

Tag godt imod:

PSYKOLOGKAMPAGNEN

Beskæftigelsesprojektet 'Psykologkampagnen' skydes nu i gang. Der skal ikke mindst bygges bro til det private erhvervsliv og de mange uudnyttede jobmuligheder der.

Ledighedstallene taler deres klare sprog. Uden en aktiv beskæftigelsesfremmende indsats er vurderingen, at ledigheden blandt psykologer risikerer at gå fra nu 5 % til op mod 25 % i 2022.

For at sikre beskæftigelse til alle psykologer i fremtiden skal der med Dansk Psykolog Forenings beskæftigelsesinitiativ, Psykologkampagnen, tænkes 'ud af boksen'. Med en forstærket beskæftigelsesindsats vil kampagnen naturligvis fortsat have fokus på jobområder i den offentlige sektor, og vi vil som forening fortsat værne om de traditionelle psykologstillinger.

For at sætte en effektiv bremse i den stigende ledighed ser Psykologkampagnen dog et særlig vigtigt fokusområde på det private arbejdsmarked. Færre end hver tiende psykolog er i dag ansat i den private sektor. Inden for HR og arbejdsmiljø har psykologernes

kompetencer allerede gjort sig positivt bemærket. Psykologkampagnen ser et kæmpe potentiale i en udvidelse af HR-området, arbejdsmiljø-, ledelse-, strategi-, produkt- og organisationsudvikling.

Det private arbejdslandskab er således et næsten uopdyrket landskab, men med masser af potentiale. Psykologkampagnen får rådgivning af en særlig gruppe af dygtige erhvervsfolk, hvis viden og erfaring vil hjælpe os til at sparke døren effektivt ind til det private arbejdsmarked.

Kampagnen bygger broer

Psykologkampagnens ypperste opgave er at bygge broer. Broer, som bygger på dialog og samarbejde.

Vi vil bygge broer mellem et studieliv og et arbejdsliv. Den nuværende og fremtidige beskæftigelsessituation fordrer, at man som psykologistuderende og dimittend tør tæn-

ke utraditionelt i forhold til sin fagidentitet og spørge sig selv: Hvordan kan jeg bruge min uddannelse mindre fagspecifikt og samtidig bevare min faglige stolthed?

Målet med at få en arbejdsgiver til at se nødvendigheden af at ansætte netop en psykolog er ikke givet på forhånd, for psykologer er i konkurrence med andre faggrupper. Men Psykologkampagnen synliggør psykologers kompetencer. Når vi sætter handling bag ordene og viser, hvem psykologer er, vil arbejdsgiverne erfare, at virksomheden får tilført mere kvalitet og får et bedre produkt ved netop at ansætte en psykolog.

Den første aktivitet

Det officielle startskud for kampagnen lyder 28. januar 2013, hvor foreningen afholder en opstartskonference for medlemmerne og et indbudt eksternt publikum.

Konferencen lægger de første sten i brobygningen med oplæg, som kæder psykologers kompetencer sammen med positive bundlinjer og fremtidens arbejdsmarked.

Men Psykologkampagnen vil meget mere end holde konferencer – nemlig ud med en opfordring til, at vi *alle* gør en ekstraordinær indsats. Psykologkampagnen ser hver en studerende og færdiguddannet psykolog som ambassadør for beskæftigelsesindsatsen. Alle virksomhedsledere, som har psykologer ansat, ligeså. Ved at turde træde frem, 'tænke ud af boksen' og fortælle den gode historie om psykologers kompetencer bliver Psykologkampagnen et levende beskæftigelsesprojekt. ■

Monica Lorenzo Pugholm,
kampagneleder

BAGGRUND

Psykologkampagnens projektteam er psykolog Bjarke Schlechter og antropolog Monica Lorenzo Pugholm i samarbejde med chefkonsulent Niels Kjeldsen. Læs mere på www.dp.dk. Bemærk også, at Psykologkampagnen har oprettet en gruppe på LinkedIn, der er tænkt som et levende debatforum.

psykologkampagnen
- sats på den menneskelige faktor

