

# 奇正思想对赫哲族旅游产品包装图案设计的启示

贾慧萍, 王艳芳

(齐齐哈尔大学, 齐齐哈尔 161000)

**摘要:** **目的** 赫哲族图案是一种既历史悠久又具有深厚文化的艺术形式, 将孙子兵法中的奇正思想应用到赫哲族旅游纪念品包装图案设计当中, 使得赫哲族图案被更多的人认识 and 关注, 并为创建和完备我国少数民族传统图案设计发展提供有效途径。**方法** 深入挖掘奇正思想的内涵, 力图从奇正思想内涵中找出适合赫哲族旅游产品包装图案设计的观点, 获得赫哲族旅游产品包装图案设计的可持续发展途径。**结论** 发现了奇正思想与赫哲族旅游产品包装图案设计的结合点, 为赫哲族传统图案设计的发展寻求有效途径, 增强少数民族传统图案文化的影响力和传播力, 使其获得一种由低到高的传承发展能力。

**关键词:** 奇正思想; 赫哲族; 旅游产品; 包装; 图案设计

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)16-0278-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.16.049

## Inspiration of the Ideology of Qizheng on the Packaging Graphic Design of Tourism Products of Hezhe Minority

JIA Hui-ping, WANG Yan-fang

(Qiqihar University, Qiqihar 161000, China)

**ABSTRACT:** The Hezhe pattern is an art form with a long history and profound culture. The ideology of Qizheng from the book of Art of War by Sun Tzu is applied to the packaging graphic design of the Hezhe tourism products. This will make the Hezhe minority graphic be well known and provide an efficient approach to establish and complete the development of graphic design of minorities in China. By digging deep into the connotation of the thought of singularity, it summarizes the enlightenment brought to us by the thought of singularity, from the ideology of Qizheng, we strive to find a point of view that suits for packaging graphic design of Hezhe tourism products and to obtain sustainable development in this field. We found out the binding point between the ideology of Qizheng and the packaging graphic design of Hezhe tourism products. And the binding point can offer an efficient approach for the package graphic design of Hezhe tourism products, enhance the power and influence of graphic culture of traditional minorities, and enable the traditional minorities to pass and develop their graphic culture from lower to higher levels.

**KEY WORDS:** the ideology of Qizheng; Hezhe minority; tourism products; package; graphic design

赫哲族是一个历史久远、人口较少的民族, 赫哲族传统图案是该民族在过去渔猎生产活动中的产物, 也是该民族传统文化的重要组成部分。这些赫哲族传统图案主要来源于先世祖居地, 纹样美观而神秘, 历史辉煌却又数目珍稀。赫哲族传统图案在赫哲族民间

文化发展中具有极其重要的表现力, 其图案艺术相当发达, 在民族工艺品设计领域应用相对广泛, 但在民族旅游产品包装设计领域则鲜有看到。因此, 基于赫哲族传统图案开展该民族旅游产品包装设计, 可以拓宽赫哲族传统图案艺术的开发和弘扬其发展途径。

**收稿日期:** 2018-05-01

**基金项目:** 国家民族事务委员会项目(2015-GM-183); 黑龙江省大学生创业实践项目(201710221078); 齐齐哈尔大学教学改革项目(2017041)

**作者简介:** 贾慧萍(1980—), 女, 黑龙江人, 硕士, 齐齐哈尔大学讲师, 主要从事少数民族色彩与图案设计方面的研究。

## 1 赫哲族传统图案及其旅游产品包装设计现状

### 1.1 赫哲族传统图案

赫哲族主要分布在黑龙江省的同江、抚远、富锦、依兰等几个城市，人口较少，全国共有赫哲族人4600多人。黑龙江、松花江、乌苏里江三江流域地区是赫哲族的家乡，长期以来，赫哲族沿江河居住，以适应渔猎生产的需要<sup>[1]</sup>。

赫哲族人将自己的大部分日用品，如渔猎工具、住屋、家具、餐具、服饰等，都无一例外地装饰上各种各样具有深深民族印迹的花纹，从而发展出赫哲族传统图案艺术。在图案的表现形式上，主要根据自然界的规律和先民对自然界的理解，以拟人化的形式书画出动植物和神偶的图形。赫哲族人认为自然界的山川草木、日月星辰都有自己的灵魂，并且根据当时生产捕猎的需要，对绘制的动物图腾进行原始信仰，认为动物、植物等具有神灵，可以给生产捕猎带来好运，驱邪避灾。如赫哲族崇拜神树，即萨满树，又称生命树、氏族树、宇宙树等，在赫哲族人的观念中，萨满树是可以穿透三界的，树根代表下界（地下世界、水下世界），连接爬行动物和鱼类；树干代表中界（地上），连接陆上和山上动物；树冠代表上界（天空），连接太阳、月亮和飞禽，是连接宇宙三界的天梯<sup>[2]</sup>。

