

The background of the cover is a dramatic, dark blue and purple sky with white lightning bolts. Three falcons are shown in flight, their wings spread wide, flying from the top left towards the bottom right. Below them are three speckled eggs, one small, one medium, and one large, arranged diagonally from the top center towards the bottom right. The title text is overlaid on the center of the image.

芬兰最佳平面设计师 赫贝·卡斯特玛

于隽 编著

 山东美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

芬兰最佳平面设计师. 赫贝·卡斯特玛 / 于隽编著.
济南: 山东美术出版社, 2008.1
ISBN 978-7-5330-2500-7

I.芬… II.于… III.平面设计-作品集-芬兰-现代
IV.J534

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 196764 号

策 划 马晓东

责任编辑 徐 璐

美术编辑 徐 璐

版式设计 于 隽

出版发行: 山 东 美 术 出 版 社

济南市胜利大街39号 (邮编: 250001)

<http://www.sdmspub.com>

E-mail: sdmscbs@163.com

电话: (0531) 82098268 传真: (0531) 82066185

山东美术出版社发行部

济南市顺河商业街1号楼 (邮编: 250001)

电话: (0531) 86193019 86193028

制版印刷: 山 东 新 华 印 刷 厂

开 本: 889×1194毫米 20开 4印张

版 次: 2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

定 价: 28.00元



目录

■ 现代设计的脸面 方 海	2
■ 平面设计在芬兰	4
■ 赫贝·卡斯特玛——先锋与超现实主义 者 Hannu Kontinen	6
■ 旅游、公益与展览招贴	9
赫尔辛基城市宣传系列广告	
芬兰摇滚音乐节系列招贴	
公益与展览招贴	
■ 杂志与图形	31
杂志与公司推广图形	
标志设计	
■ 商业品牌推广与产品宣传广告	39
MIC MAC 牛仔裤系列宣传广告	
苹果电脑图形竞赛系列广告	
LAUNE 矿泉水系列广告	
TULIKIVI 皂石保暖壁炉系列广告	
GENELEC 专业音响系列广告	

J534/126

:1

2008

芬兰最佳平面设计师

赫贝·卡斯特玛

于隽 编著

 山东美术出版社

现代设计的脸面

人口只有五百多万的北欧小国芬兰是一个现代设计大国，在现代建筑 and 设计的各个领域都取得举世瞩目的巨大成就，平面设计是这个成就的一个重要组成部分。著名的设计大师库卡波罗曾经说过：设计是一个国家的脸面，而平面设计是整个现代设计的脸面。

芬兰的平面设计与国际流行趋势一脉相承，但总能自然而然地结合芬兰传统设计的思维特色，这种思维是以功能主义、简约风格和人本主义为主要原则。平面设计教育在芬兰非常普及，许多大学和相关院校都设有专业教程，这其中影响最大的是赫尔辛基艺术设计大学，其学科完备、完善，并始终保持发展的状态，许多最前沿的设计学科都能在该校得到充分的展示。在平面设计方面，多媒体与高科技的结合日益受到重视。芬兰的设计学院的教学始终坚持文化和历史的背景，同时又与国际设计潮流紧密联系，在教学实践上从手绘图示、电脑制图到印刷车间都极具特色。芬兰的高校专业教育历来重视与社会的密切联系，时常能由公司和社会组织提供课题，使学生有足够的实践经验。

在平面设计中，利用基本概念元素“点、线、面”进行各种创意组合而构成的丰富图形，往往具有意想不到的形态和视觉冲击力。直线的强壮平稳，曲线的温柔动感，点的聚焦能力，面与色彩的变化莫测，各种创造性的排列组合，以其单纯、醒目、强调等特色，成为平面设计丰富多彩的构成方法。芬兰的设计师在熟识基本构图规则的同时，更时常容入大自然的熏陶。以各种独特的方式强调点、线、面、形、色及质感等视觉要素的构成，不断探索和拓展平面设计的领域。各种新技术的运用使过去难以想象的图形成为现实，高科技的迅猛发展为艺术的创造注入了新的生命力。

