یک قرن طراحی گرافیک

مؤلف: جِرِمی آینسلی

مقدمه: رضا عابدینی

مترجمان: آزاده اعتصام، محبوبه توتونچی

انتشارات یساولی

Aynsley, Jeremy
آینسلی، جرمی
یک قرن طراحی گرافیک/ مولف جرمی آینسلی؛ ترجمه آزاده اعتصام، محبوبه توتونچی. - تهران: یساولی، ۱۳۸۸.
۲۵۶ ص.: مصور.
ISBN 978-964-306-436-5
فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیپا
عنوان اصلی: A Century of Graphic Design
۱. گرافیک—تاریخ—قرن۲۰م. ۲. طراحان. الف. اعتصام، آزاده، ۱۳۵۸- توتونچی، محبوبه، ۱۳۵۹، مترجم. ب. عنوان.
NC ۹۹۸/۴/آ۹ی۸
۷۴۱/۶۰۹۴۳۰۹۰۴۱
کتابخانه ملی ایران
۱۱۶۷۳۸

یک قرن طراحی گرافیک
مؤلف: جرمی آینسلی
مقدمه: رضا عابدینی
مترجمان: آزاده اعتصام، محبوبه توتونچی
ویراستار: مریم معصومی
لیتوگرافی : نقش آفرین
چاپ اول: ۱۳۸۹، چاپ رنگ پنجم
تیراژ : ۳۵۰۰ نسخه
ناشر: انتشارات یساولی
تهران: میدان انقلاب، بازارچه کتاب، تلفن: ۶۶۴۶۱۰۰۳ نمابر: ۶۶۴۱۱۹۱۳
تهران: میدان انقلاب، خیابان اردیبهشت، ساختمان ۲۵۳، واحد ۳۰۲ تلفن: ۶۶۴۰۹۴۷۹
info@yassavoli.com
www.yassavoli.com
شابک: ۵-۴۳۶-۳۰۶-۹۶۴-۹۷۸
حق چاپ محفوظ
بها: ۱۲۰۰۰ تومان

فهرست

مقدمه ۶

یک حرفه جدید

پیتر بهرنس ۱۶
هنری ون‌دی‌ولد ۱۸
ویل بردلی ۲۰
پوسترهای نوین ۲۲
گرافیک برای فروش ۲۶
جنبش کسب حق رأی ۲۸
اریک گیل ۳۰
وینر ورک اشتته ۳۲
چارلز رنی مکینتاش ۳۶

طراحی نوین و تجربه‌های هنری

فوتوریسم ایتالیایی ۴۲
پوسترهای جنگ جهانی اول ۴۴
ادوارد مک نایت کوفر ۴۶
ای. ام. کاساندر ۵۰
دستیل ۵۴
ال لیسیتزکی ۵۶
الکساندر رادچنکو ۵۸
باهاوس ۶۰
لازلو موهولی-ناگی ۶۴
هربرت بایر ۶۶
یان شیکولد ۶۸
رینگ ۷۰

فُتومونتاژ ۷۴
الکسی برادوویچ ۷۸
آرت‌دکو ۸۰
استودیو بوگری ۸۴
کارل تیگه ۸۶
لادیسلاو ساتنار ۸۸
هنریک ورکمان ۹۰
هویت ملی ۹۲

مدرنیته اواسط قرن

هرمان زَف ۹۸
مکس بیل ۱۰۰
هربرت مَتر ۱۰۲
سائول باس ۱۰۴
پل رَند ۱۰۶
سایپ پینلز ۱۱۰
لستر بیل ۱۱۲
لئو لیونی ۱۱۴
برنار ویلمو ۱۱۶
آبرام گیمز ۱۱۸
اف. ایچ. کی. هنریون ۱۲۰
طراحی مجلات ۱۲۲
یوزف مولر- بروکمن ۱۲۴
برونو موناری ۱۲۶
اُوله اکسل ۱۲۸
طراحی برای سیستم حمل و نقل ۱۳۰

ایوان چرمایف ۱۳۴
ماسیمو ویتیلی ۱۳۶
رابرت براونجان ۱۳۸
یوساکو کامیکورا ۱۴۰
هنریک توماژوسکی ۱۴۲
کاورهای موسیقی جاز ۱۴۴

