



UMEÅ UNIVERSITET

EFFEKTIV KOMMUNIKATION GENOM DIGITALA PORTFOLIOS

**Att belysa relevanta
kompetenser och erfarenheter
för kreativt yrkesverksamma**

Alex Gerne, Noah Kheireddine

Examensarbete på kandidatnivå, 15 hp

Digital Medieproduktion

SPB 2023:21

Abstract

Portfolios are an essential tool for professionals in various fields for showcasing their skills and accomplishments. This study aims to investigate which key factors make up a successful portfolio with an emphasis on web-based portfolios in the media industry. An important aspect of a web portfolio is how it is perceived and what it communicates, which plays an important role in how the user interprets you as a person and potential employee. Through a qualitative research method, the writers managed to find that simplicity, clarity, and balance are what together make a successful web portfolio. By gathering data through interviews along with conducting research related to the subject prior to the study, the authors managed to generate a broader and deeper understanding of this subject which has helped conclude the study.

Förord

Vi börjar studien med ett stort tack till vår handledare Johan Bodén och våra respondenter som deltagit i studien. Utan er hade det inte varit möjligt att genomföra denna studie.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Syfte	4
1.2 Frågeformulering.....	5
2. Relaterad forskning	5
2.1 Struktur & visuell komplexitet.....	5
2.2 Tillämpning av UX på webbplatser	6
2.3 Designprinciper.....	7
3. Metod	9
3.1 Metodval	9
3.2 Pilotintervju	9
3.3 Urval	10
3.4 Etiska överväganden.....	10
3.5 Dataanalys.....	11
3.6 Metodkritik.....	12
4. Resultat	13
4.1 Användaren i fokus	13
4.2 Enkelhet kontra komplexitet.....	14
4.3 Personifiering	16
4.4 Tydlighet i presentationen.....	17
5. Analys	19
5.1 Balanserad komplexitet	19
5.2 En optimal initial upplevelse.....	19
6. Diskussion	21
6.1 En reglerad balans.....	21
6.2 Vikten av transparens.....	21
6.3 Den initiala upplevelsen.....	21
6.4 Slutsats	22
6.5 Framtida forskning	22
7. Referenser	23
8. Bilagor	25

1. Inledning

I en generation där nästan allt har digitaliserats har webbaserade portfolios blivit ett viktigt verktyg för yrkesverksamma i mediebranschen för att effektivt visa upp sina kompetenser och erfarenheter för potentiella arbetsgivare och klienter. En individs förmåga att kunna presentera dessa egenskaper på ett effektivt sätt kan vara avgörande i en konstant växande digital marknad där konkurrens dessutom konstant växer (Leahy & Filiatrault, 2017). Med skickligheten att kunna identifiera de betydelsefulla beståndsdelarna som bidrar till en positiv användarupplevelse kan individen erhålla en konkurrensfördel på den växande digitala marknaden. I en tidigare studie kring fördelar med digitala portfolios i anställningsprocessen så diskuterade Leahy och Filiatrault (2017) hur digitala portfolios hjälper arbetssökande att visa upp sina egenskaper och erfarenheter genom en mer dynamisk metod samt med mer interaktivitet jämfört med traditionella meritförteckningar. Studien fann även att rekryterare med mindre erfarenhet var mer benägna att titta på de ansökandes portfolios. Dessa portfolios kan även använda sig av effektiva grafiska verktyg som hänvisar till individens utbildning samt kursbeskrivningar och utskrifter vilket är fördelaktigt då mycket information kan bli lättare att ta in för användaren samt att den blir mer intressant och mer lättillgänglig. Med hjälp av detta så kan arbetssökande tydligare förmedla deras olika förmågor såsom kommunikationsförmåga, skriftlig kommunikationsförmåga, kritiskt tänkande, samarbetsförmåga (Brammer, 2007), teknologisk kunskap och kreativitet (Moody et al., 2002).

Eftersom ingen portfolio är den andra lik så kan vilka faktorer som gör en portfolio högkvalitativ variera mellan de olika yrkesrollerna. Med detta menas att en portfolios utformning beror kraftigt på vad den planeras åstadkomma, samt vilka verktyg som väljs för att korrekt utforma den för att maximera attraktiviteten och göra den så högkvalitativ som möjligt samtidigt som den förmedlar informationen effektivt och på ett lättillgängligt sätt. Denna studie belyste och undersökte de viktigaste faktorerna i mediebranschen för att hjälpa vägleda aspirerande mediekreatörer till hur de bör utforma sin portfolio. Målet med studien är att framställa ett resultat på hur relevant information bör presenteras för potentiella arbetsgivare, samt hur innehållet bör presenteras för en optimal användarupplevelse. Metodiken denna studie har utnyttjat för att uppnå målen är en kvalitativ forskningsmetod där intervjuer har genomförts med yrkesverksamma inom mediebranschen och relevant data samlades från tidigare forskning inom ämnet.

Utformningen av studien startar med en redovisning av relaterad forskning följt av ett kapitel som reflekterar kring forskningens metodval, etiska övervägande och metodkritik. Uppföljningsvis så presenteras resultaten av intervjuerna med en analys där samband mellan resultaten och relaterad forskning skapas. Avslutningsvis redovisas ett diskussionskapitel där studiens resultat presenteras och frågeställningen blir besvarad.

1.1 Syfte

Syftet med denna studie är att ta reda på hur man optimerar digitala portfolios för att vara så attraktiva och relevanta som möjligt för potentiella arbetsgivare samt vilka faktorer detta bestäms av.

1.2 Frågeformulering

Studien fokuserar huvudsakligen på att ta reda på vilka faktorer som utgör en högkvalitativ digital portfolio för att ha så hög chans som möjligt att få ett jobb. För att ta reda på detta har frågeformuleringen nedan använts.

- Hur kan man utforma digitala portfolios så att de kommunicerar för yrkesrollen relevanta kompetenser, meriter och erfarenheter?

2. Relaterad forskning

Eftersom denna studie undersökte hur olika strukturer kan vara en påverkande faktor i en digital portfolio så kommer UX-forskning att vara av nytta för att hjälpa författarna dra slutsatser baserade på tidigare forskning kring UX och hur olika strukturer påverkar ens intryck av webbplatser. Ytterligare forskning kring designprinciper och användarvänlighet har också varit en bidragande faktor till studiens resultat.

2.1 Struktur & visuell komplexitet

Förutsättningarna för en webbplats att bli högkvalitativ och attraktiv beror på webbplatsens användarvänlighet, enligt Min Chen (2018). Tidigare forskning har visat att användarvänligheten bestäms av webbplatsens visuella komplexitet (Chen, 2018) då en alldeles för hög visuell komplexitet kan sänka användarvänligheten. Även webbplatsens struktur är väldigt viktig och i ett fall där informationen på en webbplats ändras så bör även webbplatsens struktur ändras. Detta är i en studie om portfolios en relevant teori och vid tillämpningen av dessa ramverk till en portfolio så kan liknelsen dras att om olika yrkesroller sökes så bör den sökande strukturera sin portfolio för att tydligt visa den information som ses mest relevant till yrkesrollen i fråga. Ytterligare faktorer som kan vara påverkande om hur en webbplats upplevs är dess grafiska design, hur mycket information som syns på webbplatsen och vilka känslor dessa väcker hos användaren (Deng & Poole, 2010). Begrepp som visuell komplexitet används för att beskriva samspelet mellan dessa faktorer. Deng och Poole delade in visuell komplexitet i två delar; *“visual diversity”* som är de grafiska elementen och *“visual richness”* som författarna menar är mängden information och antalet kolumner på sidan (Deng & Poole, 2010).

