

Winslades tre trin (2005)

- 1. Trin:** Hvilke positioner oplever du at blive tilbudt?
- 2. Trin:** hvilke positioner foretrækker du i stedet?
- 3. Trin:** hvad kan du sige eller gøre for at komme tættere på dine foretrukne positioner?

(Lüscher 2018: 95-96)

www.CharlotteEli.dk



1

Spørgsmål du skal forholde dig til i positioneringen som leder

1. Hvor har jeg mit aktuelle ledelsesmæssige fokus?
2. Hvad er det jeg ikke har i betragtning i mit lederskab for tiden?
3. Hvilke justeringer skal jeg foretage i positioneringen for at matche både opgaven og medarbejderne, således at jeg kan gøre en nyttig forskel gennem den position jeg indtager?

Lüscher 2018: 84

www.CharlotteEli.dk



2

Lederens positionering

To former

1. Formel, intenderet og tilrettelagt positionering
2. Uformel, dynamisk positionering

(Lüscher 2018: 76-85)

www.CharlotteEli.dk



3

Formel, intenderet og tilrettelagt positionering – tre principper

1. Vurderer situationen i organisationen og beslutte, hvornår og hvordan det ledelsesmæssige fokus skal være
2. Det er feedbacken fra medarbejderne, lederkollegaerne, resultaterne eller din egen ledelse, de fortæller dig, når du bedriver ledelse fra en position, der enten er hensigtsmæssig eller uhensigtsmæssig
3. Vær opmærksom på at du hele tiden tænker den modsatte pol i paradokset ind

Lüscher 2018: 77-78

www.CharlotteEli.dk



4

Uformel, dynamisk positionering

”(Positioneringsteorien, red) er baseret på det princip, at ikke alle, der er involveret i en social episode, har samme rettigheder og pligter til at udvise meningsfulde handlinger. I mange tilfælde er det rettigheder og pligter, som bestemmer, hvem der kan bruge hvilke diskursive tilgange. En samling af kortvarige, forhandlede rettigheder, forpligtelser og normer kaldes en position” (Harré 2012: 193)

(citeret fra Lüscher 2018: 85)

www.CharlotteEli.dk



5

Positionsbegrebet henviser altså til selve den aktivitet der består i at tilskrive individer en position gennem kommunikation.

Positionering som aktivitet henviser til, at det er vores sociale handlinger der skaber, stadfæster, påvirker og udvikler, hvilke positioner vi tilskrives i forskellige situationer.

Lüscher 2018: 86

www.CharlotteEli.dk



6

Ethvert budskab indeholder en invitation til at, partnerne positioneres indbyrdes

Positionsinvitation: *"Vil du hjælpe mig og finde en til at tage aftenvagten i weekenden?"*

Modpositionering: *"Hvad ser du af muligheder?"*

Om-mærkning: *"Jeg synes ikke, at jeg er den rette at spørge, jeg er sikker på at I finder en løsning sammen i teamet".*

Begreber – se mere på Lüscher 2018: 86-87

www.CharlotteEli.dk



7

Positioner skabes, vedligeholdes og ændres i sproget. Vi aktiverer en diskurs - defineret som en dominerende fortælling i en social gruppe om hvordan vi definerer virkeligheden (Foucault, 1992). De positioner, som følger med diskurserne, er ret konkrete, idet der knytter sig rettigheder, pligter og indflydelse med dem. Til en position følger nogle socialt indlejrede forventninger til hvordan parterne bør opføre sig.

Lüscher 2018: 90

www.CharlotteEli.dk



8