هنر مردمی، انهدام و جایگزین‌های آن

ماسین ۱۵۰
استودیو پوش‌پین ۱۵۲
هرب لوبالین ۱۵۶
شیوه پاپ در خیابان‌های اصلی ۱۵۸
گرافیک توهم‌گرا ۱۶۰
نشریات زیرزمینی ۱۶۲
طراحی گرافیک چینی ۱۶۴
رومن سیسلویش ۱۶۶
پوسترهای کوبایی ۱۶۸
گراپوس ۱۷۰

مدرن پسین و فرامدرنیسم

پنتاگرام ۱۷۶
ویم کروول ۱۸۰
یان وان تورن ۱۸۲
گرت دامبار ۱۸۴

هارد ورکن (تلاش سخت) ۱۸۶
موریل کوپر ۱۸۸
ولفگانگ وینگارت ۱۹۰
دان فریدمان ۱۹۲
برونو مونگوزی ۱۹۴
ایکو تاناکا ۱۹۶
جیم رید ۱۹۸

طراحی در دوره دیجیتال

آپریل گریمَن ۲۰۴
مجلات مد ۲۰۶
خاویر ماریسکال ۲۱۰
وُگن الیور ۲۱۲
دانشکده هنر کرنبروک ۲۱۴
امیگره ۲۱۶
تیبور کالمَن ۲۱۸
اریک اشپیکرمان ۲۲۰
نویل برادی ۲۲۲
چرا همکاری نکنیم؟ ۲۲۴
جاناتان بارن‌بروک ۲۲۶
ایکو ایشیوکا ۲۲۸
دیوید کارسون ۲۳۰
اوت+ اشتاین ۲۳۲
اَدباستَرز ۲۳۴
طراحی، نویسندگی، تحقیق ۲۳۶
سایان ۲۳۸

تقریباً هر بار که وارد کلاس تازه‌ای می‌شوم این تست را انجام می‌دهم که از دانشجویان بپرسم آیا می‌توانند نام ده طراح برجسته جهان را با یک اثرشان روی کاغذ بنویسند. و تقریباً همیشه هیچکدام نمی‌توانند این کار را بکنند!

و این یک مشکل عمومی است و حتی بین‌المللی. چون گاهی حتی دانشجویان در دیگر مدارس و دانشکده‌های هنری هم قادر نیستند این کار را بکنند اما مطمئناً هیچ طراح برجسته‌ای را پیدا نمی‌کنید که آرشیو عظیم و دقیقی از طراحان برجسته، نقش مؤثر آنها در طراحی گرافیک و آثارشان را در ذهن نداشته باشد و این کاملاً بدیهی است.

اما از آنجا که رشته‌های هنری به طور کلی دچار بدفهمی شده‌اند خصوصاً در زمینه آموزش. این‌طور به نظر می‌رسد که مطالعه دقیق مباحث نظری و تحقیق در زمینه‌های تاریخی و تئوریک، موضوعی کاملاً فرعی است و این کم‌سوادی و یا حتی بی‌سوادی از همین‌جا ناشی می‌شود. و جالب آنکه این کمبود حتی از طرف برنامه‌ریزان آموزشی هم اهمیت چندانی ندارد و نداشته است زیرا از بدو تأسیس رشته طراحی گرافیک در ایران تا امروز هرگز درسی به نام تاریخ گرافیک در هیچ دانشکده‌ای تدریس نشده و یا حداقل به طور رسمی عنوان درسی با این نام وجود نداشته است و این جای تعجب و تأسف بسیار دارد.

معتقدم هنر گرافیک و طراحی گرافیک علی‌رغم آنکه خود ما فرهنگ و سابقه مفصلی در هنرهای بصری و خوشنویسی داریم، پدیده‌ای جدید و متفاوت به حساب می‌آید. در توضیح باید اضافه کنم به نظرم بسیار ساده‌لوحانه است اگر میتیاتور را در ادامه تصویرسازی معنی کنید و یا کتاب‌آرایی اسلامی را صفحه‌آرایی و ادیتوریال بدانید و یا خوشنویسی را با تایپوگرافی کلاسیک غرب یکی کنید. البته این اشتباه بارها و بارها تکرار شده است و نمی‌دانم چرا این تصور پدید آمده که ما به عنوان ایرانی باید همه چیز را از قبل داشته باشیم و این نوعی افتخار به حساب بیاید. حال آنکه عظمت و شکوه هنرهای تصویری ایرانی و خوشنویسی ایرانی نیازی به تأیید طراحی گرافیک در قرن بیستم و بیست و یکم ندارد. اما این دلیل نمی‌شود که ما آنها را یکی بدانیم. اگر کمی در تاریخ و حکمت تاریخ مطالعه کرده باشیم، متوجه این قیاس بی‌وجه خواهیم شد.