赫哲族传统图案的视觉形式和语言要素，如造型、构图、色泽、象征、隐喻和叙事，形成了一套非常规律的系统，它有着历史性、地域性、民族性的时空维度，表现了一种美学、精神和智慧的发展历程，等同于赫哲族民间艺术家的前后继承、信念执着、发展规范、顽强生长的创作生命。

正因为赫哲族人观物取象的方式赋予了图案以生命力，所以赫哲族的图案完美诠释了赫哲族人的生产生活方式及生活地域特征，赫哲族传统图案的延续和变化最后都形成了一种独特的，具有民族意味的文化样式，是一部文化史也是视觉史。把赫哲族图案运用到旅游产品包装之中，是展现赫哲族文化、传承和发展赫哲族非物质文化遗产的有效途径。

### 1.2 赫哲族图案在旅游产品包装上的应用现状

赫哲族在漫长的历史发展中，因独具特色的民族生产和生活习惯而造就了独具魅力的民族特色工艺品，展示了赫哲族的历史内涵。随着中国旅游业的蓬勃发展，民族特色的旅游资源得到充分的挖掘，而旅游纪念品作为展现民族特色文化的载体，越来越多的受到的重视<sup>[3]</sup>。赫哲族的旅游纪念品形式多种多样，内容丰富，展现出了该民族独特的民族历史文化，如独具特色的鱼皮面具、鱼皮画、鱼皮挂件等装饰物，以及实用的鱼皮钱包、桦树皮盒和各种当地特色食品。各式各样的旅游产品琳琅满目，展现出独特的赫

哲族文化。但是，反观赫哲族旅游纪念品的包装，在图案的设计上很是匮乏，除了个别纪念品包装上有简单的赫哲族特色设计，大多数用的是统一的工厂生产包装，没有针对单个旅游纪念品的特色去独立设计包装，图案运用也不具有展现作用，外包装上没有任何地域特色、没有风土人情，产品定位也够清晰。旅游纪念品的包装是游客牢记民族特色的一部分，而且是第一视觉标制物<sup>[4]</sup>。在图案如此丰富的少数民族地区，如果找出适合的设计发展途径，强化基于传统图案的旅游纪念品包装图案设计运用，既可形成赫哲族旅游纪念品可持续发展的推动力，也可以更好地弘扬和发展赫哲族传统图案艺术。

## 2 奇正思想及其给少数民族文化发展的启示

《孙子兵法·兵势篇》<sup>[5]</sup>指出：“凡战者，以正合，以奇胜。故善出奇者，无穷如天地，不竭如江海。终而复始，日月是也。死而复生，四时是也。声不过五，五声之变，不可胜听也。色不过五，五色之变，不可胜观也。味不过五，五味之变，不可胜尝也。战势不过奇正，奇正之变，不可胜穷也。奇正相生，如循环之无端，孰能穷之哉！”文中提到的奇正观点是古人在古时战争领域对奇正思想的理解，简言之就是作战的方法不过“奇”、“正”两种，可是“奇”、“正”的变化，却永远不能穷尽。“奇”、“正”之间的相互转化，就象顺着圆环旋转似的，无始无终、无穷无尽<sup>[6]</sup>。

习近平总书记在2014年中央民族工作会议中指出，少数民族文化块头小，抵抗市场经济冲击的能力弱，一些非物质文化遗产流失严重，不能等到失去才懂得珍惜，要弘扬和保护各民族传统文化，去粗取精、推陈出新，努力实现创造性转化和创新性发展<sup>[7]</sup>。自此之后，如何进行少数民族文化创造性转化的问题，逐渐成为学界研究热点。

习近平总书记提到的少数民族文化问题就包含了“奇正”思想，在当下如何保护好各少数民族文化，减少文化遗产流失，弘扬民族文化，推陈出新，真正实现少数民族传统文化的创新性发展和转化，要求艺术工作者融入少数民族文化当中，深入了解少数民族文化的思想精髓，深入透彻的掌握少数民族文化中的元素，然后将其在不破坏原有少数民族传统文化特点的情况下重新组合，使之形成新的具有更强民族特色和民族凝聚力的非物质文化遗产产物，因此，少数民族文化的创造性转化应该侧重于挖掘少数民族传统文化价值和人文内涵，借助新概念、新知识、新思想，把传统文化转换为现代文化和大众话语，并以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来。这正是在古人“奇正”思想启示下和习近平总书记指引下，进行少数民族文化创造性转化研究中形成的新的研究方法。

