

Hessel Translations

– En undersökning kring hur man utvecklar design och marknadsföring av en webbplats för översättning mellan språk.

Hessel Translations

– A study on how to develop design and promotion of a web page directed to a professional translator.

Av: Jesper Håkansson
Handledare: Montathar Faraon

Abstract

This paper describes the process of developing a web page with the purpose of marketing a free-lancing translator. The purpose of this paper is to examine which parts and components that are relevant for clients visiting the web page. The paper also examines theories and methods regarding evaluations of translation quality through Translation Quality Assessments. These Translation Quality Assessments are later applied graphically in order to investigate how these could ease the process of determining translation quality for clients. By using methods in Usability, such as an online survey and usability testing, the navigation, interface and graphical appearance of the web page is examined. The result of this study shows that clients visiting such a website wants to see a clear description of what services the translator offers, what work the translator has done earlier and what educational background the translator has got. The studie also showed that a graphical evaluation of Translation Quality Assessments must be done first when a liable evaluator can be presented for the viewer. Regarding the design, navigation and interface of such a web page, it is important that there is not too much content. It is also important that the color scheme of the web page is not too colorful and contains too much contrasts.

Keywords

Translation, Usability, Translation Quality Assessments, TQA, WordPress, one-pager.

Sammanfattning

Detta examensarbete redovisar processen att utveckla en webbplats vars syfte är att marknadsföra en frilansande översättare. Syftet med rapporten är att undersöka vilka delar och komponenter av en sådan webbplats som är viktiga att presentera för eventuella beställare. Vidare undersöks teorier gällande bedömning av översättningskvalité genom kvalitetsindikatorer, samt hur dessa grafiskt kan appliceras på en webbplats för påvisa god översättningskvalité i marknadsförings-syfte. Genom att använda metoder i användbarhet i form av en enkätundersökning och användartester undersöks hur deltagarna uppfattade webbplatsens navigation, gränssnitt och grafiska utseende. Resultatet av detta arbete visar på att besökare av sådan webbplats tydligt vill se vilka tjänster företaget erbjuder, en tydlig arbetsbakgrund samt vilken utbildning översättaren har. Studien visade även på att en grafisk bedömning av översättningskvalité måste göras först när en ansvarig bedömare kan bli presenterad för betraktaren. Gällande design, navigation och gränssnitt är det viktigt att webbplatsen inte har för mycket innehåll och blir för stor, samt att färgvalet för webbplatsen inte är för stark och kontrastfylld.

Nyckelord

Översättning, användbarhet, översättningskvalité, kvalitetsindikatorer, WordPress, one-pager.

Förord

Ett stort tack till alla deltagare som har bidragit till utvecklingen av denna webbplats genom enkätundersökning samt användartester. Jag vill även tacka min handledare Montathar Faraon som har försett mig med god handledning genom detta projekt.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Disposition	3
1.2 Syfte och mål	4
2. Problemformuleringar.....	4
2.1 Frågeställningar	5
2.2 Avgränsningar	5
3. Bakgrund.....	6
3.1 Plattformer för frilansöversättare	6
3.1.1 Proz	6
3.1.2 Övriga plattformar.....	6
3.2 Hessel Translations	7
4. Teori.....	7
4.1 Maskin- och manuellöversättning	7
4.2 Språklig översättningskvalité	8
4.3 Användbarhet.....	10
4.4 Innehållshanteringssystem.....	11
4.4.1 WordPress	11
4.5 One-page-hemsidor	12
4.6 Sammanfattning.....	13
5. Metod	14
5.1 PACT-analys	14
5.1.1 People	14
5.1.2 Activities	15
5.1.3 Contexts	15
5.1.4 Technologies	15
5.2 Prototypsida utifrån WordPress	16
5.2.1 Uppbyggnad utifrån WordPress-tema	16
5.2.2 Implementering av kvalitetsindikatorer för översättningskvalité	20
5.3 Enkätundersökning	22

5.4 Användartest	23
6. Resultat	24
6.1 Resultat från enkätundersökning	24
6.1.1 Webbplatsens utseende	24
6.1.2 Webbplatsens navigation och gränssnitt	26
6.1.3 Kvalitetsindikatorer	28
6.1.4 Sammanfattning av enkätundersökning	29
6.2 Tillämpningar från enkätundersökning	31
6.3 Resultat av användartest	35
6.4 Tillämpningar från användartester	41
6.5 Resultat av slutprodukt	43
6.5.1 Responsivitet	48
7. Diskussion	49
8. Referenser	52
9. Bilagor	54
9.1 Enkätundersökningsfrågor	54
9.2 Användartestplan	58
9.3 Skärmdump av den slutgiltiga versionen i sin helhet	60

1. Inledning

Idag finns det två metoder att få en text översatt mellan två språk: antingen genomförs översättningen av en människa som besitter kunskaper mellan de två språken eller så genomförs översättningen av en dator, så kallade "maskinöversättningar". De första idéerna kring att en dator skulle kunna översätta texter mellan två språk uppkom redan 1949 (Weaver, 1955). Eftersom datorer i princip inte fanns vid årtalet Weaver först skrev om maskinöversättningar skulle det komma att ta lång tid innan maskinöversättningar mellan språk kunde implementeras rent praktiskt. I och med att datorerna blev allt mer kraftfulla och billigare utvecklades maskinöversättningarna. I slutet på 1998 lanserades Altavista BabelFish (AltaVista, 1998), en tjänst där den som hade en uppkoppling till internet kunde översätta fritext eller hemsidor. Idag finns en uppsjö av liknande webbaserade maskinöversättningstjänster, bland annat Google Translate och Bing Translate.

I dagsläget finns det ingen maskinöversättningstjänst som fullt ut kan konkurrera med översättningar gjorda av en människa som besitter goda kunskaper i två språk. Problemet är att en maskinöversättning ofta genererar fel i meningsuppbyggnader samt att översättningen ofta kan innehålla syftningsfel (Madsen, 2009). På grund av detta är arbetsmarknaden för översättningar gjorda av människor fortfarande stor, vilket argumenterar för att denna typ av tjänster fortfarande är fullt aktuella.

Som översättare mellan språk finns det ett antal sätt att arbeta på. Man kan arbeta för ett översättningsföretag, där du har en fast lön och följer företagets olika direktiv gällande översättningskvalité och liknande. För att få en anställning hos ett sådant företag krävs ofta att man har mycket arbetserfarenhet, men också att man ofta har en lämplig språkutbildning. Man kan också arbeta som frilansöversättare, där du själv tar kontakt med diverse aktörer och sköter översättningar åt dem. Många frilansöversättare har ett medlemskap på diverse communityhemsidor, exempelvis Proz och Elance, där de kan komma i direkt kontakt med diverse aktörer. Många frilansöversättare har även en egen webbplats där de marknadsför sig själva.

När jag personligen sett till diverse hemsidor för frilansöversättare har jag upptäckt problematiken i att det är mycket svårt att bedöma vilken kvalitet på översättningen som översättaren kan leverera. När jag vidare undersökte denna problematik fann jag flera forumtrådar där just beställare av översättningar uttryckte svårigheter i att bedöma översättningskvalité om de inte besitter kunskaper i språket texten översätts till. Ett tydligt exempel på detta belyses av användaren *chcw* på översättningscommunityt Proz forum, där användaren uttryckligen kommer med frågeställningen: "*Jag anlitar en översättare från engelska till tyska. Eftersom jag inte talar tyska, hur kan jag då veta om hans översättning är noggrant översatt och flytande?*" (Proz, 2014).

Eftersom konkurrensen är mycket hård för frilansöversättare är det viktigt att man kan visa upp att det man levererar är av god kvalitet. Det man som eventuell kund annars får förlita sig på är frilansöversättarens bakgrund i form av utbildning samt tidigare arbeten översättaren har gjort. Genom att utöver detta presentera kunden för en bedömning av exempelöversättningar genom översättningskvalitéer, så kallade *kvalitetsindikatorer* vill jag undersöka om detta kan underlätta för eventuella kunder att bedöma kvalitén i översättningen.

Det jag vill med detta praktiska examensarbete är att studera vilka komponenter som är viktiga att applicera i utformningen av en marknadsförande webbplats för frilansöversättare. Utöver detta vill jag även undersöka vilka metoder som finns för bedömning av översättningskvalité samt hur dessa rent praktiskt kan appliceras på en webbplats för att visa på god översättningskvalité. Detta ska undersökas med hjälp av metoder för användbarhet, och i slutändan leda till en slutprodukt som kan levereras till kunden.

1.1 Disposition

Detta examensarbete innehåller 9 kapitel.

Kapitel 1, Inledning. Presenterar en introduktion kring ämnet av detta praktiska examensarbete. Här presenteras dessutom syfte och mål.

Kapitel 2, Problemformulering. Beskriver examensarbetets problemformulering, frågeställningar och avgränsningar som ligger till grund för arbetet.

Kapitel 3, Bakgrund. Tar upp en bakgrund kring olika plattformar som finns för frilansöversättare, samt en bakgrund om beställaren.

Kapitel 4, Teori. Beskriver den teori som ligger till grund för examensarbetet.

Kapitel 5, Metod. Beskriver vilka metoder som har använts i detta examensarbete.

Kapitel 6, Resultat. Presenterar resultaten utifrån de undersökningar som genomfördes, samt vilka tillämpningar som gjorts utifrån dem.

Kapitel 7, Diskussion. Ger en sammanfattning samt analys av de viktigaste fynden från användartesterna. Analysen förankras till de frågeställningar som definierades i kapitel 2. Här diskuteras även möjlig vidare forskning inom området.

Kapitel 8, Referenser. Presenterar en lista över samtliga källor som legat till grund för examensarbetet.

Kapitel 9, Bilagor. Här bifogas frågor från enkätundersökningen, samt den användartestplan som genomfördes för användartesterna.

1.2 Syfte och mål

Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur man utvecklar designen samt en implementering av översättningskvalitéer för en webbplats vars huvudsyfte riktar sig till marknadsföring av en frilansöversättare. Genom att undersöka olika metoder som finns gällande kvalitetsgranskning av texter översatta från ett språk till ett annat, vill jag i detta examensarbete undersöka hur dessa kan appliceras rent grafiskt på en webbplats. Detta för att potentiella kunder bättre ska kunna bedöma hur god kvalitén på översättningarna är och i sin tur eventuellt leda till en ökad arbetsomsättning för översättaren. Målet är att designa och utveckla en färdig webbplats utifrån användbarhetsmetoder i form av en enkätundersökning samt användartester. Detta för att kunna säkerställa att designen av denna typ av webbplats är attraktiv för målgruppen.

2. Problemformuleringar

Om man som beställare av en översättning ser till de olika översättningstjänster som finns tillgängliga, finns det flera olika valmöjligheter för denne att välja. Beställaren kan antingen vända sig till ett större översättningsföretag, som antingen specialiserar sig inom ett visst område, exempelvis IT. Beställaren kan också vända sig till frilansöversättare för att genomföra en beställning. En del frilansöversättare marknadsför sina tjänster genom communities, andra genom privata webbplatser eller bägge delar. Frågan är då vilka komponenter av en webbplats som riktar sig till marknadsföring av en frilansöversättare som är viktiga att implementera för att kunden ska känna sig tillfredsställd och vilja ta del av de tjänster frilansöversättaren erbjuder.

På en marknadsförande webbplats för frilansöversättare uppstår ett problem för den eventuella kunden då denne kan ha svårigheter att skaffa sig en klar uppfattning om hur god kvalitet översättaren kan leverera på översättningen, förutsatt att beställaren inte talar språket texten översätts till. Det beställaren då får förlita sig på är faktorer som översättarens utbildning, tidigare arbeten alternativt kundutlåtanden. Det jag inom detta praktiska examensarbete bland annat vill undersöka är hur en bedömning av översättningskvalité kan presenteras för en eventuell beställare. Jag vill med detta undersöka om en sådan presentation skulle underlätta för beställaren att bilda sig en uppfattning om hur god översättningskvalité översättaren kan leverera.

2.1 Frågeställningar

Baserat på det som har framförts i problemformuleringen så har följande frågeställningar utvecklats. Dessa frågeställningar kommer att ligga till grund för detta examensarbete, samt den slutprodukt som ska levereras till kunden:

- Vilka komponenter är viktiga att applicera vid design, navigation och gränssnitt av en webbplats för frilansöversättare?
- Vilka metoder finns det för att bedöma översättningskvalité och hur kan dessa appliceras i marknadsförande syfte på en webbplats?

2.2 Avgränsningar

Då syftet med detta examensarbete är att undersöka vilka komponenter som är viktiga att applicera i utvecklingen av designen på denna typ av webbplats, kommer jag överlåta ansvaret att producera samt granska det textutella innehållet till kunden, så som exempelvis beskrivning av företaget. Då jag även ska undersöka hur man kan presentera en bedömning av översättningskvalité kommer jag själv inte att granska översättningarna och själv genomföra en bedömning, utan koncentrera mig på hur dessa bör presenteras grafiskt på webbplatsen. En sådan bedömning bör alltid ske av en person som är erfaren och utbildad översättare, vilket i detta fall gäller mellan det engelska och det svenska språken (Williams, 2009). Då mitt främsta intresse för detta projekt är medieteknik samt att examensarbetet är en del av en medieteknisk utbildning, kommer jag inte att låta en utomstående expert granska texterna utifrån kvalitetsindikationerna. Det är alltså kundens ansvar att se till att de översättningsexempel kunden valt ska granskas. Det jag kommer att leverera gällande kvalitetsindikatorerna är endast metoden för granskning av översättningskvalité samt hur detta skall appliceras grafiskt på en webbplats.

3. Bakgrund

I detta kapitel beskrivs de olika plattformar som frilansöversättare kan vända sig till för att få tag på arbeten, men också en bakgrund om den beställare som webbplatsen utvecklas till.

3.1 Plattformar för frilansöversättare

Det finns en rad olika plattformar som frilansöversättare kan vända sig till för att få tag på arbete. De communities frilansöversättaren jag utvecklar webbplatsen för använder sig av är Proz och Elance. Dessa webbplatser fungerar som medlingsportaler mellan kunder och eventuella översättare. Proz är till skillnad från Elance endast inriktad på översättning mellan språk, medan Elance även erbjuder övrig frilansverksamhet.