از طرف دیگر گمان می‌کنم این گونه نظریات از طرف کسانی ابراز می‌شود که به نوعی قصد فرافکنی دارند. یعنی در توجیه بی‌اطلاعی خود از پدیده‌های مباحث نظری در حوزه کار خود، آنها را بی‌فایده می‌دانند چرا که معتقدند ما خودمان بهترش را داشته‌ایم. تنها برای روشن شدن این تفاوت باید گفت که طراحی گرافیک، هنری است که ذاتاً و ماهیتاً ماحصل پدیده تکنولوژی است و اگر طراحی این را درک نکرده باشد هرگز نمی‌تواند درکی از تحولات و گستره طراحی گرافیک در جهان امروز داشته باشد که متأسفانه تعداد این‌گونه طراحان در ایران کم نیست.

با این مقدمه قصد داشتم بگویم که چقدر از انتشار هر کتابی در حوزه مباحث نظری و تاریخ طراحی گرافیک خوشحال می‌شوم. در یکی دو سال اخیر خوشبختانه چند کتاب مربوط به تاریخ طراحی گرافیک در غرب و یا فهرست طراحان به شکل خلاصه منتشر شده است و زمینه را برای تمرکز بر روی موضوعات و یا محدوده‌های تخصصی‌تر آماده کرده است بنابراین کتاب حاضر به تعبیری به موقع منتشر می‌شود زیرا با نگاهی دیگر به شکل حرفه‌ای‌تر به محدوده‌ای مشخص از طراحی گرافیک نظر می‌کند.

واضح است که چنین کتابی قطعاً از حیث اهمیت در حد کتب مرجع است و خوانندگان

می‌بایست آن را به عنوان منبع دست اول برای تحقیقات و مطالعات بعدی خود قرار دهند. همچنین در معرفی این کتاب باید گفت که برای معرفی طراحان و تحولات مرتبط به آنها، نویسنده کتاب، انتخابی فوق‌العاده دقیق و حساس داشته است و تلاش کرده پدیده‌های کلیدی را در این مقطع مورد مطالعه قرار دهد.

از نکات دیگری که در اهمیت مطالعه و تحلیل تاریخ طراحی گرافیک باید به آن اشاره کرد، تأثیرات متقابل طراحان گوناگون در حوزه طراحی گرافیک در غرب است. باید اشاره کنم بدین معنا تمامی طراحانی که از سابقه فرهنگی مشترک برخوردارند و خصوصاً سیستم نوشتار یکسان دارند که ما آن را با عنوان «رومن» می‌شناسیم، به طور بی‌واسطه و مستقیم می‌توانند از دانش و تجربیات یکدیگر بهره‌مند شوند. فارغ از آن‌که مثلاً در روسیه زندگی و کار می‌کنند، یا در شمال اروپا و یا در امریکا. چنان‌که با مطالعه دقیق‌تر کتاب و تحلیل و مقایسه آثار معرفی شده می‌توان مثلاً تأثیر یک طراح در اوایل قرن را بر یک طراح انگلیسی که در دو دهه گذشته فعال بوده به روشنی دید، حال آن‌که شاید به گمان ما این دو از دو کشور متفاوت و در دو زمان متفاوت می‌زیسته‌اند اما این خاصیت فرهنگ غرب است که بستری مشترک را برای تمامی اهالی آن فراهم می‌کند که قابل دسترسی است. و اتفاقاً همین نکته یکی از مهم‌ترین کلیدها برای درک تحولات تاریخی در طراحی گرافیک است که در این کتاب با توجه خاصی به آنها پرداخته شده است.

طراحی گرافیک در حال حاضر از پیشروترین هنرهاست و تحولات آن گاهی در فاصله مابین یک سال هم آنقدر زیاد است که نیاز به تمرکز و پیگیری فراوان دارد. این نکته هم از نکات مثبت این کتاب است که سعی کرده مهم‌ترین طراحان و تحولات را تا نزدیک‌ترین زمان (انتشار کتاب) دنبال کند و به معرفی آنها بپردازد.

