

## رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شغل: نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی

الهام ابراهیمی \*

استادیار پژوهشکده اقتصاد و مدیریت پژوهشگاه  
علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

DOI: 10.22067/pmt.v12i2.84944

نوع مقاله: پژوهشی

### چکیده

رسالت حرفه‌ای به‌عنوان یک جهت‌گیری فعالانه و دیدگاهی متعالی نسبت به شغل، مفهومی است که به‌تازگی وارد ادبیات حوزه مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی شده است. این جهت‌گیری مصادیق رفتاری و ادراکی ویژه‌ای برای شغل در پی دارد. در پژوهش حاضر تأثیرپذیری مفهوم بازآفرینی شغل به‌عنوان یکی از این مصادیق موردبررسی قرار گرفته است. به‌علاوه در این رابطه نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی نیز آزمون شد. نمونه آماری تحقیق از میان اعضای هیئت‌علمی پنج دانشگاه برتر ایران در سال ۱۳۹۸ انتخاب شدند و از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS برای آزمون فرضیات تحقیق استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد رسالت حرفه‌ای بر ابعاد سه‌گانه بازآفرینی شغل اثر معناداری دارد. به‌علاوه، نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی در رابطه میان رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی رابطه‌ای و شناختی تأیید شد؛ اما این متغیر تعدیلگر معناداری برای رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای نبود. درنهایت پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی تحقیق برای سازمان‌های دانشی مانند دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها که بخش عمده کارکنانشان را کارکنان دانشی تشکیل می‌دهند ارائه شد.

**کلیدواژه‌ها:** رسالت حرفه‌ای، بازآفرینی وظیفه‌ای، بازآفرینی رابطه‌ای، بازآفرینی شناختی، اشتیاق شغلی.

---

\*نویسنده مسئول: e.brahim@ihcs.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۴

## مقدمه

رسالت حرفه‌ای<sup>۱</sup> به‌عنوان یک ساختار مهم در ادراک موفقیت ذهنی نسبت به حرفه تعریف می‌شود. دابرو و توسی - خاراس (۲۰۱۲) رسالت حرفه‌ای را به‌عنوان «اشتیاق معنادار افراد در حیطه یک حرفه خاص» تعریف می‌کنند که به‌صورت «یک گرایش فراشخصی برای نیل به یک نقش خاص در زندگی یا حس هدفمندی و معناداری» تجربه می‌شود. افرادی که حرفه خود را در قالب رسالت شغلی تعریف می‌کنند، آن را به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از معنای زندگی می‌پندارند و فعالانه از شغلشان برای کمک به دیگران استفاده می‌کنند (Duffy, Allen, Autin & Douglass, 2014). اگرچه، رسالت حرفه‌ای به‌عنوان یک جهت‌گیری<sup>۲</sup>، پنداره<sup>۳</sup>، یا دیدگاه<sup>۴</sup> توصیف شده (Sawhney, Britt & Wilson, 2020)؛ اما محتمل است که مصادیق رفتاری و شناختی متفاوتی برای شغل در پی داشته باشد. یکی از مصادیقی که در این پژوهش ارتباط آن با رسالت حرفه‌ای بررسی می‌شود مفهوم «بازآفرینی شغل»<sup>۵</sup> است.

امروزه، علاوه بر سازمان‌ها، بسیاری از افراد نیز مشاغل را شکل داده و مدیریت می‌کنند. کنش‌هایی نظیر بازآفرینی شغل، نشان دهنده استراتژی‌هایی است که افراد برای تغییر وسعت و جابجایی مرزهای کاری در راستای معنادار کردن شغل خود استفاده می‌کنند (Demerouti, Hewett, Haun, Gieter & Rodriguez, Sanchez, 2020). در بازآفرینی شغل، کارکنان بر توسعه یا سازگار کردن محدوده وظایف و محیط ارتباطی مشاغل خود اثر قابل توجهی دارند (Naami & Shenavar, 2016). نخستین بار، بازآفرینی شغل به‌عنوان یکی از جدیدترین رویکردها در طراحی شغل و به‌عنوان مفهومی که منعکس‌کننده بازطراحی مشاغل با تمرکز بر ابتکار فردی است، تعریف شد (Wrzesniewski & Dutton, 2001). در واقع، بازآفرینی شغل تغییرات مستقل و داوطلبانه از سوی کارکنان در مرزهای وظیفه‌ای، ارتباطی و شناختی شغل است (Lee & Lee, 2018). از آنجا که مفهوم رسالت حرفه‌ای برای اشاره به حس هدفمندی یا سوق دادن فرد به سمت انجام کار معنادار یا تعامل اجتماعی اثربخش استفاده می‌شود (Dik & Duffy, 2007)، در این پژوهش به‌عنوان پیشنهادی برای بازآفرینی شغل که هدف مشترکی را دنبال می‌کند در نظر گرفته شده است.