I ytterligare en studie kring komplexitet (Tuch et al., 2012) undersöktes effekten av visuell komplexitet och *prototypicality* på användarnas estetiska bedömningar av webbplatser. Ordet *prototypicality* avser vilken grad något är exemplariskt eller typiskt för det område det hör hemma i. Studien visade att användare föredrar webbplatser med låg visuell komplexitet och hög *prototypicality*, vilket innebär att det är mer sannolikt att finna webbplatser attraktiva om de är lätta att förstå samt navigera och om de överensstämmer med deras förväntningar på hur en webbplats ska se ut. Däremot bedömdes webbplatser med hög visuell komplexitet och låg *prototypicality* generellt men inte alltid som oattraktiva. Intressant nog kan dessa faktorer påverka användarnas estetiska bedömningar efter bara 17 millisekunders exponering på webbplatsen (Tuch et al., 2012). Slutligen underströk texten vikten av att designers tar hänsyn till både visuell komplexitet och *prototypicality* när de designar webbplatser. Design som inte

överensstämmer med användarnas förväntningar kan leda till negativa första intryck, vilket kan påverka användarnas interaktion med webbplatsen negativt och leda till färre tillfredsställda användare. Detta är viktigt att tänka på eftersom negativa produktförväntningar kan leda till en nedåtgående spiral som kan vara skadlig för webbplatsens framgång.

I tidigare forskning bedrivet av Ti Yu (2011) presenterades diskussioner kring innehållet på en portfolio och hur relevans är en viktig faktor som kräver övervägande. För att kunna optimera effektiviteten av budskapet behöver designern prioritera den mest relevanta informationen för yrkesrollen. Med detta menas att innehållet bör överensstämma med de förväntningar och krav som branschen eller jobbet ställer.

2.2 Tillämpning av UX på webbplatser

Skapandet av första intryck på webbplatser är en kritisk komponent i användarupplevelsen. Användarupplevelse är mer känt som *UX* inom mediebranschen, och det är något som kan påverka beteendet av användarna avsevärt. Forskning har bedrivits under de senaste åren som fokuserar på att identifiera faktorer som bidrar till skapandet av första intryck och dess inflytande på användarupplevelsen. I en studie av Heejun Kim (2008) presenterades en faktor som har en avsevärd påverkan över det första intrycket: användarvänligheten. En webbplats som är att navigera samt förstå kan bidra till en positiv upplevelse för användaren. Studien argumenterade för hur webbplatsens syfte och möjligheter ska vara direkt klara för användaren för att bidra till en högre grad av användarvänlighet. Användarvänlighet är därmed en viktig och drivande faktor för att forma positiva första intryck. Trots detta indikerade Kims studie att visuellt tilltalande stimulans är den mest potenta faktorn för ett positivt första intryck, med användarvänlighet i en sekundär position (Kim, 2008).

En studie genomförd av Sehwa Kim (2019) undersökte rollen av känslomässiga reaktioner och estetiska faktorer i skapandet av första intryck för en webbplats. Studien fann att känslomässiga reaktioner föregick estetiska och användbarhetsutvärderingar under bildandet av första intryck, där visuella nyheter sågs ha en betydande roll inom olika dimensioner av användarupplevelsen. Studien identifierade två typer av estetik: klassisk estetik och uttrycksfull estetik. Klassisk estetik påverkade den upplevda användbarheten kraftigt, medan uttrycksfull estetik hade en mindre påverkan. Nöje och upphetsning visade sig påverka båda typerna av estetik, men endast uttrycksfull estetik påverkades av upphetsning.

Även Marc Hassenzahl (2011) belyste vikten av en god användarupplevelse och hur människors känslor påverkar användningen av en produkt eller tjänst. Hassenzahl menade att det även går att använda designprinciper som anspelar på de känslomässiga reaktionerna en viss design framkallar. En viktig aspekt av god användarupplevelse är att ha upplevelsen i åtanke vid utformningen av en produkt eller tjänst (Hassenzahl, 2011) då han vidare förklarade begreppet *XD*, som står för *Experience Design*, som tyder på att det finns olika infallsvinklar att se god användarupplevelse ifrån. Dessa fynd överensstämmer med tidigare forskning som har belyst vikten av visuell attraktionskraft i UX. Till exempel har studier visat att en högre grad av visuella nyheter på webbplatser ökar nyfikenheten (Huang, 2003).

Jon Yablonski (2020) förklarade många olika "designlagar" inom UX där en av de som omnämns är *Jakob's Law*. Denna lag hävdar att användare gärna föredrar att använda sig utav

webbplatser som känns bekanta och som man navigerar på ett liknande sätt på. Den familjära känslan menade han är fördelaktig i en design (2020). Amy Arntson (2011) menade däremot att en konstant förändrande värld kräver konstant förändrande designers. Ny teknologi och nya verktyg är något man ska närma sig med ett "nyfiket tankesätt" (Arntson, 2011). Detta är något Will Grant (2018) inte höll med om. Det är bättre att använda ett familjärt användargränssnitt då Grant (2018) menade att designers redan har ett brett utbud av olika layouts och designer att använda sig av, att skapa helt nya användargränssnitt kan vilseleda användaren och göra att hela upplevelsen blir negativ.

Trots de varierande infallsvinklarna på design så har samtliga källor en gemensam nämnare, vilket är att användaren är i fokus. Oavsett vilken design som valts eller vilket gränssnitt som utformats så är det viktigt att ha användaren i åtanke vid utformandet av en portfolio och genom att skapa sig en förståelse av användarnas uppfattning av något visuellt och deras behov kan designers bättre anpassa innehållet efter användaren vilket leder till en bättre användarupplevelse. En bra UX designer bör känna till vad som möjliggörs med digitalisering och känna till de verktyg som teknologin erbjuder (Benyon, 2019) för att kunna utnyttja dessa effektivt. En effektiv användning av dessa ger den digitala designern ett övertag gentemot ett CV exempelvis, då en portfolio kan inkludera element som omöjligt hade kunnat inkluderas i textform, vilken i sin tur leder till att en portfolio kan förmedla faktorer som personlighet och erfarenheter och gestalta dessa bättre och mer precist än vad ett CV kan.

2.3 Designprinciper

För att närma sig appliceringen av designprinciper kan Gould och Lewis (1985) tidigare forskning om designprinciper vara av stor nytta. Enligt dessa principer skapas en effektiv design genom att följa tre principer varav den första principen är att tidigt i skapandet fokusera på användaren. För att uppnå detta krävs det att designern har kunskap om och förståelse för användarnas beteendemässiga, antropometiska, kognitiva och attitydmässiga egenskaper i förhållande till produkten (Gould & Lewis, 1985). Utöver det så ska även designerna förstå sig på de förväntade uppgifterna som användarna ska kunna utföra. Med denna information kan designern anpassa sin design till de förväntade uppgifterna på ett så precist och effektivt vis som möjligt.

Den andra designprincipen som Gould och Lewis nämnde är empirisk mätning. Meningen med denna princip går ut på att designerna bör planera samt involvera användaren i utvecklingsprocessen. Med hjälp av simuleringar och prototyper så kan användarna utföra realistisk användning, med målet att observera reaktioner och prestationsförmåga, varav detta därefter registreras och analyseras. Det som denna princip ger utvecklaren är värdefull återkoppling som kan hjälpa upptäcka designproblem samt användbarhetsproblem i god tid. Genom att identifiera potentiella problem tidigt i utvecklingen så kan designern undvika kostsamma förändringar senare i processen och se till att den slutliga produkten uppfyller kraven för de behov som efterfrågas av användaren. Med hjälp av att arbeta med användarna blir slutresultatet alltmer användarcentrerat och kan bidra till en mycket bättre användarupplevelse (Oppenlaender et al., 2020).

Den tredje och sista designprincipen handlar om iterativ design, välkommandet av ändringar i designen. Problem kommer med allra största sannolikhet upptäckas, vilket kan

kräva att designern måste vara villig att förändra sitt arbete för att åtgärda dessa. Designprocessen ska vara iterativ och med hjälp av design, testning, mätning så kan problemen korrigeras så många gånger som krävs för att dessa ska lösas. Ett ständigt arbete med förbättringar av designen med hjälp av återkoppling gör att produkten blir mer effektiv, användbar och skräddarsydd för användningens ändamål. Författaren Rune Pettersson (2023) förklarade begreppet grafisk design som ett verktyg för att kommunicera visuellt. Med hjälp av olika verktyg som exempelvis former, typografi och grupperingar av grafiska element kan man förmedla mycket information på ett mer lättillgängligt sätt och ett mer lättförståeligt sätt än att förmedla denna information genom endast text. Med rätt användning kan grafisk design vara ett mycket bra verktyg för den som strävar efter att förmedla information på ett effektivare sätt än vad text kan. Läsare reagerar ofta på ett positivt sätt när de läser texter som är grafiskt komplex när man jämför med en "vanlig text" (Ozok & Salvendy, 2000).