باید اضافه کنم طراحی گرافیک و مفهوم آن در حال حاضر دگرگونی‌های عظیمی در مقایسه با ۲۰ سال گذشته داشته است و خصوصاً امروزه تنها با طراحی کردن چند پوستر و یا روی جلد کتاب نمی‌توان طراح گرافیک بود. بلکه مهم‌ترین مطلب برای ورود به عرصه حرفه‌ای طراحی گرافیک امروز، ارائه یک نگرش جدید در تفسیر و معنای طراحی گرافیک است که به شکل باورنکردنی متکی به مسایل نظری است. از این جهت، مطالعه این کتاب را به تمام طراحان توصیه می‌کنم تا اولاً بتوانند تصویری درست از مفهوم طراحی گرافیک در بستر اصلی خود یعنی فرهنگ غرب به دست بیاورند و دیگر آن‌که محکی در دست داشته باشند برای سنجیدن نسبت خود و آثارشان و آنچه در جهان در حوزه طراحی گرافیک رخ می‌دهد.

رضا عابدینی

مقدمه

«ارتباط بصری» یکی از معماهای تاریخ بشر است و از زمانی که آدمی نیاز به ایجاد نشانه‌ها و دنبال کردن رد پا را احساس کرد، به وجود آمد. در برخی موارد، برقراری ارتباط از راه نشانه‌ها و رمزها، بر صحبت کردن به وسیله لغات مقدم است. در دنیای امروز، طراحی گرافیک به عنوان یک زمینه تخصصی در پهنه وسیع طراحی که فعالیت آن، سازماندهی نشانه‌ها و سمبل‌ها و یا لغات و تصاویر برای ایجاد ارتباطی عمومی است، مطرح می‌شود.

بخشی از پیشینه طراحی گرافیک با نقاشی‌های غارهای ماقبل تاریخ آغاز می‌شود و بخشی دیگر به خط هیروگلیف مصری، خطاطی چینی، نسخه‌های خطی قرون وسطی و سرانجام طراحی حروف در قرن هجدهم مربوط می‌شود. این کتاب بر طراحی گرافیک قرن بیستم متمرکز شده‌است، یعنی از زمان روی کار آمدن حزب کارگر تا دوره صنعتی‌سازی.

امروزه طراحی گرافیک شامل کلیه زمینه‌های چاپی است. از قطعه‌های کوچک زودگذر مانند تمبر، برچسب و بلیت، تا طراحی‌های روی جلد و طراحی‌های داخلی کتاب و مجلات. همچنین در بر گیرنده طراحی پوستر، آگهی، اعلان‌های تجاری، لوگوها و نشان‌ها است. بنابراین، طراحی گرافیک یک نظام وسیع طراحی اطلاع‌رسان، برای ساختن محیط اطراف، نمایشگاه‌ها و ایجاد شناسه برای شرکت‌ها است که اغلب در انجمن‌های مشخصی توسعه می‌یابد.

طراحان گرافیک، همچنین می‌توانند طراح چند رسانه‌ای باشند، چه در طراحی رسانه‌های چاپی سنتی و چه در طراحی برای تلویزیون، فیلم و شبکه وب.

شروع طراحی گرافیک

به نظر می‌رسد **ویلیام ادیسن دوبجینز**، چاپچی امریکایی، اولین کسی است که اصطلاح «طراحی گرافیک» را در سال ۱۹۲۲م. ابداع کرد، یا به عبارت دیگر بین انواع مختلف طراحی چاپی وجه تمایز قائل شد. تا پیش از آن، فرایند مکانیکی چاپ برای آگهی‌ها، به عنوان فرمی عمده از فرهنگ چاپی که بازار را برای فروشی بهتر هدایت می‌کرد، مطرح بود. در میانه و انتهای قرن نوزدهم تقاضاهای انبوه، کار متخصصان تکثیر دستی را که فرایند چاپ را به پیش می‌بردند، تقویت کردند. این کارگران، مسئول اجرای طیفی گسترده از تصویرهایی با تنوع روش‌های اجرایی (مثل تکنیک‌های مختلف حکاکی روی چوب و شیوه‌های جدیدتری مثل چاپ سنگی و گراورسازی از روی شیشه عکاسی) بودند.

