



Psykologkampagnens fortsættelse, II'eren, skydes nu i gang. I bestyrelsen ser man frem til at synliggøre psykologers kompetencer og iværksætte en lang række aktiviteter inden for det offentlige område.

**A**mbitionen er jobskabelse i den offentlige sektor. For at komme i mål tager Dansk Psykolog Forening de næste to år initiativer på 'vækst- og udviklingsområder' inden for det offentlige: ældreområdet, beskæftigelsesområdet, det kommunale børne- og ungeområde, socialpsykiatrien, uddannelsessektoren og misbrugsområdet. Alle med væsentlige potentialer, og hvor relativt få psykologer er beskæftiget, og hvor der er behov for at sikre gode rammer for psykologers tilstedeværelse fremover.

Det hele indeholdt i *Psykologkampagnen-II*. Kampagnen blev besluttet på foreningens generalforsamling i marts måned og sættes nu i værk.

- Helt konkret skal vi i dialog med arbejdsgiverne og politiker-

ne om flere stillinger her og nu. Men vi skal også skabe grundlag for flere psykologjob i fremtiden ved at påvirke lovgivning og rammevilkår, etablere partnerskaber med kommunerne om udviklingsprojekter med psykologi i fokus, dokumentation og forskning i effekten af psykologers arbejde og bedre rammer for faglig udvikling af psykologer, fortæller Psykologforeningens formand, Eva Secher Mathiasen.

- Psykologer skal have mulighed for at trække på hinandens kompetencer, påvirke og samarbejde med arbejdsgiverne – både om flere stillinger, der hvor vi allerede er i dag, og om at udvikle nye arbejdsområder og funktioner, der hvor der er potentiale for mange flere psykologer i fremtiden.

Antallet af psykologer vokser kraftigt i disse år, og væksten

fortsætter. Oprettelsen af nye stillinger til psykologer er derfor en nødvendighed, hvis der skal være job nok. Det var baggrunden for Psykologkampagnens første fase 2012-2014, et initiativ, der ikke alene førte til højere beskæftigelse, men som frem for alt bidrog til en langt bredere forståelse af mulighederne for at arbejde som psykolog på det private arbejdsmarked.

Et tilsvarende potentiale findes på det offentlige område. I bestyrelsen ser man derfor frem til i de næste to år at samarbejde med foreningens decentrale organer og med enkeltmedlemmer om at åbne nye døre. Kampagnen vil fortsat være en platform for gensidig inspiration og videndeling blandt psykologer. Hertil kommer et nært samarbejde med eksterne samarbejdspartnere, ikke mindst eksisterende og potentielle arbejdsgivere i staten, regionerne og kommunerne, ministerier og styrelser, Regionerne og Danske Regioner, Kommunernes Landsforening og kommunerne.

### Profession i udvikling

- Psykologers viden og kompetencer er med til at styrke og udvikle den offentlige velfærd og sikre borgernes mentale sundhed, fortæller Eva Secher Mathiasen. Det er på baggrund heraf, at fremtidens job til psykologer i det offentlige skal rammesættes og sikres.

- Især fremstår ældreområdet, misbrugsområdet, uddannelsessektoren og beskæftigelsesindsatsen som fremtidens vækstområder, hvor psykologers viden og kompetencer kan gøre en mærkbar forskel. Beslutningen om at dreje Psykologkampagnen II over mod den offentlige sektor opstod på initiativ af psykologer, der selv arbejder i 'vækstområderne' og ønsker, at disse felter promoveres. Et godt eksempel er ældreområdet, hvor psykologer alt for sjældent medtænkes i rehabilitering af ældre eller anvendes til supervision af sundhedspersonale.

- Det kan blive væsentligt for psykologer at dele erfaringer og udvikle ideer om, hvad der skal til for at skabe nye attraktive arbejdsområder for psykologer nu og fremover. Det kræver en gensidig nysgerrighed, og i Dansk Psykolog Forening er vi klar til at møde både psykologer og kampagnens øvrige interessenter med åbenhed.

### Langsigtet effekt

Overordnet vil Psykologkampagnen-II arbejde med de barrierer, som gør sig gældende for psykologers beskæftigelse på det offentlige arbejdsmarked. Både de barrierer, der måtte findes hos arbejdsgivere og i lovgivningen, og dem, fagets udøvere selv sætter op i forståelsen af, hvad man som psykolog arbejder med.

Succeskriterierne er, når det dels lykkes at skabe en målbar efterspørgsel fra arbejdsgivere på kampagnens fokusområder, dels konkrete ændringer af rammevilkår, som kan skabe eller fastholde stillinger, og dels endelig indgå i partnerskaber med offentlige aktører om projekter, der kan dokumentere værdien af psykologers tilstedeværelse.

Foreningen lægger vægt på et grundigt analysearbejde i den



*Antallet af psykologer vokser kraftigt i disse år, og væksten fortsætter. Oprettelsen af nye stillinger til psykologer er derfor en nødvendighed, hvis der skal være job nok.*

indledende fase. Det offentlige arbejdsmarked er præget af anderledes beslutningsprocesser, dynamikker og incitamentsstrukturer, der alle kalder på sin særlige strategi og en god portion tålmodighed. Derfor indstiller man sig på, at Psykologkampagnen-II vil byde på andre udfordringer end kampagnens første del.

- Kan man nå at skabe målbare resultater inden for projektperioden? Det er spørgsmålet, eftersom jobskabelse på det offentlige arbejdsmarked i stort omfang indebærer politiske processer, som rækker ud over kampagneperioden. Derfor sigter vi efter at 'så' initiativer, der kan gro og forplante sig efter kampagneperiodens udløb, siger Eva Secher Mathiasen.

- Initiativet skal understøtte realiserbare projekter, som det er muligt at nå inden for tidsrammen og de præmisser, Psykologkampagnen-II er indlejret i. Ledigheden blandt psykologer påvirkes jo ikke blot af kampagner, men også af reformer, lovændringer og økonomiforhandlinger, der kan betyde en nedgang i beskæftigelsen de næste to år, fx hvis lovgivning omkring PPR, regeringens forhandlinger med kommuner og regioner om fremtidig økonomi ændres.

- En del af kampagnen kommer derfor til at være mere forhandlingspræget på arbejdspladserne og i lovgivningen, mens andre dele handler om at igangsætte processer, der kan skabe beskæftigelse på den lange bane. ■

*Ditte Marie Darkó, cand.psych., fagjournalist*