3.1.1 Proz

Proz är enligt sig själva "*världens största community för översättare*", och hade 13 maj 2015 756,620 registrerade användare. Varje översättare har en profil som beskriver vad för typ av översättningsrelaterade tjänster de erbjuder samt inom vilket eller vilka expertisområden de besitter, så som exempelvis undertextning, översättning av facklitteratur eller korrekturläsning. Proz fungerar som en samlingsportal som knyter samman kunder som vill beställa översättningar med översättare (Proz, 2015).

3.1.2 Övriga plattformar

Andra communities för frilansande översättare är exempelvis Translated (<http://translated.net>), Språkbolaget (<http://sprakbolaget.se>) och GlobalScandinavia (<http://globalscandinavia.se>). Beroende på vad för typ av område man specialiserar sig inom lämpar sig vissa communities bättre än andra. En del frilansande översättare har förutom profiler på diverse communities även privata hemsidor där de marknadsför sig själva och som de ofta länkar från communities, som exempelvis Proz.

3.2 Hessel Translations

Viktor Hessel har sedan 2011 varit verksam översättare, där han översätter allt från spelfilmer, TV-serier, manualer, hemsidor samt juridiska dokument från engelska till svenska. Hessel har ingen akademisk utbildning i översättning mellan svenska och engelska, utan är självlärd. Han har arbetat sig fram, och har på så vis lyckats göra karriär. Hessel har på senare tid översatt allt från HBO:s tv-serier till juridiska dokument för stora företag. Då han för närvarande inte har någon privat webbplats får han sina arbeten genom tidigare arbetskontakter samt via frilansöversättningsplattformar som Proz och Elance. Han har länge önskat sig en privat webbplats, i syftet att lättare kunna marknadsföra sig samt komma i kontakt med fler kunder och intressenter.

4. Teori

I detta kapitel undersöks teorier kring skillnader mellan maskin och manuellöversättningar, språkliga översättningskvaliteter, användbarhet, olika innehållshanteringssystem och webbplatser med one-pager-navigation.

4.1 Maskin- och manuellöversättning

Maskinöversättningar, som exempelvis Google Translate har på senare åren kommit att erbjuda automatiska översättningar av texter. Trots att maskinöversättning har förbättrats de senaste åren finns det fortfarande stora hinder för datorer att producera korrekta översättningar, detta då en korrekt översättning förutsätter att ett medvetande förstår texten i sin helhet och kontext. Ett exempel är idiomatiska uttryck så som engelskans ”*She’s pulling my leg*”, där exempelvis Google Translate översätter uttrycket till ”*Hon drar mig i benet*” på svenska. Beroende på kontexten kan översättningens betydelse alltså bli inkorrekt (Ahmady & Rosmar, 2014). Ser man däremot till mer avancerade maskinöversättningsverktyg kan användaren kalibrera faktorer så som ämnesområde, specificerad terminologi eller stilistiska preferenser för att öka chansen att översättningen blir mer korrekt. (Muegge, 2009)

Maskinöversättningar har möjliggjort att all möjlig text kan översättas från ett språk till ett annat, då det erbjuds gratis samt inte kräver någon tid att översätta. För en del översättare kan maskinöversättningar även fungera som ett bra verktyg för att få förslag på hur strukturen skulle kunna läggas fram. Detta bidrar i sin tur till en effektivisering av översättningsprocessen.

Med manuellöversättningar menas översättningar som är gjorda av människor och inte datorer. De manuella översättningarnas fördelar tar vid där maskinöversättningarna brister, då endast en människa i dagsläget kan producera korrekta översättningar mellan språk som visar på en god precision, noggrannhet och kontext. Nackdelarna med manuella översättningar är att de är mycket mer kostsamma, samt kräver mycket mer tid jämfört med en maskinöversättning som översätter text direkt (Muegge, 2009).

4.2 Språklig översättningskvalité

Att undersöka kvalitén på en översättning mellan två språk kallas på engelska för Translation Quality Assessments (TQA). Det mest väsentliga med en översättning mellan språk är att själva översättningen är likvärdig med originaltexten (House, 2015). Hur man däremot ska tolka en översättnings likvärdighet råder det delade meningar om.

Jamal Al-Qinai har tagit fram en modell för TQA, genom att se till översättningsprinciper från ett flertal olika forskare inom området. Han har utifrån dessa forskare presenterat en lista på sex översättningsprinciper, främst anpassade för översättning mellan arabiska och andra språk (Al-Qinai, 2000). De översättningsprinciper Al-Qinai presenterar är som följer: (a) *Innebörden av textuell typografi*, vilket innebär att se till den lingvistiska och narrativa strukturen av en originalöversättning och dess textuella funktion, och på bästa möjliga mån anpassa den i översättningen; (b) *Formbunden korrespondens*, betyder att textens form passar in i sitt syfte, liksom originalöversättningen, exempelvis att text i en logga ska ha ungefär lika många bokstäver för att bättre passa in med originalöversättningen; (c) *Sammanhang*, innebär att sammanhanget av texten i originaltexten överensstämmer med översättningstexten; (d) *Textpragmatisk likvärdighet*, syftar till att rent pragmatiskt komma så nära originaltexten som möjligt; (e) *Lexiala egenskaper*, innebär att man undersöker till exempelvis jargongen i originaltexten, idiomer och låneord samt

likställa dessa i översättningen; (f) *Grammatisk likvärdhet*, innebär att språkbruket är skrivet lika "avancerat" eller "simpelt" som översättningen. Detta genom att kolla på ordningsföljden, alltså meningsuppbyggnaden.

I Storbritannien har Institute of Linguists (IoL), en institution för lingvister i landet, tagit fram ett diplom för översättning från diverse språk till det engelska språket. Detta diplom kallas för DipTrans (eng. *Diploma in Translation*). DipTrans riktar sig till översättare som antingen översätter från engelska till ett annat språk, eller från ett annat språk till engelska. DipTrans kan man tillhandahålla genom att genomgå ett test. Detta testet kan göras av översättare som gör översättningar från engelska till svenska (IoLEducationalTrust, 2015). Testet bedöms utifrån följande kriterier: (a) *Fattningsförmåga och precision*, hur översättaren anpassar språkbruk i den kommunikativa förmågan; (b) *Grammatik* undersöker översättningens morfologi, det vill säga ordets minsta beståndsdelar, meningsuppbyggnad, sammanhang, konsekvens, arbetsstruktur; (c) *Tekniska aspekter*, undersöker kommatering, stavning, accentuering, datum, figurer, och så vidare (IoLEducationalTrust, 2011).

Mariano Felice har i sin rapport "Linguistic Indicators for Quality Estimation of Machine Translations" utifrån flera olika lingvister tagit fram en egen lista med översättningsprinciper som tar upp följande aspekter: (a) *Komplexitet*, innebär att se till att översättningens språkbruk är lika avancerat som källtexten; (b) *Noggrannhet*, undersöker att ordvalen i översättningen är lika dynamisk som källtexten; (c) *Grammatik*, tittar på hur översättningens val av grammatik överensstämmer med källtexten; (d) *Språkfärdighet*, ser till att översättningen flyter på och använder ett lika naturligt språkbruk som källtexten; (e) *Konsekvens och sammanhang*, undersöker att översättningen har en logisk och meningsfull struktur, så den blir enkel att förstå (Felice, 2012).

4.3 Användbarhet

Begreppet användbarhet används för att identifiera hur väl en användare interagerar med ett gränssnitt i tekniska system, så som exempelvis en webbplats. Användbarhet handlar om att se till användarens perspektiv och säkerställa att den tekniska artefakt man utvecklar är lättbegriplig, effektiv samt tillfredställande för användaren (Sharp, Rogers, & Preece, 2007). Enligt usability.gov, en webbplats som drivs av *U.S. Department of Health and Human Services*, finns det sex olika faktorer som bör appliceras när man ska identifiera användbarhet i ett tekniskt system. De definierar dessa faktorer som följande: a) *Intuitiv design*, att användaren obesvärat kan förstå gränssnitt och navigera på hemsidan; b) *Lättlärdhet*, Hur snabbt det tar för en användare som aldrig tidigare påträffat gränssnittet kan genomföra uppgifter; c) *Användareffektivitet*, Hur snabbt en erfaren användare kan genomföra uppgifter; d) *Notabilitet*, Hur mycket en användare minns av gränssnitt och funktioner; e) *Errorfrekvens*, Hur ofta en användare gör misstag när denne använder systemet; f) *Subjektiv tillfredsställelse*, Om användaren gillar att använda systemet (Usability, 2015a). För att säkerställa att det tekniska system man utvecklar i slutändan har en god användbarhet är det alltså nödvändigt att produktens användare ska spela en central roll genom designprocessen. Man mäter en teknisk artefakts användbarhet genom att genomföra diverse användbarhetstester (Sharp et al., 2007). Ett användbarhetstest kan genomföras genom att låta användare utföra uppgifter i det tekniska gränssnittet. Detta för att undersöka hur väl användarna klarar av att genomföra uppgifterna, men också hur lång tid det tar samt hur tillfredsställda de är med genomförandet av uppgiften (Usability, 2015b). Användbarhetstester ska initialt genomföras på den målgrupp den tekniska artefakten riktar sig till. Det är därför viktigt att man definierar målgruppen innan man börjar genomföra användbarhetstester. För att specificera målgruppen kan exempelvis en PACT-analys (*People, Activities, Context, Technologies*) genomföras för att identifiera vilka som kommer använda tjänsten, vilka aktiviteter de ska genomföra på tjänsten, i vilken kontext tjänsten ska verka samt vilken teknik tjänsten kommer att kräva. Det är därför viktigt att man tydligt har definierat en målgrupp när man genomför användbarhetstester (Benyon, 2010).

4.4 Innehållshanteringssystem

Ett innehållshanteringssystem (*eng. Content Management System, CMS*), är ett system som används för att hantera innehållet på exempelvis en webbplats. Det finns en rad olika innehållshanteringssystem, bland de populära innefattar WordPress, Joomla, Drupal och Magento (W3Techs, 2014). Ett innehållshanteringssystem underlättar för redaktörer och webbutvecklare att hantera samt uppdatera innehållet på exempelvis en webbplats.

4.4.1 WordPress

WordPress är ett gratis webbpublicerings- och innehållshanteringssystem som bygger på öppen källkod, det vill säga att tjänsten är fri att använda och utveckla. WordPress bygger på webbprogrammeringsspråket PHP samt databashanteringssystemet MySQL (WordPress, 2015c). WordPress grundades 2003 (WordPress, 2003) och har kommit att bli världens mest använda CMS och används av över 60% av alla hemsidor som använder just webbpublicerings- och innehållshanteringssystem (W3Techs, 2014). Stora företag använder sig exempelvis av WordPress som CMS. Enligt Steve Hart (2014), använder sig exempelvis aktörer som The New York Times, Coca Cola Company och Adobe till viss del av WordPress som CMS (Hart, 2014).

WordPress erbjuder en funktion som kallas *plugins*, vilket är tilläggfunktioner för att användaren ska kunna tillämpa vissa funktioner på webbplatsen utan att nödvändigtvis själv ha programmeringskunskaper, exempelvis ett kontaktformulär. Som tidigare nämnt har WordPress en öppen källkod, så tilläggfunktionerna som erbjuds är utvecklade av diverse användare av tjänsten. En del tilläggfunktioner är gratis att använda, medan andra kostar pengar. Genom WordPress hemsida fanns 2015-05-13 över 37.000 plugins (WordPress, 2015b). WordPress har så kallade teman (*eng. themes*). Ett tema är som en mall för hur strukturen och utseendet på webbplatsen kommer se ut, som någon redan skapat i förväg. Ett tema kan även innehålla vissa funktioner. Liksom med tilläggfunktioner finns det teman som är gratis och teman som kostar pengar. En funktion i WordPress är så kallade "barnteman" (*eng. child themes*), som möjliggör för användaren att alternera ett redan existerande tema. Detta kan tillämpas genom exempelvis CSS (*eng. Cascading Style Sheet*), vilket är en stilmall som gör det möjligt att alternera utseendet på en webbplats, samt genomföra anpassning av webbplatsen för diverse skärmstorlekar. Skärm-

storlekar anpassas med hjälp av så kallade *Media Queries*, vilket är en del av stilmallen man applicerar för att förändra utseendet på webbplatsen utifrån olika skärmstorlekar. Det positiva med barnteman är att grundtemat kan uppdateras utan att ens egna ändringar påverkas eller återställs (WordPress, 2015a).

Nackdelarna med att använda WordPress är att CMS:et kan innehålla många säkerhetsbrister, speciellt om man inte kontinuerligt genomför uppdateringar av WordPress, dess tillägg eller teman. En studie som gjordes 2007 av numera nedlagda blogsecurity.net visade att från ett urval av 50 slumpmässigt utvalda WordPress-sidor var 49 inte uppdaterade med senaste och säkraste versionen (BlogSecurity, 2007). En annan nackdel med WordPress är att uppdateringar av WordPress kan leda till att en del tillägg inte är kompatibla med den senaste WordPress-uppdateringen. Ska man skapa webbplats som förlitar sig till stor del av tilläggsfunktioner är WordPress alltså inte det bästa CMS-alternativet (Powell, 2011).

Jag har valt att använda just WordPress då jag personligen anser att det är ett smidigt sätt att hantera innehåll, funktion och utseende på en webbplats. Då det är ett så pass väletablerat CMS finns det väldigt mycket gratis tillägg samt teman att tillhandahålla, men även mycket information och hjälp kring hur man utvecklar hemsidor för WordPress. När jag sedan överlämnar webbplatsen till kunden kommer även han att kunna ändra text och information på webbplatsen utan att han ska behöva lära sig om webbprogrammering.

4.5 One-page-hemsidor

Sedan införandet av HTML5 och jQuery har så kallade one-pager-webbplatser blivit allt mer populära. Med en *one-pager* eller en *scrolling page* menas webbplatser där allt innehåll samt navigation sker på en och samma sida, och att webbplatsens olika delar presenteras från en början till ett slut. Fördelarna med dessa sidor är att de förser användaren med en ”snabb, stilren, och simpel upplevelse som är både effektiv och vacker” (Mistry, 2013).

