Reader Portfolio

Ed Snel

**Inleiding**

“Een **portfolio**, van het [Latijn](http://nl.wikipedia.org/wiki/Latijn) *portare* (dragen) en *folium* (vel papier), is in het algemeen een verzameling van werken of verwezenlijkingen van een persoon.  
Een portfolio wordt opgesteld als iemand een overzicht wil geven van zijn werk.”

*[Wikipedia (*[*www.wikipedia.nl*](http://www.wikipedia.nl)*, februari 2016)]*

In de vakgebieden waarin het Mediacollege Amsterdam opleidt, speelt presentatie van jezelf en je eigen werk een belangrijke rol. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor andere beroepen zoals architect, kunstenaar of modeontwerper.

Aangezien de aard van het vak inhoudt dat er gecreëerd wordt, vaak in beelden en stijlen of code, is de eis aan elke beroepsbeoefenaar dat deze niet alleen de vaardigheid heeft om te creëren, maar vooral ook om zijn creaties te tonen en te voorzien van heldere uitleg. Een deel van het vak bestaat uit het beargumenteerd “verkopen” van de eigen kwaliteiten en producten.

Dat is de reden dat portfolio’s – in welke vorm dan ook – zo centraal staan in diverse fasen van de opleidingen. Het vormt een onmisbare sleutel bij de toegang tot het professionele beroepenveld.

Met een goed portfolio kun je je als (beginnend) professional onderscheiden van de goedbedoelende amateurs, die in duizendtallen op het internet de diverse fora, sites en blogs bevolken.

**Soorten portfolio**

Het portfolio is vanouds een term die vooral in de creatieve (vormgevings-)wereld bekend was. In allerlei omstandigheden fungeerde het portfolio - vaak letterlijk - als een map met voorbeelden van gemaakt werk. De bedoeling ervan is, om op basis van in het verleden gemaakt werk een indruk te kunnen krijgen van het te verwachten resultaat. Dat werd en wordt nog steeds gebruikt door bedrijven en personen in de creatieve industrie. Op het internet zijn hiervan talloze voorbeelden te vinden.

De term portfolio is in de afgelopen jaren ook sterk veralgemeniseerd. Het betekent dan veel meer een verzameling materiaal dat iemands ontwikkeling duidelijk maakt. Maar zo’n portfolio bevat beslist niet altijd tekeningen of creatief werk.

Verwarrend is daarnaast dat ook de map zelf - waarin het materiaal verzameld wordt – de naam portfolio draagt.

Het portfolio in dit vak is eigenlijk een combinatie van de eerder genoemde. Daarnaast is er ook onderscheid naar het doel of de doelgroep van het portfolio. Het is dus van groot belang dat je het onderscheid en de essentie van het werk aan je portfolio telkens controleert en begrijpt.

1. Instroom-portfolio
2. Opleidings-portfolio
3. Stage-portfolio
4. Persoonlijke portfolio
5. Presentatie-portfolio

**Stageportfolio**

Het stageportfolio is een bijzondere vorm van een showcase-portfolio.

Het doel van het stageportfolio is, om bij bedrijven te kunnen laten zien en uit te leggen welke kwaliteiten je hebt, om in aanmerking te komen voor een stageplaats.

Daarbij moet je je presenteren als een aankomend vakgenoot, die al wat kan, maar ook nog veel te leren heeft. Dat is een subtiele opgave, waarbij je zowel op de inhoud als de vorm goed moet letten. Het is belangrijk om in te zien dat een portfolio altijd zorgvuldig op de doelgroep gericht moet zijn.

Een show-case portfolio, waarbij je aan potentiële klanten wilt laten zien welke perfecte producten of diensten je tegen betaling aanbiedt, bevat natuurlijk geen (naar je eigen oordeel) slecht werk of een gedetailleerde uitleg van hoe je dat werk tot stand brengt. Klanten zouden dan liever naar een andere aanbieder gaan, of het zelf doen dankzij jouw uitleg.