Pettersson (2023) menade även att arbeten med grafisk design kan användas för att bättre anpassa innehåll till olika målgrupper. Även Gavin Ambrose och Paul Harris (2008) tyder på att grafisk design är ett verktyg för att kommunicera men också för att förmedla olika budskap. Att kommunicera effektivt är nyckeln till en god design, i stället för att spendera för mycket tid på att skapa en häftig design är det viktigare att fokusera på hur designen upplevs och vad den kommunicerar, menade Ambrose och Harris (2008). De tog även upp nutidens dilemma med designprinciper och hur designers behöver bli bättre på att snabbt och effektivt fånga uppmärksamhet och på endast några enstaka sekunder hinna förmedla sitt budskap då folk inte har lika mycket tålamod som förut. Det känns säkert att säga att det aldrig har varit svårare att vara en designer än nu.

Genom design och visualiseringsprinciper kan designers förse sig själva med exceptionella verktyg för kommunikering av information då talangfulla designers har bemästrat användningen av designprinciper för att skapa en manipulation av uppfattning, kognition och kommunikation hos användaren (Agrawala et al., 2011).

3. Metod

Avsikten med detta kapitel är att introducera de metoder som använts i denna forskning för att undersöka vad som gör en portfolio attraktiv, samt vilka faktorer som är mest betydelsefulla att tänka på när man skapar en. Dessutom undersöker kapitlet om individen som presenterar portfolion eller deras kunskaper och tidigare arbeten är mer väsentlig för portfolions framgång. Studiens avsikt är att öka förståelsen om hur man designar en portfolio som effektivt kommunicerar de aspekter som ses relevanta för yrkesrollen som kompetenser, erfarenheter och personlighet. Kapitlet ger en översikt över forskningsdesignen, dataanalystekniker, datainsamlingsmetoder och etiska överväganden som använts för att besvara dessa forskningsfrågor. Genom att presentera studiens metoder ökas förståelsen för hur forskningen bedrivits samt hur resultatet uppnåts.

3.1 Metodval

För att undersöka forskningsfrågan behövdes respondenter som faktiskt kunde avgöra vilken del i digitala portfolios som är av intresse och vad som är viktigt, vilket i denna fråga var individer som har erfarenhet som innefattar design. Nödvändiga data som krävs för att besvara frågeställningen har insamlats genom en empirisk datainsamlingsmetod som ansågs vara mest relevant för ämnesvalet enligt författarna. En kvalitativ datainsamling genererar mer nyanserade svar (Yin, 2016) och kan underlätta processen för att kunna dra allmängiltiga slutsatser och skapa en djupare förståelse kring ämnet. Med hjälp av semistrukturerade intervjuer säkerställdes det att relevant data samlades in medan det fortfarande fanns rum för ytterligare data som potentiellt kunde påverka forskningens resultat. Frågornas funktion var att samla in data kring frågeställningen men ytterligare frågor som uppkom under intervjuerna blev inte exkluderade. När nya frågor som relaterar till ämnet dök upp under intervjuerna så besvarades dessa på ett naturligt sätt så att respondenten förstod vad som menades men även så att personen känner att konversationen förblev naturlig. Strukturerade frågeställningar med en förklaring av ämnet ökade respondenternas förståelse kring ämnet samt såg till att de tolkade frågorna rätt. Frågorna lämnades relativt öppna för egen tolkning så respondenterna kunde förklara varför de kände som de gjorde. Då personliga associeringar och erfarenheter kunde påverka deras synsätt på detta väldigt mycket ansåg författarna att respondenternas personliga reflektioner även var av intresse.

3.2 Pilotintervju

För säkerställandet av att intervjuerna skulle leda till ett användbart resultat valde författarna att intervjua en person som inte var bekant med UX och designprinciper. Det gav i sin tur även ett svar på om intervjufrågorna var utformade på ett sätt som gjorde de lättolkade eller om det blev svårt för respondenten att förstå vad som menades. Vid tillfället av pilotintervjun hade studiens urval av respondenter inte ännu selekterats. Genom pilotintervjun kunde studien mer korrekt riktas mot de personer som ansågs mest kapabla till att besvara frågeställningen samt förbereda författarna för de kommande intervjuerna (Yin, 2016). Med hjälp av pilotintervjun kunde författarna komma fram till att det bör vara personer som arbetat med antingen design eller något med en relation till design som kan ge relevantast svar och bidra mest till studien. Detta var en avgörande del för studien för att på ett effektivt sätt utforma frågorna så de kunde

bli besvarade på ett utförligt sätt och bidra till en ökad kunskap om portfolios och för att kunna sammanställa ett resultat av detta.

3.3 Urval

Resultatet av pilotintervjun blev att det var mest effektivt att intervjua yrkesverksamma individer i mediebranschen som jobbar eller har jobbat med design. På grund av tidsbegränsningen i studien så kunde inte flera olika respondenter med samma yrkesroll hittas. Därav varierade yrkesrollerna, men grundpelaren förblev densamma kring att de utvalda respondenterna gärna ses bekant med design eller bekant med rekrytering. De olika yrkesrollerna hos respondenterna i studien gynnade även studiens resultat då de olika yrkesrollerna kunde bidra till att generera ett mer nyanserat resultat samt att få höra respondenternas olika personliga upplevelser och åsikter om portfolios. Intervjuerna hölls både genom fysiska möten och över den digitala plattformen Zoom för att genomföra intervjuer på distans med de respondenter som inte hade möjlighet att närvara på ett fysiskt möte i Umeå. Respondenterna blev kontaktad genom en mejlförfrågan om att medverka i en studie om digitala portfolios varvid respondenterna som medverkat tackade ja till deltagandet. Intervjuerna hade inte någon specifik tidsram, respondenterna fick vid förfrågan en uppskattad tid för genomförandet mellan 30 och 60 minuter. Intervjuerna spelades in för att sedan transkriberas för att underlätta utvinningen av data genom studiens metodval.

Respondenter	Yrkesroll	Tid
Respondent 1	Designer / UX designer	31 min 52 sek
Respondent 2	Webbdesigner	22 min 7 sek
Respondent 3	UX designer	32 min 4 sek
Respondent 4	Kommunikationsbyråledare	32 min 48 sek
Respondent 5	IT konsult	30 min 40 sek

Tabell 1. Information från intervjuerna om respondenterna.