优秀的设计师能够将平面设计变成人们精神上的淳美享受。不论是海报招帖、企业标识还是邮票明信片，

在芬兰平面设计师的作品中，人们总能感受到这个民族特有的憨朴沉稳、温和善良的性格。他们在设计中注入了许多美好的东西：友善、关爱、纯真、质朴、与大自然的和谐相处……观赏这类作品使人领略到一种充满友爱、洋溢温馨、自然平和的纯朴境界。除了传播信息之外，芬兰的平面设计还具有感人的积极向上、热爱生活、陶冶情操的内涵。

创造性和个性是芬兰设计师保持旺盛创作生命力的唯一选择，设计师们会在实践中学会认识在国际潮流中“真正的精神是什么”。在当今的信息时代设计师要追随图像媒体的变化是很容易的，但也会因此而迷失自己的身份。因此，芬兰著名平面设计教育家阿尔托玛教授认为，平面设计师应对整个世界，对建筑、电影、古典绘画、现代艺术等诸多方面保持一种前卫的认识状态，并自此产生自己的设计理念。同时，有创意的设计师不能丢失自己的文化背景，因为任何一位设计师，其内在的思维都与其自身的生活语言、环境体系和文化底蕴不可分割，真正原创的作品会在这两点间产生。

赫贝·卡斯特玛和艾默·加达雅马奇是当代芬兰平面设计师群体中的杰出代表，两位设计家的作品虽然风格迥异，但却同样睿智巧思、洞透有力，他们的每一件作品都充满耐人寻味的魅力。本书的编撰者于隽女士现工作于芬兰，她在国内获得平面设计的硕士学位，又曾先后留学于赫尔辛基艺术设计大学和赫尔辛基商业大学，具有不同文化背景下的学习和专业工作经验，对芬兰的社会人文、设计公司的商业运作、设计师的生活状态有着较深的了解，相信她精心选编的两本关于芬兰平面设计家的书会对我国相关领域的设计工作者有所启发。

赫尔辛基艺术设计大学研究员

方海

平面设计在芬兰

在芬兰，最早出现的平面设计被认为是产品包装和报纸广告，随着19世纪中叶芬兰许多新产品制造商的出现，包装以神奇而引人入胜的面貌出现在市场上，随着时间的推移，它们使自身的印象深深地刻在了公众的购买意识中，在产品的影响力方面成为无言的推销员。芬兰在19世纪与20世纪之交开始出现绘制的试验性的招贴，其后招贴设计被快速地向前推进，由于芬兰的招贴非常独特而典型，在当时常常成为欧洲大陆性城市的典范。20世纪20年代芬兰结束战争获得独立之后，国家经济迅速恢复与发展，从而导致了迎合产品的广告宣传所需要的平面设计这一专业的产生。

芬兰在1933年建立了平面设计师协会，它也是斯堪地那维亚同盟和平面设计协会国际会议组织的一员，目前约有成员800名，其中一半为广告设计师，另外一半为插图设计师、版式设计师、展览设计师及包装设计师。芬兰平面设计师协会在促进芬兰平面设计的宣传推广以及监察它的成员在经济上和法律上的利益方面发挥了重要作用，它最显著的工作成绩是开展各种各样的竞赛活动，其中最大的是为广告和平面设计而设的“年度最佳设计”竞赛。

芬兰平面设计师协会的最高荣誉称号是“年度最佳平面设计师”，首届评选始于1985年。该荣誉专门授予那些对芬兰平面设计发展有突出贡献的设计师，其中有著名的卡里·碧波(1990年度最佳平面设计师)和达帕尼·阿尔托玛(2001年度最佳平面设计师)。本系列书中所介绍的平面设计家赫贝·卡斯特玛与艾默·加达雅马奇分别在1987年和1999年获得这项最高荣誉称号。在国际上，赫贝·卡斯特玛是嘎纳广告电影节影视广告银狮奖的获得者，艾默·加达雅马奇是华沙国际招贴双年展金奖的获得者，芬兰在当代平面设计领域可谓人才济济。