In een stageportfolio richt je je tot bedrijven en personen die precies weten hoe een goed product eruit moet zien. Daarvoor bekijken ze jouw portfolio niet; zij zijn geïnteresseerd in je werk, maar vooral ook in het feit of je weet hoe je opdrachten moet aanpakken, welke technieken je beheerst, wat je aanpak is geweest en of je inzicht hebt in de normale workflow en achtergronden die in het vak gebruikt worden. Daarnaast willen ze weten of je geleerd hebt van je fouten en of er in de loop van de tijd verbetering zichtbaar is in je resultaten (de beroemde leercurve). Mensen uit het bedrijfsleven geven aan dat ze een portfolio vooral gebruiken om te zien of je passie voor het vak hebt, gemotiveerd bent om net dat beetje extra te doen.

Daarnaast willen ze duidelijk zien welke (basis-) technieken je beheerst voor de uitvoering van het werk.

**Vorm**

De uiterlijke verschijningsvorm van het portfolio is afgestemd op de doelgroep, het soort bedrijf waar je gaat solliciteren en op je eigen opleiding. Het portfolio zelf is dan ook een product waarmee je je kwaliteiten kunt laten zien.

Dit houdt in, dat een portfolio van een Interactief Vormgever en Mediadeveloper (in opleiding) een digitale en interactieve vorm zal hebben. Maar het portfolio kan heel goed ook een map met schetsen en tekeningen of een schetsboek omvatten. Vooral voorstudies, halfproducten en afgekeurde ontwerpen kunnen een uitstekend beeld geven van je stappen in het professionele werkproces en van je aanpak. Vergeet niet dat het voorbereidende proces ook in interactieve producten vaak nog veel “handwerk” omvat, wat je dan zeker moet tonen.

Voor Grafisch Vormgevers en Ruimtelijk Vormgevers ligt een fysieke map op fors formaat met daarin papieren producten natuurlijk voor de hand, maar ook hier komen steeds meer digitale producten voor, zoals bijvoorbeeld schetsen die in Illustrator zijn gemaakt of 3D presentaties van ruimtelijke ontwerpen.

Media- en gamedevelopers werken letterlijk en figuurlijk vaak meer achter de schermen. Soms is het daardoor lastiger om het werk visueel te maken, maar het kan wél. Binnen een portfolio - dat op zichzelf al een voorbeeld is van je vaardigheden - kunnen zowel werkende eindproducten als voorbeelden van code getoond worden. Links naar Git Hub, waar werk met toelichtingen staat, kan ook een prima oplossing zijn. Zorg dan wel voor een eigen site die als portal fungeert. Bij Mediadevelopers is het steeds gebruikelijker aan het worden dat zij bij de stage-sollicitatie een proefopdracht uitvoeren, waarna het bedrijf een beslissing neemt.

In de Audiovisuele wereld is een showreel een veel gebruikte vorm van een portfolio. Omdat het hier veelal gaat om filmpjes, commercials, bewegend beeld met geluid enzovoorts, is het voor de hand liggend een DVD samen te stellen met gemaakt werk.

Voor Mediamanagers is het portfolio een verzameling van hun vakeigen producten en zal vaak bestaan uit onderzoeksverslagen, evaluaties, plannen van aanpak en andere schriftelijke documenten die inzicht geven in hun ontwikkeling.

In de praktijk komen ook veel mengvormen voor, omdat de vakgebieden overlappen en omdat bij een showreel van een Audiovisueel Vormgever bijvoorbeeld ook briefingen en storyboards horen die beter op papier getoond kunnen worden.

**Functionaliteit**

* Het portfolio zélf is een voorbeeld van een interactief product! Laat dus zien wat je kan.
* Focus niet alleen op hoge kwaliteit van individuele eindproducten, maar laat ook zien dat je inzicht in het werkproces hebt, door achtergrondinformatie op te nemen en tussenproducten of voorstudies, schetsen, enzovoorts te tonen.
* In het kader van taalgebruik is het raadzaam een site/presentatie te maken met een taalkeuze op de homepage (in elk geval: Nederlands en Engels, eventueel andere taal). Maak in elk geval een Nederlandstalige site. Maak nooit alleen een Engelstalige site. De keuze van de taal is primair gericht op de doelgroep Nederlandse bedrijven.
* Meerdere portfolio’s publiceren kan en mag, maar houdt de doelgroep scherp in de gaten en overweeg zorgvuldig welk portfolio aan wie getoond wordt.
* Een portfolio moet goed gestructureerd en georganiseerd zijn. Je kunt hier zelf eigen keuzes in maken, maar zorg ervoor dat de algemeen gebruikelijke regels gevolgd worden. De volgorde van werk kun je min of meer zelf bepalen, maar zorg wel dat alle werk snel met enkele muisklikken bereikbaar is. Goede navigatie is belangrijk.
* Bouw een portfolio op in “lagen”. Toon bijvoorbeeld eerst het werkende eindproduct, maar geef de mogelijkheid door te klikken naar de briefing, de tussenproducten of (functioneel) ontwerpen. Zorg dat je op alle vragen antwoord kunt geven. Is het niet nodig, dan hoef je niet altijd alle achterliggende materialen te laten zien. Probeer in het gesprek goed op te letten waar de belangstelling van de persoon naar uitgaat en speel daarop in.