<sup>1</sup> Living a Calling

<sup>2</sup> Orientation

<sup>3</sup> Mindset

<sup>4</sup> Perspective

<sup>5</sup> Job Crafting

رسالت حرفه‌ای علاوه بر اثرگذاری بر سازه‌هایی نظیر تعهد حرفه‌ای و رضایت شغلی، منبع اصلی ایجاد شور و اشتیاق<sup>۱</sup> نسبت به شغل است (Duffy, Bott, Allan, Torrey & Dik, 2012). تحقیقات نشان می‌دهند افرادی که کارشان را به‌عنوان یک رسالت درک کرده‌اند، به‌طور کلی حس اشتیاق بیشتری نسبت به کار و احساس رضایت بیشتری از زندگی را گزارش می‌دهند (Hirschi, Keller & Spurk, 2018). درعین حال، یکی از انگیزه‌های مهم کارکنان برای بازآفرینی شغل، ایجاد اشتیاق نسبت به کار، حس لذت و ادراک اهمیت شغلی است. به‌عبارت‌دیگر، از طریق رفتارهای مرتبط با بازآفرینی شغل است که کارکنان می‌توانند اطمینان حاصل کنند، کار متناسب با نیازهای شخصی، توانایی‌ها و احساسات آن‌ها تعریف شده است (Teng, 2019).

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رسالت حرفه‌ای بر بازآفرینی شغل با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی است. در این تحقیق، اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها به‌عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شده‌اند. علت انتخاب این جامعه آماری این است که به‌رغم اهمیت این مشاغل دانشی، کمتر در تحقیقات مرتبط با بازآفرینی شغل و رسالت حرفه‌ای موردبررسی قرار گرفته‌اند. به‌عبارت‌دیگر، یکی از حوزه‌هایی که در تحقیقات مرتبط با بازآفرینی شغل و رسالت حرفه‌ای کمتر بدان پرداخته شده، افراد آکادمیک، استادان دانشگاه‌ها و پژوهشگران هستند. اما ماهیت متفاوت این مشاغل دانشی، لزوم واکاوی و تحلیل عمیق موضوع در این مشاغل را نشان می‌دهد؛ چراکه مشاغل آکادمیک از ظرفیت بیشتری برای شکل‌دهی فعالانه برخوردارند و احتمالاً افراد آکادمیک نیز توان، تمایل و فرصت‌های بیشتری برای این رفتار آگاهانه در اختیار دارند. به‌علاوه انتظار می‌رود رسالت حرفه‌ای یکی از موضوعات معنادار در این گونه مشاغل باشد.

### مبانی نظری تحقیق

#### رسالت حرفه‌ای

ریشه اصلی «رسالت» از الهیات نشأت می‌گیرد. این مفهوم اخیراً در رفتار سازمانی نیز مطرح شده و موردتوجه محققان و متخصصان این حوزه قرار گرفته است. محققان و نظریه‌پردازان تلاش‌های جدیدی را برای فهم ویژگی‌ها و خصوصیات کلیدی مفهوم رسالت حرفه‌ای آغاز کرده‌اند. هنگامی که کارکنان صرفاً