در ابتدا هنر گرافیک در شمار فعالیت‌های تکنیکی مانند مهارت‌های صنعتی قرار داشت. بعدها، نیاز به هماهنگی فعالیت‌ها و آگاه نمودن مشتری‌ها از بهترین انتخاب، به جداشدن طراح و مجری انجامید. طراح گرافیک راهنمایی‌ها را از مشتری دریافت می‌کرد، طرح و نقشه را تهیه می‌نمود و سپس کارشناس فنی و حروفچین و چاپخانه را برای تحقق بخشیدن به طرح، راهنمایی می‌کرد. طراحانی که در این کتاب مطرح می‌شوند در زمینه‌های متنوعی فعالیت داشتند. بعضی از آنها نظیر **ویل برادلی**، **هرمان زف**، **اریک اشپیکرمان**، **هرب لوبالین** و **جاناتان بارنبروک** در کارگاه‌های طراحی حروف فعالیت می‌کردند. تخصص فنی آنها در خطاطی، طراحی حروف و حروف‌آرایی بود؛ برای طراحی حروف جدید یا تغییر نمونه‌های موجود که با تغییرات تکنولوژی هماهنگ باشند. دیگران در شرکت‌های ویژه‌ای استخدام می‌شدند. کسانی هم بودند که به شرکت‌های تبلیغاتی ملحق می‌شدند. اما شیوه غالب، طراحی مستقل بود. بیشتر طراحانی که در این کتاب مطرح می‌شوند، در کارگاه‌های هنری شخصی خویش یا به صورت مشارکتی کار می‌کردند. در هر دو صورت، نام این طراحان به عنوان نشانه‌ای کوتاه برای گروهی از کارکنان به کار برده می‌شد که به تنوع مهارت‌ها (که برای طراحی گرافیک لازم است) مجهز بودند.

هیجانی که در این عکس تصویر شده، بیانگر خوشبینی در مدرسه هنر، طراحی و معماری باهاوس است. این مدرسه که در پایان جنگ جهانی اول در وایمار تحت سرپرستی **والتر گروپیوس** معمار تاسیس شد، بستر زایش و رشد طراحی جدید، شامل بسیاری از اندیشه‌های کاوشگر در مورد گرافیک مدرن و تایپوگرافی بود.

گرافیک تجاری

در سال‌های اخیر، عبارت «گرافیک تجاری» برای کارهای کم‌اهمیت و بازاری استفاده می‌شود، اما گرافیک تجاری در هنرهای زیبا سلسله‌مراتبی دارد که ظاهراً با تجارت مرتبط نیست و جایگاه آن در کنار سایر هنرهای کاربردی است که در خدمت تجارت هستند. در اواخر قرن به سختی می‌شد از این دیدگاه حمایت کرد. همان‌طور که می‌دانیم همه هنرها قسمتی از نظام اقتصادی هستند. به هر حال برای متقاعد کردن مردم در مورد این مسأله که فعالیت‌های طراحی گرافیک شایسته توجه هستند، انرژی زیادی باید صرف می‌شد. طراحی گرافیک درگیر تأسیس سازمان‌هایی برای ترویج و پیشرفت خود بود و رهبری این روش‌ها از اروپا به امریکا رسید.

قدیمی‌ترین سازمانی که به ترویج فعالیت‌های هنر گرافیک اهمیت می‌داد، مؤسسه امریکایی هنر گرافیک بود که در سال ۱۹۱۴م. در نیویورک تأسیس شد. بسیاری از طراحانی که در این کتاب مطرح می‌شوند، اعضای برجسته آن موسسه و برنده مدال طلای آن هستند. کسانی مانند **ایوان چرمایف**، **سیمور کواست** و **ماسیمو وینیلی**. هدف آنها، پیشرفت معیارهای متعارف از راه مباحثات، آموزش و ممارست بود. آگهی‌های تجاری، فضایی حساس و ویژه داشتند که افراطهای بصری و ادعاهای قلابی آنها مردم را به سوی بدگمانی نسبت به آگهی‌ها به عنوان حقه‌بازی، هدایت می‌نمود. لذا تصمیم گرفته شد که به آگهی‌های تبلیغاتی جایزه داده شود و با آنها به عنوان هنری که معنایی مهم‌تر به فعالیت‌ها می‌بخشد، رفتار شود.

