实地考察, 对馆中的展藏进行文化元素的拆解重塑。郑州某高校自然博物馆分为 3 个不同区域, 在主展厅主要展示了热带雨林、极地冰川、平原草场并据从绘制如图 1 “郑州师范学院自然博物馆预览图” 这三个不同区域陆地动物的标本, 博物馆将这些标本以跨越空间时间的方式进行展览, 项目组查阅文献《从文创的视角让标本活起来》, 该文献提到, 浙江自然博物馆以馆藏珍品“华南虎”等标本为载体, 挖掘标本背后的故事, 从解构中萌生创意, 实现系列衍生产品的开发和营销[6], 项目团队将这些动物标本进行记录, 对他们的动作形态、颜色外形、生物链位置进行再创作, 并提取富有河南文化特色的动物形象进行设计, 衍生出相关的动物拼图, 以及“猜猜我是谁”系列书签, 博物馆第二部分为河南省野生保护鸟类的宣传栏, 朱鹮等河南省特色野生保护鸟类, 项目团队提取了相关保护信息、生物形象等对其进行加工重组制作了河南省野生保护益智游戏等文创产品; 博物馆第三部分为地区植物标本展览, 因河南省的独特地理环境, 所以展览主要以河南省种植的谷物蔬菜进行展览, 展馆的第四部分为地质展览, 项目团队依据展览内容以及实际情况设计出“植物标本制作指南”(如图 2)、“矿石盲盒”(如图 3、图 4)等多项趣味设计。

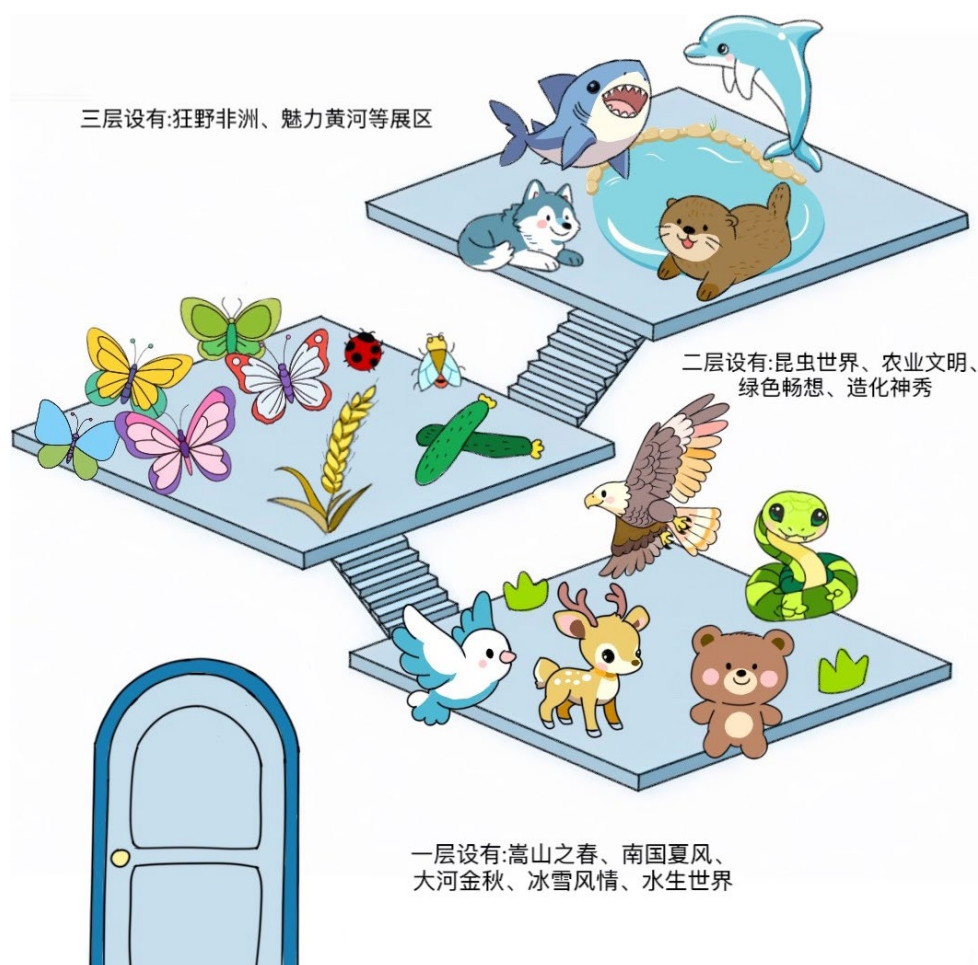


Figure 1. “Preview of the Natural Museum in Zhengzhou Normal University”
图 1. “郑州师范学院自然博物馆预览图”

