

JOBDEKLARATION: WEBKOMMUNIKATØREN ER EN BLÆKSPRUTTE

Den typiske webkommunikatør er erfaren og veluddannet og løser både web- og traditionelle kommunikationsopgaver

Af journalist Sanne Olsen,
Fødevareministeriet og journalist
Hanne Vittrup Graversen,
Forsikring & Pension

Mange webkommunikatører i danske virksomheder og organisationer er alene om alt fra drift til analyse, strategi og udvikling af hjemmesiden. Udover de mange forskelligartede opgaver på web varetager de en lang række andre kommunikationsfaglige opgaver. Med andre ord er webkommunikatørerne blæksprutter, som skal formå at holde mange bolde i luften på samme tid. Det viser en ny undersøgelse blandt 150 webmedarbejdere i danske organisationer og virksomheder, som vi har gennemført blandt medlemmerne af DONA – Danish Online News Association.

Webkommunikatørerne har ansvaret for en lang række forskelligartede opgaver relateret til hjemmesiden. Her er de blandt andet ansvarlige for indholdsudvikling, for udvikling af nye funktioner og tjenester, koordinering, brugerundersøgelser og for udarbejdelse af retningslinjer og politikker i forbindelse med hjemmesiderne.

Webkommunikatørerne har desuden mange forskellige arbejdsopgaver ud over de specifikke arbejdsopgaver, der relaterer sig til hjemmesiden. Det er typisk almindelige kommunikationsfaglige opgaver som at skrive pressemeddelelser,

informationsmaterialer, udarbejde kampagner og kommunikationsstrategier og undervise kolleger.

Webkommunikatøren er veluddannet og erfaren

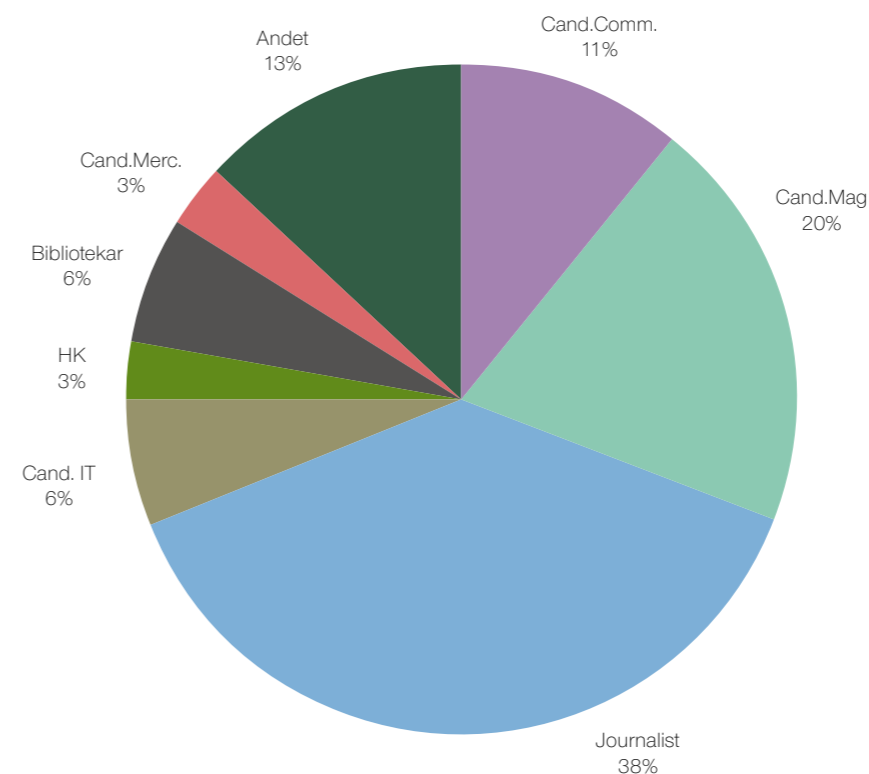
Den typiske webkommunikatør er ifølge undersøgelsen veluddannet og har flere års erfaring med web. Næsten 60 pct. af webmedarbejderne i undersøgelsen har arbejdet med web i 6-10 år, og langt de fleste er mellem 26 og 45 år. 36 pct. af dem har været mellem 2-5 år på deres nuværende arbejdsplads. Knap halvdelen er alene eller to om arbejdet med hjemmesiden, men mange har dog lokale redaktører, der bidrager til indholdet.

Den største enkeltgruppe blandt webkommunikatørerne i undersøgelsen er journalister - skarpt forfulgt af cand.mag.'er eller cand.comm.'er. Tilsammen udgør akademikerne den største gruppe.

De fleste webmedarbejdere er ansat med titlen 'webredaktør'. Herefter kommer stillingsbetegnelsen 'kommunikationsmedarbejder, -konsulent eller -rådgiver'. Knap halvdelen af deltagerne i undersøgelsen har ordet 'web' i deres stillingsbetegnelse. ■

De fleste webmedarbejdere er akademikere

De fleste i gruppen "andet" har således også oplyst en akademisk titel.



Om artiklernes forfattere

Sanne Charlotte Olsen og Hanne Vittrup Graversen har sammen skrevet masteropgave 'Webstrategier i danske virksomheder og organisationer' som led i deres studier på IT-Universitetet i København på linjen 'Design, Kommunikation og Medier'. I forbindelse med masteropgaven udførte de en undersøgelse blandt 150 webmedarbejdere i danske virksomheder og organisationer, primært for at afdække den webstrategiske tænkning. På baggrund af undersøgelsen og den teoretiske analyse i masteropgaven har de desuden udarbejdet en standardmodel for webstrategier. Sanne Charlotte Olsen og Hanne Vittrup Graversen er begge journalister og arbejder i dag som webredaktører i henholdsvis Fødevareministeriets fælles kommunikationsenhed og erhvervsorganisationen, Forsikring & Pension.



Se model for webstrategi på
www.kommunikationsforening.dk

Webmedarbejderen har mange forskellige opgaver

Undersøgelsen viser, at respondenterne udfører mange forskellige opgaver inden for web og ud over web.

Opgaver inden for web

- 83 pct. arbejder med indholdsudvikling og koordinering
- 71 pct. udarbejder retningslinjer, politikker og strategier (de tre typer dokumenter skulle have været skilt ad i undersøgelse for at give et korrekt billede af strategiarbejdet)
- 67 pct. skriver nyheder, artikler mv. til hjemmesiden
- 63 pct. udvikler nye funktioner og tjenester
- 62 pct. står for kontakten til leverandører
- 61 pct. er projektledere i forbindelse med udvikling af nye hjemmesider
- 61 pct. laver billedredigering
- 58 pct. koordinerer og holder møder med fagpersoner/lokale redaktører
- 46 pct. gennemfører kvalitative og kvantitative brugerundersøgelser

Opgaver ud over web

- 53 pct. skriver informationsmaterialer
- 39 pct. skriver pressemeddelelser
- 38 pct. underviser
- 35 pct. laver kampagner
- 31 pct. arbejder med presserådgivning
- 26 pct. udarbejder diverse noter.