Kunstig intelligens i et foranderligt kommunikationsfag

Kunstig intelligens (AI) forandrer kommunikationsfaget såvel som kommunikatørernes arbejdsopgaver og faglige rolle. Det mener DM Kommunikation rummer gevinster for både kommunikatørerne, organisationer og samfund, men samtidig også risici for uhensigtsmæssige konsekvenser.

Kommunikatørerne er en faggruppe, der tydeligt mærker eksponeringen fra AI[1], fx idet visse operationelle opgaver umiddelbart kan løses via hjælp fra sprogmodeller.

Nye muligheder for effektivitet, opgaveløsning, kreativitet og videndeling bliver skabt med lynets hast, men rejser lige så hurtigt væsentlige spørgsmål om faglighed, ansvar, gennemsigtighed, arbejdsliv og demokrati. Når indholdsproduktionen i arbejdet bliver reduceret af AI, bliver mere af kommunikatørernes værdi skabt af den faglige dømmekraft, rådgivning og strategiske rolle, som sikrer kvaliteten.

DM Kommunikation arbejder for, at AI forandrer kommunikationsfaget på en måde, der styrker kommunikatørernes faglighed, understøtter kvaliteten i kommunikative produkter og bidrager til et åbent og tillidsbaseret samfund. AI bør være et redskab, der understøtter kommunikatørernes faglige dømmekraft. AI må aldrig blive en erstatning for den.

DM Kommunikations AI-politik bygger videre på DM's arbejdsprogram 2026-2028 og med udgangspunkt i principperne i DM's digitaliseringspolitik vedrørende medarbejdere og faglighed i centrum, gennemsigtighed, kompetenceudvikling og rammer og retning for AI.

AI-politikken viser DM Kommunikations holdning til, hvordan kommunikatørernes arbejdsliv og faglighed kan styrkes i en tid, hvor AI får stadig større betydning. Den inkluderer særlige tematikker, perspektiver og opmærksomhedspunkter, der kan arbejdes ud fra i forhold til at støtte medlemmerne og deres faglighed i en foranderlig tid.

Det vil DM Kommunikation:

1. Sætte kommunikatørernes faglighed i centrum
Kommunikatørernes grundlæggende kompetencer gør dem oplagte til at indtage en strategisk rolle i deres organisation gennem deres faglige dømmekraft, organisatoriske overblik, etik, relationelle forståelse og strategiske rådgivning.

2. Fremme kritisk dømmekraft
Kritisk dømmekraft er afgørende for, at organisationer kan bruge AI ansvarligt og skabe værdi uden at gå på kompromis med kvalitet, etik og tillid. Kommunikatørerne kan kritisk vurdere anvendelsen af AI samt konsekvenser af AI-genereret indhold, identificere fejl, bias, faktuelle unøjagtigheder og manglende nuancer samt sikre, at kommunikationen lever op til faglige og etiske standarder. Det er dog organisationernes ansvar at anerkende kritisk dømmekraft som en strategisk kompetence og sikre den nødvendige tid, kompetenceudvikling, ledelsesopbakning og klare rammer for AI-understøttet arbejde.

3. Styrke AI-kompetencer
Den hurtige forandring af faget kræver løbende tilpasning blandt dets professionelle udøvere allerede fra studietiden, men samtidig også i senkarrieren. Kommunikatørerne bør klædes på til at håndtere nye opgaver, ansvarsområder og forventninger og alle kommunikatører bør derfor have adgang til kompetenceudvikling, der giver forståelse for AIs muligheder, begrænsninger og risici. Dette bygger videre på DM's digitaliseringspolitiks princip om at medarbejderne bør løbende sikres adgang til bred kompetenceudvikling.