3.2. 自然博物馆文创设计流程

设计内容为“植物标本制作指南”(如图 2), 指南围绕以中小学生制作植物标本为主题, 以黄色轻快色调的设计展开研究。探讨该设计在教育意义、视觉传达及儿童心理引导等方面的优势与价值, 分析其通过有序步骤呈现对儿童认知发展的促进作用, 旨在为儿童教育类设计提供思路与参考。在儿童教育领域, 设计兼具趣味性与教育性的内容至关重要。以中小学生制作植物标本为主题的设计, 采用黄色轻快色调, 通过有序步骤展示制作过程, 不仅吸引儿童注意力, 更能在潜移默化中传递知识, 培养其动手能力与自然观察意识。植物标本制作是连接儿童与自然的桥梁。小学生处于对世界充满好奇的阶段, 植物标本制作能让他们亲近自然, 认识不同植物形态、结构。从寻找植物开始, 儿童需走进自然, 观察、辨别各种植物, 锻炼观察力; 采摘环节培养其爱护自然、适度获取的意识; 整理植物则提升动手与耐心。这种实践活动有助于将课本知识与实际操作结合, 深化对植物学的理解。



Figure 2. "Plant Specimen Guide"
图 2. “植物标本制作指南”

整体绘图以黄色作为主题颜色, 具有独特优势。在色彩心理学中, 在《黄色对儿童的心理作用》中提到黄色是幸福和乐观的颜色, 可以增强注意力和记忆力。但请注意, 过量的黄色可能会导致一些孩子感到沮丧或焦虑[7]。黄色代表着阳光、活力与希望, 能营造轻快、愉悦氛围, 契合儿童天真烂漫的心理特点。轻快色调使整个设计充满生机, 降低儿童对学习任务的抵触感, 激发他们主动参与的热情。同时, 黄色在视觉上具有较高辨识度, 便于儿童快速捕捉信息。流程图以“寻找植物-采摘植物-整理植物”顺序呈现, 符合儿童认知与操作逻辑。这种循序渐进的方式, 让儿童在每个环节都能清晰了解任务与目标, 逐步构建完整知识体系与操作技能。有序步骤培养儿童条理性与规划意识, 帮助他们学会按部就班解决问题, 对今后学习与生活产生积极影响。设计中的插画元素生动形象, 以小学生为主角, 容易引发儿童共鸣。插画与文字结合的方式, 降低理解难度, 符合儿童图像化思维习惯。同时, 设计中的温馨提

示语，如“小草青青，脚下留情”，在传递知识的同时，引导儿童树立正确的价值观，培养关爱自然、尊重生命意识。以中小学生学习植物标本为主题，黄色轻快色调且注重步骤顺序的设计，融入更多互动元素，提升儿童参与度与学习效果，助力儿童全面成长。

4. 基于布尔迪厄的文化资本理论的文创产品设计

4.1. 设计定位

郑州高校自然博物馆文创以布尔迪厄的文化资本理论为框架，以探索自然奥秘为核心，致力于将科学与自然相结合，打造具有实用性、创造性、教育性的创意产品。根据马惠娣理解“文化资本”中的解析：现代思想大师布尔迪厄认为：“资本可以表现为三种基本的形态：经济资本，这种资本可以直接转换成金钱，它是以财产权的形式被制度化的；文化资本，这种资本在某些条件下能转换成经济资本，它是以教育的形式被制度化的；社会资本，它是以社会义务(联系)组成的，这种资本在一定条件下可以转换成经济资本，它是以某种高贵头衔的形式被制度化的”[8]。自然博物馆文创产品设计一方面是为了丰富博物馆文化内涵，另一方面是想要通过文创产品来促进学生素质。依托博物馆丰富的自然资源，通过生动有趣的方式，让自然知识融入大众的文化生活当中。