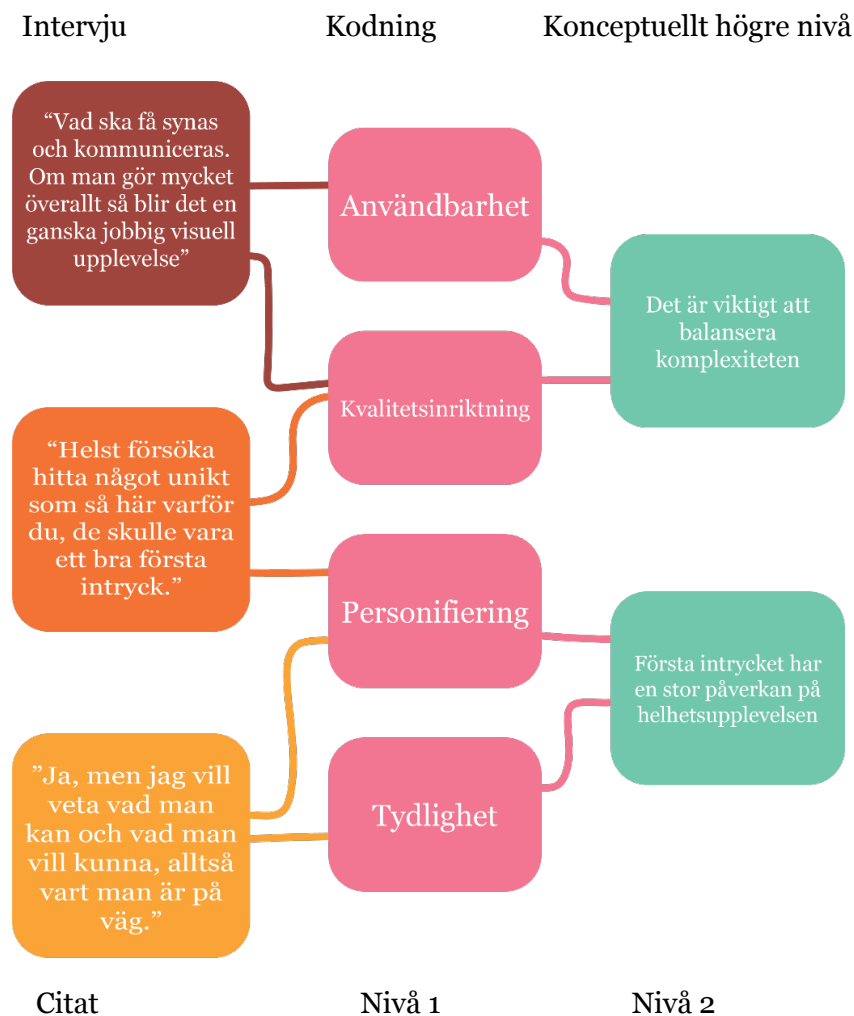
3.4 Etiska överväganden

För att upprätthålla en god forskningsetik utnyttjade denna studie Vetenskapsrådets fyra huvudkrav. Dessa individskydds krav består av informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002). Med hänsyn till informationskravet har samtliga intervjuer inletts med ett muntligt samtycke om hur deltagandet är helt frivilligt samt att respondenten haft möjlighet att avbryta deras deltagande när de vill. Syftet med studien klargjordes för deltagarna vid första kontakten över mejl samt vid intervjutillfället. I förhållande till Samtyckeskravet så har ett muntligt samtycke givits från deltagarna samt att deltagarna i forskningen dessutom har informerats om hur de haft möjlighet att återkalla deras samtycke vid valfri tidpunkt. Vetenskapsrådet (2002) uppmärksammade konfidentialitetskravet och hur alla uppgifter relaterade till personer som

medverkar i forskningen skulle erhålla högsta möjliga nivå av konfidentialitet samt hur alla uppgifter bör lagras skyddat, där obehöriga ej kunde få åtkomst. Samtliga deltagare har fått information om hur deras personuppgifter förblir anonyma samt att endast de som utförde forskningen kommer ha tillgång till intervjuerna. Det slutliga yrkandet, nyttjandekravet, utredde hur insamlade uppgifter från privata individer endast skulle nyttjas för forskningsändamål. Dessa uppgifter fick således ej brukas eller lånas ut för kommersiellt bruk eller utnyttjas för ickevetenskapliga ändamål. Sammanfattningsvis har denna forskning utförts med ett stort iakttagande till de fyra kraven som Vetenskapsrådet (2002) redogjort kring god forskningsetik. Med hjälp av dessa fyra huvudkrav har denna studie säkerställt integritet och rättigheter hos de deltagande individerna samtidigt som uppgifterna bidragit till den aktuella forskningen.

3.5 Dataanalys

För att analysera all data har Robert K. Yins (2016) beskrivning av de fem analytiska faserna använts. Detta ramverk förser forskare med en väldigt effektiv metod för att bryta ned data för att sedan återuppbygga den igen och komma fram till ett resultat. Det första steget, *sammanställning*, i denna metod innebär att sammanställa all data till en enda databas, som inkluderar intervjutranskriberingar samt annan relevant data (Yin, 2016). I detta steg började författarna med att samla data från transkriberingarna för att effektivt kunna visualisera data när den var samlad. Därefter har data plockats isär genom *demontering* och därefter kategoriserats för att lättare upptäcka mönster och teman. Genom denna del kunde författarna plocka ut nyckelord från transkriberingarna för att kategorisera data och lättare se samband genom olika påståenden som respondenterna har gjort. Den tredje fasen som handlade om *remontering* var väldigt hjälpsam för att komma fram till ett resultat med analysen. För att lättare se samband och mönster i data menade Yin (2016) att data bör organiseras i ett förtydligt format som exempelvis med hjälp av tabeller eller diagram för att det ska bli mer lättolkat. Författarna följde detta steg genom att skapa en tabell som data kunde sättas in i för att visualisera data samt sammanställa resultat genom olika påståenden.



Figur 1. En visuell representation av hur data har demonterats från intervjuerna.

Efter remonteringen kom tolkningsfasen, denna fas bidrog till att förstå sig på all data genom identifiering av relationer, teman och mönster. För att förstå resultatet och kunna tolka det har författarna kollat på resultaten som genererades i relation till vilken kontext det sades i samt hur dessa svar kan tolkas med studiens frågeställning i baktanke. Med hjälp av tolkningen skapades en djupare förståelse för underliggande sammanhang och innebörder i all data och utforskandet av hur de relaterar till forskningsfrågan denna studie är centrerad kring. Till sist kom slutsatsen som motiverade betydelsen för studien (Yin, 2016), där resultaten använts för att besvara forskningsfrågan.

3.6 Metodkritik

Valet av metod påverkade studiens resultat och tolkning. Denna sektion inkluderar en diskussion av metodvalets begränsningar. Eftersom data samlats in genom intervjuer med endast fem respondenter så kan resultatet möjligtvis vara begränsat på grund av den brist på respondenter som fanns. I studien deltog fem respondenter varav tre arbetade med design, en som IT konsult och en som kommunikationsbyråledare, vilket gav ett nyanserat resultat då

åsikterna kom från olika erfarenheter och yrkesroller, men detta kunde även ge ett missvisande resultat på grund av att en del frågor var designcentrerade. Vissa respondenter var inte helt bekant med designprinciper vilket gjorde att de tolkade frågorna på ett annorlunda sätt. En följd av detta kan vara att studiens validitet påverkats då ett lågt antal respondenter inte besvarat frågeställningen tillräckligt trovärdigt samt nyanserat. Resultatet av detta blev att fler respondenter hade varit positivt för studien då resultatet hade blivit ännu mer nyanserat och trovärdigt. Anledningen till att studien endast inkluderade fem respondenter var på grund av att frågeställningen var anpassad för designers, och på grund av studiens tidsbegränsning hann författarna inte hitta tillräckligt många designers som hade möjlighet att delta i studien. Detta ledde till att urvalet av respondenter fick expanderas samt att frågorna fick anpassas bättre efter de nya respondenterna och deras yrkesroller. En till begränsning med metodvalet var den geografiska avgränsningen. Majoriteten av respondenterna var yrkesverksamma i Umeå, vilket genererade ett svar som var baserat på deras erfarenheter i Umeå. Ett bredare urval av respondenter geografiskt sett hade gett denna studie ytterligare pricksäkerhet då lokala normer kan ha varit en påverkande faktor.

4. Resultat

I detta kapitel presenteras resultatet av insamlade data från de utförda kvalitativa intervjuerna genom teman som har identifierats genom analyseringen. Närmare bestämt handlar det om följande teman: användbarhet, kvalitetsinriktning, personifiering och tydlighet. Resultaten presenteras i form av sammanfattade meningar som stärkes med citat från respondenterna. Citat har i viss mån redigerats för att tydliggöra respondenternas budskap.