<sup>1</sup> Job Passion

جهت‌گیری حرفه‌ای و شغلی خود را حفظ می‌کنند، تمایل ندارند هویتشان با مشاغل آن‌ها همپوشانی کامل داشته باشد؛ بلکه کار را به‌عنوان یک بعد جداگانه از دیگر ابعاد زندگی در نظر می‌گیرند (Li & Yang, 2018). اما در مفهوم رسالت حرفه‌ای، افراد نه تنها در پی شغل خود هستند؛ بلکه در جستجوی تحقق رسالت حرفه‌ای نیز می‌باشند (Berg, Grant & Johnson, 2010). از لحاظ تاریخی، واژه رسالت مبتنی بر وجود یک دعوت‌کننده یا انگیزاننده بیرونی مانند یک قدرت مافوق یا نیازهای جمعی است (Duffy et al., 2014). صرف نظر از اینکه رسالت از کجا ناشی می‌شود، تحقیقات نشان می‌دهند اعتقاد به رسالت حرفه‌ای، شغل را ماهیتاً معنادار و فرا-اجتماعی می‌کند (Bunderson & Thompson, 2009; Duffy et al., 2014). به‌رغم اینکه، در مورد تعریف این مفهوم و رویکردهای فعلی آن اجماع نظر وجود ندارد، اما می‌توان این سازه را با در نظر گرفتن تمایز بین تعاریف نئوکلاسیک و مدرن سازماندهی کرد. از نظر بوندرسون و تامپسون (۲۰۰۹)، رویکردهای نئوکلاسیک بازتاب دهنده فهم تاریخی این مفهوم بوده و بر حس سرنوشت و وظیفه اجتماعی که از یک انگیزه بیرونی ناشی می‌شود تأکید می‌کنند. در مقابل، رویکردهای مدرن به‌طور کلی بر محرک‌های درونی به سمت خود انگیزختگی یا خشنودی فردی متمرکز هستند (Duffy & Dik, 2013). تحقیقات اخیر نشان می‌دهند رسالت حرفه‌ای بر حس کامیابی، رضایت حرفه‌ای و رضایت شغلی افراد آکادمیک اثرگذار است (Cain, Moreo & Rahman, 2020).

در بررسی دامنه تعاریف علوم انسانی و علوم اجتماعی، دیک و دافی (۲۰۰۹) سه ویژگی را در مورد مفهوم رسالت حرفه‌ای شناسایی کردند. نخستین ویژگی، مفهوم دعوت‌کننده بیرونی است که ممکن است به شکل یک قدرت بالاتر، نیازهای جامعه، میراث خانوادگی، نیازهای کشور یا هر نیروی دیگری خارج از فرد باشد. این مؤلفه با معنای تحت‌اللفظی «رسالت» و نحوه استفاده تاریخی از این اصطلاح همخوانی دارد. ویژگی دوم این است که در فهم رسالت حرفه‌ای، رویکرد شخص به کار با معنای وسیع‌تری برای نیل به هدف مطابقت دارد. برای چنین افرادی، کار منبع رسیدن به هدف در زندگی یا به‌عنوان حوزه‌ای از زندگی است که اجازه می‌دهد احساس هدفمندی کنند. درنهایت، ویژگی سوم این است که فرد حس کند شغلش دارای رویکرد معنوی است یا می‌بایست از شغل خود برای کمک مستقیم یا غیر مستقیم به دیگران استفاده کند. ترکیب این سه ویژگی یعنی یک هدایتگر بیرونی، معناداری و هدفمندی، و انگیزه معنوی یا اجتماعی، همان چیزی است که رسالت حرفه‌ای را از ساختارهای مشابه مانند کار-محوری<sup>۱</sup>

<sup>1</sup> Work Centrality

تعهد کاری<sup>۱</sup>، اشتیاق کاری<sup>۲</sup>، کار معنادار<sup>۳</sup> و رفتارهای کاری فرا-اجتماعی<sup>۴</sup> متمایز می‌کند (Rosso, Dekas, & Wrzesniewski, 2010).