4. Skabe nye karriereveje
AI-eksponering er ikke det samme som jobtab. Kommunikationsfunktionen forsvinder ikke fra arbejdsmarkedet. Der ligger ikke desto mindre en opgave i efter behov at omforme og tilpasse kommunikatørens rolle, ansvar og opgavevaretagelse hensigtsmæssigt i sammenspillet med AI fremadrettet. De enkelte kommunikatører bør kunne omsætte mulighederne i AI til stærke faglige profiler, attraktive karriereveje og et arbejdsliv, hvor teknologien styrker deres værdi på arbejdsmarkedet.

5. Gøre kommunikatørerne til medskaber af AI-governance

AI bør ikke være op til den enkelte medarbejder, men alle organisationer bør have etableret AI-governance. Kommunikatørerne bør inddrages, når organisationer tager beslutninger om strategier, politikker, risikovurderinger, retningslinjer, standarder mv., der omhandler AI, fordi kommunikatørerne kvalificerer beslutningerne gennem deres faglige dømmekraft og erfaringer med AI som en integreret del af deres daglige arbejde.

6. Sikre åbenhed om brug af AI

Modtagere af kommunikation bør kunne forstå, hvis AI har spillet en rolle i udviklingen af indhold. Kommunikatørernes faglige dømmekraft, modtagerforståelse og etiske blik gør dem i stand til at vurdere, hvornår oplysninger om brugen af AI er relevante, hvordan de skal formidles, og hvad modtagerne har brug for at vide for at kunne vurdere afsender, indhold og troværdighed. Organisationerne bør derfor inddrage kommunikatørerne i udformningen af principper og praksis for transparens og sikre rammerne for, at åbenhed indtænkes i hele kommunikationsprocessen. DM Kommunikation støtter transparens som et grundlæggende princip og derfor også gennemsigtighedskravene i AI ACT'en. Dette ligger i forlængelse af digitaliseringspolitikkens princip om tillid gennem sikkerhed og gennemsigtighed.

7. Være med til at gøre AI Act anvendelig i hverdagen

AI-regulering bør understøtte ansvarlig anvendelse af AI uden at skabe unødige barrierer for kommunikatørernes arbejde eller faglighed. Derfor skal AI Act omsættes til forståelige og operationelle retningslinjer tilpasset dansk kontekst, som nemt kan anvendes i kommunikatørernes daglige praksis og sikrer, at ansvaret for brug af AI ikke overlades til den enkelte medarbejder.

8. Skabe plads til alle kommunikatører på fremtidens AI-arbejdsmarked

AI risikerer at give særlige udfordringer for nogle kommunikatører. DM Kommunikation mener derfor, at særligt tre indsatser bør iværksættes. For det første skal der produceres og deles viden om udvikling i indhold og antallet af kommunikatør-entry levels jobs for at sikre, at nyuddannede kan komme ind på arbejdsmarkedet. For det andet skal solokommunikatører i mindre organisationer, som ofte står alene med både strategiske og operationelle AI-opgaver, have bedre muligheder for udvikling, sparring og kompetenceudvikling. Til sidst skal der skabes bedre mulighed for, at kommunikationschefer kan videndele, udvikle og lære af hinanden om implementering af AI, kommunikatørernes værdi samt deres egen rolle.

DM Kommunikation vil opnå alle de fagpolitiske målsætninger ved at være:

Den politiske stemme, der varetager kommunikatørernes interesser.

Videncenter, der hjælper kommunikatører med at stå stærkt i AI-udviklingen.

Brobyggeren, der skaber samarbejde mellem centrale aktører indenfor kommunikation, teknologi, ledelse og samfund.

Frontløber, der udvikler normer for faglighed, etik og transparens i AI-understøttet kommunikation.

Opfyldelse af ambitionerne i politikken vil ikke kun gavne kommunikatørerne, men også det samfund, vi er en del af.

For AI må ikke svække menneskers mulighed for at forstå, vurdere og påvirke den kommunikation, de møder. Kommunikatørerne er garanter for, at afsenderne er åbne om brugen af AI og bygger på faglige standarder, som borgerne kan have tillid til.

[1] Kilde: k-fagsundersøgelse 2025