

# KOMMUNIKATION I EN BRYDNINGSTID

Gennem mange år har kommunikationspraktikere og -forskere diskuteret, at faget oplever konvergens - dels fra andre kommunikationsområder, dels fra andre ledelsesdiscipliner.

I kølvandet på den økonomiske krise i 2001 stillede både arrangementer i Dansk Kommunikationsforening og artikler i nærværende magasin spørgsmålet om vores fag var under pres. Det ville gå skidt i flere år frem på grund af recession, var prognosen, og det ville medføre fyringer. Det gik som bekendt ikke helt så skidt, som frygtet, og faget har efter nogle skulp i 2002 siden oplevet konstant fremgang. Men én af forudsigelserne i starten af det nye årtusind var, at fagets sponsorer – virksomhedens ledelser – ville efterspørge bedre forretningsforståelse og strategisk kompetence fra kommunikatørerne.

Dansk Kommunikationsforening har naturligvis fulgt denne diskussion og flere medlemsundersøgelser har taget temperaturen på medlemmers forretningsstrategiske interesse.

Senest var bestyrelserne i Dansk Kommunikationsforening og Dansk Marketing Forum langt i en fusion, et projekt der som bekendt mødte mere modstand end tilslutning hos foreningens medlemmer.

Dette tema giver nogle bud på et kommunikationsfag i en brydningstid. Vi har ikke taget stilling til, om det er godt eller skidt for vores fag. Det vil vi overlade til læserne selv at reflektere over. Men vi håber at kunne give lidt inspiration.

God læselyst

Kristian Eiberg