### بازآفرینی شغل

در دوره تغییرات سریع و عدم اطمینان در محیط کار، سازمان‌ها به شدت به مهارت و ابتکار کارکنان برای نوآوری سازمانی تکیه می‌کنند. در این راستا، تغییر فعالانه مشاغل کارکنان نیز برای موفقیت و بقای سازمان‌های معاصر امری مهم و حیاتی است (Lee & Lee, 2018). بازآفرینی شغل برای نخستین بار در سال ۲۰۰۱ مطرح شد تا رویکردی فعال برای کار را از منظر کارکنان انعکاس دهد. از دیدگاه نظریه پردازان این حوزه یعنی وارزسنیوسکی و داتن (۲۰۰۱) همه کارکنان در محیط کار منفعل نیستند و در بسیاری موارد قادرند از دیدگاه‌ها و وجوه متعددی بر شغل تأثیر بگذارند. از این رو، مفهوم بازآفرینی شغل برای انعکاس رویکرد بازطراحی تجربه کاری و فرآیندی که توسط آن کارکنان عناصر شغلشان را تغییر می‌دهند، معرفی شد (Yepes-Baldo, Romeo, Westerberg & Nordin, 2016). در مجموع، بازآفرینی شغل به تغییرات غیررسمی و داوطلبانه‌ای اطلاق می‌شود که کارکنان برای تراز کردن شغل خود با ترجیحات و انگیزه‌هایشان در شغل اعمال می‌کنند (Rofcanin, Bakker, Berber, Golgeci & Heras, 2018)؛ بنابراین، در زمان تحولات سازمانی سریع، بازآفرینی شغل جایگزین مناسبی برای رویکردهای بازطراحی مشاغل است (Li & Yang, 2018). انگیزه کارکنان برای بازآفرینی شغل از دیدگاه محققان متفاوت است؛ در حالی که برخی، تناسب فرد با شغل را انگیزه اصلی کارکنان برای بازآفرینی شغل می‌دانند (Petrou, Demerouti, Peeters., Schaufeli & Hetland, 2012)، دیگران معنادار کردن شغل را عامل اصلی این کنش داوطلبانه به شمار می‌آورند؛ در واقع بازآفرینی شغل یک کنش فیزیکی، اجتماعی و شناختی است که طی آن بازآفرینان شغل، به کار خود هویت و معنای جدیدی می‌بخشند. بنابراین، بازآفرینی شغل یک خلاقیت است که سه حیطه اساسی به شرح زیر را در بر می‌گیرد (Wrzesniewski & Dutton, 2001):

<sup>1</sup> Work Commitment

<sup>2</sup> Work Engagement

<sup>3</sup> Meaningful Work

<sup>4</sup> Prosocial Work Behaviors

**بازآفرینی وظیفه<sup>۱</sup>:** حیطه نخست به «تغییر در مرزهای وظیفه» اشاره دارد. در این حالت، فرد تکالیف و وظایف مربوط به شغل خود را تغییر می‌دهد؛ به عبارت دیگر، این حیطه به تغییر محتوا، تعداد و وسعت تکالیف شغلی که فرد انجام می‌دهد، اشاره دارد.

**بازآفرینی رابطه<sup>۲</sup>:** حیطه دوم به «تغییر در مرزهای ارتباطی» اشاره دارد و بیانگر این است که فرد نوع تعاملات و ارتباطات کاری خود یا تعداد آن‌ها را از نظر کمی و کیفی تغییر می‌دهد.

**بازآفرینی شناختی<sup>۳</sup>:** حیطه سوم «تغییر شناختی مرزهای وظیفه» را در بر گرفته و بیانگر تغییر دیدگاه و نگرش فرد به شغل خویش است.

با تغییر هر یک از این عناصر، فرد طرح شغل یا محیط اجتماعی که در آن کار می‌کند را تغییر می‌دهد. چنین اقداماتی هم بر معنا و مفهوم کار و هم بر هویت کاری فرد تأثیر می‌گذارند. از طریق بازآفرینی شغل کارکنان قادر خواهند بود مشاغل خود را برای هماهنگی بیشتر با نیازها، ارزش‌ها و مجموعه مهارت‌های خود متناسب سازند، انگیزه‌ای درونی‌تر برای کار خود ایجاد کنند و در نهایت، یک تجربه لذت‌بخش‌تر، جذاب‌تر و پر معنا تر از کار ایجاد نمایند (Slemp, Kern & Vella-Brodrick, 2015).

افرادی که کار را رسالت حرفه‌ای خود می‌دانند، احساس تعهد بیشتری به حرفه خود دارند، معنای بیشتری از کار خود به دست می‌آورند و از شغلشان راضی‌ترند (Duffy et al., 2014). به علاوه، رسالت حرفه‌ای منبع اصلی کار معنادار است و کارکنان را قادر می‌سازد بیش از هویت سازمانی، به معنای کار به عنوان یک رسالت فردی بیندیشند. از آنجا که بازآفرینی شغل روش‌هایی را ارائه می‌دهد که از طریق آن‌ها کارکنان برای معنادار کردن شغل خود به طور فعال مرزهای وظیفه‌ای، رابطه‌ای و شناختی شغل را تغییر یا تطبیق دهند (Li & Yang, 2018)، انتظار می‌رود رابطه معناداری میان درک رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شغل وجود داشته باشد. به عبارت دیگر، بازآفرینی شغل می‌تواند ریشه در رسالت حرفه‌ای داشته باشد (Bizzi, 2016). بر این اساس، فرضیه‌های اول تا سوم به صورت زیر در نظر گرفته شدند:

فرضیه ۱: رسالت حرفه‌ای بر باز آفرینی وظیفه‌ای تأثیر مثبت معنادار دارد.

