

2021/5/2 - 10:00

【專訪】香港設計路上馳騁一甲子  
尚未完成的志業 — 石漢瑞

# HENRY STEINER

STANDNEWS  
立場新聞



“我正等待一份  
將香港身份  
視覺化的委託。”

「要為你的專業感到驕傲，設計是一門專業，你選擇了它，就帶著它盡情奔跑吧。（Be proud of your profession. It's a profession, you take it and run with it.）」石漢瑞（Henry Steiner）致香港年輕設計師。原本略顯緊張的他，終綻開笑容，亦索性收起那疊事前準備好的手寫訪問筆記，直視前方。

Be proud of your profession. 現年 87 歲的石漢瑞，依然熱愛設計，堅信這專業無可取替。

石漢瑞被譽為香港平面設計之父，賽馬會、匯豐、置地等品牌標誌均出自其手，經典之作城內隨處可見。從耶魯大學藝術學院畢業後，他在紐約和巴黎從事設計與廣告，後來因工作關係赴港，一待六十載，比他到過的任何一個城市都久。

「到今年九月，才滿六十年。」石漢瑞糾正道。

1961 年 9 月，在《The Asia Magazine》工作開始前一個月，石漢瑞飛抵香港。原打算任職滿九個月就回紐約，最後卻沒有離開，更在香港設立了自己的設計公司「圖語設計」（後易名為 Steiner & Co.），專營品牌和企業形象設計。一甲子過去，香港知專設計學院（HKDI）終於在香港為他舉辦首個回顧展《石漢瑞的圖語世界》（Look: The Graphic Language of Henry Steiner）。

香港設計之父 #石漢瑞——在香港設計道路馳騁半世紀



石漢瑞一直被視為設計界的殿堂級人物、香港平面設計的開荒者，他卻不時笑說自己像的士司機，只要客人告訴他要往哪裏去，就「落旗」開車。而維他奶、牛奶公司、連卡佛等本地企業與國際品牌，都曾搭乘這架的士，前往各自的目的地。

馳騁大半世紀，教人更好奇，他從何處出發，看過哪些風景。

「我生於維也納，成長於紐約，在香港找到自己的位置。（I was born in Vienna, I grew up in New York, I found my place in Hong Kong.）」繞過地球半圈的一生，竟如此輕描淡寫。



石漢瑞

#### 幸運

的士，也是開啟石漢瑞一生的關鍵詞。

1934年奧地利內戰期間，其母在陣陣槍聲之下乘著的士趕往醫院。就在這麼一天，石漢瑞來到這個世界。五年後，德奧合併，擁有奧地利猶太人血統的石漢瑞隨父母逃離家園，從鄰近維也納的巴登前往紐約。

「人無法選擇自己的出生地。」雖在戰亂中出生，童年經歷逃亡，但他還是常把「幸運」掛在嘴邊。兒時能趕在二戰爆發前離開維也納，幸運逃過一劫；長大後，遇上平面設計，有幸找到人生志業。

「我很幸運能找到自己想做並且擅長做的事。過去我根本不知道那是什麼，直到初次聽到『平面設計』一詞。」那次相遇，發生在石漢瑞從亨特學院藝術系畢業那年。

當時，版畫大師 Gabor Peterdi 是石漢瑞的指導老師。協助學生作生涯規劃時，Peterdi 發現石漢瑞上課時總是缺乏自信。大學四年，石漢瑞最享受的事情是擔任校報、文學雜誌的藝術總監、設計劇場年報等，均與課堂無關。或許志不在當藝術家，老師遂提議石漢瑞到耶魯大學修讀「平面設計」碩士學位——美國第一個平面設計碩士課程。

「好啊。」二十出頭的懵懂青年接著問：「那是什麼？」

這段普通的師生日常，讓石漢瑞的人生轉入直路。

聽取 Peterdi 建議考進耶魯大學後，石漢瑞師從為 IBM、美國廣播公司（ABC）設計商標的平面設計大師 Paul Rand。尚未畢業，他已為概念藝術家杜象（Marcel Duchamp）的《From the Green Box》作書籍設計。1958年，他獲得傅爾布萊特獎學金，前往巴黎索邦大學深造，之後於巴黎、紐約從事平面設計工作。