**Inhoud**

* Een portfolio moet selectief en representatief zijn.
  + Selectief betekent: kies zorgvuldig wat je laat zien en wat je weglaat. Zo kun je kwalitatief beter werk voorrang geven.
  + Maar representatief betekent: de totale portfolio moet wel laten zien wat je “in de breedte” gedaan hebt, dus zoveel mogelijk variatie in soorten werk en gebruikte technieken tonen. Dat houdt in, dat je soms om die reden toch werk van mindere kwaliteit moet laten zien.
* Alle bewijsstukken in je portfolio moeten relevant zijn:
  + Je laat alleen werk zien dat betrekking heeft op je eigen gekozen vakrichting of opleiding.
  + Je laat zien wat je kan en wat je wil, binnen redelijke grenzen. Wat je niet kan laat je niet zien. Probeer je te onderscheiden van anderen.
  + Je geeft aan wat de opdracht was en welke randvoorwaarden en materialen als uitgangspunt dienden.
  + Stappen of fasen in ontwikkeling van de competentie worden geïllustreerd en getoond.
* Alle content moet authentiek zijn, dus: door jou gemaakt. Dat lijkt logisch, maar zijn echt alle elementen, afbeeldingen, technieken en scriptjes door jezelf gemaakt? Geef aan wat je eventueel “geleend” hebt. Voor iemand die goed thuis is op het internet zijn deze zaken snel te achterhalen.
* De basis van de huidige beroepspraktijk is: internet(-applicaties) en websites. Dat betekent: je portfolio moet minimaal 2 (werkende) websites tonen en vooral werk dat is gemaakt met HTML/CSS, Javascript en andere gebruikelijke technieken; voor developers natuurlijk meer backend – en/of serverside techniek.
* Omdat de kwaliteit van je werk soms nog niet top is, ligt de nadruk daarnaast op: brede kennis van het vak tonen (“ik heb wel eens wat gedaan” met Flash, After Effects, filmpjes, actionscripten, PHP, frameworks, etc.)
* In “vrij werk” (noem dat geen “eigen werk”, dat is onzin want in het portfolio zit geen werk van *anderen*) kan je eigen voorkeur tot uiting komen (let dan wel extra op de kwaliteit van het werk, dit moet beter dan gemiddeld zijn!).
* Als je bijvoorbeeld een beeldcollage of -manipulatie toont, laat dan ook het origineel, of de originelen waaruit je werk is samengesteld, zien. Als je dat niet doet, is het – ook voor vakmensen - moeilijk een oordeel te geven over de kwaliteit van het gemaakte product.
* Als getoond werk tot stand is gekomen door de inspanning van meerdere personen (bijvoorbeeld een project dat je met een team hebt gemaakt), dan moet je heel goed aangeven welk onderdeel door jou is verzorgd. Anders kan er verwarring ontstaan over jouw kwaliteiten. Anderzijds is dit een mooie gelegenheid om tijdens het gesprek in te gaan op je samenwerkings-vaardigheden.
* Op je portfolio kun je prima een link plaatsen naar jouw webpagina’s, blogs of vermeldingen op social sites en communities. Controleer dan tevoren of alle informatie die daar te vinden is, een goed beeld geeft van jouw (aankomende) professionaliteit. Al te uitbundige (strandvakantie-) foto’s of uitspraken zijn misschien niet wenselijk, net als (te) veel privé-informatie.
* Tot de inhoud behoort ook een onderdeel met persoonlijke informatie. Dit is een “zakelijk” onderdeel dat je apart moet vermelden. Dat kan bijvoorbeeld op een pagina “Over mij” (“About me” is populair, maar wel Engels, he? Dus niet doen). Op deze pagina kun je jezelf presenteren, je bijzonderheden, je voorkeuren en kwaliteiten, eventueel je actuele POP (Persoonlijk Ontwikkel Plan) en je c.v. Zorg dat deze onderdelen gemakkelijk los te verzenden zijn via e-mail of post. Daar wordt vaak naar gevraagd voorafgaand aan een sollicitatie.