När man utvecklar en hemsida med one-pager-navigation är det viktigt att tänka på att man inte har för mycket information i respektive sektion på sidan. Man bör alltid erbjuda användaren att använda navigationsknappar för att ta sig runt till sidans olika sektioner (Buivydas, 2015).

Nackdelarna med att använda sig av denna typ av navigation är att webbplatsen kan ta längre tid att ladda, då en lång webbsida med mycket innehåll ofta innehåller mer data än en webbplats som är uppdelad i flera sidor. En annan nackdel är att det kan uppstå svårigheter för användare av hemsidan att vidarebefordra eller dela en specifik del av hemsidan, eftersom adressen till sidan alltid är densamma (exempelvis om användaren ska vidarebefordra kontaktinformation). Det kan dessutom uppstå svårigheter gällande sökmotorsoptimering, eftersom det textuella innehållet i one-pagers tenderar att innehålla färre nyckelord som kan rikta sökmotorn till webbplatsen (Guglielmi, 2014).

4.6 Sammanfattning

Detta kapitel börjar med att definiera skillnaden mellan maskin-och manuellöversättningar, samt vilka för- och nackdelar som finns med att använda de olika översättningsmöjligheterna. Kapitlet har även tagit upp vad översättningskvalité är, samt vilka olika metoder som finns för att bedöma översättningskvalité genom kvalitetsindikatorer. Vidare behandlas ämnet "Användbarhet" där begreppet definieras, beskriver varför det används samt hur det mäts och appliceras i en designprocess. Därefter beskrivs vad ett innehållshanteringssystem är och vad det används till. Därefter följer en beskrivning av WordPress och dess för- och nackdelar. Sist beskriver kapitlet vad en one-pager-webbplats är för något, vad man bör tänka på gällande utformningen av en sådan, samt dess för- och nackdelar. I kommande kapitel kommer PACT-analys, prototyp-hemsida utifrån WordPress, samt användbarhetstester i form av en enkätundersökning samt användartester att behandlas närmare.

5. Metod

5.1 PACT-analys

När jag tillsammans med Hessel tagit fram de mål som var väsentliga att implementera på webbplatsen, valde jag att göra en PACT-analys för att kunna identifiera vilken typ av användare och målgrupp som kommer att besöka sidan, samt att tydliggöra i vilken miljö och situation den kommer att användas i. PACT är en förkortning av *People, Activities, Contexts* och *Technologies*, och används ofta inom området Människa-dator-interaktion (eng. *Human-Computer-Interaction*, HCI) för utveckling av tekniska system eller tjänster, exempelvis en webbplats (Benyon, 2010). *People* är till för att identifiera vilken typ av målgrupp i form av användare tjänsten vänder sig till. *Activities* är till för att undersöka vad för typ av handlingar den tänkta målgruppen kan använda tjänsten till. *Context* är till för att undersöka vilken kontext tjänsten samspelar i form av miljö, exempelvis om tjänsten brukas till vardags eller på en arbetsplats. *Technologies* syftar på den teknik som tjänsten kommer brukas av, och hur de kan påverka användandet av tjänsten (Benyon, 2010).

5.1.1 People

Jag har identifierat två olika målgrupper som kan tänkas använda denna webbplats. Den främsta målgruppen är människor som arbetar professionellt, exempelvis via mediaföretag eller översättningsfirmor inom specificerade områden så som exempelvis IT och teknik. Hessel vill att webbplatsen ska kunna locka alla möjliga aktörer som är intresserade att beställa översättningar. Den andra målgruppen är definierad till människor som antingen driver mindre företag, eller privatpersoner som önskar att få något översatt från engelska till svenska. Det kan röra sig om exempelvis översättningar av en hemsida för ett mindre företag, eller en frivilligorganisation. Åldersgruppen för bägge målgrupper är varierande, men riktar sig inte till barn och ungdomar, utan till människor av varierande kön över 18 års ålder. De flesta av beställarna Hessel arbetar åt är utländska företag och kommunicerar därför på engelska.

5.1.2 Activities

Då webbplatsen fungerar i marknadsföringssyfte är det viktigt att målgruppsanvändaren inte behöver leta efter information. Den väsentliga aktiviteten är då att smidigt kunna navigera på webbplatsen, se vilka tjänster Hessel erbjuder och bedöma hur god kvalitet på översättningar han kan leverera. Användaren ska även kunna se vad för tidigare arbeten Hessel har gjort. En viktig aktivitet, om inte den viktigaste, är att på webbplatsen smidigt kunna komma i kontakt med honom.

5.1.3 Contexts

Då jag identifierat två målgrupper för webbplatsen, kommer den att besökas i både kontorsmiljö gällande de människor som arbetar professionellt för företag, men också från hemmet för privatpersoner som önskar beställa någon typ av översättning från engelska till svenska. Då användarna antagligen söker bland flera olika typer av översättare är det viktigt att webbplatsen är informativ och tydligt informerar besökaren om vilka tjänster företaget erbjuder.

5.1.4 Technologies

Webbplatsen kommer att besökas genom varierande operativsystem och webbläsare med olika skärmstorlekar. Den målgrupp som arbetar professionellt kommer troligtvis att besöka webbplatsen genom en dator, medan privatpersoner som hemifrån söker översättningstjänster kanske väljer att besöka webbplatsen genom en surfplatta eller en mobiltelefon. Det är därför viktigt att webbsidan är responsiv och både anpassad till så väl datorer som surfplattor och mobiltelefoner för att webbplatsen ska kunna nå ut till så många som möjligt.

5.2 Prototypsida utifrån WordPress

Jag bestämde ett möte med Hessel för att diskutera vilka delar av webbplatsen han ville skulle finnas. De önskemål Hessel hade gällande innehållet på webbplatsen är en “om oss”-del som tydligt beskriver hans verksamhet samt vad för tjänster han erbjuder, en portfolio som visar tidigare arbeten han har genomfört, en del som visar kortare exempel på översättningar samt ett kontaktformulär där man lätt ska kunna komma i kontakt med honom. Han ville inte att webbplatsen skulle inneha ett gränssnitt med många undersidor, utan det skulle gå snabbt för en eventuell kund att få sig en uppfattning om översättaren. Webbplatsen ska vara på engelska, eftersom de flesta beställarna är utländska aktörer som tidigare beskrivits i PACT-analysen. Gällande den grafiska profilen önskade han att webbplatsen skulle kännas “modern” och vara färgglad. När jag bad honom specificera och visa upp exempel vad han syftade på gällande “modern” visade han exempel på webbplatser som hade allt innehåll på en och samma sida, där sidans olika innehåll presenterades på rad efter varandra på en enda sida. Ett av de exempel han tog upp var Svensk Mediatext, ett svenskt företag som ägnar sig åt att bland annat översätta undertexter åt TV, biografier och DVD-utgåvor (<http://www.medietext.se>). Detta gav mig en bättre bild av vad det var Hessel var ute efter gällande navigation och innehåll.

5.2.1 Uppbyggnad utifrån WordPress-tema

Utifrån de önskemål jag fått från Hessel, samt de delar sidan skulle innehålla valde jag att hitta ett lämpligt WordPress-tema, som jag sedan själv kunde förändra med hjälp av att skapa ett barn-tema. Tanken är att först bygga en webbplats med de önskemål jag fått från Hessel, och sedan genomföra en enkätundersökning med människor som har erfarenhet av att beställa översättningar, och sedan vidareutveckla webbplatsen utifrån den feedback jag då får. Detta dels för att identifiera vilka komponenter av webbplatsen som är viktiga att lyfta fram, men också för att undersöka vad som behövs åtgärdas gällande design, navigation och gränssnitt.

Jag ansåg att det var viktigt att hitta ett tema som från grunden var responsivt, så att webbplatsen går att besöka från diverse plattformar, något som jag identifierat tidigare i min PACT-analys. Efter en del research kring WordPress-teman som lämpar sig bra för de mål jag och Viktor satt upp tillsammans fann jag ett som heter *TA-Portfolio* (ThemeArt-Portfolio), ett

tema som ska lämpa sig för just frilansare. Just detta WordPress-tema ansåg jag vara relevant till detta projekt, då strukturen för temat visade allting på en och samma sida samt att den hade en medföljande portfoliofunktion där man tydligt kan presentera tidigare gjorda arbeten.

TA-Portfolio är byggt av en grupp som heter ThemeArt (<http://www.themeart.com>), och är en WordPress-version av *Freelancer*, en one-pager som riktar sig till diverse frilansande aktörer (<http://startbootstrap.com/template-overviews/freelancer/>).

När jag väl installerat WordPress-temat och därefter skapat ett barntema kopplat till TA-Portfolio, var det första steget att implementera de delar som webbplatsen skulle innehålla:

- *About* är en del av webbplatsen som innehåller en förklarande text om frilansöversättaren, där det beskrivs vilka tjänster han erbjuder samt vilka hans huvudområden inom översättning är. Dessutom presenteras en kort beskrivning om vilka andra delar av hemsidan som finns nedanför.
- *Portfolio* är en del av webbplatsen som presenterar ett urval av de arbeten Hessel tidigare gjort. Varje arbete är indelat i olika kategorier beroende på vad för typ av arbete han har gjort. Dessa kategorier är: Documents and Articles, Manuals, Subtitling och Websites. När man trycker på en vald portfolioartikel dyker en portfolioartikelbeskrivning upp i helskärm som ytterligare beskriver det valda arbete han har genomfört.
- *Samples* är en del av webbplatsen som inkluderar 3 olika översättningsexempel från en hemsida Hessel har översatt. Först presenteras besökaren för en text som förklarar var översättningsexemplen är hämtade, men också att översättningarna är betygssatta från en skala 1-5 baserat på Mariano Felice kvalitetsindikatorer. Nedan följer översättningsexemplen på rad efter varandra, varpå besökaren först får se källtexten, sedan översättningen och sist en bedömning av kvalitetsindikatorer.

- *Contact* är den sista delen av webbplatsen som gör det möjligt att kontakta Hessel, genom ett kontaktformulär. Besökaren behöver ange sitt namn, e-postadress, ämne och sedan sitt meddelande för att kontakta Hessel.

Från grunden innehåller TA-portfolio en blogg-funktion, något jag valde att plocka bort för att istället implementera *About* och *Samples* sidor som inte fanns tillgängliga från början. Detta gjorde jag genom att skapa enskilda *Pages* för *About* och *Samples*, för att sedan anropa dem med valt *Page*-id med hjälp av PHP i grundtemats startsida.

Jag valde att ta fram ett färgschema som spelade på färgerna lila (för sidhuvud och sidfot) persikoröd för presentation och turkos för länkar. Detta är en kombination av färger som samspelar väl med varandra och som är just "färgglada", ett av Hessels önskemål. Se figur 1 för färgschema.



Figur 1. Färger som applicerats på hemsidan, som bygger på Hessels önskemål om ett "färgglatt" tema.

Innehållet för webbplatsen har jag delvis hämtat från Viktor Hessels Proz-konto där han beskriver sig själv och vilka tjänster hans företag erbjuder. Materialet till portfolion har inhämtats från hans CV. Till temat TA-portfolio följer ett tilläggsprogram som gör att man lätt kan strukturera upp innehållet i portfolion samt dela in olika portfolioarbeten i diverse kategorier. De kategorier som implementerades utifrån hans arbeten samt hans CV var enligt följande: Documents and Articles, Manuals, Subtitling och Websites. Det finns även en kategori som visar samtliga kategorier, se figur 2.



PORTFOLIO

ALL | DOCUMENTS AND ARTICLES | MANUALS | SUBTITLING | WEBSITES

IN THE LAND OF WOOD

BRODY STEWART

FUTURAMA

PHOTO

JUSTICE LEAGUE

DOOM

Mel Gibson Glenn Close

HAMLET

NEC FUJIFILM

Hitachi

SOURCE TEXT

We're the only secure VPN provider that accepts Bitcoin, the world's most popular cryptocurrency. We never associate Bitcoin wallet accounts with your real identity, so you can pay and get paid anonymously.

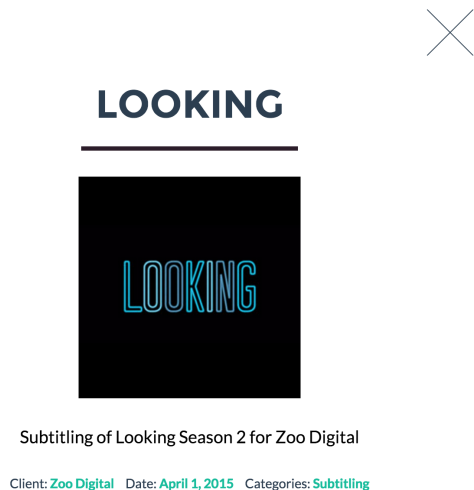
TRANSLATION

Vi är den enda säkra VPN-leverantören som godtar Bitcoin, världens mest populära kryptovaluta. Vi associerar aldrig Bitcoin-plånböcker med din riktiga identitet, så att du kan betala och få betalt anonymt.

Complexity	Accuracy	Grammaticality
4	5	5
Fluency	Coherence	Structure
4	3	5

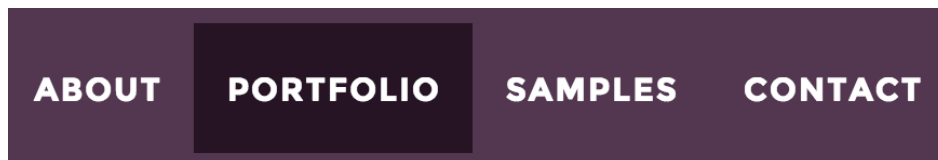
Figur 2. Till vänster: En skärmdump över webbplatsen i sin helhet. Överst till höger: Visar hur portfolion ser ut samt är strukturerad. Nederst till höger: Visar översättningsexempel samt implementering av kvalitetsindikatorer.

