



# Start en artikelstafet

Startkit fra Ledelsesugen

Få ledere til at reflektere over egen praksis på skrift og dele tankerne med hinanden.

# Hvorfor en artikelstafet?

## Sæt ord på ledelse

En artikelstafet giver lederne mulighed for at reflektere over deres egen ledelsespraksis eller et specifikt tema og få tankerne formuleret konkret på skrift. Samtidig får øvrige ledere og medarbejdere mulighed for at læse, hvad der rør sig hos lederkolleger i egen eller uden for organisationen, og dermed få inspiration og nye perspektiver på ledelsesopgaven.

## Deltag i ledelsesdebatten på nettet

Ledernes artikler kan være med til at starte eller bidrage til den digitale ledelsesdebat – enten internt via organisationens egne kanaler eller bredt blandt offentlige ledere på sociale medier.





# Hvad er en artikelstafet?

## En serie af korte artikler

En artikelstafet er en serie af korte artikler, hvor fem- seks ledere skriver om deres egen erfaring eller refleksioner omkring et specifikt ledelsestema til inspiration for andre.

## Gør det internt eller på tværs af sektorer

Stafetten kan være med ledere internt i organisationen, eller gå på tværs af sektorer, f.eks. med fokus på samspillet mellem stat og kommune for at få forskellige perspektiver.

Deltagerne kan være udvalgt på forhånd, eller lederne kan sende stafetten videre til en anden leder, hvis perspektiv de gerne vil høre.

# Hvordan laver I en artikelstafet?

- ✓ Udvalg fem-seks ledere, der skal bidrage til lederstafetten, eller udvælg første leder og bed vedkommende pege på næste. Hvis artikelstafetten skal gå på tværs af organisationer, så ræk ud til den anden organisation og hør, om de vil være med.
- ✓ Lav en ramme for lederstafetten: Skal lederne skrive om et specifikt tema eller reflektere over, hvad der optager dem i egen ledelse pt?
- ✓ Aftal omfang på artiklen (f.eks. 300-800 ord) og hvornår artiklerne skal udgives. Det kan f.eks. være en artikel hver dag i uge 44.
- ✓ Aftal, hvor artiklen skal udgives (f.eks. intranettet), og om artiklen skal deles på sociale medier – f.eks. via organisationens eller ledernes LinkedIn-profil.
- ✓ Hvis lederne selv skal udgive artiklen på egen LinkedIn-profil, kan de følge guiden til at udgive artikler på LinkedIn [her](#)
- ✓ Brug gerne #ledelsesugen eller tag @Ledelsesugen på sociale medier. Så kan Ledelsesugen videre dele artiklerne, og endnu flere offentlige ledere kan læse lederne reflektioner.





# Temaer og spørgsmål

En artikelstafet kan tage afsæt i et bestemt ledelsestema eller fokusere på, hvad lederne er særligt optaget af i deres hverdag lige nu. Herunder er en kort liste med temaer og spørgsmål, I kan lade jer inspirere af.

## Temaer

- Læring fra Corona
- Mod og risikovillighed i ledelse
- Sæt retning og skab mening
- Ledelse og diversitet
- Giv feedback
- Faglig ledelse

## Spørgsmål til refleksion over egen ledelse (frit tema)

- Hvad optager dig allermest i din opgave som leder lige nu? Hvorfor?
- Hvad ser du som de største muligheder i det?
- Hvad ser du som de største udfordringer?
- Hvordan vil du håndtere/har du håndteret hhv. mulighederne og udfordringerne?

# Fem skriveråd til artiklerne

På de kommende sider finder du fem gode råd til skrivearbejdet, når lederne skal i gang med artiklerne.

## 1) Find den skarpe vinkel

Hvad er det vigtigste, læseren skal huske efter han eller hun har læst din artikel? Før du begynder at skrive din tekst, skal du gøre dig klart, hvad du gerne vil bringe til bordet. Det kræver, at din tekst har en skarp vinkel. Den kan du finde med værktøjet en "fortælle-sætning":

"Jeg vil gerne fortælle, at (...)"

Den hjælper dig med at skrive ud fra konklusionen på din tekst i stedet for et emne. Du fortæller f.eks. ikke "*noget om ledelse og klimaudfordringer*", men "*at ledelse er afgørende, hvis vi skal løse klimaudfordringerne*".

Fortællesætningen skal ikke indgå i selve teksten. Men den hjælper dig med at sikre en rød tråd, imens du skriver.



# Fem skriveråd til artiklerne

## 2) Skriv en fængende overskrift

Det er overskriften, der fanger din læsers opmærksomhed og giver ham eller hende lyst til at læse artiklen. Derfor er det vigtigt, at den gør læseren nysgerrig.