4.1 Användaren i fokus

Undersökningen kring hur olika faktorer kan påverka en portfolios användbarhet utfördes i hopp om att få en insikt i vad som borde inkluderas samt vad som borde exkluderas. Respondent 2 och 5 menade att för mycket information kan göra att användaren känner sig vilsen och att det kan i sin tur leda till att portfolion blir ointressant. Respondent 3 föreslog att detta kan åtgärdas genom att "nästa information" där portfolion utformar sig bäst om den följer en modell där första sidan är relativt enkel informationsmässigt men det ska fortfarande finnas goda möjligheter för fördjupning, som exempelvis en separat flik för de olika projekten. Respondent 2 menade däremot att det är mer effektivt att ta bort överflödiga information helt och hållet.

"Nej, men om det är svårt att hitta om det är...kanske lite för flashigt, att det blir så här mycket som tar ens fokus, man vet inte vart man ska titta."

– Respondent 2

Genom att reducera irrelevant information för yrkesrollen kan portfolion bli mer attraktiv och öka intresset för besökaren. För Respondent 5 var det väldigt viktigt att portfolion var tillgänglighetsanpassad, där respondenten gav ett exempel på att någon som designar gränssnitt bör vara bekant med tillgänglighetsanpassning. Detta var också en viktig faktor i designprocessen av en portfolio enligt flera respondenter, som ansåg att innehållet bör

anpassas efter mottagaren. Respondent 1 som varit i designbranschen i 15 år menade att för mycket information kan bli en jobbig visuell upplevelse och att det är att föredra att jobba med detaljer och att ha en enkelnavigerad webbplats. I stället för att visa upp alla kompetenser och erfarenheter kan det vara fördelaktigt att välja ut de man behärskar mest och få det att se bra ut då detta kommer att bidra till en bättre användarupplevelse, speciellt om den upplevs som lätt att använda.

“Jag skulle nog hellre backa och vara lite mer lågmäld men jobba lite mer med kryddor och detaljer och kanske lite... men det är ju min personliga preferens också kanske.” -Respondent 1

Intervjuerna har visat att användbarhet var en viktig faktor som bör finnas i beaktande vid utformningen av en portfolio, varvid god användbarhet uppnåddes genom en reduktion av överflödigt information samt en viss familjaritet i webbplatsens struktur. Det bör finnas en balans mellan nyskapande design och familjär design, där uppvisning av projekt tillät mycket nyskapande design genom att webbplatsens struktur bör följa en struktur som för många var igenkännbar och på så sätt kan underlätta navigeringen av webbplatsen.

*”Ja, det är en liten balans, kanske med om vad man vill visa upp också. Jag kan ju på ett sätt, men återknyta till det jag sa tidigare att casen kan ju vara nyskapande, men då kanske portfolion ska stå tillbaka lite och bli familjär.”
-Respondent 1*

Samtliga respondenter visade instämmande till att för mycket information på en portfolio bidrar till upplevelsen av överväldigande samt påverkar användbarheten negativt. Respondenterna föreslog en reducering av irrelevant information för att underlätta navigationen av webbplatsen samt en balans mellan nyskapande och familjärt varvid potentiella undantag kunde göras för specifika yrkesroller. Vidare visade respondenterna en förståelse för att det är viktigt att kunna förmedla sig själv och sitt budskap i en portfolio, vilket underlättades genom att visa sina bästa kompetenser som indirekt tyder på vilka kunskaper den personen besitter. Att använda de digitala verktyg som kreatören anser sig vara bäst på kunde möjliggöra ett tydligare förmedlande av personens förmågor.

4.2 Enkelhet kontra komplexitet

Samtliga respondenter enades om att det bör finnas en god balans mellan kvalitet och kvantitet på portfolios. Som Respondent 1, 3 och 4 förklarade så är det mycket viktigare att inkludera de få saker man verkligen är duktig på i stället för att inkludera alla projekt man någonsin har deltagit i. Detta var enligt de flesta något som vägde väldigt tungt i hur kvalitativ en portfolio ses vara. Det var enligt Respondent 1 bättre att ha ett fåtal element som är välgjorda än ett flertal element som är mediokra. Detta gynnar användaren då det blir mindre information vilket gör den mer attraktiv vilket i sin tur även gynnar skaparen av portfolion.

“Ja, man kan inte skrika högt överallt alltså. Man måste bestämma sig någonstans, vad är det som ska få ta plats? Vad ska få synas och

kommuniceras. Om man gör mycket överallt så blir det en ganska jobbig visuell upplevelse.” – Respondent 1

Respondent 1 resonerade att det är betydligt viktigare att specialisera sig inom det man anser sig behärska mest. För mycket information i en portfolio kunde leda till att användbarheten påverkades negativt, varav det var mer fördelaktigt att välja ut enstaka projekt som bäst visade ens kunskaper och förmågor. Samtidigt var det viktigt att dessa projekt passade för de yrkesroller som sökes då många respondenter tyckte det var viktigt att man visade de kunskaper som ses relevanta för yrkesrollen som sökes. En annan del av ens portfolio var tidigare arbeten, där respondenterna var eniga i att kvalitet är en prioritet.

”Jag behöver inte ha med så här 5 år på Statoil, för alltså det spelar ingen roll.” - Respondent 4

Respondent 4 menade att tidigare projekt eller arbeten som saknade någon form av relevans till det yrke som individen ansökte ej gynnade portfolion. Ifall yrket ej inkluderade relaterade kompetenser så visade det inte hur individens erfarenhet kunde komma att gynna företaget som ska utvärdera portfolion. Flera av respondenterna uppenbarade möjligheten för att gå djupare i visandet av ens kunskaper, erfarenheter och personlighet är stödjande men att det som presenteras i första hand ska vara det absolut bästa. Respondent 3 som arbetar som UX designer förslög en isbergmodell som har en tunn yta men med möjlighet för fördjupning.

*”Ja, alltså om vi säger att om man har en stor portfolio med många saker man vill visa då tycker jag att det handlar bara om hur man nästar informationen, vart man döljer den. Man kanske fortfarande kan ha en väldigt lean landnings sida ... Sen kan du ha jättemånga projekt, du kan ha tre projekt som du highlightar sedan kanske det finns någon knapp som är ”show more”... en isbergmodell, vi får hålla ytan ganska liten.”
- Respondent 3*

Respondent 3 presenterade hur man kan visa upp en stor del information på ett överskådligt och effektivt sätt. Med hjälp av en isbergmodell kan metoder utnyttjas som *nästning* och visningstekniker för att hålla webbplatsen enkel och städad.

*”Ja men och sen kanske möjlighet att fördjupa sig för den som vill det.”
-Respondent 5*

Respondent 5 yttrade sig likt Respondent 3 om hur en majoritet av informationen ligger under ytan men ändå kan nås vid behov. Denna metod minskar belastningen på användaren genom att de inte konfronteras med alltför mycket information. Respondent 4 beskrev hur man enkelt kan se till att den informationen som visas är den med mest relevans.

”Tänk så här välj ut det bästa. Till slut är någonting inte bäst längre, det ersätter jag bara.” – Respondent 4

Respondent 4 förde fram punkten att individen som äger portfolion ej är stilla och konstant utvecklas och detsamma gör deras arbeten. Flera av respondenterna höll med om att struktureringen av innehållet inte bör vara konstant, det bör förändras. Respondent 5 talade om vikten av att vara unik i ens urval av projekt för att skapa större potential för ett bra första intryck.

”Helst försöka hitta något unikt som så här varför du, de skulle vara ett bra första intryck.” -Respondent 5

Originalitet i en portfolio leder till ett bra första intryck, varvid det sistnämnda är en av de viktigaste faktorerna enligt många. Ett bra första intryck leder inte bara till ett ökat intresse, användaren skapar en uppfattning av personen inom bara några enstaka sekunder och under dem sekunderna måste portfolion kunna förmedla de viktigaste faktorerna.

”Kill your darlings, alltså gå igenom och rensa.” –Respondent 2

Resultatet tydde på ett starkt instämmande från respondenterna över hur kvalitet överskrider kvantitet gällande innehåll på en portfolio. Färre projekt bör presenteras för att bäst framvisa relevanta kompetenser till potentiella arbetsgivare. Användning av en isbergmodell är rekommenderat av Respondent 3 för att ge chans för fördjupning vid behov, vilket ytterligare fler respondenter håller med om.

