

**Markedsføring** Peggy Simcic Brønn, Alexander Buhmann og Øyvind Ihlen

# Kunstig intelligens og pr

Selv om det ikke er sannsynlig at kunstig intelligens vil erstatte pr, tror mange innen pr at denne teknologien vil føre til store endringer i profesjonen.

Peggy Simcic Brønn, Professor, BIS Centre for Corporate Communication, Alexander Buhmann, postdoktorstipendiat, BI Institutt for Kommunikasjon og Kultur og Øyvind Ihlen, Professor, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon

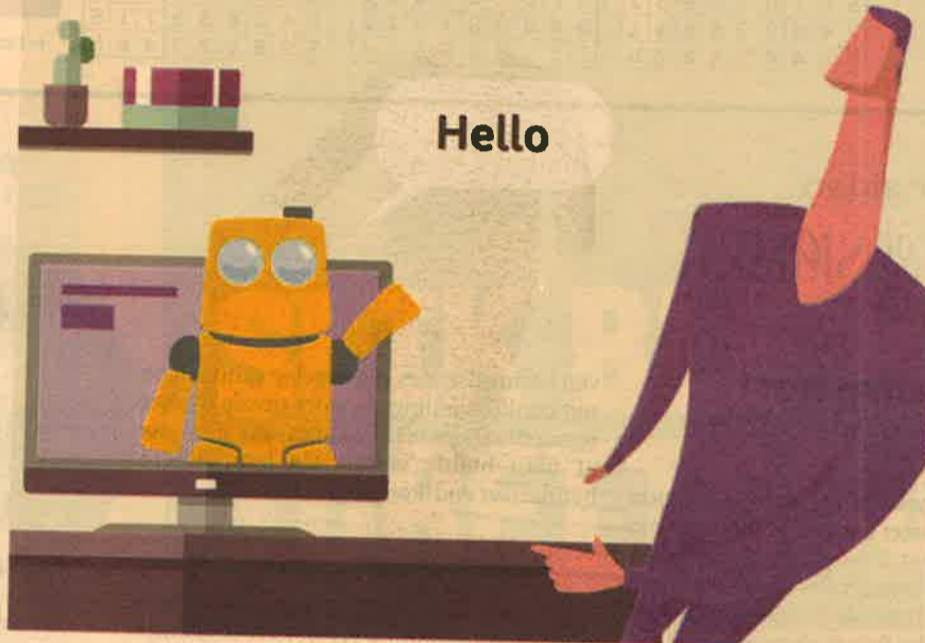
● **I likhet** med alle andre yrker, er også kommunikasjonsspesialister bekymret for hvordan kunstig intelligens kan påvirke deres profesjons fremtid. Hvilke oppgaver kan automatiseres? Vil roboter overta arbeidsoppgaver? Nye resultater fra 2019 European Communication Monitor (ECM) demonstrerer frykten. Tre fjerdedeler av europeiske kommunikasjonsmedarbeidere tror at kunstig intelligens kommer til å endre fagområdet kommunikasjon.

Ifølge ECM-rapporten, en undersøkelse blant mer enn 2600 fagfolk innen kommunikasjon i over 46 europeiske land, er det de nytilsatte som er mest bekymret. De tror økt bruk av kunstig intelligens kommer til å påvirke profesjonens identitet, føre til færre arbeidsplasser og lavere lønninger, og dessuten resultere i at profesjonen mister kjernekompetanse.

Spørsmålet folk stiller seg er hvorvidt profesjonen kommer til å ha behov for mennesker når så mange oppgaver kan automatiseres. Det er imidlertid mye som tyder på at pr-arbeidets menneskelige natur gjør det mindre sannsynlig at maskinell læring vil ta over. Spesielt ferdighetene som er forbundet med kritisk tenkning er minst sårbare for kunstig intelligens.

En studie fra Universitetet i Oxford fra 2013 med navn Future of Employment slo derimot fast at pr-praktikere har en lys fremtid. Det er svært usannsynlig at data-behandling kommer til å erstatte sammensatte oppgaver innen persepsjon og utførelse av oppgaver som forutsetter kreativitet og sosial intelligens – i alle fall ikke i nær fremtid.

Studien rangerer yrkesområdene etter hvor sannsynlig det er at deres oppgaver vil bli utført av datamaskiner (rangeringen går fra minst til mest sannsynlig) og ledere og pr-spesialister ble rangert på henholdsvis plass 67 og 201 av 702 yrker. Oppgaver innen for eksempel telemarkedsføring var blant det som mest sannsynlig ville bli utført av datamaskiner, og rekreasjonsterapeuter var blant de minst sannsynlige.