فرضیه ۲: رسالت حرفه‌ای بر باز آفرینی رابطه‌ای تأثیر مثبت معنادار دارد.

فرضیه ۳: رسالت حرفه‌ای بر باز آفرینی شناختی تأثیر مثبت معنادار دارد.

<sup>1</sup> Task Crafting

<sup>2</sup> Relational Crafting

<sup>3</sup> Cognitive Crafting

## اشتیاق شغلی

اشتیاق شغلی<sup>۱</sup> تحت عنوان تمایل شدید روان‌شناختی به سرمایه‌گذاری قابل‌توجه در انرژی و زمان در فعالیت‌های کاری که مورد علاقه فرد بوده یا برایش مهم‌اند، تعریف شده است (Vallerand et al., 2003). از نظر محققان، اشتیاق شغلی به دو دسته تقسیم می‌شود: ۱- اشتیاق موزون<sup>۲</sup> و ۲- اشتیاق وسواس‌گونه<sup>۳</sup> (Teng, 2019).

اشتیاق موزون یک گرایش درونی است که باعث ایجاد انگیزه در کارکنان برای به‌دست آوردن اراده و تأیید خود برای انجام کار می‌شود. اشتیاق موزون از خودپنداره فرد و درونی شدن انگیزه او به شکلی خودمختار منتج می‌شود. وقتی کارکنان معتقد باشند کارشان از ارزش و حس معناداری بالایی برخوردار است، انگیزه پیدا می‌کنند که فعالانه و با کمال میل درگیر کار شوند (Vallerand, Houliort & Forest, 2014). در این شرایط، درگیری و پیوند کارکنان با کار، بر اساس اراده آزاد خودشان است و نه مبتنی بر پیشایندها و یا پیامدهای خاص (مانند پذیرش خود یا عزت‌نفس) (Vallerand & Houliort, 2003). اشتیاق وسواس‌گونه، تمایل قدرتمندی است که افراد را به سمت دستیابی به اهداف شغلی هدایت می‌کند؛ با این تفاوت که از باورها و پیامدهای خاص ناشی شده و در نتیجه منجر به فشارهای بین فردی (مانند نیاز به پذیرش اجتماعی و ارزشمند بودن) و درون فردی (مانند عزت‌نفس) می‌شود (Vallerand et al., 2014). در نتیجه این فرایند، کارکنان با کارشان تعریف می‌شوند و قادر به قطع ارتباط با آن نیستند. چنین رفتاری منجر به تعهد وسواس‌گونه به کار شده و باعث ایجاد تضاد با جنبه‌های دیگر زندگی می‌شود (Trepanier, 2014). Fernet, Austin, Forest & Vallerand, 2014 بر این اساس، فرد با اشتیاق موزون در فعالیتی شرکت می‌کند که مطابق با اراده آزاد خود اوست؛ در صورتی که در حالت اشتیاق وسواس‌گونه، او در فعالیتی شرکت می‌کند که به دلیل فشارهای درون فردی و بین فردی است (Teng, 2019).

از آنجا که اشتیاق شغلی، موضوع مورد اهمیتی در مدیریت رفتار سازمانی است، محققان متغیرهای مرتبط با پیشایندها و پیامدهای آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. مطالعات مشخص کرده‌اند که منابع شغلی (Trepanier et al., 2014) و شرایط سازمانی (Permarupan, Al-Mamun, Saufi & Zainol, 2013) بر اشتیاق شغلی کارکنان تأثیر می‌گذارند. به علاوه، اشتیاق شغلی می‌تواند باعث شود کارکنان ویژگی‌های