平面设计与商业有着紧密的联系，好的设计能增强企业的市场竞争力并为商品增加附加的价值。平面设计的最终目的是为商业、文化和社会服务，达到这一目的的设计方法和视觉语言千差万别。由于特定的文化传统和审美，芬兰人比较偏爱蓝色，喜欢简约的风格，很多芬兰平面设计师的作品也呈现了这一特征，然而他们的设计构思与风格却绝少雷同。赫贝与艾默具有浓郁个人色彩的图形设计，从一个侧面反映了芬兰平面设计师对独创性与个性的坚持。此外，优秀的设计师除了具有独立思想，往往对本土的商业、文化和社会特征都有着深入的了解与把握。

芬兰平面设计师对职业的选择大致有自由设计、经营个人设计事务所、受聘于广告公司、出版公司、学校或大企业的设计部等几种。一般来说，大中型公司职能划分明确，领导者专注于长期的策略和商业运行，专业经理进行市场研究和开发，要求设计师业务精湛、工作经验丰富。虽然大中型公司设计收费高昂，但其能够承接大型项目和保证设计的质量，从而成为大企业的首选。芬兰大多数的产业为私人拥有，其中以私有中小公司占有的比例为最高，个人设计事务所和自由设计师在这个群体中发挥了他们的优势和作用。

用于印刷的传统平面设计在当今的芬兰社会仍有着巨大的需求，如街头不断更新的巨幅印刷广告；公共汽车、电车、地铁、火车上的宣传和竞选广告；难以计数的投递到消费者家中的购物画册、产品说明书和传单；商店内外的悬挂广告以及杂志、报纸、书籍、新公司的形象策划和老公司的样本更新等等。另一方面，芬兰现代科技日新月异的发展，对平面设计领域造成了前所未有的冲击。在一个信息化程度很高的新的社会构架中，平面设计师必须面对新的需求的挑战，如界面设计、移动与交互图形设计等，都要求设计师了解新媒介的特性，去用新的思路和方法处理问题。芬兰平面设计师也深刻地认识到，设计不能只从技术层面上出发，它是一个含有社会性、文化性、艺术性因素的综合整体，今天的平面设计师肩负着更为宽广领域的美学责任。

赫贝·卡斯特玛——先锋与超现实主义者

撰文：Hannu Konttinen

在西方经济世界东北端的芬兰，关于荣誉与名声的激战持续不断地在广告界进行着。在夜晚还是时尚，到清晨就已过时，在这个兴奋与躁动的世界，据说声誉只能持续15分钟，明星地位最多只能维持5年。但这一准则对赫贝·卡斯特玛却丝毫不适用。

我第一次听说赫贝是在20世纪60年代首次涉足广告业的时候，人群中已开始传问谁是这名从赫尔辛基艺术与设计大学毕业的年轻的叛逆者。他的作品先是展露在摇滚刊物、文化杂志和招贴上，接着又呈现在变革性的时装物品上，尤其是那些印着图形的T恤。赫贝的作品超越了他所处的时代，他的风格具有嬉皮士的能量、流行音乐的活力、现代艺术的生气勃勃和年轻时尚的世界性语言。广告公司的保守主义者们对之频频摇头，在当时充斥着古典爵士乐，黑色套装和橱柜以及沉闷冗长的生意午餐的业届，赫贝显得极不相称。但新一代的广告商们却满怀欣喜向他表示欢迎。滚石、Frank Zappa、安迪霍沃尔、Mao Unisex、摇滚和流行乐都尝试着采用赫贝的作品。陈旧的模式被新生的一代迅速替代。

在20世纪70年代我有幸与赫贝在两家公司共事，他在广告界获得的众多奖项以及在艺术领域中的实验性尝试，如芬兰第一个立体塑料气泡图形招贴，使这个年轻人在当时的赫尔辛基赫赫大名。那些年我从他身上学到了对于搜寻新事物与观念的执着态度。赫贝最喜爱的词就是“创新”与“前卫”。

我们曾经常讨论何为广告的本质和精髓，我所倾向的都是些较为普通的想法，但赫贝总是更激进些。因为对市场和客户比较在行，我考虑更多的是分析市场和客户的需求和价值取向，而赫贝则认为作为设计与创意人员不应把自身陷于市场与客户之中。对于我无休止的分析，赫贝坦言道：“知识是力量，但很多知识是无