När man trycker på en vald portfolioartikel dyker en helsida upp som ger en ytterligare beskrivning av arbetet samt ger information om vilken klient som har beställt översättningen och när översättningen gjordes, se figur 3.



Figur 3. Visar ytterligare information från vald portfolioarbete i helskärm så som beskrivning, vem beställaren är, när översättningen gjordes samt vilken typ av beställning det är.

Eftersom allt material på denna sida är på en och samma sida var det viktigt att implementera länkar i sidhuvudet för vald sektion så att man smidigt ska kunna navigera till webbplatsens olika delar, se figur 4.



Figur 4. Visar navigationen i sidhuvudet för vald kategori "Portfolio".

5.2.2 Implementering av kvalitetsindikatorer för översättningskvalité

För att implementera översättningskvalité rent grafiskt valde jag att under Samples-delen på sidan först beskriva vilken metod jag använt mig av för att granska översättningarna samt hur betygssystemet fungerar. Jag har använt mig av Mariano Felice sex kvalitetsindikatorer för att kunna uppvisa en bedömning av översättning mellan språk, och sedan låtit dessa var för sig betygsättas på en skala från 1-5. Felice kvalitetsindikatorer lämpar sig till detta praktiska examensarbete då han i sina kvalitetsindikatorer bland annat inkluderat de krav British Institute of Linguistics har

för god översättningskvalité. Dessa krav används bland annat i bedömningen för DipTrans, ett diplom i översättning som bland annat frilansöversättare kan genomgå för att uppvisa god översättningskvalité (IoLEducationalTrust, 2015). Kvalitetsindikatorerna, som jag även tar upp i avsnitt 4.4: *Språklig översättningskvalité* är som följer: *Komplexitet, Noggrannhet, Grammatik, Språkfärdighet, Konsekvens och Sammanhang* (Felice, 2012). Jag valde att använda mig av översättningar Hessel har gjort från en webbplats som marknadsför en VPN-tjänst där jag först presenterar källtexten, sedan översättningen och sist kvalitetsindikatorerna och bedömningen av dessa. Då jag endast undersöker hur dessa kvalitetsindikatorer kan appliceras rent grafiskt på en webbplats av detta slag har jag själv utvecklat bedömningen av betygsättningen, detta för att besökaren ska kunna få en uppfattning om hur en bedömning skulle kunna komma att se ut. Kvalitetsindikatorerna är uppbyggda av en tabell i HTML. Se figur 5 för implementering av kvalitetsindikatorer.

TRANSLATION

Varför åka en buss fullproppad med folk som tittar över axeln när du kan glida fram i en egen taxi? NordVPN ger dig en privat och snabb väg på Internet. All din data skyddas konstant genom en banbrytande 2048-bitars SSL-kryptering som inte ens en superdator kan knäcka.

Complexity	Accuracy	Grammaticality
5	5	4
Fluency	Coherence	Structure
3	4	5

Figur 5: Visar implementering av exempelöversättningarnas kvalitetsindikatorer

5.3 Enkätundersökning

För att kunna säkerställa att webbplatsen har en god användbarhet kommer jag att genomföra en enkätundersökning som jag skickar ut till individer som dels är verksamma inom lingvistik och språk och som någon gång beställt en översättning från ett översättningsföretag. Enkätundersökningen kommer också att skickas till diverse översättare. Enkätundersökningar är en effektiv och säkerställd metod för att få in mycket data. Syftet med enkätundersökningen är att undersöka hur målgruppen uppfattar webbplatsens navigation, gränssnitt och grafiska helhet.

Trots att enkätundersökningar ofta ses som en kvantitativ undersökningsmetod går det även bra att genomföra dem i kvalitativt syfte, exempelvis genom att fråga om människors upplevelser kring ett visst ämne. Det är viktigt att ställa frågorna i en enkätundersökning på ett sådant sätt att enkätundersökningsfrågorna inte blir ledande (Bell, 2006).

Sherri Guilliams Turner har i sin studie *“A Case Study Using Scenario-Based Design Tools and Techniques in the Formative Prototype Evaluation and Redesign of a Web-Enhanced Course Interface Evaluation Stage of Instructional Design”* tagit fram en enkätundersökningsmetod för att undersöka samt utvärdera strukturen, gränssnittet samt den grafiska kvalitén på en webbplats (Turner, 1998). Jag har valt att grunda min enkätundersökning på Turners, men har varit tvungen att förändra undersökningen en del. Detta då Turners enkätundersökning är skapad 1998 och att många av frågeställningarna är utdaterade. Ett exempel på detta är en frågeställning vars syfte är att undersöka hur god datorvana deltagaren har är: *“Hur många timmar per **vecka** sitter du vid datorn?”*. Då datoranvändandet är mycket högre idag än vad det var 1998 bör frågeställningen snarare formuleras som: *“Hur många timmar per **dag** sitter du vid datorn?”*. Då denna undersökning även var anpassad till människor som redan var bekanta med just den specifika webbplattformen de undersökte har jag även varit tvungen att omformulera mina frågor. Se bilaga 1 för samtliga enkätundersökningsfrågor.

Målgruppen för denna enkätundersökning är antingen individer som har någon erfarenhet med att beställa översättningar eller människor som jobbar som översättare. För att komma i kontakt med människor som någon gång har beställt en översättning valde jag att kontakta flera universitet och högskolor, där bland Södertörns högskola, Uppsala universitet och Lunds universitet för att komma i kontakt med lärare och professorer som någon gång genomfört en översätt-

ning. För att komma i kontakt med översättare valde jag att kontakta företagen Global Text, Blomquist and Partner samt Språkservice AB. Jag bad dessutom Viktor Hessel att kontakta svensktalande frilansande översättare han har kontakt med.

5.4 Användartest

Benyon beskriver i *Designing Interactive Systems* (2010) att man bör definiera samt strukturera upp en plan inför genomförandet av användartester. I boken tas följande kriterium upp som man bör besvara i planeringen av ett användartest:

- Vilket/vilka mål ska uppnås med användartestet?
- Var och när kommer testet äga rum? Hur lång tid kommer det ta? Vilken teknisk utrustning samt material krävs för att samla in datan?
- Vem ska genomföra användartesterna? Hur många användare ska genomgå testerna?
- Definiera vilka scenarion som testpersonerna ska genomföra. Vilken data ska samlas in samt hur ska den analyseras senare?

Målet med detta användartest är att upptäcka och identifiera eventuella problem gällande webbplatsens navigation och gränssnitt. Detta görs genom att utsätta deltagarna för diverse uppgifter. Testet kommer att äga rum i testpersonernas hem och kommer ta omkring fem till tio minuter. Själva testerna kommer att göras på MacBook Pro med operativsystem OSX 10.9.2 och webbläsaren Google Chrome. Ljud samt skärminspelning kommer att ske med hjälp av ScreenFlow. Testet ska göra med två kvinnor och två män av varierande åldrar med en genomsnittlig god datorvana, se bilaga 2 för fullständig användartestplan.

6. Resultat

I detta kapitel presenteras resultaten samt tillämpningarna från enkätundersökningen och användartesterna.

6.1 Resultat från enkätundersökning

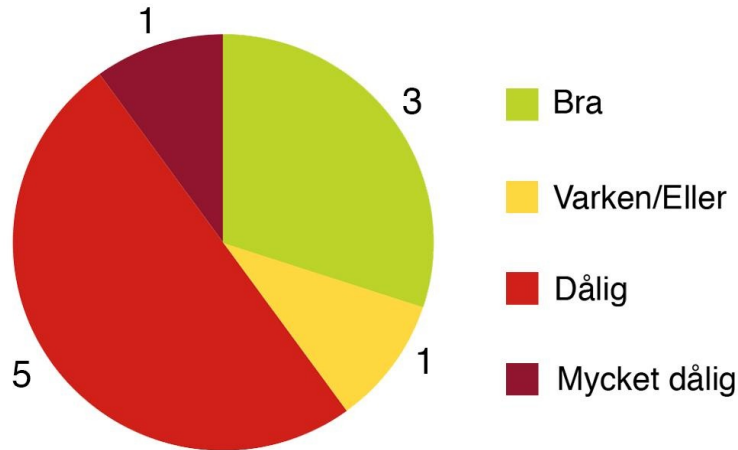
I enkätundersökningen deltog en professorer, en lektor, en tjänsteman inom offentlig sektor samt sex översättare. Åldersspannet var 24-65 år och könsfördelningen mellan de svarande var fyra kvinnor och sex män. Professorerna, lektorn, tjänstemannen samt en översättare (fem av tio) hade tidigare beställt en eller flera översättningar från ett översättningsföretag. Fem av tio svarande beskrev sina datorkunskaper som mycket goda. Fyra av tio beskrev sina datorkunskaper som goda och en av tio beskrev dem som genomsnittliga. Nio av tio spenderade mellan fyra till sju timmar framför datorn dagligen.

6.1.1 Webbplatsens utseende

På frågeställningen om vilket syfte deltagarna anser att webbplatsen fyller svarade samtliga att webbplatsen fyller ett marknadsföringssyfte. En deltagare beskriver webbplatsens syfte som följande: *"Visa upp portfölj och promota företagets tjänster"*. En annan deltagare beskriver syftet såhär: *"Det verkar vara en reklam- och informationssida för ett företag som erbjuder översättningstjänster."* Det framgår alltså tydligt för deltagarna vilket syfte hemsidan fyller, då samtliga har svarat att webbsidan verkar i marknadsförande syfte.

När deltagarna fick besvara frågan "Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande grafiska helhet" svarade en deltagare att denne upplevde hemsidan som "mycket dålig". Fem deltagare upplevde utseendet som "dålig", en upplevde utseendet som "Varken/Eller" och tre upplevde utseendet som "bra", se figur 6.

Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande grafiska helhet?



Figur 6. Cirkeldiagram över hur de svarande betygsatt webbplatsens grafiska helhet.

Majoriteten av deltagarna anser alltså att det finns problem gällande utseendet på hemsidan. När deltagarna fick frågan om vad de inte gillade med webbplatsens nuvarande gränssnitt påpekar 5 av 10 svarande att de tycker att webbplatsen är alldeles för "stor" och att sidan är för lång. En av de svarande argumenterar för detta med följande citat:

- *"Det är lite jobbigt att titta på den, vill nästan zooma ut lite med webbläsaren. När allt är så stort så blir det dessutom svårt att "scroll-navigera" neråt för att man inte direkt kan tyda att något följer nedanför. När man sedan kommer till portfolio-delen så är alla loggor extremt stora, ger ett för kraftigt intryck."*

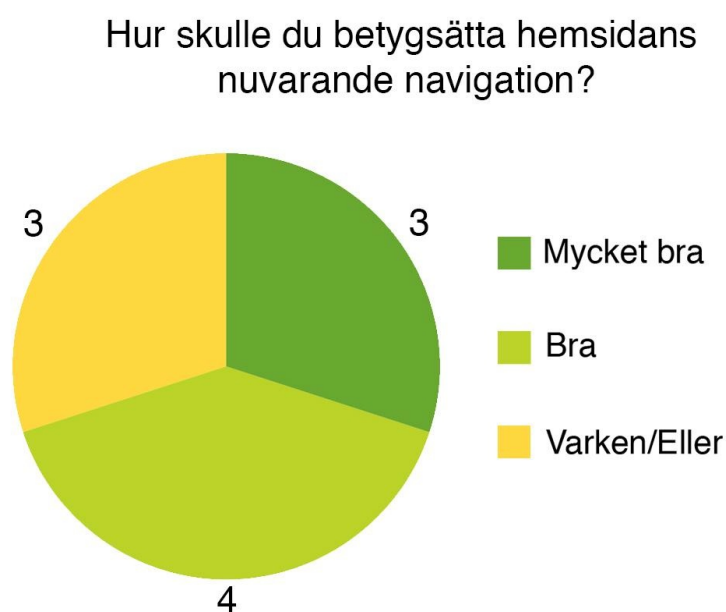
Deltagaren upplever alltså att storleken på hemsidans fyra olika delar är alldeles för stora. En annan deltagare tycker att "Samples"-delen är alldeles för lång, och att översättningsexemplen bör presenteras som spalter bredvid varandra istället. Det är alltså rimligt att anta att de olika delarna var för sig bör rymmas inom skärmytan hos betraktaren. Detta skulle förslagsvis bidra till att navigationen förenklas och att elementen på webbplatsen blir tydligare.

Tre personer menar även att färgvalet för webbplatsen är alldeles för starkt och för ”skrikigt”. En deltagare går så långt att säga: *"Man associerar till pop art och tecknade serier"*.

Exakt vilka delar av hemsidan som bidrar till pop art-associationer framgår inte från den svarande, men svaret tyder på att det finns ett problem med bland annat färgschemat för webbplatsen.

6.1.2 Webbplatsens navigation och gränssnitt

På frågan om hur deltagarna skulle betygsätta webbplatsens nuvarande navigation svarade tre av tio att de upplevde navigationen som ”Varken/Eller”. Fyra av tio beskrev navigationen som ”Bra” och tre av tio beskrev navigationen som ”Mycket bra”, se figur 7.



Figur 7. Cirkeldiagram över hur de svarande betygsatt webbplatsens navigation.

När deltagarna fick besvara frågan om vad de gillade med webbplatsens gränssnitt svarar 7 av 10 att de gillar att strukturen på webbplatsen är simpel och att allting är på en och samma sida. En deltagare påpekar det positiva i att webbplatsen är responsiv och att den fungerar att använda i alla mobila enheter som denne äger. En deltagare kommenterar webbplatsens gränssnitt med föl-

jande citat: *"Enkelt att förstå strukturen och inga "hemliga" sidor utan allt på ett"*. Detta bekräftas även av en annan deltagare som skriver:

- *"Jag gillar enkelheten, att den inte känns plottrig, att det finns många tomma ytor, att hemsidan upplevs som modern, ny och fräsch. Framförallt portföljen tycker jag mycket om."*

Baserat på dessa svar från deltagarna kan man dra slutsatsen att webbplatsens one-pager-navigering fungerar väl i syftet att presentera översättaren. Deltagarna behöver inte anstränga sig för att förstå webbplatsens navigation.