### 3 奇正思想对赫哲族旅游产品包装图案设计的启示

《孙子兵法·兵势篇》中不仅提到了用兵时的奇正之变,即不同的兵种组合可以产生不同的攻击效果,取得天差地别的战果。还提到了声音、颜色、味道等元素所蕴含的奇正之道:不同颜色的组合可以形成不同的颜色和视觉冲击,新的颜色组合可以使人赏心悦目,又可使人忧愁郁闷;不同的声音组合可以形成新的旋律,既可使人听后炯炯亢奋,又可使人靡靡不振;不同的味道组合在一起时可以让让人追忆陶醉,时而又让人紧张焦虑。

奇正思想不仅在战争领域中具有极其重要的指导作用,对当下的学习、生活、文学、艺术等领域发展也具有着不可忽视的启迪,特别是对少数民族文化方面的启示,只有出奇制胜才能更好地展现少数民族的特色文化。对于人口较少的赫哲族来说,发展赫哲族旅游产业也是让赫哲族走向世界的途径,而赫哲族旅游纪念品包装图案是其旅游产业视觉符号的有力代表;把奇正思想运用到设计理念之中,可以让赫哲族文化出奇制胜,生生不息。

### 4 奇正思想在赫哲族旅游产品包装图案设计中的运用

#### 4.1 图形与奇正

孙子兵法里在战略范畴内,对奇正有如下理解:公开宣战是正,突然袭击是奇;从战略上权衡敌强我弱是正,而在战场上改变这种态势就是奇等。在战术范围内,方阵本身的方、圆、曲、直、锐各种队形的变化就是奇正的变化。因为方阵之中就区分为正兵和奇兵。当正兵与奇兵分开配置时就构成一个方阵,而当正兵和奇兵收拢为首尾相接的一个整体时就构成圆阵,那么在旅游产品包装上同样可以借用这种方法设计。

利用图形的奇与正进行重新组合,可以使赫哲族的图案具有较强的视觉传达力和视觉表现力。赫哲族的图案具有悠久的历史背景,承载记录着渔猎民族的生产生活形象,有着丰厚的文化内涵,具有强烈的审美性与独特的艺术魅力,这是其市场价值所在。赫哲族图案形式上一部分是抽象几何化形象,这在旅游产品包装上就可以直接进行运用,可以借助于图形的不同形状,重新排列组合,分解重组,构成新的图形来展现赫哲族的文化特色,同时也要区别于其他民族,如赫哲族常用的水波纹图形,在包装的运用上采用重复排列,在视觉上强化图案本身的冲击力,可以让人直观上记住。另外一种图案形式是以写实记录生产生活的形式存在的,这部分图案在外包装的运用时,可以采取“以形制形”的方法,采用拟形化设计,

借助图案本身的形式作为旅游产品外包装的造型,这样更加直观展现民族特色,并可以具有保存收藏价值,比传统的包装设计作品有所创新,直观反映出赫哲族民族特色。

#### 4.2 色彩与奇正

“奇正还相生”,即正兵与奇兵的主从关系是可以互相转化的。杜牧认为,奇亦为正之正,正亦为奇之奇,彼此相用,循环无穷也<sup>[8]</sup>。也就是说,奇能变正,正能变奇,奇正相变,不可穷尽。在旅游产品包装上图案的色彩同样重要,色彩同样是变化无穷的,色彩的重新组合可以产生不同的颜色,甚至新的颜色,可以让明转暗,也可以让暗转明,可以暖转冷,也可以冷转暖,既可以使明明更明,也可以使暖更暖。

色彩在图案造型艺术中至关重要,除给人以直观的感觉外,还给人留下了无限遐想的空间。不同民族有着不同的色彩倾向,也有着不同的审美偏好<sup>[7]</sup>。从包装设计角度上看,旅游纪念品色彩的设计也是民族文化体现的重中之重。赫哲族传统图案常用的色彩为红、黄、蓝、白、黑色等<sup>[9]</sup>,传统的色彩绘制多是植物染色为主,也是与当时工具的简陋以及生产力不高有直接关系,也是先民追求朴素简单生活的一种体现。在现代的旅游产品包装设计图案色彩运用上,单纯的朴素可以存在,但需要加入更多的现代创新元素,使民族特色基调起到更加吸引游客的作用。在设计上,可以在保留原始色彩喜好的基础上,进行色彩的创新搭配,如色彩的明暗、纯度进行变化,在原始色彩中加入小面积的其他色彩,形成不同的对比,这些都可以对图案起到很好的装饰作用,进而引起更多的人去关注赫哲族。

#### 4.3 质感与奇正

“凡战者,以正合,以奇胜”,正兵用于挡敌,奇兵才能取胜。那么在包装设计上除了保护产品,同时也是在美化产品,宣传产品本身,产品就如同“正兵”,包装就如同“奇兵”,出奇制胜,正奇相辅相成,才可以取胜。在旅游纪念品包装设计中图案的设计是“正”,图案的质感就是“奇”。质感给包装带来的是一个全新的体验,可以使旅游纪念品包装具有更强的触觉冲击力和使用持续力,一套质感好而形态特殊的包装可以使旅游产品本身在同类产品中受到更多消费者的青睐。