<sup>1</sup> Job Passion

<sup>2</sup> Harmonious Passion

<sup>3</sup> Obsessive Passion

شغل خود را متناسب با جهت‌گیری کاری و احساسی خود تنظیم کنند (Lavigne, Forest, Fernet & Crevier-Braud, 2014). مطابق مدل مطالبات-منابع شغلی<sup>۱</sup>، وظایف و عملکرد کارکنان تحت تأثیر مطالبات (فیزیکی، اجتماعی، روان‌شناختی) و منابع شغلی (مانند اهداف کار، اشتیاق، یادگیری و توسعه) است (Bakker & Demerouti, 2007). بر این اساس، مدل JD-R پیشنهاد می‌کند که مطالبات و منابع شغلی بر فشار روی کارکنان (مانند فرسودگی و خستگی) و انگیزش (مانند تعهد و اشتیاق) آنان تأثیر می‌گذارند (Teng, 2019). در عین حال، بازآفرینی شغل نیز تحت سه رفتار فعالانه متفاوت طبقه‌بندی شده است: ۱- افزایش منابع شغلی، ۲- افزایش چالش‌های شغلی و ۳- کاهش مطالبات شغلی (Chen, Yen & Tsai, 2014). بنابراین، بازآفرینی شغل تحت تأثیر عوامل فردی و شغلی است. سه روشی که در قالب آن بازآفرینی شغل تحت تأثیر اشتیاق شغلی شکل می‌گیرد عبارتند از: سرمایه‌گذاری در زمینه توجه، صرف زمان و انرژی در کار؛ انجام وظایف مازاد؛ و تمرکز اهداف شخصی بر اهداف کار (Teng, 2019). از سوی دیگر رسالت شغلی نیز اغلب با احساس اشتیاق و تمایلات عاطفی شدید به فعالیت‌های مرتبط با کار، سرریز علائق، اهمیت، وقت و انرژی از حوزه‌های مختلف زندگی بر کار همراه است (Vallerand et al., 2003; Berg et al., 2010). بنابراین می‌توان انتظار داشت اشتیاق شغلی در رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شغل، نقش تعدیلگر مثبتی ایفا کند و به عبارت دیگر، تأثیر این دو متغیر بر یکدیگر را افزایش دهد. بر این اساس، سه فرضیه زیر در نظر گرفته می‌شوند:

فرضیه ۴: اشتیاق شغلی رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای را تعدیل می‌کند.

فرضیه ۵: اشتیاق شغلی رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی رابطه‌ای را تعدیل می‌کند.

فرضیه ۶: اشتیاق شغلی رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شناختی را تعدیل می‌کند.

مطابق فرضیات پژوهش، مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است:

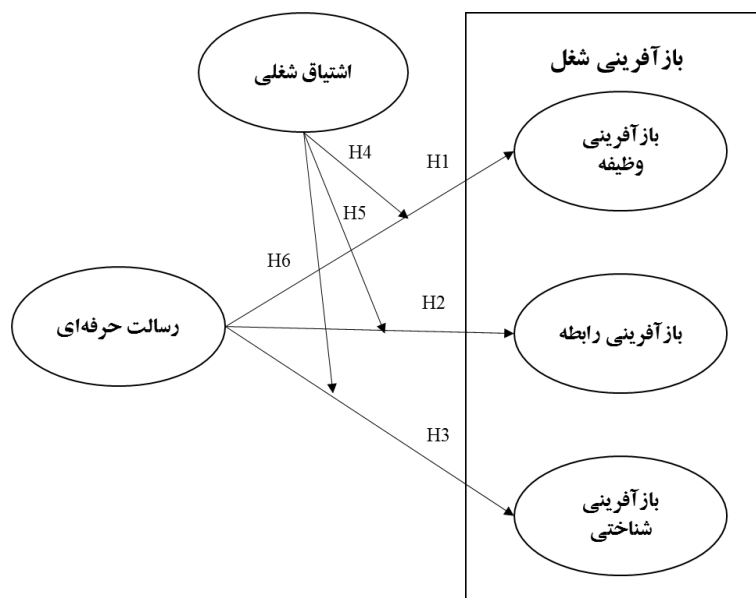
### روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی، از نوع پیمایشی محسوب می‌شود. اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های شهر تهران به‌عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شدند. همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، علت انتخاب این جامعه آماری آن بود انتظار می‌رود مشاغل