「很慶幸能找到設計。我是個差勁的畫家，我能夠畫畫，但我沒有東西想表達。現在我需要說的話，就是客戶想說的。替客戶傳遞訊息，就是我的工作。」

石漢瑞帶著他引以為傲的專業，穿梭於不同國度，最終駛向那未知的城市。



四歲的石漢瑞 (左) 石漢瑞母親的護照 (右)

啟程

1961年，石漢瑞時任《The Asia Magazine》設計總監，獲派到香港工作。然而，對日本以外的亞洲地區毫無概念的他，沒有馬上接受公司調遣，而是跑去詢問行內前輩的意見。

先是泛美世界航空 (Pan Am)、MoMA 標誌的設計者 Ivan Chermayeff。Chermayeff 說，若能去「東方之珠」，要他當船員也願意。聽完，有點心動。但謹慎起見，再問問偶像之一、《Bazaar》雜誌藝術總監 Henry Wolf。Wolf 提議：「去九個月吧，並開價月薪1000美金。」雜誌社答應要求。石漢瑞坐上前往香港的航班。

一落地，便是六十年。

石漢瑞初來乍到時，香港只有「商業藝術」，尚未有西方所謂的「平面設計」。他也常被理解為商業藝術家，「這很可笑，像是在說一個人想要當藝術家但失敗了，所以只好當商業藝術家」。石漢瑞強調自己做的是設計，不是藝術。

雖然當時社會普遍對平面設計一無所知，卻也正因前無古人，石漢瑞才能作出在別的地方未必可行的新嘗試，「這裡（對設計）沒有太多期許，也沒有人領導設計行業（there were no expectations, there was no president for design when i came）」。

回溯石漢瑞這一甲子的作品，有像匯豐標誌、渣打鈔票般歷久不衰，也有不少玩味十足的設計。例如結合中國古代女性畫像與現代女性影像的《The Asia Magazine》廣告（1965）；把寫有「石」字的色紙貼在阮玲玉臉上的《海平面》雜誌封面（1999）；還有，曾引起坊間一陣爭議的香港設計師協會「98設計展」海報——他借用西班牙藝術家法蘭西斯科·哥雅的作品《裸體的馬哈》，在裸女前拼上一支毛筆，把觀眾的目光引到筆尖上。



香港設計師協會「98設計展」海報 (右)



石漢瑞為牛奶公司設計標誌

一提到設計，石漢瑞總把這三句話掛在嘴邊：

「設計不是商業藝術。」

「設計不是裝飾。」

「設計不是藝術。」

他指出，設計是關於形式與功能，「功能決定形式 (Form follows function)」，而設計的功能是溝通 (communication)，其關鍵在於受眾能否理解箇中信息。有別於裝飾，設計不只停留在顏色、字體等形式或品味判斷。身為設計師，石漢瑞甚至不希望人們看到某個標誌的第一反應是去留意誰是設計者，或者說「那是Henry Steiner 的作品」，他只願引起受眾興趣，使他們主動去了解是哪一家公司或活動。

「我替客戶表達，不是替我自己。」石漢瑞重申。藝術不同於設計，前者關於自我，後者則以客為先。「設計涉及眼睛和腦袋，以及某程度上的藝術。」但不等於藝術。

綜觀自己逾百份作品，石漢瑞會視之為藝術的，大概只有十年前在畫廊漢雅軒為他舉辦的個展《Western Campsite Monument》時展出的作品。

#### 無法尋獲的應許之地

「沒有客戶請我做這件事，那是一次自我表述.....是我能力所及下，最接近藝術的一次。( i didn't have a client ask me to do it. It's meant to be self expression.....that was the closest I have gotten to art as i can.)」石漢瑞憶述。

所謂「Western Campsite」，是指他居住了 22 年的西營盤。《Western Campsite Monument》由九張照片組成，拍的都是他住所附近一座建築。除了照片以外，還有他為香港撰寫的一首同名詩，詩中除了希伯來聖經典故外，還有不少港人熟悉的字眼 financial virus、23 articles、Failing Star Ferry.....