赫哲族的旅游纪念品包装图案质感离不开地域性和历史性所赋予它的专属文化<sup>[10]</sup>,现有的包装图案在质感上多以平面的二维形式展现,工业化的平面印刷成分较多,想要在图案的质感上出奇制胜,一方面可以采取图案形态印刷三维化,使包装图案的质感更加立体,具有触觉和视觉双重冲击力,如赫哲族鱼皮画的包装,可以在包装图案设计上采用鱼皮画制作的形式,包装的图案立体化,与工艺品本身相一致,让

包装活灵活现。另一方面用就地取材的材料去表现,如赫哲族常用的鱼皮、桦树皮材料直接应用在包装图案上,大大增加包装设计的附加值,更能体现出赫哲族悠久而深远的历史文化,同时包装材料本身具有环保性,具有可持续使用的价值。

## 5 结语

赫哲族图案有着深厚的历史文化积淀,在来源、造型和色彩上都与其它各民族的图案有着明显的区别,因此在作为旅游纪念品包装的开发上,有着更强的独特性与视觉识别性,但现阶段赫哲族的图案应用不具有广泛性和特殊性。通过对孙子兵法中“奇正思想”的研究,把“奇正思想”引入到赫哲族旅游产品包装图案设计中,以市场为导向,深入挖掘“奇正思想”的思想内涵,在习近平总书记所提倡的少数民族文化问题方针指引下,把“奇正思想”带给我们的启示与包装图案的色彩、图形、质感相结合,既赋予赫哲族旅游产品包装以新的展现形式,又可为旅游产品包装图案设计开启一个全新的学术视角,进而可以更好的传递当地的民族文化,实现传统文化的一元形态向多元形态转变,在很大程度上提升本土旅游文化价值传承度与文化再生产能力。

### 参考文献:

- [1] 孙武. 孙子兵法[M]. 吉林: 吉林文史出版社, 2004.  
SUN Wu. Sun Tzu's Art of War[M]. Jilin: Jilin Literature Publishing House, 2004.
- [2] 王庆云. 孙子兵法的奇正思想与篮球运动[J]. 韶关学院学报, 2009(6): 116—118.  
WANG Qing-yun. The Ideology of Qizheng of Sun Tzu's Art of War and Basketball[J]. The School Newspaper of Shaoguan College, 2009(6): 116—118.
- [3] 郝时远. 文化多样性与“一带一路”[N]. 光明日报, 2015-5-28(11).
- HAO Shi-yuan. Culture Variety and the Belt and Road[N]. Guangming Daily Newspaper, 2015-5-28(11).
- [4] 王世卿. 赫哲鱼文化[M]. 哈尔滨: 黑龙江教育出版社, 2011.  
WANG Shi-qing. Fish Culture of Hezhe[M]. Harbin: Heilongjiang Educational Publishing House, 2011
- [5] 王英海. 赫哲鱼传统图案集锦[M]. 黑龙江: 哈尔滨教育出版社, 2011.  
WANG Ying-hai. Graphic Collection of Hezhe Fish[M]. Harbin: Heilongjiang Educational Publishing House, 2011.
- [6] 修宏寅. 陕西地区文化在旅游纪念品包装中的应用研究[D]. 西安: 西安工程大学, 2013.  
XIU Hong-yan. The Research about the Influence on the Packing of Tourism Souvenir by the Culture of Shaanxi[D]. Xi'an: Xi'an Polytechnic University, 2013.
- [7] 历宇佳. 长白山旅游纪念品的设计与应用[D]. 长春: 吉林艺术学院, 2017.  
LI Yu-jia. Design and Application of Tourism Souvenir in Changbai Mountain[D]. Changchun: Jilin College of the Arts, 2017.
- [8] 李殿仁. 孙子兵法谋略新解[M]. 北京: 国防大学出版社, 2009.  
LI Dian-ren. Interpretation on Sun Tzu's Art of War[M]. Beijing: National Defense University Publishing House, 2009.
- [9] 杨子勋. 平和自然之美 天真自由之心——赫哲族美术图案风格及成因探[J]. 美术大观, 2010, 30(8): 222—223.  
YANG Zi-xun. The Beauty of Peace, the Heart of Freedom the Style and Origin of Graphic Design of Hezhe[J]. Art Panorama, 2010, 30(8): 222—223.
- [10] 严卿方. 贵州少数民族图案在包装设计中的价值[J]. 贵州民族研究, 2013, 34(1): 61—63.  
YAN Qing-fang. The Value of Graphic of Gui Minority on Packaging Design[J]. Guizhou Ethnic Studies, 2013, 34(1): 61—63.