**Vormgeving**

* De basisvormgeving moet min of meer neutraal en rustig zijn; het vormt immers de “lijst” om het getoonde werk heen en moet in elk geval niet afleiden. In de gebruikte stijl (zakelijk, speels) kun je goed je eigen voorkeuren laten doorschemeren, maar houd je aan de hoofdregel hierboven.
* Stem het formaat van je portfolio af op de meest gebruikte beeldschermgroottes en op maximale ruimte om je content te tonen. Veel scrollen is onhandig en storend. Testen in alle populaire browsers!
* Kies je basisvormgeving zodanig, dat een maximaal deel van het scherm beschikbaar blijft voor het tonen van je eigenlijke werk, de content. Op overzichtpagina’s mag je thumbnails laten zien, maar zorg dat al het werk - door erop te klikken - uitvergroot kan worden, liefst naar het originele formaat waarop het gemaakt is. Kies hiervoor slimme technieken.
* Leesbaarheid is erg belangrijk. De normale vormgevingsregels gelden natuurlijk ook voor een digitaal portfolio. Kleurgebruik en –contrast, typografiekeuze en kloppende verhoudingen en vlakverdeling kunnen je portfolio meteen een professioneel aanzien geven, ook als je geen designer bent.
* Let op de kwaliteit van alle onderdelen. Bijvoorbeeld: als je een schets op papier wilt laten zien binnen je digitale presentatie, scan deze dan liever dan hem te fotograferen. En: haal je scan nog even door Photoshop zodat het papier van de achtergrond weer wit is en er geen perspectivische vertekening meer is.

**Functioneel ontwerp en navigatie**

* Creëer zinnige categorieën en verdeel het werk in functionele groepen die betekenis hebben voor “vreemden” in een bedrijf (bijvoorbeeld het onderscheid “leerjaar 1” en “leerjaar 2” is alleen nuttig als je het verschil in *niveau van werk* wilt aantonen). Vergelijk geen appels met peren (PHP-werk naast vrij werk, bijvoorbeeld).
* Aangezien je portfolio regelmatig bijgewerkt zal moeten worden, moet je bij het ontwerp rekening houden met deze mogelijkheid. Let op: als je gaat werken met een database heb je (internet-)connectie met een server nodig. Je kunt ook werken met MAMP of XAMP, dan heb je geen internettoegang nodig.
* Houd in je navigatieontwerp rekening met veel heen-en-weer klikken naar andere categorieën omdat het gesprek bepaalt welk werk je daarbij kunt of wilt laten zien. Maak gebruik van de interactiviteit en bouw je portfolio niet al te streng lineair op.
* Zorg dat je hoofdnavigatie-menu altijd in beeld en bruikbaar blijft.

**Psychologie**

* De helft van een goed portfolio is het verhaal erbij! Verkoop en leg de nadruk op je sterke kanten, die je dan kunt bewijzen met getoond werk. Daarnaast kan het geen kwaad om ook duidelijk aan te geven waar je nog niet zo goed of bedreven in bent.
* Beschouw je portfolio als jouw winkeltje en benut bijvoorbeeld je homepage als “etalage”, zet daarin dus niet een tekstbordje met de tekst “dit is de etalage van …”, maar toon je beste werk en lok mensen zo naar binnen in je portfolio!
* Degene die je portfolio gaat bekijken, is wat jaren verder in zijn of haar ervaring in dit vak dan jij en heeft vele portfolio’s gezien. Om maar niet te spreken van de portfolio’s waaraan hij zelf heeft meegewerkt of gemaakt. Maar laat je daardoor ook niet afschrikken.
* Realiseer je ook, dat het werk in je portfolio op diverse manieren geïnterpreteerd kan worden. Het gezegde luidt “over smaak valt niet te twisten”, maar in een creatief vormgevingsvak is dat in de praktijk zeer betrekkelijk. In veel – of misschien wel: alle - gevallen zul je dus jouw interpretatie van de achterliggende opdracht en van je werk uit moeten leggen.