Två deltagare beskriver att de trots kategorilänkarna i sidhuvudet valde att bläddra ned på sidan. En deltagare beskriver att man hade automatiskt bläddrat ner om man besöker webbplatsen för första gången med tanke på hur webbplatsen är uppbyggd. Deltagaren nämner dock att denne vid framtida besök på webbplatsen hade använt kategorilänkarna för att navigera.

På frågan om vilka förändringar deltagarna ser börs genomföras på hemsidan påpekar en deltagare att portfoliokategorin "Subtitling", den kategori som presenterar de undertextarbeten Hessel tidigare genomfört, har ett alldeles för stort övertag i portfolion. Deltagaren motiverar detta med följande citat:

- *"TV som bara har översatts borde läggas (i egen kategori) någon annan stans eftersom de annars kommer dominera sidan och kan ta bort möjligheter att upptäcka mer intressanta översättningsuppdrag"*.

Flera deltagare påpekar vikten av att tydligt presentera de tjänster företaget erbjuder. En deltagare har funderingar kring hur det faktiskt ska gå till när man ska genomföra en beställning. Deltagaren undrade om det att genomföra en beställning direkt genom formuläret samt om det finns andra vägar att nå översättaren som eventuell kund och beställare.

På frågan om det finns någon del/delar med webbplatsen som deltagarna tycker saknas anger tre svarande att de hade velat se ett tydligare CV presenterat på webbplatsen. En deltagare tycker istället att det bör finnas en sammanfattande text som beskriver portfolion samt en

mer omfattande beskrivning av företaget och deras tjänster. Två deltagare hade varit intresserade av att läsa om översättarens utbildningsbakgrund.

På frågan om hur de skulle navigera på webbplatsen om de var en potentiell kund svarar fem av deltagarna att de först och främst skulle navigera till en presentation och bakgrund om översättaren som beskriver vilka tjänster företaget erbjuder.

En deltagare beskriver följande händelseförlopp för att navigera som potentiell kund:

- *"Först och främst börjar jag med "About" eftersom jag vill veta om företaget erbjuder de tjänster jag letar efter. Sedan skulle jag ta mig vidare till portfolio för att se vilken erfarenhet företaget har av liknande uppdrag. Sedan avslutar jag med att klicka mig vidare till att kunna ta kontakt med företaget".*

6.1.3 Kvalitetsindikatorer

Fyra av tio deltagare uttryckte skriftligen brister med kvalitetsindikatorerna under "Samples"-sektionen på webbplatsen. Bedömningen av översättningarna upplevs som partisk eftersom man inte får veta vem det är som har bedömt översättningen. En deltagare motiverar att man som kund inte är intresserad av att beställa från en översättare som inte har ett fullt betyg med följande citat:

- *"Bedömningen av översättningar på samples är dålig och skadar mer än hjälper - man vill inte beställa om inte allt är 5? det känns opartiskt [sic! partiskt], vem har bedömt?"*

En annan deltagare tycker att bedömningen är för otydlig och förstår den inte. En tredje deltagare kommer även med följande kritik gällande kvalitetsindikatorerna:

- *"Det känns rätt oseriöst att lägga upp graderingar på tidigare översättningar, speciellt när det inte står uttryckligen vem det är som har betygsatt detta. Det är förstås en god idé att ha med några sample-texter på sidan, men skippa den där betygsättningsmetoden".*

Dessa svar visar på att implementeringen av kvalitetsindikatorerna uppfattas som mycket partiska, då det inte står presenterat vem det är som genomfört granskningen. Detta tyder på att man inte bör presentera en bedömning av kvalitetsindikatorer förrän man kan påvisa en ansvarig utgivare som har bedömt dem. Ett tillvägagångssätt skulle kunna vara att i ett inledande stadie genomföra pilottester och presentera kvalitetsindikatorerna utan en bedömning, för att säkerställa att deltagarna fokuserar på förståelse, design och utformning snarare än vem som har bedömt exempelöversättningen.

6.1.4 Sammanfattning av enkätundersökning

Alla som svarade på enkätundersökningen förstod vilket syfte webbplatsen skulle fylla, det vill säga marknadsföring av ett frilansande översättningsföretag.

Många tycker att webbplatsens navigation är enkel att förstå. En deltagare beskriver webbplatsens helhet som: "modern, ny och fräsch". Detta får stöd i enkätundersökningen när sju av tio personer svarar att de tycker navigationen är "bra" eller "mycket bra".

Nästan alla upplevde att webbplatsens element var för stora, så som storleken på sidhuvud, sidfot, bilder i portfolion och så vidare. Dessutom fanns det kritik av att webbplatsen var alldeles för lång för att vara en one-pager. Vidare väljer många att bläddra på sidan trots att navigationen finns tillgänglig i sidhuvudet. Gällande portfolion anses även att de undertextöversättningsarbeten som presenteras tar upp en alldeles för stor plats och "tar över" de andra översättningsexemplen. Färgvalet av webbplatsen upplevs som alldeles för färgstarkt och bör tonas ner.

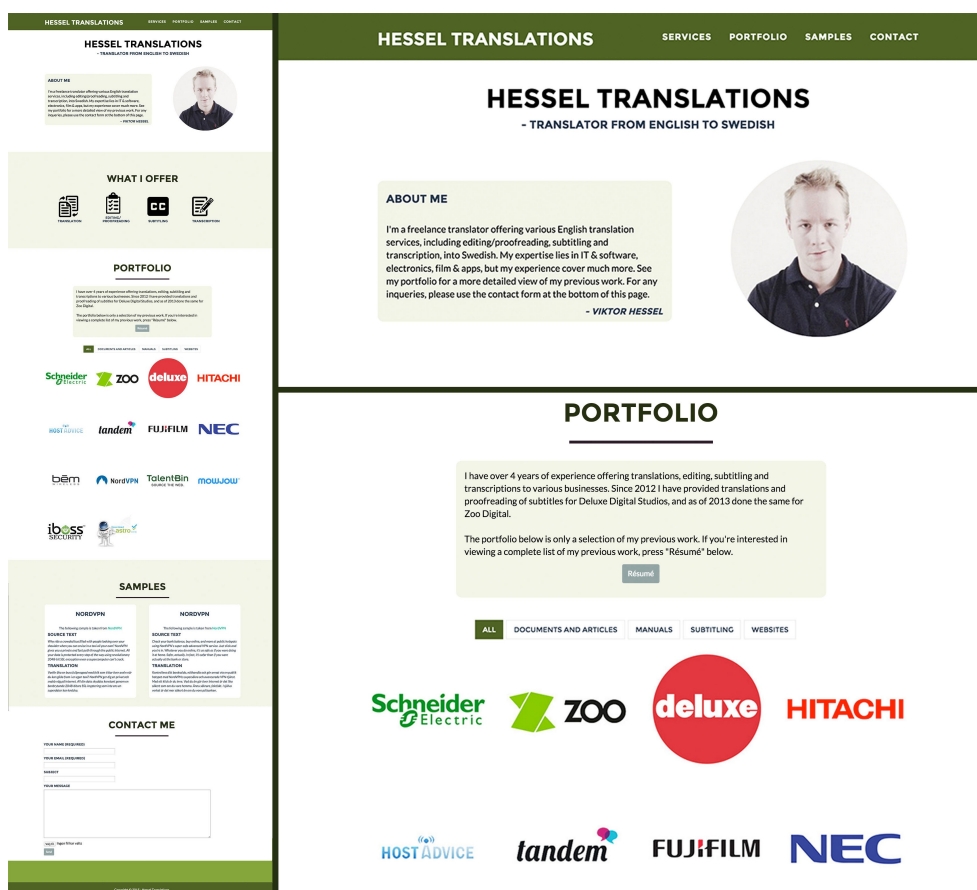
Gällande presentationen av kvalitetsindikatorerna upplevs de som dels förvirrande men även oseriösa och partiska. Detta då de svarande inte kan säkerställa vem det är som har betygsatt översättningsexemplen vilket leder till att bedömningen uppfattas som partisk. En deltagare

kommer dessutom med argumentet att en besökare inte skulle vara intresserad av att ta del av översättarens tjänster om inte bedömningen av kvalitetsindikatorerna uppfattas nå hög kvalité.

Innehållsmässigt ser många att webbplatsen har en tydligare presentation om företaget och vad för tjänster översättaren erbjuder, samt hur man ska gå tillväga för att genomföra en beställning. Många vill även att man lätt ska få tillgång till ett CV via webbplatsen och ha en förklarande text kring portfolion.

6.2 Tillämpningar från enkätundersökning

Efter att ha sammanställt resultaten från enkätundersökningen och tydligt identifierat de delar av webbplatsen som behövde förbättras var det läge att utföra tillämpningarna. Den största kritiken kring webbplatsens gränssnitt var att allting uppfattades som väldigt “stort” samt att webbplatsen var väldigt lång. Jag började med att definiera en maxbredd på webbplatsen på 900 pixlar för att säkerställa att alla element inte placeras ut i hörnen när man navigerar på den via en stationär dator. Genom att kombinera “about”-delen av webbplatsen med den första delen som tidigare endast visade en bild på Hessel kunde utrymme sparas, men även presentera en mer enhetlig presentation av översättaren, se figur 8.



Figur 8. Till vänster: En skärmdump över webbplatsen i sin helhet. Överst till höger: Visar hur nya presentationen av översättaren ser ut. Nederst till höger: Visar hur portfoliodelen har fått en förklarande text angående översättarens arbetsbakgrund, samt ett implementerat CV som besökaren kan öppna.

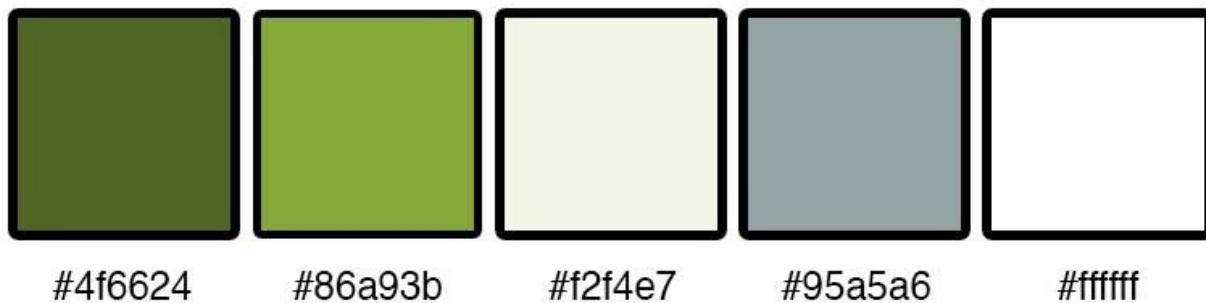
Gällande förändring av presentationen av översättningsexemplen valde jag att, som en deltagare föreslog, presentera dem i form av två spalter bredvid varandra. För att ytterligare åtgärda problemet med att webbplatsen inte skulle vara för lång valde jag att ta bort alla enskilda undertextöversättningar Hessel gjort i portfolion, och istället presentera dem i portfoliobeskrivningen för de företag som har beställt undertextöversättningarna. Jag har då valt att i deras beskrivning implementera exakt de översättningar han har gjort för valt företag, se figur 9. Jag valde även att ta bort bilden som tidigare visades i portfoliobeskrivningarna för att man tydligare ska kunna se arbetsbeskrivningen av portfolioartkeln.



Figur 9. Visar hur undertextöversättningarna i portfolion har implementerats i beställaren Zoo Digital's portfoliobeskrivning.

I enkätundersökningen fick jag flera förfrågningar om folk som ville ha möjligheten att kolla på ett fullständigt CV på webbplatsen. Jag valde därför att ovanför portfolion implementera en text som förklarar att portfolion endast visar upp ett urval av de översättningar Hessel tidigare har gjort, samt att man kan läsa hans fullständiga CV genom att trycka på knappen "Resume". Det var dessutom nödvändigt att sammanfatta Hessels arbetsbakgrund, för att eventuella beställare snabbt och tydligt kan få sig en uppfattning om verksamheten, se figur 8.

Då jag fick kritik gällande att färgvalet på webbplatsen var för ”skrikiga”, föll det sig nödvändigt att förändra färgschemat från grunden. Jag valde istället att ta fram ett färgschema där samtliga färger spelar på en och samma gröna färg, vilket bidrar till att utseendet på webbplatsen inte får för stora kontraster och därmed är mer behagligt att titta på, se figur 10. Gällande problemet med för “skrikiga” bilder så såg jag till att samtliga bilder i portfolion som presenterar företagens loggor hade en vit bakgrund så att det blir lättare för ögat att kolla på dem. Eftersom deltagarna upplevde att webbplatsens olika delar flöt ihop valde jag att applicera en mycket ljus grön/beige färg i varannan sektion, för att bättre kunna urskilja webbplatsens olika delar.



Figur 10. Nytt färgschema som spelar mer på en och samma gröna färg.

En annan kritik som framkom genom enkätundersökningen var att det mer tydligt måste framgå exakt vilka tjänster företaget levererar. För att tydliggöra detta genomfördes ett tillägg i form av en sektion på webbplatsen direkt efter presentationen av Hessel som visar upp ikoner samt en beskrivning av tjänsterna: *Translation*, *Editing/Proofreading*, *Subtitling* och *Transcription*, se figur 11. Figurerna är hämtade från flaticon.com och är skapade av användaren Freepik som tillhandahåller ikoner gratis till bland andra webbutvecklare.



Figur 11. Ny del av webbplatsen som tydligt förklarar vilka tjänster företaget erbjuder.

Tanken med att applicera kvalitetsindikatorerna på webbplatsen var att undersöka hur designen av dessa skulle kunna presenteras på en webbplats vars syfte är att marknadsföra en frilansande översättare. Kritiken som framkom i enkätundersökningen gällde främst att bedömningarna uppfattades som partiska, men också förvirrande för betraktaren. Implementering av kvalitetsindikatorer är fortfarande ett viktigt inslag för marknadsföringen av översättningswebbplatser, men i detta fall var det samtidigt viktigt och nödvändigt att se närmare på den kritik som framkom från enkätundersökningen. Att i den initiala fasen för utvecklingen av den här typen av webbplats inkludera kvalitetsindikatorer är problematiskt om där inte tydligt går att fastställa *vem* det är som står bakom granskningen av översättningarna. På grund av detta valde jag därför att exkludera dessa.

