



Arbejdsmarkedet kan anvende psykologers kompetencer langt bredere end de traditionelle kliniske opgaver.

Psykologkampagnen i gang

Psykologforeningen lancerer nu den beskæftigelsesindsats, vi var sammen om at vedtage på generalforsamlingen i foråret. For at gøre budskabet enkelt har vi valgt overskriften *Psykologkampagnen*. Målet er dobbelt. Dels at gøre det tydeligt, at arbejdsmarkedet kan anvende psykologers kompetencer langt bredere end de traditionelle kliniske opgaver. Dels slet og ret at skabe flere job til psykologerne.

Vores jobsituation er ikke så ringe som for akademikerne generelt, og truslen om at falde ud af dagpengesystemet mindre for os end for så mange andre grupper. Men selv om faldet i beskæftigelsen kan forklares med krisens indtog, så har vi til opgave at holde øje med beskæftigelsen langsigtet. Krisen ramte psykologerne sent, og Psykologforeningens opgave bliver derfor at udnytte forsinkelsen offensivt.

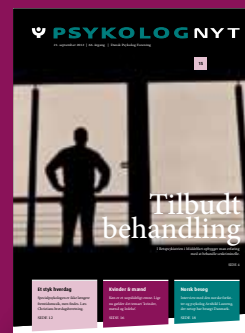
I den ene ende af arbejdslivet kommer flere unge kandidater til. Og det er et fælles ansvar at sikre, at de får en god start. I den anden ende trækker de erfarne psykologer sig sent tilbage. Og det er vigtigt, at vi fortsætter med at sikre, at det er attraktivt at blive på arbejdsmarkedet længe. For i vores profession er erfaring en kvalitet i sig selv, som ikke sådan forældes.

Bevægelserne betyder, at antallet af psykologer i Danmark i det næste årti stige med 40 procent. Omsat til tal svarer det til, at der skal skabes ca. 3500 nye job i tiden frem til 2022. Så jo: vi står jobmæssigt over for en særdeles vanskelig opgave.

Indsatsen i Psykologkampagnen skal derfor også ses som ét element i et større hele. AC-samarbejdet gør det muligt at rejse beskæftigelsesdagsordnerne på et politisk niveau. Genem AC har vi fx været repræsenteret i møder med beskæftigelsesministeren, hvor vi har fået løfte om midler til jobrotationsprojekter, videnspilordninger og Akademikerkampagnen. Og hvor vi opretholder presset for at få øget dagpengeperiodens længde og afkortet genoptjeningsperioden. En anden dagsorden er kvaliteten af beskæftigelsesindsatsen, der lige nu ikke er tilpasset det niveau af kompetencer, som psykologer og andre akademikere møder op i ledighedskøen med.

Uanset de muligheder, det vil skabe, er der rigeligt rum til foreningens egne indsatser. Tag godt imod Psykologkampagnen!

Eva Secher Mathiasen,
formand for Dansk Psykolog Forening



Medlemsblad for
Dansk Psykolog Forening

Dansk Psykolog Forening
Stockholmsgade 27,
2100 København Ø.
Tlf. 35 26 99 55.
E-mail: dp@dp.dk
www.danskspsykologforening.dk

Psykolog Nyt
Stockholmsgade 27,
2100 København Ø.
Tlf. 35 26 99 55.
E-mail: p-nyt@dp.dk
Fax/Psykolog Nyt: 35 25 97 07.

Redaktion:
Claus Wennermark, ansv. redaktør
Jørgen Carl, redaktør
Heidi Strehmel, bladsekretær/annoncer

DK ISSN: 0901-7089

Layout og Tryk:
Jørn Thomsen Elbo A/S
Trykt med vegetabiliske farver
på miljøgodkendt papir

Oplag:
Kontrolleret oplag (FMK): 9.030 ex. **FMK 05**
Trykoplag: 9.950 ex.

Medlem af Danske Specialmedier 

Indsendt stof: Indsendte artikler dækker ikke nødvendigvis redaktionens eller foreningens holdninger. Redaktionen forbeholder sig ret til at afvise, forkorte eller redigere indsendte artikler. Redaktionen påtager sig ikke ansvar for artikler, der indsendes uopfordret.

Forside: Scanpix, modelfoto.

NYT: Annoncer 2012

Job- og tekstsideannoncer mv.:
DG Media, tlf. 3370 7694, epost@dgmedia.dk
Anfor 'Psykolog Nyt' i emnefeltet

Små rubrikannoncer (maks. 1/6 side):
Psykolog Nyt, p-nyt@dp.dk, tlf. 35 25 97 06
www.dp.dk > 'Psykolog Nyt' > 'Annoncer'

Abonnement/2012: 1.250 kr. + moms.

Deadline (kl. 12)

Nr.	Deadline	Udgivelse
17	1/10	19/10
18	22/10	9/11
19	5/11	23/11