آگهی‌های تبلیغاتی عمده‌ترین علاقه کلوب مدیران هنری بود که در سال ۱۹۲۰م. در نیویورک تأسیس شد. در آن زمان، یک نمایشگاه سالانه و یک نشریه به ترویج بهترین استانداردهای طراحی و مدیریت هنری می‌پرداختند. به علاوه بسیاری از طراحانی که در این نوشتار برگزیده شده‌اند، مدیران هنری کلوب مشاهیر هستند که به خاطر موفقیت‌هایشان به رسمیت شناخته شده‌اند. در اروپا، قرن بیستم با چاپ‌های اختصاصی پوستر شروع می‌شود که در آن زمان از معتبرترین و نمایان‌ترین جنبه‌های هنر گرافیک بود. در پاریس از سال ۱۸۹۵م. **روژه مارکس** مجله «لِ متر دُ لافیش» را چاپ می‌کرد که در بر گیرنده آثار نقاشان معروفی بود که پوسترهای لیتوگرافی را برای تئاترها، کنسرت‌ها و کالاهای مصرفی طراحی می‌کردند. او از مجموعه‌های پوستری که نزد موزه‌ها یا علاقه‌مندان نگهداری می‌شدند،استفاده می‌کرد. این امر به وسیله «پوستر» در انگلیس (۱۹۰۱-۱۸۹۸م.) و «داس پلاکات» (۲۱-۱۹۱۰م.) در آلمان دنبال شد.

در خلال سال‌های جنگ داخلی، تعدد نشریات تخصصی، گواه نیرومندتر شدن طراحی گرافیک بود. مجلاتی مانند «آر ا متیه گرافیک» (۳۹-۱۹۲۷م.) و «گبراوخس گرافیک» (۴۴-۱۹۲۴م.)، گروه وسیعی را که به کتاب و پوستر و نمایشگاه‌های طراحی علاقه‌مند بودند، جذب کردند. بعد از سال ۱۹۴۵م. اصطلاح «طراحی گرافیک» به طور عمومی مورد قبول واقع شد و به عنوان یک فعالیت حرفه‌ای و فرهنگی تعریف شد (مرحله‌ای که تحصیلات دانشگاهی در زمینه طراحی گرافیک و

تصویرسازی در بسیاری از نقاط جهان رایج شد.

در زمان چاپ مجله‌های بین‌المللی، طراحی گرافیک مورد بررسی قرار گرفت. برجسته‌ترین این مجله‌ها عبارت بودند از: «گرافیس» (۱۹۲۴م.) و «نویه گرافیک» (۶۵ ۱۹۵۸م.) در سوئیس، «پرینت» (۱۹۴۰م.) در ایالات متحده، و «تایپوگرافیکا» (۶۵-۱۹۵۸م.) در بریتانیا. افزایش آگاهی در زمینه طراحی گرافیک، با پیشرفت روزافزون تکنولوژی همراه بود. طراحی برای فیلم و تلویزیون چالش بیشتری را در زمینه روش‌های مختلف طراحی گرافیک می‌طلبید. «ارتباط بصری» به عنوان یک اصطلاح پذیرفته‌شده، جا افتاد و در عین حال از رواج این عقیده که فعالیت‌های طراحی گرافیک لزوماً مناسب چاپ بر روی کاغذ هستند، جلوگیری نمود. زمانی که کامپیوترهای اپل مکینتاش در سال ۱۹۸۴م. وارد بازار شدند، پهنه طراحی گرافیک را برای بسیاری از کاربرانی که به پیشرفت‌های نشر رومیزی مجهز شده بودند، آشکار کرد. از این زمان، تعبیرات تایپوگرافی و طراحی گرافیک به شور و شوقی دوباره برای فعالیت در زمینه تایپوگرافی و دیگر فرم‌های هنری منتهی شد که این امر در مجله‌هایی مانند «میگره» (۱۹۸۲م.) و «آی» (۱۹۹۱م.) نشان داده شد. به جای وفاداری به اصول اولیه، یعنی تعریف سطحی طراحی گرافیک به عنوان حلال مشکلات، این جنبش تازه، تایپوگرافی و طراحی گرافیک را به عنوان قسمتی از فعالیت‌های وسیع فرهنگی با نمودهایی در فیلم، موزیک، سبک‌ها، مد لباس و هنرهای زیبا تفسیر می‌کرد.

موزر یکی از اعضای اصلی جنبش «انشعاب‌وین» از مجله به عنوان نقش‌مایه اصلی پوستر تبلیغاتی مجله «ایلوستریرته زایتونگ» استفاده کرد. طراحی ترتیبی، شاخصه سبک این انشعاب است و یکی از عناصر مهم آن، طراحی لباس‌های زنانه است. طراحان این سبک سعی می‌کردند امور داخلی کشور، طراحی ترتیبی و طراحی گرافیک را به هم پیوند بزنند.

پوستر برای مجله ایلوستریرته زایتونگ، اثر کلمان موزر، ۱۹۰۰ م