Din læser afkoder din overskrift på millisekunder – derfor er det også afgørende, at dit sprog er enkelt og hurtigt at afkode.

Hold den kort – max én sætning.

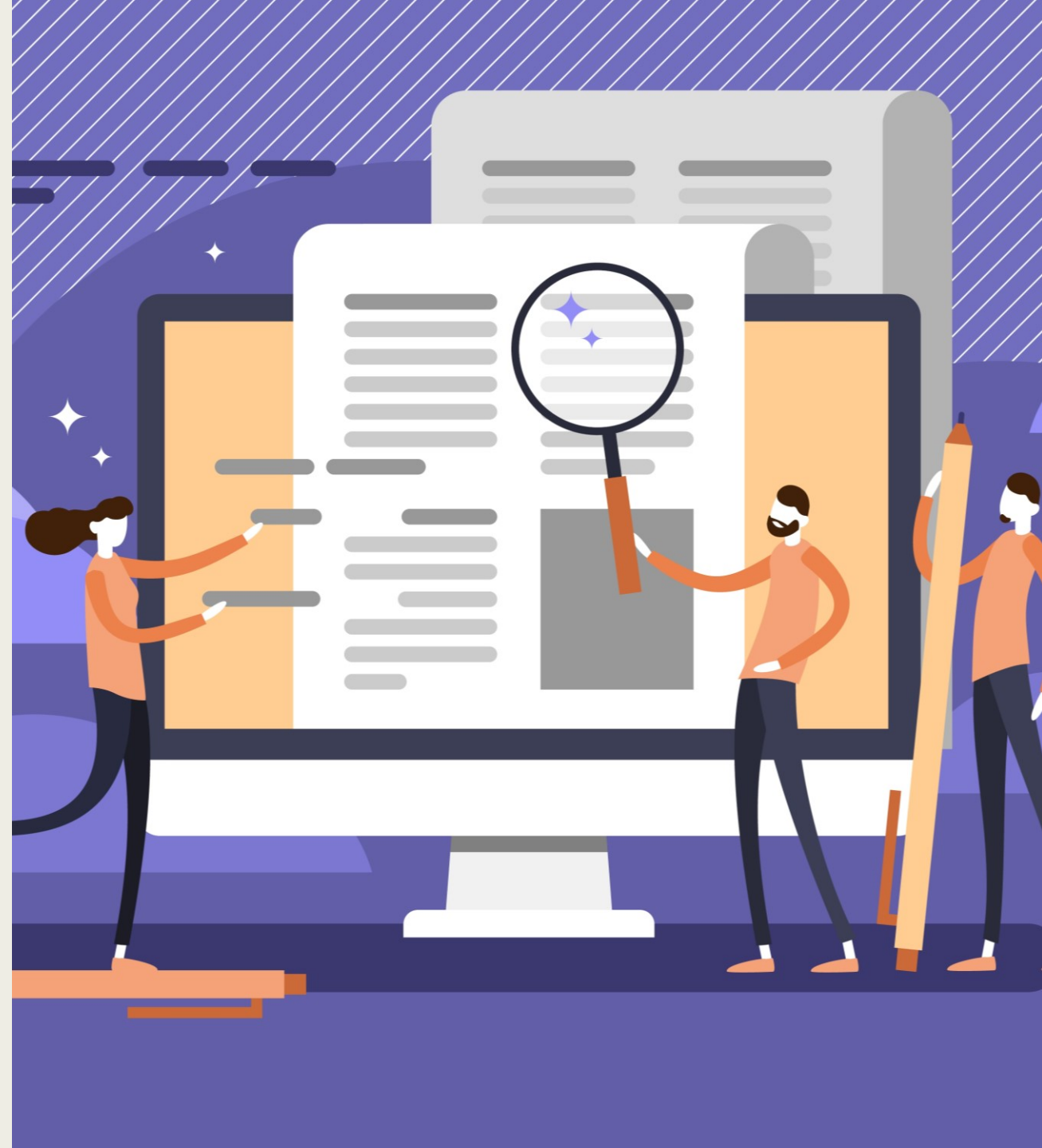


# Fem skriveråd til artiklerne

## 3) Bryd teksten op med underoverskrifter

Din tekst har nu en skarp vinkel og en fængende overskrift. Så langt, så godt. Men det kan være svært at holde din læser til ilden hele vejen igennem teksten, hvis det er én lang svada af ord. Her kommer underoverskrifter ind i billedet.

Bryd tekstmuren op i mindre afsnit med en overskrift til hver tekstbids tema. Det gør det lettere for læseren at orientere sig i din tekst og øger læsbarheden.