用的！”他认为太多的知识与分析反而给思想加上了束缚，当时的芬兰广告正经历着一场变革，赫贝就是其中的一员。

如果不放弃旧的东西，新的机遇就不会诞生。我们后来各自转换到不同的公司，赫贝又开始了他的一个新时期。在手绘时代进入了电脑时代的业界革新中，他再次成为一名先驱者，成为芬兰第一个使用计算机的广告设计师。通过对多层图片的整合以及对图形的处理，他的作品开始展现深入潜意识的超现实主义。初期他的图形完成于 Repros 的大型电脑，后来他采用逐渐个人化、小型化的苹果电脑对图形进行整合处理。赫贝用了“瞬间神奇”一词来命名自己的这种风格，“在我看来这个称法很好地描绘了广告设计师的工作，对客户来说他们具有对产品的全面了解及对产品未来发展方向的认识。我的职责是创造出代表产品的画面或形象，并让人们快速准确地接受。这种职责也是给产品在合理的程度上寻找到一个合理的空间，通过一些怪异、神秘、幻想的方式从一种全新的角度给产品带来意趣。”

“瞬间神奇”这种理念从赫贝 20 世纪 80 年代的设计作品中随意可见，例如他给 Mic Mac 设计的超现实性的青年时装广告，使得这种牛仔裤在当时风靡一时，而赫贝也因之再次获得大堆的奖项。赫贝的设计究竟得了多少奖项，连他自己都不清楚，其中最优秀的已被记载在芬兰的广告历史中。如他创意策划的一个反对皮毛养殖的广告片“吸血鬼”，在 1980 年的嘎纳广告电影节上一举获得银狮奖，又在 clio 广告节上获得大奖。该片还在 1981 年的好莱坞影视广告大赛上获得公益广告类大奖，“吸血鬼”一片所传达的信息再次超越了当时的观念，直到十年后人们才开始思考芬兰的皮毛养殖问题。1987 年赫贝得到了白金最高成就奖，这个奖项专门授予具有长期显著和突出职业表现的设计师，这也许是芬兰广告设计师所能获得的最高荣誉。

在芬兰最好的几家广告公司工作后，赫贝认为是时候在赫尔辛基市中心成立自己的设计事务所了。于是，1990 年赫贝·卡斯特玛广告事务所正式成立。“我想完全凭个人条件进行广告、图形、标志等方面的创意设计，看看我的翅膀能把自己带到何处。”赫贝又理所当然地成为了商业家，他乘风展翅，仅在事务所成立两年之后

就被评为当年的芬兰最佳平面设计师。

今天的“瞬间神奇”活力依然，在 21 世纪电脑图形设计的主流中，能达到赫贝在图形中所能创造的那种神奇程度的为数甚少。“赫贝的设计竟然比我们年轻人的还新潮！”一名学平面设计的赫尔辛基艺术设计大学的学生曾向我赞叹。媒体报道依然对赫贝的作品兴趣盎然，一些报道的标题把赫贝描述成“潜意识的渔夫”、“特殊的超现实主义”、“现实与神话的编织者”。