↑ Det er imidlertid mye som tyder på at pr-arbeidets menneskelige natur gjør det mindre sannsynlig at maskinell læring vil ta over, skriver innleggsforfatterne. Foto: Istock/Getty Images

Selv om pr er mindre sårbar for fremmarsjen til kunstig intelligens enn andre fagområder, er det ikke til å unngå at mange taktiske oppgaver i praksis vil påvirkes av det

Selv om pr er mindre sårbar for fremmarsjen til kunstig intelligens enn andre fagområder, er det ikke til å unngå at mange taktiske oppgaver i praksis vil påvirkes av det. Men fagfolk innen pr har mange års erfaring med å benytte teknologi. De første nyhetsmeldingene ble sluppet elektronisk i 1954 og bruken av epost, internett, videonyheter, sosiale medier, blogger, også videre, er blitt hverdagslige for pr-folk.

En ny rapport fra UK Chartered Institute of Public Relations viser dessuten at bruken av kunstig intelligens faktisk allerede er utbredt, blant annet i automatiseringen av pr-oppgaver slik som innholdsstyring, dataanalyse, dokumentproduksjon, videoer og lydspor, samt bruken av sosiale medier.

Maskinell intelligens avlaster kommunikasjonspersonell og deres håndtering av strukturert og ustrukturert data som brukes til å utarbeide prognoser, identifisering av trender, sporing av saker og generering av rapporter og presentasjoner. Bots som håndterer

henvendelser fra offentligheten og som er i stand til å lære og utvikle seg på egen hånd blir stadig mer utbredt.

Den samme studien anerkjenner også at mer og mer innhold vil skapes av programvare, algoritmer kommer til å drive innholds-markedsføring og taktiske beslutninger og beslutninger som gjelder kanaler vil i økende grad automatiseres og styres av publikums respons og adferd i sanntid. Profesjonens oppfatning av at kunstig intelligens er den neste store utfordringen er dermed korrekt.

Det er vanskelig å finne personell med kunstig intelligens-kompetanse til å utføre kommunikasjonsavdelingens oppgaver. Grunnen til at de fleste som arbeider innen pr i Europa anser kunstig intelligens som kommunikasjonsbransjens største utfordring er nettopp den manglende kunnskapen om kunstig intelligens og dermed vanskene med å finne medarbeidere som har den nødvendige kompetansen.

Men hvor mye kunstig intelligens-kompetanse kreves det av folk som arbeider innen pr? Et argument er at pr-personell ikke behøver å være teknologiekspert, men at de burde ha tilstrekkelig forståelse av kunstig intelligens og relaterte teknologier til å kunne tilby velinformerte og praktiske råd til sine organisasjoner.

Bruken av kunstig intelligens kan påvirke organisasjonenes relasjoner til interessentene, og en av de viktigste arbeidsoppgavene er jo nettopp håndteringen av disse relasjonene på en måte som fremmer gjensidig tillit og etterrettelighet.

**DN**  
Dagens  
Næringsliv

Christian Krohgs g. 16,  
Postboks 1182  
Sentrum,  
0107 Oslo

**Sentralbord**  
22 00 10 00

**Kundeservice**  
21 89 61 00

**Annonse**  
22 00 10 75

→ [dn.no](http://dn.no)

EPOSTER  
annonse@dn.no  
kundeservice@dn.no  
redaksjonen@dn.no  
debatt@dn.no  
etterbors@dn.no  
utgavesjef@dn.no

REDAKSJONEN  
ETTER KL. 16.30  
Desken 22 00 13 30  
Etterbørs 22 00 10 05  
Finans 22 00 13 64  
Foto 22 00 13 07  
Innholdssjef 22 00 10 03  
Livsstil 24 10 17 29  
Nyhetsred. 24 10 14 30  
Politikk 22 00 10 04

VILKÅR  
Distribusjon, kopiering, medleovervåking eller annen bruk av vårt og våre leverandørers innhold for kommersielle formål krever særskilt avtale. Se [www.dn.no](http://www.dn.no) for våre øvrige vilkår. Copyright Dagens Næringsliv. DN betinger seg retten til å lagre og utgi alt innhold i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere, og til å forkorte innlegg.