<sup>1</sup> Job Demands-Resources (JD-R) Model



آکادمیک از ظرفیت بیشتری برای بازآفرینی و شکل‌دهی فعالانه به شغل برخوردار بوده و افراد آکادمیک نیز توان، تمایل و فرصت‌های بیشتری برای این رفتار آگاهانه در اختیار داشته باشند. همچنین رسالت حرفه‌ای یکی از موضوعات معنادار در این گونه مشاغل است. نمونه آماری تحقیق از میان اعضای هیئت‌علمی پنج دانشگاه برتر ایران در سال ۱۳۹۸ (۲۰۱۸) بنا به معرفی پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)، انتخاب شد. از این میان دانشگاه صنعتی اصفهان از نمونه تحقیق حذف شد. دانشگاه‌های منتخب برای توزیع پرسشنامه عبارت بودند از دانشگاه تهران، دانشگاه علوم پزشکی تهران، دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه صنعتی امیرکبیر و دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی. علت انتخاب دانشگاه‌های برتر کشور، دسترسی به اعضای هیئت‌علمی بود که انتظار می‌رفت رسالت حرفه‌ای بالا و انگیزه مناسبی برای بازآفرینی شغل داشته باشند. حجم نمونه برای رسیدن به تعداد نمونه حداکثری، نامعلوم، و بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. نمونه‌گیری به صورت در دسترس صورت گرفت و در هر دانشگاه ۸۰ پرسشنامه (در مجموع ۴۵۰ پرسشنامه) توزیع شد که از این میان ۳۱۲ پرسشنامه بازگشت داده شد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

شایان ذکر است به دلیل دشواری دسترسی به نمونه، تعداد مساوی نمونه در هر دانشگاه انتخاب شده و از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد که می‌تواند یکی از محدودیت‌های تحقیق قلمداد شود. در نهایت

۳۱۲ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه‌های زیر استفاده شد:

برای سنجش رسالت حرفه‌ای از پرسشنامه لی و یانگ (۲۰۱۸) استفاده شد که شامل شش گویه است. متغیر بازآفرینی شغل با استفاده از پرسشنامه اسلمپ و ولا-برودریک (۲۰۱۳) شامل ۱۵ گویه سنجیده شد. همانطور که پیشتر عنوان شد این متغیر سه بعد دارد که شامل بازآفرینی وظیفه‌ای، رابطه‌ای و شناختی است. هر کدام از ابعاد مذکور شامل پنج گویه هستند که در مجموع یک پرسشنامه ۱۵ گویه‌ای را برای متغیر بازآفرینی شغل تشکیل می‌دهند. برای اندازه‌گیری متغیر اشتیاق شغلی از پرسشنامه تریپنیر و همکاران (۲۰۱۴) بهره گرفته شد. این پرسشنامه شامل سه گویه برای سنجش اشتیاق موزون و سه گویه برای سنجش اشتیاق وسواس گونه است.

مقیاس تمام گویه‌های پرسشنامه، لیکرت پنج گزینه‌ای از ۱. کاملاً مخالفم تا ۵. کاملاً موافقم بود. برای بررسی روایی محتوا و صوری ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه در اختیار پنج نفر از متخصصان حوزه منابع انسانی، رفتار سازمانی و روش تحقیق قرار گرفت و پس از انجام اصلاحات، به تأیید آنان رسید. برای تأیید پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ و نرم‌افزار SPSS23 بهره گرفته شد. ضرایب مربوط به پایایی هر متغیر در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول (۱): اطلاعات پرسشنامه تحقیق و مقادیر آلفای کرونباخ متغیرها

نام متغیر	نماینده	تعداد گویه‌ها	نمونه گویه	آلفای کرونباخ	منبع
۱. رسالت حرفه‌ای	LC	۶	هم‌اکنون در شغلی مشغول به کارم که با رسالتم همراستاست.	۰/۷۸	لی و یانگ (۲۰۱۸)
۲. بازآفرینی شغل	TC	۵	از روش‌های جدیدی برای بهبود کارم استفاده می‌کنم.	۰/۸۲	اسلمپ و برودریک (۲۰۱۳)
۲-۲. بازآفرینی رابطه	RC	۵	برای ایجاد روابط بیشتر به فعالیت‌های شبکه‌ای مشغول می‌شوم.	۰/۸۷	
۲-۳. بازآفرینی شناختی	CC	۵	اهمیت کارم را در موفقیت دانشگاه در نظر دارم.	۰/۷۸	
۳. اشتیاق شغلی	HP	۳	کارم با دیگر فعالیت‌های زندگی‌م هماهنگ است.	۰/۷۲	تریپنیر و همکاران

