

fremtidens Avisdesign

Nogle af verdens højst betalte avisdesignere giver deres bud på fremtidens aviser

Af Flemming Sørensen
fs@djh.dk

Da København i sidste måned dannede rammen for adskillige hundrede avisdesigneres kongres i Society for News Design, var et af højdepunkterne det, der på forhånd blev kaldt "Guruernes aften".

Her blev tre af verdens bedste og højst betalte avisdesignere sammen med et team fra Sveriges bedste reklamebureau bedt om at give deres bud på, hvordan fremtidens aviser skal se ud.

I samarbejde med hold fra Jyllands-Posten, Aktuelt, Berlingske Tidende og Sydsvenska Dagbladet skulle de hver i løbet af en aften designe tre sider til en fremtids-avis.

Mest radikalt var det forslag, der om fra det svenske team. Reklamebureauet Paradiset kom med et forslag om, at avisen fremover skal være gratis. Den skal primært bygges op af gode billeder – og så skal der være henvisninger til web-adresser, hvor læseren kan gå ind og læse videre.

Amerikanske Mario Garcia brød med en række af de regler for godt avisdesign, han selv har opstillet i en række bøger. Hans bud på fremtidens avis er bygget op om kun en skrift – som til gengæld bliver anvendt i en række forskellige størrelser.

Canadiske Lucie Lacavas bud var langt mere tilbageskuende. Hendes bud på fremtidens avis lå meget i forlængelse af den retrobølge, som ikke mindst opleves i Canada i disse år. En forside uden blokbyrning, fortsat fast bagkant i brødteksten og en fuldstændig mangel på mellemrubrikker var nogle af hendes ingredienser.



Klassisk layout

Skotske Ally Palmer måtte fra talerstolen konstatere, at han nok var betydeligt mere konservativ end han selv havde regnet med. Hans bud på fremtidens avis adskilte sig ikke væsentligt fra f.eks. The Scotsman, som han for to år siden førte frem til positionen som verdens bedste designede avis.

Her er der tale om et pænt og klassisk layout – og forsøget på at lave en noget anderledes form for overskrifter end de klassiske korte, der kendes fra de fleste aviser.

Smtidig med, at gurerne var sat på hårdt arbejde, deltog resten af deltagerne i konferencen i en såkaldt award-dinner, hvor en række priser for godt avisdesign blev uddelt til skandinaviske aviser.

De prisbelønnede sider fra denne konkurrence er udgivet i bogform – og lidt symptomatisk for såvel konkurrencen som for gurerens arbejde bliver det konstateret i forordet, at det er svært at uddrage en entydig tendens inden for avisdesign. Bortset fra en enkelt ting: Nemlig manglen på nytænkning.