6.3 Resultat av användartest

Uppgift: Kolla igenom hemsidan och beskriv därefter vilket syfte denna sida fyller?

Mål: Testpersonen förklarar att sidan ska marknadsföra översättaren Hessel och visa vilka tjänster företaget erbjuder.

Deltagare: 4

4 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Samtliga deltagare svarade att syftet med hemsidan var att översättaren skulle marknadsföra sig själv och visa upp de tjänster företaget erbjuder samt vilka tidigare arbeten han har gjort. Testpersonerna uppfattade detta genom att läsa om Viktor i informationsrutan längst upp på sidan.

Uppgift: Till vem/vilka riktar sig denna sida?

Mål: Testpersonen förklarar att sidan riktar sig till olika företag som önskar att ta del av de översättningstjänster Hessel erbjuder.

Deltagare: 4

4 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Samtliga deltagare svarar att målgruppen är företag som önskar få material översatta från engelska till svenska. Två deltagare bläddrade ned till ”Portfolio” för att få en tydligare skapa sig en uppfattning om målgruppen.

Uppgift. Vilka tjänster erbjuder Hessel?

Mål: Testpersonen navigerar till ”Services” för att berätta att Hessel erbjuder: Översättning, redigering/korrekturläsning, undertextöversättning och transkriptioner.

Deltagare: 4

3 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

1 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Tre deltagare gick till delen ”Services” för att läsa upp de olika delar företaget erbjuder. Två bläddrade dit medan en använde menyn i sidhuvudet. En deltagare förklarade att hans tjänster innefattar översättning av de portfoliokategorier som finns tillgängliga på sidan: Documents and articles, Manuals, Subtitling och Websites. När jag bad deltagaren specificera vad för *typ* av översättningar företaget erbjuder bläddrade denne upp till informationsrutan under ”Portfolio” och läste upp tjänsterna företaget erbjuder, som även står skrivna där.

Uppgift: När började Hessel arbete åt Zoo Digital och hur länge har han varit verksam?

Mål: Testpersonen läser texten under "portfolio" och förklarar att Hessel började arbeta åt Zoo Digital 2013, samt att han har varit verksam översättare i fyra år.

Deltagare: 4

3 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

1 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Samtliga deltagare valde att navigera sig till "portfolio"-delen för att få svaret på detta, varav två valde att bläddra och en valde att använda sig av navigationen i sidhuvudet. 3 av 4 läste i informationsrutan över "portfolio", och lyckades besvara bägge frågor. En deltagare valde istället att öppna upp Zoo Digitals portfoliobeskrivning för att där se svaret. Då svaret ej fanns tillgängligt i portfoliobeskrivningen sade deltagaren först att Hessel började arbeta åt Zoo Digital år 2007, då det där bland annat presenteras en filmtitel som hette "In the land of women (2007)". Detta förstod snart deltagaren, stängde ner rutan och bläddrade upp till informationsrutan där denne fann svaret.

Uppgift: Hur går du tillväga för att beställa en översättning?

Mål: Testpersonen förklarar att man använder kontaktformuläret för att skicka en förfrågan om översättning.

Deltagare: 4

4 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Samtliga deltagare navigerade sig ned till "Contact" på webbplatsen och förklarade att de skulle använt sig av kontaktformuläret för att beställa en översättning. Två deltagare valde att ta sig dit genom att bläddra, medan två deltagare valde att använda sig av navigationsmenyn i sidhuvudet.

Uppgift: Gå till beställaren av Fujifilm-manualens hemsida.

Mål: Testpersonen väljer "Manuals" i portfoliokategorin, öppnar informationsrutan och klickar sig vidare till beställaren.

Deltagare: 4

1 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

3 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Endast en deltagare valde att ta sig till Fujifilm-manualen genom att välja "Manuals" i portfoliokategorin. Tre deltagare valde att istället söka upp Fujifilm från listan samtliga portfolioartiklar fanns presenterade. Samtliga deltagare klarade av att ta sig vidare till beställarens webbplats genom att trycka på länken i portfoliobeskrivningen. En deltagare påpekade dock att det var underligt att färgen på länken inte var blå. En annan deltagare tyckte att textspalten var alldeles för smal och att det var för mycket utrymme på sidorna.

Uppgift: Navigera dig till Hessels CV.

Mål: Testpersonen navigerar till informationsrutan över portfolion och trycker på knappen ”Resume” för att komma till CV:et.

Deltagare: 4

4 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Samtliga deltagare navigerade till portfolio-delen genom att bläddra ner, för att sedan trycka på knappen ”Resume” i informationsrutan. En deltagare påpekade att det var förvirrande att knappen hette ”Resume” då det på engelska även betyder återuppta. Han föreslog att stavningen bör vara ”Résumé” för att motverka denna förvirring.

Uppgift: Kontakta Hessel om en översättningsförfrågan.

Mål: Testpersonen går till Contact och fyller i kontaktformuläret med egna kontaktuppgifter, skriver en förfrågan och skickar iväg det.

Deltagare: 4

3 deltagare genomförde uppgiften utan komplikationer:

1 deltagare genomförde uppgiften med komplikationer:

0 deltagare genomförde uppgiften delvis:

0 deltagare genomförde ej uppgiften:

Genomförande: Två deltagare valde att bläddra ned till ”Contact”, medan två deltagare klickade på ”Contact” i navigationsmenyn. Tre deltagare klarade av att fylla i samtliga kontaktuppgifter för att sedan skicka iväg formuläret på första försöket. En deltagare råkade att under ”Your name” endast fylla i förnamnet och fyllde i efternamnet under ”your email”. När deltagaren se-

dan skulle skicka iväg formuläret dök ett felmeddelande upp som sade att e-postadressen inte var giltig. När deltagaren väl såg detta rättade den till problemet och lyckades skicka iväg formuläret.

Allmänna åsikter kring webbplatsen:

När deltagarna i slutet fick komma med konstruktiv kritik gällande webbplatsen svarade samtliga användare att de gillar att allting är på en sida vilket de upplever bidrar till ett gott flöde. En deltagare uttrycker detta genom att säga "*Jag behöver bara scrolla upp och ned för att få fram all info jag vill ha*".

En deltagare upplever att en presentation av olika företagslogotyper inte riktigt går ihop med resterande utseende på webbplatsen. Denne menar på att det hade varit bättre om bilderna hade varit mer enhetliga gällande färg och form. En annan deltagare gillar dock utseendet på portfolion, och anser att det bidrar till ett professionellt intryck genom att få se logotyper för välkända företag.

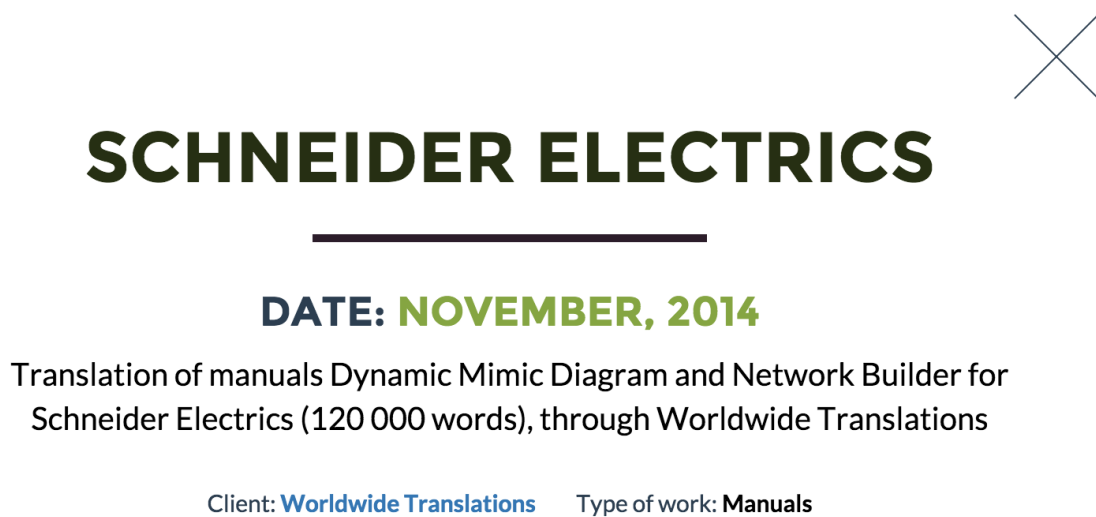
En deltagare påpekar att det behövs en kompletterande beskrivningsruta under delen "Contact". Detta för att tydliggöra mer exakt vad man ska skriva när man kontaktar översättaren, något som deltagaren inte ansåg framgick tydligt nog.

Tre deltagare påpekade att det under "Samples" borde vara exempel från två olika företag, då det för närvarande är två översättningsexempel från samma företag som presenteras på webbplatsen. En deltagare menar på att det bidrar till ett oseriöst intryck.

6.4 Tillämpningar från användartester

Då det uppstod ett problem för en användare att tydligt besvara frågan om vilka tjänster företaget erbjuder, så identifierades ett problem. Eftersom titeln för de tjänster företaget erbjuder hade olika namn i sidhuvudets navigationsmeny ("Services") och rubrik på själva sidan ("What I offer") valde jag att se till att båda benämns som Services. Detta för att ytterligare tydliggöra för besökaren vad de blir presenterade för.

Ett annat problem som identifierades var att deltagarna inte tydligt kunde se när arbetet var genomfört när denne navigerade till portfoliobeskrivningarna. För att åtgärda detta problem implementerades en datumtext precis under titeln för portfoliobeskrivningen så att deltagaren tydligt kunde se när arbetet var genomfört. Jag valde att enbart applicera månad och år för datumet, se figur 12. De olika artiklarna under portfolion är nu också sorterade efter datumet de utfördes. Då en deltagare även påpekade att det var förvirrande att färgen på länkarna i portfoliobeskrivningen var gröna, ändrades dessa till en blå färg, se figur 12. Jag valde också att öka maxbredden på portfoliobeskrivningen då en användartestperson upplevde att beskrivningsspalten var alldeles för smal.



Figur 12. Visar portfoliobeskrivning för Schneider Electric med datum för när översättningen gjordes.

Gällande informationsrutan ovanför "Portfolio" påpekade en deltagare att stavningen på knappen "Resume" var förvirrande. Jag valde därför att ändra stavningen till den alternativa stavningen "Résumé" och att sedan centrera knappen så den är mer enhetlig med sidan och syns tydligare.

Jag kontaktade Hessel och bad honom välja ytterligare ett översättningsexempel från ett annat företag varpå han skickade ett nytt översättningsexempel som därefter implementerades under "Samples". I kontaktformuläret har texterna "Your name" och "Your email" ändrats till "Name" och "Email", vilket bidrar till att beskrivningen blir tydligare. Detta då en deltagare av misstag råkade fylla i sitt efternamn där denne skulle fylla i e-postadressen.

En informationstext har bifogats ovanför kontaktformuläret som beskriver för besökaren att denne kan kontakta översättaren vid intresse att ta del av företagets tjänster eller om man undrar över något. För att göra kontaktformuläret mer enhetligt med webbplatsens färgschema har textboxarna fått samma färg som informationsrutorna, se figur 13.

CONTACT ME

If you're interested in my services or have any questions, please use the contact form below and I'll get in touch with you as soon as I can!

NAME (REQUIRED)

EMAIL (REQUIRED)

SUBJECT

MESSAGE

Figur 13. Visar tillämpningar av kontaktformuläret, där även en ny informationsruta presenteras för besökaren vad denne ska använda kontaktformuläret till.

6.5 Resultat av slutprodukt

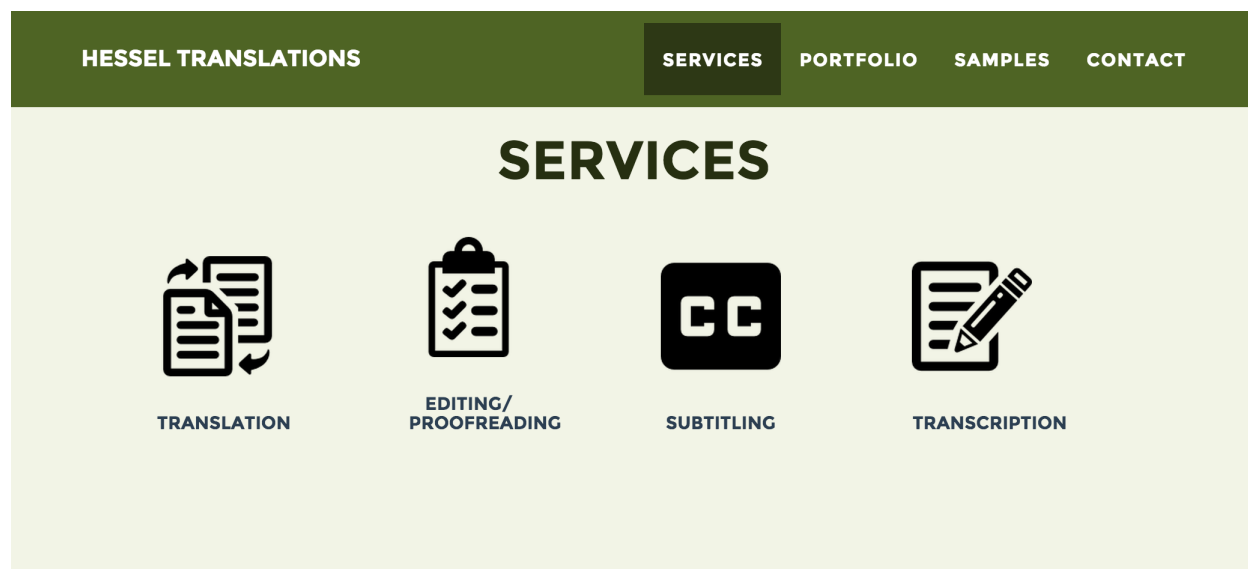
I denna del tas slutproduktens samtliga delar upp, och dess funktioner förklaras närmare. Vidare beskrivs responsivitetsanpassningen som slutligen applicerades på webbplatsen. För en sammanfattad helhetsbild av webbplatsen, se bilaga 3.