4.3 Personifiering

Intervjuerna visade även på betydelsen av personlig information och karaktärsdrag i ens portfolio. Respondenterna hävdade att arbetsgivare ibland kan vara mer intresserade av den sökandes personlighet och personliga mål än av deras erfarenheter. Att återspegla sådana karaktärsdrag i en portfolio utgör en utmaning, men Respondent 4 påpekade att portfolios möjliggör en större kreativ frihet samtidigt som man kan spegla karaktärsdrag

“Eller om den är uppbyggd väldigt lekfullt till exempel, då tänker jag att det är en mer lekfull person. Och är det väldigt stramt så tänker jag att det är någon som snarare kanske är stilren alltså.” – Respondent 4

Respondent 4 hävdade att personligheten kan speglas i strukturen av ens portfolio. Vilken känsla portfolion ger arbetsgivaren under inspektionen kan möjliggöra en reflektion av individens personlighet. En gladare och mer lättsam ton signalerar att individens personlighet troligtvis är liknande. Respondent 4 belyste bristerna som framförs om portfolion inte återspeglar personligheten.

”Sen förhoppningsvis träffas man och så är det jättelekfullt, men om man inte känner det från personen så känner man kanske att detta inte är något den har gjort själv, och det är dåligt.” – Respondent 4

Utan sammankopplingen mellan de två ansåg Respondent 4 att det kan uppstå misstro från rekryteraren om individen har skapat sin egen portfolio eller om de har fått hjälp från andra.

Respondenterna betonade vikten av att visa personlighet i sin portfolio och att den bör reflektera individen för att undvika skepticism. Respondent 5 framförde också poängen med att inkludera personliga utvecklingsplaner för karriären.

”Ja, men jag vill veta vad man kan och vad man vill kunna, alltså vart man är på väg.” – Respondent 5

Respondent 5 betonade vikten av att inkludera personliga utvecklingsplaner i en portfolio för att visa insikt om individens personliga mål. Denna inblick kan framhäva individens intressen och ambitioner som i sin tur kan bidra till en bättre förståelse av deras personlighet.

”Ja alltså favoritträtt kanske man kan skippa, men jag tycker ändå att egenskaper om hur man är som person är superviktigt.” – Respondent 5

Intervjuerna underströk betydelsen av personlig information och karaktärsdrag i en portfolio. Respondenterna hävdade att en digital portfolio möjliggör en högre nivå av personlighet som potentiellt kan presenteras, med en betydande möjlighet för kreativitet och reflektion över personliga egenskaper.

4.4 Tydlighet i presentationen

Respondenterna ansåg att det är avgörande att ha ett tydligt syfte med en portfolio för att effektivt visa upp kompetenser och erfarenheter. Utan tydlighet i portfolio saknas fokus och därmed misslyckas förmedlingen av individens relevanta styrkor. Respondenterna underströk betydelsen av tydlighet för en attraktiv portfolio.

”Ja, det beror ju på vad man vill, men återigen, tydlighet så att man vet vad man ska titta på om man... Om man gillar att jobba med infografiskt, då ska man ha snabbt fokus på det och kanske visa att det är det som är det man håller på med, eller om det är film och foto att man kanske snabbt visar att det här är vad jag gör.” – Respondent 2

Respondent 2 som arbetar som webbdesigner föreslog att det uppenbara fokuset i individens portfolio bör vara direkt sammankopplat med vad individen vill uppnå. Syftet med en portfolio ska vara självklart väldigt tidigt enligt respondenterna och ska därmed snabbt demonstrera kompetenser samt erfarenheter för potentiella arbetsgivare. Som webbdesigner poängterade Respondent 2 att det är viktigt att visa upp sina erfarenheter och kompetenser på ett övertygande sätt för att attrahera potentiella arbetsgivare. Respondent 4 som arbetar i rekryteringssammanhang såg även tydlighet som en viktig faktor.

”För saker som jag själv i alla fall undrar ofta i ett rekryteringssammanhang, det är ju just det där. Vad är det som du har gjort i projektet?” – Respondent 4

Respondent 4 i rekryteringsbranschen var mer intresserad av vad varje individ har bidragit med i deras tidigare projekt. En tydlighet i vilka specifika uppgifter och ansvarsområden som

den sökande stod för i projektet är av stor betydelse. Att tydligt föra fram kompetenser för att effektivt demonstrera relevanta kunskaper som i sin tur potentiellt kan bidra till det nya företaget på ett så meningsfullt sätt som möjligt. Att skapa tydlighet i syftet ansåg respondenterna vara viktigt, varav Respondent 1 lyfte aspekten av att tydligt förmedla personligheten, vilket sågs som gynnsamt.

”Det kanske är som med folk i allmänhet att man vill som ha en tydlighet någonstans, alltså kanske att man vågar ha ett uttryck att man inte ska vara så ängslig alltså, man kanske inte som person både ska vara den här spralliga och utåtriktade och samtidigt den här introverta svåra personen, så det kanske blir svårt att veta vem man har att göra med och det kanske man måste ändå visa tydligt att ja, men nu går jag all in här på nu är jag den här färg personen för den representerar mig, jag kanske. Jag kanske har så hemma eller jag kanske klär mig så jag kanske gillar det. Då ska man ju som gå all in på det, och då kan ju det vara jättebra.” - Respondent 1

Respondent 1 sågs därför ha en bredare syn som betonar vikten av att vara tydlig i inte bara hur man visar upp sina erfarenheter och kunskaper men även i hur personligheten presenteras. Respondent 4 delade även denna åsikt kring en klarhet i personligheten i anställningsprocessen. Enligt dessa respondenter var det viktigt att ha ett tydligt uttryck av sig själv i portfolion då det kan hjälpa potentiella arbetsgivare att bättre förstå sig på individen de granskar. Respondent 5 som har arbetat som IT konsult i 7 år delade åsikten om att individens portfolio ska spegla intressen för att föra fram tydlighet i syftet.

”Ja men alltså, jag tänker om du till exempel är intresserad av design eller UX, då vill man ju att det ska vara någonting som den här webbportfolion speglar också.” – Respondent 5

Respondenterna i denna studie argumenterade för vikten av tydlighet i en portfolio där ett tydligt syfte kan vara avgörande för att visa upp relevanta erfarenheter och färdigheter för arbetsgivare. Vidare lyfte en respondent vikten av att vara tydlig med vad man har bidragit med specifikt i tidigare projekt, och ytterligare en respondent lyfter fram hur personlighet även bör vara tydligt presenterad samt återspegla intressen och vem man är i verkligheten för att förmedla vilket syfte man har med sin ansökan.

5. Analys

I detta kapitel redovisas resultaten från den kvalitativa studien samt syntetisering med förstudien. I denna del appliceras Yins (2016) fjärde fas av processen för att analysera kvalitativa data. Processen innebär att en systematisk analys av insamlade data kommer ske för att kunna dra slutsatser samt skapa ny förståelse kring digitala portfolion.

5.1 Balanserad komplexitet

För att skapa en attraktiv portfolio är det viktigt att upprätthålla en harmonisk balans mellan enkelhet och komplexitet. Chen (2018) hävdade att användbarheten bestämdes av den visuella komplexiteten, vilket samtliga respondenter lyfte i denna studie med sina egna reflektioner om hur överflödiga information på webbplatser kan vilseleda användaren. Samtidigt reflekterade de över hur detta kan påverka en portfolio, där en av de viktigaste funktionerna var att det framgår en stark tydlighet och enkelhet i hela strukturen. Respondent 1 förklarade även betydelsen av att ha en familjär struktur på en webbplats och hur detta kan förbättra användarupplevelsen genom att användaren känner igen sig i vart den kan hitta viss information. Yablonski (2020) beskrev också detta som en viktig faktor för god användarupplevelse då en alldeles för ny design kan vilseleda och förvirra användaren.

