



Modernisering av förbundet

2009 ligger framför oss. Förutom allt löpande arbete har året som gått präglats av analyser, kartläggning och inre upprustning. Nu ser jag fram emot synliga resultat av detta inre arbete. Före julhelgen uppggraderades vår hemsida och fler faser i denna utveckling av hemsidan kommer. Vi har professionellt undersökt hur psykologer ser på Sveriges Psykologförbund. Syftet är att få underbyggt underlag för förbättringar och nya mervärden för medlemmarna. Jag vill här peka på några generella förhållanden som upplevs positivt respektive bristfälligt.

Ett upplyftande och viktigt konstaterande är att de medlemmar som själva haft kontakt med förbundet, centralt eller lokalt, i allmänhet är mer positivt inställda till Psykologförbundet än de medlemmar som ännu inte haft denna direktkontakt. Ett gott besked om att service och personstöd till medlemmar i regel håller god nivå. Detta föranleder också att vi centralt nu arbetar för att öka de direkta mötena med medlemmar runt om i landet jämfört med tidigare.

ETT TYDLIGT bristområde upplever medlemmarna kring Psykologförbundets synlighet i debatten. I förbundsledningens överraskades vi nog först av de höga siffrorna. Men när vi närmare analyserat frågan om synlighet så visar det sig att denna är lätt komplicerad. Nio av tio i våra systerförbund inom Saco uppger att också deras medlemmar är missnöjda eller mycket missnöjda med hur dess förbund syns i media. Oavsett hur mycket man syns. I dagens medielanskap och konkurrensen om uppmärksamheten försvåras detta av att man oftast upplever sitt förbund i media endast vid de tillfällen man själv råkar lyssna på en

radio- eller tv-intervju med förbunds- företrädare eller själv råkar läsa debatt- artikeln i DN, Svenska Dagbladet eller Göteborgs-Posten. Eller dito råkar se, höra eller läsa inslag och artiklar i lokal media. I år har Psykologförbundet dock syns minst 120 gånger i medierna. Om man så vill, i snitt varannan arbetsdag sett över året. Det är de facto inte så illa. Men problemet är att detta uppenbarligen inte når fram till medlemskollektivet. Vår plan för intern kommunikation ska förhoppningsvis råda bot på detta, och på hemsidan har vi redan nu lagt

”I år har Psykologförbundet syns minst 120 gångar i medierna”

ut information så att våra medlemmar lättare ska hitta vad som exempelvis är medialt aktuellt under fliken ”Förbundet tycker”.

VÅR UPPFATTNING i förbundsstyrelsen att Psykologförbundets totala systematiska påverkansarbete har varit, är och kommer att förbli helt avgörande för framgången i våra frågor. Historiskt är det givet så att när vi exempelvis fick tillstånd en kvalificerad psykologutbildning, eller beslutet togs om legitimation för psykologer så föregicks dessa genombrott av ett tålmodigt, fokuserat och framför allt uthålligt påverkansarbete. Och i detta inbegrips möten med och uppvaktningar av riksdagsledamöter, myndigheter, departement, statssekreterare och ministrar. Där-

till kommer olika skrivelser och alla genomarbetade remissvar vi lämnar på olika för oss adekvata utredningar. Men också att bevaka och se till att vi får in våra psykologexperter i olika arbets- och referensgrupper. Till viss del handlar det självklart om att synas mer i media, men det handlar också om att synliggöra för medlemmarna vad förbundet arbetar med och vilka politiska kontakter och uppvaktningar som har tagits, kontakter med andra intressenter som till exempel Sveriges kommuner och landsting och Socialstyrelsen.

UNDER 2008 ägnade vi vår opinionsbildning särskilt åt vikten av fler psykologer i skolan. I detta arbete har vi också fokuserat på att påverka politiker att det skrivs in i skollagen att det ska finnas tillgång till psykologer inom skolan. Detta har skett via debattartiklar, seminarium i Almedalen, uppvaktning av politiker, öppet brev till utbildningsministern.

Förutom att stenhårt bevaka dessa frågor kommer vi 2009 att satsa extra mycket på frågan om att alla som behöver det, oavsett ekonomiska förutsättningar, ska få möjlighet att träffa en psykolog. Det vill säga att säkra tillgången till psykologisk behandling för alla medborgare som så önskar och behöver.

En stor del av det totala påverkansarbetet sker alltså utan att det för den skull syns i media. Att kommunicera detta bättre till medlemmarna är därför ett högt prioriterat mål under 2009.

God fortsättning!

LARS AHLIN
Förbundsordförande