När man besöker webbplatsen möts man först av en del som förklarar vem Hessel är och ger en bakgrund till översättaren. Överst på denna del visas en tydlig rubrik med texten ”Hessel Translations”, samt en underrubrik med texten ”- Translator from English to Swedish”. Därefter följer en informationsruta som förklarar vem översättaren är, de tjänster företaget erbjuder samt var inom hans expertis ligger. Till vänster visas en bild på översättaren för att ytterligare förtydliga presentationen, se figur 14.



Figur 14. Visar slutprodukten av webbplatsens första del: ”About”.

Webbplatsens andra del består av en del som heter ”Services”. Syftet med denna del är att tydligt visa upp exakt de tjänster som frilansöversättaren erbjuder. Services presenterar därför de fyra olika tjänsterna som Hessel erbjuder, samt ikoner som tydligt visualiserar de olika tjänsterna. Tjänsterna består av: Översättning, redigering/korrekturläsning, undertextöversättning och transkription, se figur 15.



Figur 15. Visar slutprodukten av webbplatsens andra del ”Services”.

Den tredje delen på webbplatsen består av en portfolio som visar upp ett urval av de arbeten Hessel har genomfört. Överst i portfolio-delen finns en informationsruta som beskriver Hessels arbetsbakgrund, och presenterar en kortare sammanfattning av hans tidigare arbetsbakgrund. I informationsrutan finns även en knapp som länkar till ett fullständig CV för den som är intresserad av att ta del av den.

Under informationsrutan finns en meny i form av kategorierna som är indelad i kategorierna: *Dokument och artiklar*, *Manualer*, *Undertextöversättningar* och *Hemsidor*. När man först besöker webbplatsen är den inställd på att visa samtliga portfolioartiklar. Under menyn presenteras ett urval av de arbeten Hessel genomfört, utifrån vald kategori, se figur 16. Portfolioartiklarna består av bilder på de företag Hessel har arbetat för, mot en vit bakgrund.

PORTFOLIO

I have over 4 years of experience offering translations, editing, subtitling and transcriptions to various businesses. Since 2012 I have provided translations and proofreading of subtitles for Deluxe Digital Studios, and as of 2013 done the same for Zoo Digital.

The portfolio below is only a selection of my previous work. If you're interested in viewing a complete list of my previous work, press "Résumé" below.

Résumé

ALL

DOCUMENTS AND ARTICLES

MANUALS

SUBTITLING

WEBSITES



HITACHI

HOSTADVICE

Figur 16. Visar slutprodukten av webbplatsens tredje del "Portfolio".

När man trycker på en av portfolioartiklarna dyker en helskärm upp som presenterar en beskrivning av det valda arbetet. Beskrivningen presenterar först namnet på företaget Hessel har genomfört arbetet åt, och därefter följer ett datum som tydligt visar när arbetet är genomfört.

En beskrivning av arbetsuppgiften följer sedan, och längst ned i beskrivningen presenteras vilken klient som har beställt översättningen, samt vilken typ av arbete som har genomförts, se figur 17.



SCHNEIDER ELECTRICS

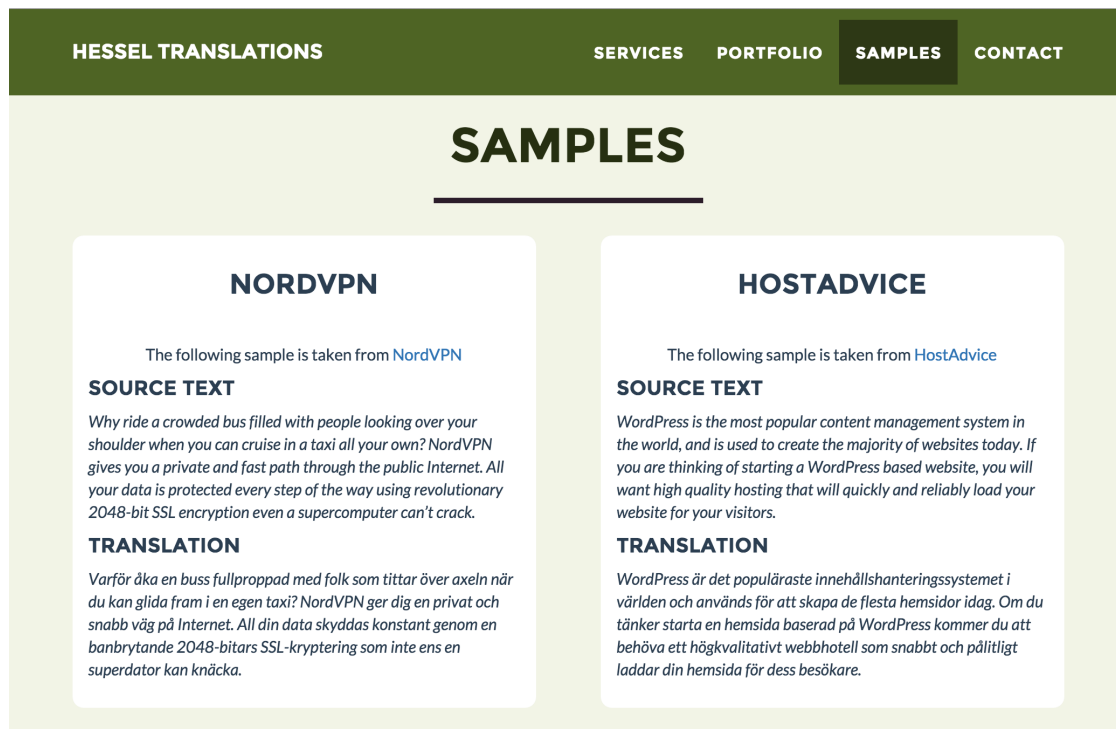
DATE: NOVEMBER, 2014

Translation of manuals Dynamic Mimic Diagram and Network Builder for Schneider Electrics (120 000 words), through Worldwide Translations

Client: [Worldwide Translations](#) Type of work: **Manuals**

Figur 17. Visar portfolioartikeln i helskärm på webbplatsen som förklarar vilket företag Hessel har arbetat för, när arbetet är genomfört samt en beskrivning av det genomförda arbetet.

Webbplatsens fjärde del heter ”Samples” och består av två exempelöversättningar från företagen NordVPN och HostAdvice. Exempelöversättningarna är uppdelade i två spalter bredvid varandra, där företagets namn först presenteras samt en länk till var exempelöversättningen är hämtad från. Besökaren får först läsa originaltexten från webbplatsen, och därefter följer den översättning Hessel har gjort åt företaget, se figur 18.



Figur 18. Visar slutprodukten av webbplatsens fjärde del ”Samples”.

Webbplatsens sista del, ”Contact”, består av ett kontaktformulär där besökaren av webbplatsen enkelt kan komma i kontakt med Hessel om denne är intresserad av hans tjänster eller har några frågor. Innan själva kontaktformuläret presenteras en informationsruta som uppmanar besökaren att kontakta översättaren. Därefter följer fyra textboxar där besökaren först får fylla i sitt namn, sin e-postadress, ämne för meddelandet samt själva meddelandet. Därefter får besökaren möjligheten att bifoga en fil och kan sedan skicka iväg meddelandet, se figur 19.

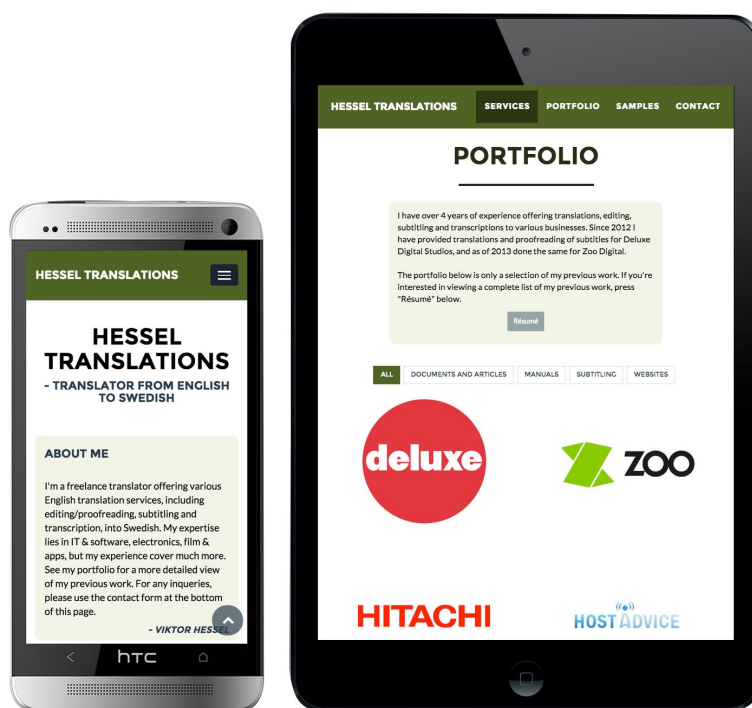
The image shows a web page with a dark green header. On the left, it says 'HESSEL TRANSLATIONS'. On the right, there are navigation links: 'SERVICES', 'PORTFOLIO', 'SAMPLES', and 'CONTACT' (which is highlighted). Below the header, the title 'CONTACT ME' is centered in large, bold, white letters. Underneath the title is a light green box with the text: 'If you're interested in my services or have any questions, please use the contact form below and I'll get in touch with you as soon as I can!'. Below this box are four input fields: 'NAME (REQUIRED)', 'EMAIL (REQUIRED)', 'SUBJECT', and 'MESSAGE'. The 'MESSAGE' field is a large text area. At the bottom left, there is a file upload button with a trash icon and the text 'Ingen fil har valts'. To the right of the file upload is a 'Send' button.

Figur 19. Visar slutprodukten av webbplatsens femte och sista del ”Contact”.

6.5.1 Responsivitet

Slutligen anpassades webbplatsen för att fungera på diverse olika plattformar och skärmstorlekar. Det tema jag valde för webbplatsen var i grunden responsivt, och anpassad för att fungera på olika plattformar. Eftersom nya delar har tillämpats på webbplatsen har dessa anpassats efter olika skärmstorlekar med hjälp av media queries i CSS.

För skärmar med en maxbredd på 767 pixlar, så som exempelvis mobiltelefoner, ändras navigationen i menyn till en dropdown-menyn, se figur 20. Med tanke på den begränsade skärmstorleken har innehållet anpassats efter att endast presentera nödvändig information, därav exkluderas exempelvis bilden på Hessel i ”About”-delen. För skärmar med en maxbredd på 991 pixlar presenteras exempelvis portfolioartiklarna två om två bredvid varandra, för att dessa ska uppfattas tydligare av betraktaren, se figur 20.



Figur 20. Till vänster: En skärmdump av webbplatsen från mobiltelefonen HTC one med en skärmbredd mindre än 767 pixlar. Till höger: En skärmdump av webbplatsen från surfplattan iPad mini med en skärmbredd mindre än 991 pixlar.

7. Diskussion

Vad gäller den första frågeställningen, det vill säga vilka komponenter som är viktiga att applicera vid design, navigation och gränssnitt på en webbplats för frilansöversättare, visade både enkätundersökningen och användartesterna att one-pager-webbplatser upplevs inneha en välfungerande navigation i detta syfte. Besökaren upplever strukturen som simpel vilket bidrar till att denne kan snabbt få en uppfattning om översättaren. Det är viktigt att se till att en webbplats inte har för mycket stoff eller blir för lång när man utvecklar en webbplats med one-pager-navigation. Detta då både enkätundersökningen samt användartesterna visade att deltagarna ofta tenderar att bläddra igenom hemsidan, även om en navigationsmeny finns tillgänglig i exempelvis sidhuvudet.

Gällande färgval är det essentiellt att hemsidans komponenter inte är för färgstarka, vilket bidrar till ett oseriöst intryck hos eventuell beställare av översättningar. Enkätundersökningen visade att deltagarna identifierade att en tydlig beskrivning av översättaren var den absolut väsentligaste aspekten att applicera på webbplatsen. Denna beskrivning innefattar: a) En tydlig presentation av de tjänster översättaren erbjuder. b) En bakgrund som beskriver hur länge översättaren har varit verksam c) De tidigare arbeten översättaren genomfört. d) Vilken utbildning översättaren har.

Dessa resultat i form av design, navigation och gränssnitt behöver nödvändigtvis inte enbart gälla frilansande översättare, utan kan förslagsvis appliceras även på andra frilansyrken. Detta eftersom det huvudsakliga fokuset i dessa resultat grundar sig hur man bör presentera de tjänster frilansföretaget erbjuder.

Vad gäller min andra frågeställning, det vill säga hur översättningskvalité kan appliceras i marknadsförande syfte på en webbplats, visade deltagarna från enkätundersökningen på stor skepticism och kritik. Presentationen av kvalitetsindikatorerna upplevdes främst som partisk, men också förvirrande. Deltagarnas kritik kring partiskhet är befogad då de bedömningar av kvalitetsindikatorer som presenterades för deltagarna hade applicerats i ett stadie innan en ansvarig bedömare kunde presenteras. Slutsatsen man kan dra av detta är att kvalitetsindikatorer lämpligen bör tillämpas först när en ansvarig bedömare tydligt kan presenteras för besökarna av en

webbplats som marknadsför en frilansande översättare. Då det i avgränsningar var specificerat att kvalitetsindikatorerna endast skulle implementeras grafiskt samt att de metoder som legat till grund för detta praktiska examensarbete har byggt på just användbarhet och att designa utifrån användarutlåtanden valde jag att utesluta kvalitetsindikatorerna. Det hade varit fördelaktigt att först genomföra pilottester gällande presentationen av kvalitetsindikatorerna, då jag lade ned så pass mycket tid på att undersöka tidigare forskning kring ämnet. Detta hade lett till en effektivare arbetsprocess, då jag i ett tidigare skede hade fått veta vad användare ansåg om presentationen av kvalitetsindikatorerna.