**Denk ook aan het volgende:**

* Als je via LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter of andere community-sites op het internet aanwezig bent, hou dan goed in de gaten hoe je je presenteert en wat je precies publiceert. Het is gebruikelijk bij bedrijven om een sollicitant even te Google-en, houd daar rekening mee.
* Er is niets tegen om naast je eigen portfolio gebruik te maken van online-omgevingen zoals Behance, Git, Dribbble enzovoorts. Zorg er wel voor dat je werk op verschillende plekken vergelijkbaar van kwaliteit is!

**Wijze van presenteren**

* Online of offline? That’s the question.
  + De veiligste oplossing is eigenlijk om ervoor te zorgen dat je portfolio altijd op je eigen laptop kan draaien. Je bent dan onafhankelijk van internetverbindingen en apparatuur of browsers van anderen. Soms volstaat een USB-stick of CD/DVD. Informeer zo mogelijk van tevoren welke hulpmiddelen een bedrijf beschikbaar heeft bij de sollicitatie.
  + Online-portfolio’s bieden het voordeel dat iedereen ze kan bekijken, ook zonder jouw fysieke aanwezigheid. Het nadeel daarvan is, dat je geen persoonlijk commentaar kunt geven en je portfolio dus zelf-verklarend moet zijn. Dat wil zeggen: je zult extra aandacht aan de beschrijving en achtergronden moeten besteden. Veel bedrijven vinden het fijn om je portfolio (ook) op een ander tijdstip dan bij de sollicitatie te bekijken. Publicatie op internet betekent ook dat praktisch iedereen het kan zien.
* Bij commentaar op je portfolio is er onderscheid tussen een persoonlijke smaak van de beschouwer en je professionele vormgevingskwaliteiten. Bij constatering van bijvoorbeeld slechte typografie, kom je er dus niet mee weg door te zeggen: “maar dat is mijn stijl”. Vakmensen leidt je daarmee niet om de tuin. Zorg liever dat je een gefundeerde mening of toelichting paraat hebt.
* Neem initiatief.
* Luister en speel in op vragen en opmerkingen. Vraag als iets onduidelijk is.
* Wees op alles voorbereid (bijvoorbeeld: er is geen computer of internetverbinding beschikbaar of je krijgt maar 5 minuten de tijd).
* Zoek vóór de presentatie naar informatie over het bedrijf of de persoon bij wie je gaat solliciteren. Zorg dat je een indruk krijgt van hun professionele niveau en stijl, zodat je ook in kunt schatten op welke manier ze naar jouw werk zullen kijken.

**Onderhoud en ontwikkeling van een portfolio**

Het karakter van een portfolio is dynamisch. En dus zul je doorlopend bezig zijn met het aanvullen van je content of het vervangen daarvan. Op elk willekeurig moment moet je portfolio een goede afspiegeling zijn van je (aankomend) professionele vaardigheden. Je weet nooit waar je opeens tegenaan kunt lopen! Op een bepaald moment ben je zelfs toe aan een compleet nieuw ontwerp van je portfolio, omdat de algemene kwaliteit van de content ook steeds beter wordt.

Na een eerste stage is meestal zo’n moment dat je een sprong kunt maken in de inhoud en kwaliteit. Werk dat je maakt in de stage, mag je meestal opnemen in je persoonlijke portfolio, maar vraag bij bedrijven uitdrukkelijk toestemming hiervoor. Er kunnen bezwaren zijn die te maken hebben met geheimhouding en/of auteursrechten.

Beschouw het portfolio als jouw exclusieve professionele presentatie aan de buitenwereld en realiseer je, dat in dit door jouw gekozen vak geldt:

“in het verleden behaalde resultaten bieden een redelijke garantie voor de toekomst”.