在内容上，利用文化资本的三种形态——具身化、客观化和制度化，为文创设计提供了设计思路。目标受众针对于中小學生，针对不同年龄段的学生，设计具有层次性、趣味性和实用性的教育活动。面向儿童，主要突出趣味性和创造性，面向青少年，主要突出创意性和知识性。设计风格主要是以多样化的色彩为基调，以自然元素和动植物为主调，提升产品的趣味性。可采用标本制作、化石盲盒等方式，增强体验感和互动性。产品注重环保理念，倡导绿色生活，同时传递植物多样性和生态平衡的重要性，让文创成为连接博物馆与大众的纽带。以下是项目成员设计的“趣味矿石盲盒”(如图3、图4)。



Figure 3. “Mineral Blind Box” 3D
图3. “矿石盲盒”立体



Figure 4. Unveiling “Mineral Blind Box”
图 4. “矿石盲盒”展开

4.2. 设计实践

在当前文化创意产品日益繁荣的背景之下，依托于博物馆独特风貌所打造的产品，已逐渐成为传承文化与推广教育的重要手段。《应用美学视域下的博物馆文创产品研究》这篇文献指出，文创产品通过“物体系”构建了“新中式”生活美学，使得中国古典美学所昭示的生活方式和审美惯例重新回到现实生活，并且得到了创新和发展；同时，文创产品深刻地启发了现代设计领域，尤其是在传统美学符号的转化和运用方面非常突出[9]，所以此次产品设计细分为四大部分，首当其冲的是教育活动类产品。设计者以博物馆实体为蓝本，精心绘制了一份展馆导览地图，旨在为访客提供明确的方向指引。该地图以充满活力的多巴胺色彩为底色，融入自然元素以及生动的动植物图案，并在地图中巧妙嵌入寻找动物贴纸的互动环节，以此提升游览体验的趣味性。除此之外，还设计了DIY互动卡、导览路线图、探索寻宝卡等，旨在激发学生的思考潜能，唤醒他们的想象力与创造力，引导他们认识并观察动物，进而扩充他们的知识库。其次是动物形象类产品，以馆内标志性动物为原型，打造了一系列“猜猜我是谁”的抽拉式卡片。卡片封面采用鸟类剪影，抽拉之后则呈现鸟类的真实照片，通过这种互动形式，增强了认知的趣味性，同时也让国家保护动物走进了公众视野，传递了更多的知识信息(如图 1)。

第三部分为植物主题类产品，以自然博物馆丰富的植物标本资源为灵感(如图 2)，开发了植物标本制作套件。配备了详细的“操作说明书”及形象的步骤指导，引导使用者在动手制作的过程中，深入理解绿色环保的理念，并认识到植物多样性与生态平衡的重要性，同时，设计师采用最为自然的方式，以再生纸浆和植物种子为原料，打造出独特的种子卡片，用于种植植物，以此传递美好的祝福和对大自然的关爱。最后，地质年代类产品则紧跟潮流，采用盲盒的形式，根据博物馆的地质展览特色，设计了“寻找矿石”的纪念品(如图 3、图 4)。在盲盒的未知性驱动下，激发学生的好奇心，让他们在享受拆盲盒的乐趣的同时，也能收获知识。

参考文献

- [1] 张劲硕, 严洪明, 陈泰敏. 硬核知识 + 沉浸式体验 在最卷的科普现场与生命对话[N]. 四川新闻网, 2025-08-20(06).
- [2] 陈泰敏. 澄江化石地自然博物馆: 让化石“讲述”生命演化的故[N]. 光明日报, 2021-01-25(09).
- [3] 韩鑫. 博物馆文创产品的传播功能实现研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2018.
- [4] 朱伟珏. “资本”的一种非经济学解读——布迪厄“文化资本”概念[J]. 社会科学, 2005(6): 117-123.
- [5] 孙希颀, 郑仁华, 高阳, 等. 基于设计符号学原理的自然博物馆文创设计[J]. 设计, 2025, 38(1): 76-80.
- [6] 吴优. 从文创的视角让标本活起来[J]. 自然博物, 2016(1): 147-152.
- [7] 丁文京. 颜色对儿童的心理作用[EB/OL]. 澎湃新闻. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_30164938, 2025-02-15.
- [8] 马惠娣. 理解“文化资本” [N]. 浙江日报, 2006-01-23(10).
- [9] 陈琪. 应用美学视域下的博物馆文创产品研究[D]: [硕士学位论文]. 温州: 温州大学, 2020.