Frågan är då hur en eventuell beställare skulle reagera på kvalitetsindikatorer som tydligt visar att en opartisk expert har bedömt översättningarna? Det är rimligt att påstå att en sådan presentation skulle underlätta beslutet för beställaren, men detta förutsätter att beställaren förstår exakt hur bedömningarna är betygsatta. Det är dock viktigt att även se till översättarens perspektiv. En betygsättning av kvalitetsindikatorer fyller inget syfte gällande marknadsföring för översättaren om bedömningarna skulle uppfattas som bristfälliga. En sådan applicering skulle alltså enbart vara lönsam för översättare som får en bedömning som visar på god kvalitet.

Som tidigare nämnts i denna examensrapport kommer det dröja lång tid innan datorer tar över mänskliga översättares jobb. För att producera en korrekt översatt text krävs det att den som översätter texten har en djupare förståelseförmåga, någonting som datorer idag inte har. Det är däremot rimligt att anta att maskinöversättningar mer och mer kommer att användas som hjälpmedel för exempelvis översättare, för att underlätta arbetsprocessen. Då utvecklingen kring maskinöversättningar ständigt utvecklas är det spännande att spekulera i vilken roll maskinöversättningen kommer att spela för exempelvis översättare i framtiden. Det är rimligt att anta att maskinöversättningsverktyg i framtiden skulle kunna förändra hur översättare arbetar, detta då översättare skulle kunna använda maskinöversättningsverktyg som en grund för att sedan bearbeta texterna utifrån en maskinöversatt text.

Då översättaren jag utvecklat webbplatsen för inte har någon relevant utbildning att presentera i relation till översättning så har det inte varit möjligt att implementera denna del på webbplatsen. Då Hessels styrka ligger i arbetserfarenheten föll det sig därför nödvändigt att tydligt presentera de tidigare arbeten samt vilka företag han har arbetat för. Därför skulle det vara

intressant att undersöka hur en etablerad frilansöversättares möjligheter att marknadsföra sig utan en relevant utbildningsbakgrund kan påverkas i kontrast till den som har en utbildning relaterad till översättning.

För vidare utveckling och forskning kring implementering av kvalitetsindikatorer skulle vara intressant att i en initial del av designprocessen först låta en expert genomföra en bedömning av kvalitetsindikatorer för att sedan undersöka hur dessa appliceras i ett marknadsförande syfte på en webbplats för frilansöversättare.

8. Referenser

- Ahmady, T., & Rosmar, S. K. (2014). Translation of keywords between English and Swedish.
- Al-Qinai, J. (2000). Translation Quality Assessment. Strategies, Parametres and Procedures. *Meta: Translators' Journal*, 45(3), 497-519.
- AltaVista. (1998). Hämtad 2015-05-15, från Internet Archive <http://web.archive.org/web/19981212012730/http://babelfish.altavista.com/>
- Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Benyon, D. (2010). *Designing Interactive Systems: A comprehensive guide to HCI and interaction design* (2 ed.). Essex, England: Pearson Education Limited.
- BlogSecurity. (2007). WordPress Community Vulnerable. från Internet Archive <http://web.archive.org/web/20120315201030/http://blogsecurity.net/wordpress/articles/article-230507>
- Buivydas, K. (2015). What to Know When Writing and Implementing Single-Page Scroll. Hämtad 2015-05-16, från <https://www.devbridge.com/articles/what-to-know-when-writing-and-implementing-single-page-scroll/>
- Felice, M. (2012). *Linguistic Indicators for Quality Estimation of Machine Translations*. Universitat Autònoma de Barcelona & University of Wolverhampton.
- Guglielmi, V. (2014). Advantages and Disadvantages of One Page Websites. Hämtad 2015-05-24, från <http://www.mayecreate.com/2014/10/advantages-and-disadvantages-of-one-page-websites/>
- Hart, S. (2014). Unleashing the brilliance of Wordpress. NZBusiness, June 2014.
- House, J. (2015). *Translation Quality Assessment - Past and present*. New York: Routledge.
- IoLEducationalTrust. (2011). *Diploma in Translation: Handbook for Candidates*. London.
- IoLEducationalTrust. (2015). IoLET Level 7 Diploma in Translation (QCF). från https://www.ci-ol.org.uk/index.php?option=com_content&view=article&layout=coil:norelated&id=205&Itemid=672
- Madsen, M. W. (2009). *The Limits of Machine Translation*. University of Copenhagen.
- Mistry, R. (2013). 30 one-page sites you'll wish you had built. Hämtad 2015-05-14, från <http://www.webdesignerdepot.com/2013/10/30-one-page-sites-youll-wish-you-had-built/>

- Muegge, U. (2009). Maskinöversättning – hot eller möjligheter? *Facköversättaren*, 4/09, 10-13.
- Powell, B. (2011). Pros and Cons of Joomla, WordPress, and Drupal. från <http://cms.about.com/od/cms-basics/a/Pros-And-Cons-Of-Joomla-Wordpress-And-Drupal.htm>
- Proz. (2014). How to know if a translation is good. Hämtad 2015-05-24, från http://www.proz.com/forum/proofreading_editing_reviewing/263330-how_to_know_if_a_translation_is_good.html
- Proz. (2015). About. Hämtad 2015-05-24, från <http://www.proz.com/about/>
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2007). *Beyond human-computer interaction*. Chichester, England.: John Wiley & Sons, Ltd.
- Turner, S. G. (1998). *A Case Study Using Scenario-Based Design Tools and Techniques in the Formative Evaluation Stage of Instructional Design: Prototype Evaluation and Redesign of a Web-Enhanced Course Interface*. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Usability. (2015a). Usability Evaluation Basics. Hämtad 2015-05-14, från <http://www.usability.gov/what-and-why/usability-evaluation.html>
- Usability. (2015b). Usability Testing. Hämtad 2015-05-11, från <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/usability-testing.html>
- W3Techs. (2014). Usage of content management systems for websites. från http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all
- Weaver, W. (1955). *Translation. Machine Translation of Languages*.
- Williams, M. (2009). Translation Quality Assessment. *Mutatis Mutandis*, 2(1), 3-23.
- WordPress. (2003). WordPress now available. Hämtad 2015-05-13, från <https://wordpress.org/news/2003/05/wordpress-now-available/>
- WordPress. (2015a). Child Themes. Hämtad 2015-05-13, från https://codex.wordpress.org/Child_Themes
- WordPress. (2015b). Plugin directory. Hämtad 2015-05-13, från <https://wordpress.org/plugins/>
- WordPress. (2015c). WordPress Web Hosting. Hämtad 2015-05-13, från <https://wordpress.org/hosting/>

9. Bilagor

9.1 Enkätundersökningsfrågor

Denna bilaga presenterar de frågor som deltagarna fick besvara i enkätundersökningen. Enkätundersökningen bestod av både fritextsvar, där deltagarna fritt fick besvara frågan med egna ord, men också flervalsfrågor där deltagarna kunde svara på en av flera möjliga påståenden.

- Fråga 1: Beskriv dig själv! - Så som arbetstitel, akademisk nivå, ålder och kön. (fritext)

- Hur skulle du beskriva dina datorkunskaper? (flerval)
 - Mycket goda
 - Goda
 - Genomsnittlig
 - Begränsade
 - Mycket begränsande

- Hur många timmar per dag sitter du vid datorn? - Uppskatta! (flerval)
 - 1 timme eller mindre
 - 2-3 timmar
 - 3-4 timmar
 - 4-5 timmar
 - 6-7 timmar
 - 8 timmar eller mer

- Har du någon gång beställt en översättning från ett översättningsföretag? (flerval)
 - Ja
 - Nej
- Vilket syfte anser du att denna hemsida fyller? (fritext)
- Låt säga att du är en potentiell kund, hur skulle du då navigera på sidan? (fritext)
- Finns det någon/några del/delar du tycker denna sida saknar, i sådana fall, vad? (fritext)
- Vilka förändringar ser du bör tillämpas på sidan? (fritext)
- Vad gillar du gällande hemsidans nuvarande gränssnitt? (fritext)
- Vad gillar du inte gällande hemsidans nuvarande gränssnitt? (fritext)
- Hur skulle du gå tillväga för att förbättra hemsidans nuvarande gränssnitt (fritext)

- Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande gränssnitt? (flerval)
 - Mycket dålig
 - Dålig
 - Varken/eller
 - Bra
 - Mycket bra

- Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande navigation? (flerval)
 - Mycket dålig
 - Dålig
 - Varken/eller
 - Bra
 - Mycket bra

- Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande grafiska helhet? (flerval)
 - Mycket dålig
 - Dålig
 - Varken/eller
 - Bra
 - Mycket bra

- Hur skulle du betygsätta hemsidans nuvarande grafiska tema? (flerval)
 - Mycket dålig
 - Dålig
 - Varken/Eller
 - Bra
 - Mycket bra

- Övriga kommentarer (fritext)

9.2 Användartestplan

Vilka/Vilket mål ska uppnås med användartestet?

Målet med detta användartest är att upptäcka och identifiera eventuella problem gällande webbsidans navigation och gränssnitt, genom att utsätta användartestpersonerna för diverse uppgifter.

Var och när kommer testet äga rum? Hur lång tid kommer det ta? Vilken teknisk utrustning samt material krävs för att samla in datan?

Testet kommer att äga rum i testpersonernas hem, och kommer ta omkring 5-10 minuter. Själva testerna kommer att göras på MacBook Pro med operativsystem OsX 10.9.2, i Webbläsaren Google Chrome. Ljud samt skärminspelning kommer att ske med hjälp av ScreenFlow.

Vem ska genomföra? Hur många användare ska genomgå testerna?

Testet ska göra på 2 kvinnor och 2 män av varierande åldrar med en genomsnittlig till god datorvana.

Testets uppgifter:

Uppgift: Kolla igenom hemsidan och beskriv därefter vilket syfte denna sida fyller?

Mål: Testpersonen förklarar att sidan ska marknadsföra översättaren Hessel och visa vilka tjänster företaget erbjuder.

Uppgift: Till vem/vilka riktar sig denna sida?

Mål: Testpersonen förklarar att sidan riktar sig till olika företag som önskar att ta del av de översättningstjänster Hessel erbjuder.

Uppgift. Vilka tjänster erbjuder Hessel?

Mål: Testpersonen navigerar till "Services" för att berätta att Hessel erbjuder: Översättning, redigering/korrekturläsning, undertextöversättning och transkriptioner.

Uppgift: När började Hessel arbeta åt Zoo Digital och hur länge har han varit verksam?

Mål: Testpersonen läser texten under "portfolio" och förklarar att Hessel började arbeta åt Zoo Digital 2013, samt att han har varit verksam översättare i fyra år.

Uppgift: Hur går du tillväga för att beställa en översättning?

Mål: Testpersonen förklarar att man använder kontaktformuläret för att skicka en förfrågan om översättning.

Uppgift: Gå till beställaren av Fujifilm-manualens hemsida.

Mål: Testpersonen väljer "Manuals" i portfoliokategorin, öppnar informationsrutan och klickar sig vidare till beställaren.

Uppgift: Navigera dig till Hessels CV.

Mål: Testpersonen navigerar till informationsrutan över portfolion och trycker på knappen "Resume" för att komma till CV:et.

Uppgift: Kontakta Hessel om en översättningsförfrågan.

Mål: Testpersonen går till Contact och fyller i kontaktformuläret med egna kontaktuppgifter, skriver en förfrågan och skickar iväg det.

9.3 Skärmdump av den slutgiltiga versionen i sin helhet

Visar webbplatsen i sin helhet, där den vänstra bilden är webbplatsens övre del och den högra delen är webbplatsens nedre del.

HESEL TRANSLATIONS SERVICES PORTFOLIO SAMPLES CONTACT


HESEL TRANSLATIONS

- TRANSLATOR FROM ENGLISH TO SWEDISH


ABOUT ME

I'm a freelance translator offering various English translation services, including editing/proofreading, subtitling and transcription, into Swedish. My expertise lies in IT & software, electronics, film & apps, but my experience cover much more. See my portfolio for a more detailed view of my previous work. For any inquiries, please use the contact form at the bottom of this page.


- VIKTOR HESSEL




SERVICES




TRANSLATION



EDITING/
PROOFREADING



SUBTITLING



TRANSCRIPTION













PORTFOLIO

I have over 4 years of experience offering translations, editing, subtitling and transcriptions to various businesses. Since 2012 I have provided translations and proofreading of subtitles for Deluxe Digital Studios, and as of 2013 done the same for Zoo Digital.

The portfolio below is only a selection of my previous work. If you're interested in viewing a complete list of my previous work, press "Résumé" below.

Résumé

ALL DOCUMENTS AND ARTICLES MANUALS SUBTITLING WEBSITES

SAMPLES

NORDVPN

The following sample is taken from NordVPN

SOURCE TEXT

Why ride a crowded bus filled with people looking over your shoulder when you can cruise in a taxi all your own? NordVPN gives you a private and fast path through the public Internet. All your data is protected every step of the way using revolutionary 2048-bit SSL encryption even a supercomputer can't crack.

TRANSLATION

Varför åka en buss fullproppad med folk som tittar över axeln när du kan glida fram i en egen taxi? NordVPN ger dig en privat och snabb väg på Internet. All din data skyddas konstant genom en banbrytande 2048-bitars SSL-kryptering som inte ens en superdator kan knäcka.

HOSTADVICE

The following sample is taken from HostAdvice

SOURCE TEXT

WordPress is the most popular content management system in the world, and is used to create the majority of websites today. If you are thinking of starting a WordPress based website, you will want high quality hosting that will quickly and reliably load your website for your visitors.

TRANSLATION

WordPress är det populäraste innehållshanteringssystemet i världen och används för att skapa de flesta hemsidor idag. Om du tänker starta en hemsida baserad på WordPress kommer du att behöva ett högkvalitativt webbhotell som snabbt och pålitligt laddar din hemsida för dess besökare.

CONTACT ME

If you're interested in my services or have any questions, please use the contact form below and I'll get in touch with you as soon as I can!

NAME (REQUIRED)

EMAIL (REQUIRED)

SUBJECT

MESSAGE

Vajj fi Ingen fil har valts

Send

Copyright © 2015 - Hessel Translations

60 av 60