# Fem skriveråd til artiklerne

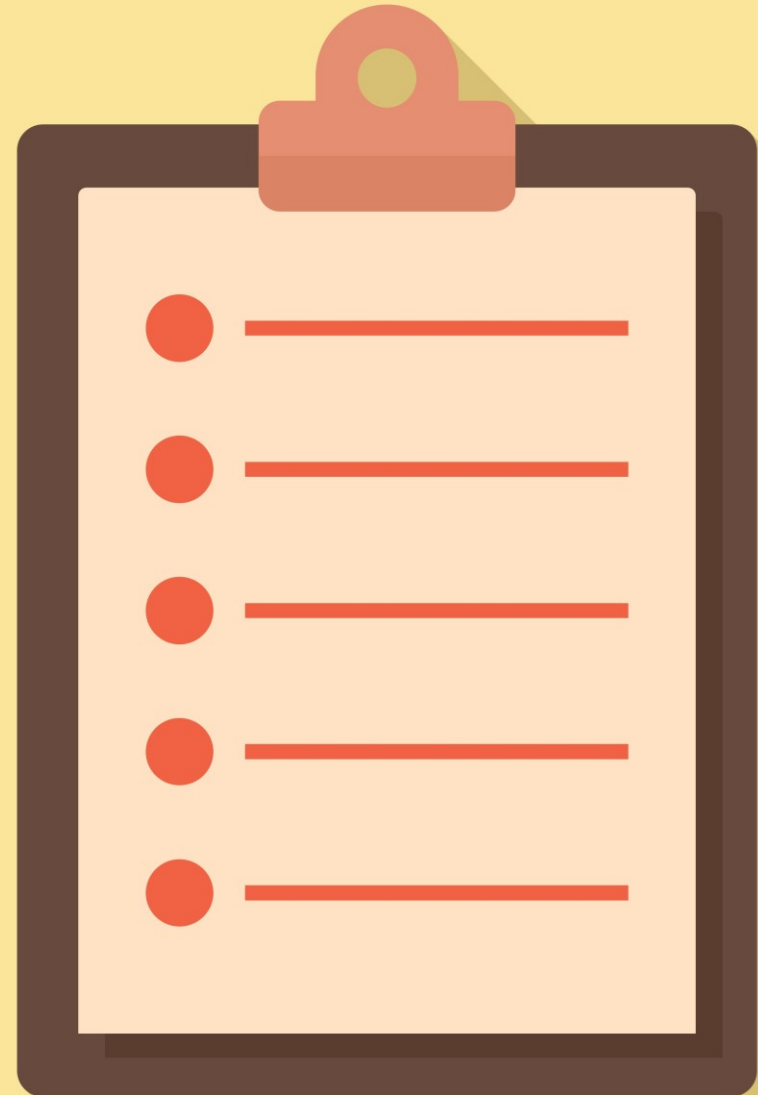
## 4) Fremhæv det vigtige i teksten

Ud over at bruge underoverskrifter kan du bruge **fed**, *kursiv*, understregning og andre tekstlige virkemidler til at fremhæve det vigtige i teksten. På den måde gør du det lettere for læseren at finde ud af, hvad han eller hun kan få ud af teksten.

Du kan også bruge punkter og tal til at organisere og fremhæve noget særligt vigtigt i din tekst. De vil tiltrække læserens opmærksomhed ligesom overskrift og underoverskrifter.

Fordele ved at bruge bullits:

- De organiserer din tekst, så læseren lettere kan scanne den, hvilket gør den mere fordøjelig
- De fremhæver de vigtigste punkter og informationsbidder i din tekst
- De tiltrækker opmærksomhed i næsten samme grad som dine overskrifter



# Fem skriveråd til artiklerne

## 5) Skriv aktivt og brug eksempler

Når du skriver aktivt, bliver teksten mere appetitlig for din læser at dykke ned i. Derfor skal du så vidt muligt skrive i nutid. At skrive aktivt handler både om at bruge aktivformen af verber, når du skriver, og at bruge aktive udsagnsord. Det er kort fortalt ord, der viser en bevægelse eller udtrykker en handling.

Se eksempler her:

Aktiv: "Vi offentlige ledere *drøfter* ikke klimaspørgsmålet nok"

Passiv: "Klimaspørgsmålet *drøftes* ikke nok blandt os offentlige ledere."

Et andet trick til at gøre teksten appetitlig er at bruge konkrete eksempler til at underbygge dine pointer. Hvordan kommer det konkret til udtryk i din hverdag/i samfundet generelt?



**WWW.LEDELSSESUGEN.DK**



*Søg på Ledelsesugen og find os på LinkedIn, Facebook og Twitter*