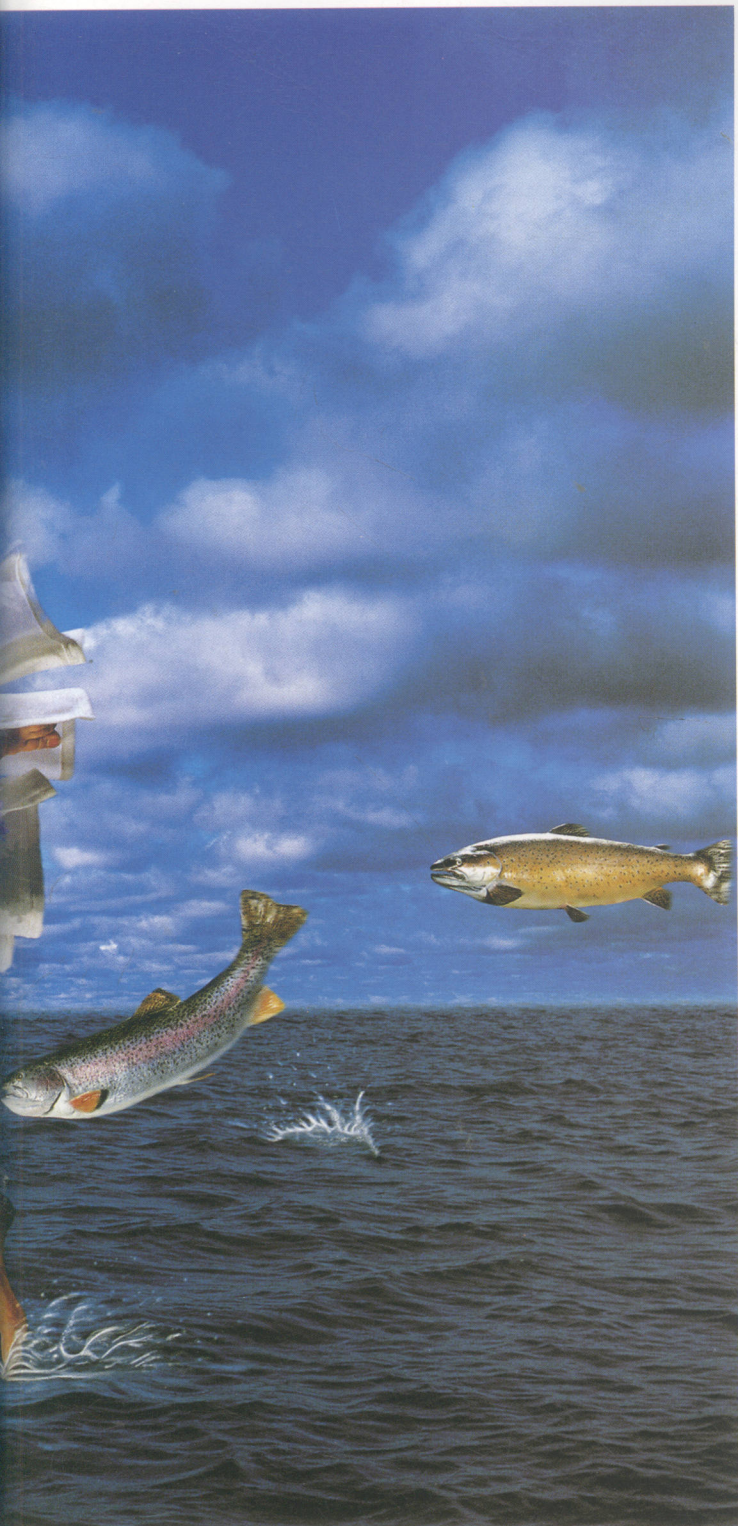
最为荣耀的可能是芬兰最大的设计期刊所作的评估，在对芬兰独出心裁的创意人才的评选中，编辑 Seija Sartti 在评出的少有的几位顶尖级人物中特别给予赫贝这样的评价：“广告创意的天才”。

（译注：Hannu Konttinen 是芬兰十分著名的广告编案人，特为本书撰写了这篇文章，他曾先后在三家广告公司与赫贝·卡斯特玛共事。）

旅游、公益与展览招贴







赫尔辛基城市宣传广告

设计与艺术指导: Herbie Kastemaa

摄影: Pekka Nuikki



赫尔辛基城市宣传招贴(1)

被大海所环绕的赫尔辛基一向被喻为波罗的海的女儿，海面远处是赫尔辛基的标志性建筑东正教大教堂。设计师提炼出最有象征性和代表性的东西，展现出一个神奇的令人向往的海滨城市。

设计与艺术指导：Herbie Kasternaa

摄影：Pekka Nuikki



Scandinavia meet Byzantium in **helsinki**

赫尔辛基城市宣传招贴(2)

海鸥的形象由波罗的海盛产的鱼类组成，洋葱暗示着赫尔辛基大教堂的尖顶，到过这个城市的人是不是觉得似曾相识？

设计与艺术指导：Herbie Kastemaa

摄影：Pekka Nuikki