Respondent 1 menade att detta är något som kan balanseras, där ett exempel gavs om hur en bekant struktur ger mer utrymme för projekten att vara nyskapande gentemot om designen är nyskapande så kan projekten visa mer familjaritet. Även Respondent 5 höll med om att strukturell familjaritet kunde vara fördelaktigt medan nyskapande design kunde vara mer eller mindre fördelaktigt beroende på vilken yrkesroll som var i fokus. Respondent 5 förklarade vidare hur familjaritet "*kan ta en långt*" i karriären varav kreativt nyskapande berodde på yrkesrollen, som en portfolio för ett jobb som filmare kanske det var viktigare att visa kreativitet och originalitet än för ett jobb som UX designer, där det kanske var viktigare att visa att man behärskar designprinciper och på ett effektivt sätt förmedla detta genom en viss design eller struktur. Inkluderingen av grafiska element var även något som kommer ha en stor påverkan på portfolions användarupplevelse.

Pettersson (2023) beskrev grafisk design som ett verktyg för visuell kommunikation, vilket var en beskrivning som även hade kunnat passat för en portfolio. Respondenterna visade genom intervjuerna en förståelse för att dessa portfolion var verktyg för att kommunicera visuellt och förmedla vem man är och vad man kan. Webbformatet tillåter grafiska element som video och animation att ta plats vilket i sin tur gjorde materialet mer lättillgängligt vilket enligt Respondent 5 var av yttersta vikt. Visualisering genom design hjälper designers kommunicera genom ett mer lättförståeligt format (Agrawala et al., 2011), vilket möjliggör kommunikeringen av avancerad information som i ett textformat kan upplevas som obegripligt.

5.2 En optimal initial upplevelse

Ett första intryck kan avsevärt påverka den övergripande användarupplevelsen, i sin tur markerar detta vikten av att noggrant överväga förmedlingen av ens portfolio för att bidra till en så positiv upplevelse som möjligt. Detta dilemma uppenbarade Ambrose och Harris (2008) att med endast ett fåtal sekunder så ska användarens uppmärksamhet ha fångats. Denna studie

har forskat kring första intryck i relation till digitala portfolion för att presentera genomförbara tekniker att utnyttja i praktiken för ett gynnsamt resultat. Heejun Kim (2008) hävdade att en visuell stimulans är den mest drivande faktorn för ett positivt första intryck och därmed högt påverkande på chansen av användarens potential att stanna kvar på webbplatsen. Respondent 5 argumenterade för att skapa ett bra första intryck, för att göra detta så kan designern använda sig av originalitet för att stå ut från mängden och med en uttrycksfull estetik i designen av en portfolio så kan designern påverka användarens upplevda upphetsning (Kim, 2019) samt så bidrog en högre grad av visuella nyheter på webbplatsen till en ökad nyfikenheten hos användaren (Huang, 2003). Studien förde fram argumentet för hur en visuellt kreativ samt attraktiv design är en optimal metod för att optimera första intrycket hos användaren och därmed säkerställa en potentiellt längre användningstid av portfolion.

För att skapa det mest gynnsamma första intrycket var det nödvändigt att presentera innehåll av absolut högsta kvalitet av det som är tillgängligt, just detta var ett argument som alla respondenter var överens om. I ett sammanhang där ett första intryck var högt prioriterat så var det av stor betydelse att kvalitet skulle företräda kvantitet. Enbart det högst kvalitativa innehållet ansågs värdigt att presentera. Dock har en del respondenter argumenterat för att det även ska existera möjligheter att fördjupa sig bortom de bästa valen vid behov. Förväntningar spelade en viktig roll i våra uppfattningar och det gäller även vid uppfattningen av portfolios.

Respondenterna underströk ett flertal gånger hur viktigt klarhet i syfte inom ens portfolio var för att effektivt förmedla korrekt och relevant data till arbetsgivaren. Resultatet av studien fick en direkt koppling till den relaterade forskningen som även belyste vikten av relevant information för yrkesrollen som individen sökt (Yu, 2011). Vidare visade forskning på hur klarhet i syfte för webbplatsen kunde bidra positivt till ett första intryck (Kim, 2008), något som samtliga respondenter även framhävde. Respondenterna förde vidare argumentet med hur rekryterare som sökte en UX designer skulle förvänta sig att relevant UX data var i fokus på de portfolios de skulle analysera. Av denna orsak bör designers uppmärksamma vilket yrke eller vilken bransch som är utav intresse och skraddarsy innehållet för att uppfylla kraven och förväntningarna. I ett scenario då denna data saknas eller ej prioriteras kan användarens första intryck bli negativt påverkat. Webbplatser som ej uppnår användarens förväntningar har en lägre grad av *prototypicality* och kan därmed leda till en nedåtgående spiral för användaren direkt från starten av användningen (Tuch et al., 2012). Respondent 1 och 4 hävdade även att klarhet i ens personlighet kring ens portfolio sammankopplat med personlighet i verkligheten kan påverka förväntningar hos eventuell rekryterare.

6. Diskussion

I denna del har vi besvarat vår frågeställning med hjälp av resultatet samt analysen av resultatet samtidigt som vi integrerar förstudiens forskning i detta. Vidare forskning kring ämnet har även föreslagits och diskuterats om.

6.1 En reglerad balans

Resultaten av denna studie indikerade på ett genomgående tema av balans i utformningen av en portfolio. Studien har visat att utnyttjande av både nyskapande samt familjär design åstadkommer optimala resultat, där fördelningen bör vara baserad på syftet av portfolion. Studien visade att en familjär struktur är att föredra, då en ny struktur har större chans att förvirra användaren vilket Grant (2018) också understryker. För att balansera den familjära strukturen behövs något komplext eller nyskapande inkluderas, vilket det finns utrymme för i projekten som portfolion kommer visa upp. Detta är något som bör tänkas igenom så de nyskapande projekten faktiskt är effektiva då vissa yrkesroller inte alls kräver något nytänkande, medan vissa andra kräver väldigt mycket nytänkande. Studien visade även att bägge delar bör inkluderas, då alltför familjär design och struktur blir negativa egenskaper i frånvaron av komplexitet. Användarvänligheten på en webbplats bestäms av dess visuella komplexitet (Chen, 2018) och studien fann att detta även stämmer in på portfolios. En visuellt komplex webbplats kan upplevas som krånglig och svårnavigerad vilket ger användaren en negativ användarupplevelse varav en förenklad design ger upphov för god användarvänlighet och en positiv helhets känsla. Studien fann att en isbergmodell bör användas för optimalt resultat, där första sidan tyder på enkelhet och grundlig information med möjlighet till fördjupning vid intresse.

6.2 Vikten av transparens

Studien upptäckte att relevans av data presenterad är av en stor prioritet i strukturering av en portfolio för att kunna kommunicera korrekt information till de aktuella potentiella arbetsgivarna. Studien fann hur designern behöver erhålla förståelse för produktens användare (Gould & Lewis, 1985) och anpassa innehållet så endast det bästa och mest relevanta informationen för individens karriärs intresse presenteras (Yu, 2011). Studien fann hur tydlighet och klarhet i syfte ska vara en hög prioritering i strukturering av ens portfolio för en högre nivå av användarvänlighet (Kim, 2008), tydlighet i kompetenser ska även existera med exakt vad individens personliga bidragande var till tidigare projekt som presenteras.

6.3 Den initiala upplevelsen

Forskningen tydde på hur viktigt det är att utnyttja ett första intryck, och belyser hur de första sekunderna kan påverka resterande användning webbplatsen betydligt stort. En sammankoppling har observerats mellan respondenterna och den tidigare utförda forskningen inom ämnet hur man kan skapa ett optimalt första intryck. Respondenterna samt relaterade forskningen stod enade i hur originaliteten av första sidan som användaren bemöts av kan ha en positiv påverkan över det kommande användandet. Med en unik start så ökar både nyfikenheten (Huang, 2003) samt upphetsningen (Kim, 2019), därigenom expanderas potentialen för användaren att förbli engagerad och vidareutforska den resterande

informationen från webbplatsen. I resultatet av studien har en metod för ett optimalt första intryck förts fram igenom ett originellt och mer uttrycksfullt designval.