當時，他曾形容《Western Campsite Monument》是一次有關尋覓「應許之地 (promised land)」的企劃。惟十年過去，仍未尋獲。

「我們一直在尋覓應許之地，但永遠無法到達，那是關於未來的，是推動你前進的力量。(we are looking for the promised land, we never get there, it's something in the future, something that we go for.)」所以，香港即便住上六十年，也不會是應許之地。

那香港是什麼？他說，是家。

「我留在香港是因為這是個具啟發性的地方，總能帶給我驚喜。香港是一個新城市，大概180年歷史。相較於紐約或巴黎，它就像個嬰兒。能夠參與它的成長，我很榮幸。( I like being able to participate in that growth. I feel privileged. )」嬰兒尚未長大成人，這位設計師已滿頭銀絲。



結合中國古代女性畫像與現代女性影像的《The Asia Magazine》廣告 (1965)

石漢瑞強調，港人是獨一無二的存在，是他們讓香港成為香港（It's the people who make Hong Kong）。「當我提到『香港』的時候，意指其人民。我很尊敬他們，他們非常友善有禮。還有語言（廣東話），當你對它稍有認識，就會知道它是多麼親切、清晰。（When I say Hong Kong, I mean the people, I generally respect them, I think they are very polite. And the whole language, once you know a little bit about it, it's very kind, very clear.）」

在石漢瑞看來，香港有其他城市沒有的獨特活力，值得大家引以為傲，同時也有所欠缺。「香港的問題在於（需要）更容易被辨認（recognitions）、更好的品牌形象。」

他舉例指，提及巴黎，人們會想到艾菲爾鐵塔，說起倫敦則會想到大笨鐘，紐約有帝國大廈，三藩市有金門大橋，而「香港雖然是一個舒適又高效率的城市，但我不認為它有這一類『形象』。（It's a comfortable city, it's efficient, but i don't think it has that image yet.）」

不一定是建築，可以是任何事物，總之要能讓人留下深刻印象，又可代表香港。基於對設計這專業的尊重與謹慎，石漢瑞不願在現階段對就香港形象再多作評論或建議。

他解釋，「我像一輛的士，直至『落旗』前都不會開車（i am like a taxi, i don't start until the flag goes down）。換言之，我需要一個客戶，我需要一個企劃，我不會忽然花時間去苦惱香港形象.....先自己空想一堆東西，然後希望有客戶會主動採納，這並不專業。（it's not professional just to make up your own things and hope that the client would pick it up）」

石漢瑞再以醫生為喻，要有病人主動上門求醫，才能對症下藥。設計師也一樣。在客戶出現前，他不會貿然出主意，「香港是個宜居城市，但從來沒有人討論過它是甚麼、該如何定義。這是設計師的工作，要有人擔起這項挑戰。（Hong Kong is a great city in living, but it doesn't communicate what it is and defining that is a designer job. and it's a challenge i think somebody should take up.）」

身為國際知名設計顧問公司創辦人，石漢瑞願意接受挑戰嗎？

「如果的士『落旗』，當然會！（If the taxi flag comes down, Sure!）」

石漢瑞笑言，生而為人總會有所追求，大概只有長眠不醒之時，才會無所欲求。此刻此刻，除了希望提高大眾視平面設計為專業的意識外，他還有尚未完成的心願——「我正等待一份將香港身份視覺化的委託」。（I'm still concerned with improving awareness of Graphic Design as a profession. Also looking for a commission to visualize Hong Kong's identity.）」

老牌的士，尚未熄火。在他駛到人生終點前，能等到那位客人嗎？



## 【專訪】香港設計路上馳騁一甲子 尚未完成的志業 — 石漢瑞 | 立場人語 | 立場新聞

石漢瑞事先準備了一大疊手寫筆記。好幾道訪問題目，他都寫滿了一頁 A4 紙。

攝 / 劉子康

文 / 鄭晴韻

採訪 / 鄭晴韻 陳詠姿

場地 / HKDI

參考資料：Henry Steiner, "Graphic Communications Essays on Design", Hong Kong: Rennie's Mill Press, 2021.



15 Likes

Register as a free Liker



立場新聞

Register now