

Nytt utseende



Ny design handler selvsagt om estetikk, men også om funksjonalitet. Ikke ulikt arkitektur er det formen vi først fanger og bedømmer: Liker vi det vi ser? Grep knyttet til ventilasjonskanaler og støydemper er ikke like åpenbare, for ikke å snakke om hvorvidt leiligheten lar seg tilpasse fremtidige, ukjente familiestrukturer.

Estetikk og funksjonalitet er heller ikke løsrevet fra hverandre. Valg av font, spaltebredde, tabellstørrelse og farger er alle estetiske grep med stor betydning for leseopplevelsen. Typografisk kunnskap om skrift, linjebredde og leselighet er en viktig kilde til valgene som er tatt. Men det handler også om Psykologtidsskriftets identitet. Vi er ikke et ukeblad eller livsstilsmagasin, men et fagtidsskrift forankret i psykologien som vitenskap og praksisfelt. Da må typografisk lekenhet favne tidsskriftets seriøsitet.

Formen skal dessuten hjelpe leseren til å navigere i et stadig mer mangfoldig tidsskrift. Sammenlignet med 2004 har vi mer enn dobbelt så mange enkeltbidrag. Og tre ganger så mange som i 2001. Flere spalter, sjangre og bidrag gir et mer mangfoldig tidsskrift. Og det igjen krever ryddighet. Både for at du som leser skal vite hvor du er, og for at du lett skal kunne skille mellom meningsytringer, journalistisk stoff og fagfelleverderte bidrag.

Et slikt grep er å gi de fagfelleverderte artiklene en lett bakgrunnsfarge. Når de vitenskapelige artiklene får et så distinkt uttrykk, kan vi også la artiklene stå mer spredt enn hva tilfellet har vært. Da kan vi komponere utgaver som veksler mellom essay, vitenskapelige artikler, reportasjer, notiser og mer til. Dette gir et tidsskrift med større temposkifte, samtidig som du som leser klart ser hva som er hva. Og som bonus tilbyr den nye designen en tids- og kostnadseffektiv produksjonsprosess.

Funksjon til side: Vi er stolte over å presentere et tidsskrift med sterke estetiske kvaliteter. Den æren tilfaller både Laboremus Oslo, som har hjulpet oss med sideutformingen og omslagsdesignen, og våre nye illustratører: Bendik Kaltenborn og Åshild Irgens.

Og som enhver som stiller i ny drakt: gi oss tilbakemeldinger

på: redaksjonen@psykologtidsskriftet.no

Bjørnar Olsen, Sjefredaktør