Kännedom och kunskaper kring användandet av digitala verktyg för att effektivt förmedla budskap i grafiska och visuella sammanhang kan vara av fördel för att korrekt utnyttja potentialen som en digitaliserad portfolio möjliggör. Likt Benyons (2019) förklaring av fördelen med att besitta kunskaper om hur man effektivt använder sig utav designprinciper så har denna studie kommit fram till att det är viktigt att kunna förmedla sig själv på ett relevant och effektivt vis genom användningen av digitala verktyg. Det leder fortsättningsvis vidare resonemanget att det är viktigt att känna till hur man faktiskt skapar dessa genom att bekanta sig med användningen av digitala och grafiska verktyg samt att använda de digitala och grafiska verktyg som ses mest relevanta för yrkesrollen.

6.4 Slutsats

För att utforma digitala portfolios så att de kommunicerar för yrkesrollen relevanta kompetenser, meriter och erfarenheter så kräver portfolion en genomgående tydlighet av den sökandes syfte. Det genomgående temat som en portfolio ska erhålla bör dirigeras av personliga yrkesintressen och därmed bör endast de mest relevanta kompetenser, meriter och egenskaper passande för rollen presenteras. Studien fann att prioritering av kvalitet på innehållet är fördelaktigt där ett exempel som presenterats i intervjuerna är en isbergmodell som synes vara en effektiv metod för att redovisa en simpel sammanfattad vy av kompetenser, personlighet och erfarenheter med möjlighet för fördjupning. En simpel startsida med ytterligare flikar för mer utförlig information om vem individen är och vad individen tidigare har gjort ger användaren möjligheten att kunna läsa mer utförligt om personen och dess förmågor som gör att webbplatsen ses som användarvänlig och enkel men samtidigt komplex. Tre nyckelfaktorer som har en avgörande roll i portfolios kan därifrån deriveras; tydlighet, enkelhet och balans och hur man väljer att förmedla dessa i en portfolio bör ändras beroende på vilken yrkesroll eller vilken bransch som portfolion används för.

6.5 Framtida forskning

Ett oväntat resultat av denna studie som har framkommit via respondenterna är hur den mest fördelaktiga perioden att utnyttja en portfolio verkar vara i de tidigare stadierna av karriären för yrkesverksamma inom mediebranschen. Detta påstående saknar emellertid stöd från tidigare forskning, vilket ger skäl för ytterligare forskning för att fördjupa förståelsen kring den frågan och för att effektivt kunna nyttja en portfolio till dess maximala kapacitet. Vidare hade studier kring samma ämnesområde med mer specialiserade urval kunna genomföras för att hitta specifika faktorer för varje bransch då denna studie täcker en större del av mediebranschen.

7. Referenser

- Agrawala, M., Li, W. & Berthouzoz, F. (2011). Design principles for visual communication. *Communications of the ACM*, 54(4), 60-69.
- Ambrose, G., Harris, P. (2008). *The fundamentals of graphic design*. West Sussex, United Kingdom: AVA Publishing.
- Ant Ozok, A., & Salvendy, G. (2000). Measuring consistency of web page design and its effects on performance and satisfaction. *Ergonomics*, 43(4), 443-460.
- Arntson, A. E. (2011). *Graphic design basics*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Benyon, D. (2019). *Designing user experience*. Harlow, UK: Pearson.
- Brammer, C. (2007). Electronic portfolios: For assessment and job search. In *Proceedings of the 2007 Association for Business Communication Annual Convention* (pp. 1-9).
- Chen, M. (2018). Improving website structure through reducing information overload. *Decision Support Systems*, 110, 84-94.
- Deng, L., & Poole, M. S. (2010). Affect in Web Interfaces: A Study of the Impacts of Web Page Visual Complexity and Order. *MIS Quarterly*, 34(4), 711-730. <https://doi.org/10.2307/25750702>
- Gould, J. D., & Lewis, C. (1985). Designing for usability: key principles and what designers think. *Communications of the ACM*, 28(3), 300-311.
- Grant, W. (2018). *101 UX principles: A definitive design guide*. Birmingham, UK: Packt Publishing Ltd.
- Hassenzahl, M. (2013). User experience and experience design. *The encyclopedia of human-computer interaction*, 2, 1-14.
- Huang, M. H. (2003). Designing website attributes to induce experiential encounters. *Computers in Human Behavior*, 19(4), 425-442.
- Kim, H., & Fesenmaier, D. R. (2008). Persuasive design of destination web sites: An analysis of first impression. *Journal of Travel research*, 47(1), 3-13.
- Kim, S. (2019). Why should GUI designers create visual novelties?: The mechanisms of first impression formation in user experience. *Archives of Design Research*, 32(2), 31-43.
- Leahy, R. L., & Filiatrault, A. (2017). Employers' Perceptions of the Benefits of Employment Electronic Portfolios. *International Journal of ePortfolio*, 7(2), 217-223.
- Moody, J., Stewart, B., & Bolt-Lee, C. (2002, March). Showcasing the skilled business graduate: Expanding the tool kit. *Business Communication Quarterly*, 65(1)
- Oppenlaender, J., Tiropanis, T., & Hosio, S. (2020). CrowdUI: Supporting Web Design with the Crowd. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(EICS), 1-28.
- Pettersson, R. (2015). *Graphic design*. Tullinge, SE: International Institute for Information Design.
- Tuch, A. N., Presslauer, E. E., Stöcklin, M., Opwis, K., & Bargas-Avila, J. A. (2012). The role of visual complexity and prototypicality regarding first impression of websites: Working

towards understanding aesthetic judgments. *International journal of human-computer studies*, 70(11), 794-811.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm, SE: Vetenskapsrådet.

Yablonski, J. (2020). *Laws of UX: Using psychology to design better products & services*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish*. 2 uppl. New York, NY: The Guilford Press.

Yu, T. (2011). E-portfolio, a valuable job search tool for college students. *Campus-Wide Information Systems*, 29(1), 70-76.

8. Bilagor

Bilaga 1 - Intervjufrågor

Personlig bakgrund

- Vad heter du?
- Vad arbetar du med?
- Hur kan en vanlig arbetsdag se ut för dig? Vilka arbetsuppgifter har du?
- Hur länge har du arbetat med det?
- Hur fick du intresse för ditt yrke?

Inledning

- Hur hittade du ditt jobb?
- Använde du dig av en webbportfolio för din ansökan? -> Om inte, vad använde du?
- Hade du använt samma ansökningsmetod som då om du skulle söka ett nytt jobb nu?
- Vad är din åsikt om webbportfolier?
- (Har du själv använt dig av en webbportfolio?)
- Vad ser du för svagheter respektive styrkor med webbportfolios?
- Hur jämförs en webbportfolio med ett traditionellt cv?

UX-design

- Vilka faktorer är det som gör en webbportfolio intressant?
- Vilka faktorer gör en webbportfolio ointressant?
- Kan en webbportfolio innehålla för mycket information? -> Kan storleken på en webbportfolio påverka användbarheten? -> Om svaret är ja, hur kan man åtgärda det?
- Känner du att första intrycket är viktigt med en webbportfolio?
- Hur gör man ett bra första intryck?

Webbstruktur & variationer

- Vilka element bör en webbportfolio inkludera? -> Vad tycker du är mest respektive minst viktigt?
- Hur hade du organiserat din webbportfolio? -> Vad hade du tänkt på att göra först?
- Anser du att en webbportfolio bör skräddarsys efter olika arbetsroller? Varför bör/bör det inte?

- Vad är fördelarna samt nackdelar med nyskapande design respektive familjär design inom webbportfolion? I vilka situationer tycker du de passar och varför?
- Hur tycker du att man bör presentera sin personlighet samtidigt som man håller en professionell ton i sin webbportfolio?
- Är det viktigt att både personlighet och professionella meriter framgår på webbportfolion?

Övriga frågor

- Har du något att tillägga? Någon egen reflektion eller dylikt som dykt upp under intervjuens gång?