

## Onderzoek: authentiek leiderschap

Authenticiteit wordt geassocieerd met eerlijkheid, oprechtheid en integriteit. Een onderzoek van Goffee en Jones toont aan dat authenticiteit iets is, dat je wordt toegedicht door anderen. Je kunt dus niet authentiek zijn, maar slechts authentiek gevonden worden. Daarnaast kan het zo zijn dat iemand in een bepaalde context wel, en in een andere context niet authentiek wordt gevonden. Wanneer een leider verschillende mensen moet aansturen en inspireren, kan het zijn dat hij/ zij in verschillende situaties andere authenticiteitsuitingen moet kiezen.

Onderzoek toont aan dat leiders die hun authenticiteit niet managen – dus geen rekening houden met verwachtingen van anderen – gedoemd zijn te mislukken. Verder is gebleken dat leiders die weten hoe ze authenticiteit moeten managen, effectiever en beter in staat zijn mensen energie te geven en loyale volgers te krijgen. Voorts concluderen de auteurs dat authentieke leiders worden gekenmerkt door bepaalde eigenschappen, die er toe leiden dat mensen hun leiderschap sneller accepteren dan van anderen. Ten eerste maken authentieke leiders veel gebruik van zelfkennis en zijn vaker bereid deze kennis te delen met anderen. Een tweede eigenschap is dat zij doelen nastreven die passen bij hun zelfbeeld. Hierdoor zijn al hun gedragingen intenser en passiever, dan van mensen die dit niet doen. Ten slotte gebruiken veel authentieke leiders verhalen over hun afkomst als middel om zich te binden met volgers.

Aangezien bij leiderschap authenticiteit een belangrijke factor is, roept dit de vraag op of het ook aan te leren is. Onderzoek toont aan dat managers die in een vroeg stadium in hun leven verschillende posities bij diverse bedrijven hebben bekleed., over het algemeen meer authenticiteit uitstralen dan managers die dit niet hebben gedaan. De reden hiervoor is dat ervaringen buiten iemands 'comfort zone' de kans vergroot zijn/ haar empathisch vermogen verder te ontwikkelen. Dit zorgt ervoor dat iemands sociale bewustzijn toeneemt en zodoende een soort 'echtheid' wordt ontwikkeld waardoor mensen zowel geïnspireerd als geleid kunnen worden. Concluderend kan gesteld worden dat authenticiteit over een langere periode onder de juiste voorwaarden is (aan) te leren.

*Referentie(s)*

Goffee, R., Jones, G. (2005), Managing authenticity: the paradox of great leadership, Harvard Business Review, vol.83, nr. 12, p.87-94. \*

\* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.