

# Followership

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

**Followership** è un termine tecnico, utilizzato soprattutto dagli studiosi di leadership in ambito organizzativo. È una parola inglese che non ha un esatto corrispettivo in italiano. Deriva dal termine follower, che a sua volta deriva dal verbo to follow, che significa seguire: il follower è colui che segue, cioè che prende strade aperte da altri, sia in senso reale che metaforico. La followership è dunque il processo messo in atto dai follower fanno quando seguono un leader.

## Rilevanza del costrutto

Sebbene non tutti gli autori siano concordi sul fatto che questo costrutto sia utile <sup>[1]</sup>, il concetto sta acquisendo crescente notorietà <sup>[2]</sup>; la sua diffusione è legata all'articolo di Robert Kelley "In praise of followers", pubblicato nel 1988 sull'Harvard Business Review <sup>[3]</sup> e al libro di Ira Chaleff "The Courageous Follower" del 1995 <sup>[4]</sup>. L'interesse per la followership deriva da uno spostamento dell'attenzione, proposto da alcuni studiosi di leadership, dalla figura del leader a quella del follower <sup>[5]</sup>. Secondo Carsten l'essenza della followership non sta nell'occuparsi delle azioni dei follower in generale, ma nell'occuparsi di ciò che i follower fanno in relazione ai propri leader. In questa accezione, i comportamenti di followership non riguardano tutto ciò che i follower fanno (per esempio come gestiscono il proprio lavoro o le relazioni con i propri colleghi), ma riguardano specificamente i comportamenti nei confronti dei leader, ad esempio "il modo in cui i follower assumono responsabilità nei confronti del proprio leader, come comunicano con il leader, come affrontano problemi in relazione al leader" <sup>[6]</sup>. Gestire il rapporto con il proprio leader significa fornirgli supporto e sostenerne le decisioni, ma non significa essere un subalterno: "un follower condivide con il leader l'obiettivo comune, crede in ciò che l'organizzazione persegue, desidera il successo del leader e dell'organizzazione e opera con determinazione affinché tale successo diventi realtà" <sup>[7]</sup>. La followership quindi non coincide con la subordinazione. La subordinazione è solo uno degli elementi della followership che indica che la relazione con il leader non è paritaria, ma sussiste uno squilibrio di forze. Oltre alla subordinazione la followership è basata sull'azione finalizzata a un obiettivo comune <sup>[8]</sup>. L'azione non coincide con la mera esecuzione di una disposizione, non significa cioè obbedienza passiva o conformismo. Il follower è responsabile insieme al leader del conseguimento della finalità comune <sup>[9]</sup> e la followership è efficace quando è basata sulla capacità del follower di proporre un pensiero indipendente e critico, di ricondurre la situazione reale ai propri riferimenti professionali ed etici per esprimere una valutazione consapevole e agire con integrità, di arrivare a sfidare il proprio leader quando le azioni intraprese non siano in linea con gli obiettivi organizzativi o con le proprie convinzioni etiche, giungendo anche a separarsi dal leader quando le sue azioni siano di ostacolo al conseguimento delle finalità dell'organizzazione o di norme etiche <sup>[10]</sup>

## Note

- <sup>^</sup> Joseph Rost, Followership: an Outmoded Concept. [a cura di] Ronald E. Riggio, Ira Chaleff e Jean Lipman-Blumen. The Art of Followership. San Francisco : Jossey-Bass, 2008, p. 53-64
- <sup>^</sup> Susan D. Baker, «Followership : The Theoretical Foundation of a Contemporary Construct» Journal of Leadership & Organizational Studies 14, n. 1 (2007): 50-60
- <sup>^</sup> Robert E. Kelley «In Praise of Followers». Harvard Business Review, November-December 1988: 142-148
- <sup>^</sup> Ira Chaleff "The Courageous Follower". 1995, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers (Trad. It. Il Follower Coraggioso, L'Airone, Roma, 2008 )

5. ^ Boas Shamir. «From Passive Recipients to Active Co-Producers: Followers' Roles in the Leadership Process.» In *Follower-centered perspectives on leadership: A tribute to the memory of James R. Meindl*, a cura di Boas Shamir, Rajnandini Pillai, Michelle C. Bligh e Mary Uhl-Bien, ix-xxxix. Greenwich, CT: Information Age Publishing, 2007
6. ^ Melissa K. Carsten, Mary Uhl-Bien, Bradley J. West, Jaime L. Patera, e Rob McGregor. «Exploring social constructions of followership: A qualitative study.» *The Leadership Quarterly*, n. 21 (2010): 543-562
7. ^ Masci. «Introduzione all'edizione italiana.» In *Il follower coraggioso*, di Ira Chaleff. Roma: L'Airone (ed. or. Berret-Koehler Publishers, San Francisco, 1995), 2008
8. ^ Fabrizio Dardo, Riccardo Magnone, Franco Tartaglia. *I Follower nelle Organizzazioni. Pensare e agire da follower*. Torino: Giappichelli, 2011.
9. ^ Ira Chaleff. «Creating New Ways of Following.» In *The Art of Followership*, a cura di Ronald E. Riggio, Ira Chaleff e Jean Lipman-Blumen, 67-88. San Francisco: Jossey-Bass, 2008
10. ^ Gene Dixon. «Getting Together.» In *The Art of Followership*, a cura di Ronald E. Riggio, Ira Chaleff e Jean Lipman-Blumen, 155-180. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2008

Categorie: [Psicologia sociale](#) | [Politica](#) | [\[altre\]](#)

---

- Questa pagina è stata modificata per l'ultima volta il 4 ott 2013 alle 22:19.
- Il testo è disponibile secondo la [licenza Creative Commons Attribuzione-Condividi allo stesso modo](#); possono applicarsi condizioni ulteriori. Vedi le [Condizioni d'uso](#) per i dettagli. Wikipedia® è un marchio registrato della Wikimedia Foundation, Inc.