۲-۳. اشتیاق وسواس گونه	OP	۳	اگر می‌توانستم فقط کار می‌کردم.	۰/۷۱	(۲۰۱۴)
---------------------------	----	---	------------------------------------	------	--------

پس از حصول اطمینان از پایایی، پرسشنامه در اختیار نمونه آماری تحقیق قرار گرفت و پس از گردآوری داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد کمترین مربعات جزئی و نرم‌افزار SmartPLS2.6 برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

نمونه آماری این پژوهش اعضای هیئت‌علمی پنج دانشگاه برتر ایران در سال ۱۳۹۸ بودند. از ۳۱۲ پرسشنامه بازگشت داده شده، ۶۹ درصد مرد و ۳۱ درصد زن بودند. ۳۹ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مرتبه علمی استادیار، ۳۲ درصد دانشیار و ۲۹ درصد استاد تمام بودند. به‌منظور آزمون مدل مفهومی پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد کمترین مربعات جزئی در نرم‌افزار Smart PLS2.6 استفاده شد. در ادامه، شاخص‌های برازش مدل و نتایج آزمون مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری ارائه شده است.

شاخص‌های برازش مدل

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از شاخص اعتبار اشتراک<sup>۱</sup> و شاخص اعتبار افزونگی<sup>۲</sup> استفاده شد. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص افزونگی یا Q2 استون-گیسر، با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زا اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر مثبت این شاخص‌ها، بیانگر کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری و ساختاری است. در جدول ۲ مقادیر هر یک از شاخص‌های مربوط گزارش شده است.

جدول (۲): شاخص‌های اشتراک و افزونگی

ردیف	متغیر	CV-Com	CV-Red
۱	رسالت حرفه‌ای	۰/۴۴۱	۰/۴۲۴
۲	بازآفرینی وظیفه‌ای	۰/۳۴۵	۰/۳۴۵
۳	بازآفرینی رابطه‌ای	۰/۴۵۳	۰/۵۳۲
۴	بازآفرینی شناختی	۰/۴۳۲	۰/۴۲۸
۵	اشتیاق شغلی	۰/۳۴۵	۰/۳۷۹

<sup>۱</sup> CV-Com

<sup>۲</sup> CV-Red

شاخص برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را شامل می‌شود دارای مقدار ۰/۵۲۱ بود. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار معرفی شده‌اند. بنابراین شاخص برازش کلی ع در محدوده قوی قرار گرفته و حاکی از برازش مناسب مدل کلی پژوهش است.

#### آزمون مدل اندازه‌گیری

در یک مدل اندازه‌گیری همگن، در سطح معناداری مشخص (۹۵ درصد)، مقدار  $t$  مسیرها از عدد ۱/۹۶ بیشتر و قدر مطلق بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌پذیر متناظر با متغیر پنهان، دارای حداقل مقدار ۰/۶ است. در تحلیل عاملی تأییدی، برخی گویه‌ها به دلیل ضعف بار عاملی یا معنادار نبودن از مدل حذف شدند تا مدل به تناسب مطلوب برسد. بر این اساس، یک گویه از متغیر رسالت حرفه‌ای (LC3) و دو گویه از متغیر بازآفرینی شغل (TC2, CC3) حذف شدند.

برای تعیین روایی سازه‌ها از روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا با روش فورنل-لارکر و برای تعیین پایایی آن‌ها از پایایی مرکب (CR) استفاده شد. روایی همگرای سازه‌ها بیشتر از ۰/۵ بود که نشانگر اعتبار درونی مدل است. ضریب پایایی مرکب تمام سازه‌ها بیشتر از ۰/۷ بود که سازگاری درونی مدل را نشان می‌دهد (جدول ۳). در آزمون روایی واگرا، جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان بود (جدول ۴).

جدول (۳): بررسی اعتبار سازه‌های مدل

متغیر	پایایی مرکب CR	روایی همگرا AVE
رسالت حرفه‌ای	۰/۸۲	۰/۶۷
بازآفرینی وظیفه‌ای	۰/۸۵	۰/۶۳
بازآفرینی رابطه‌ای	۰/۸۳	۰/۶۸
بازآفرینی شناختی	۰/۷۳	۰/۶۱
اشتتیاق شغلی	۰/۷۲	۰/۵۳

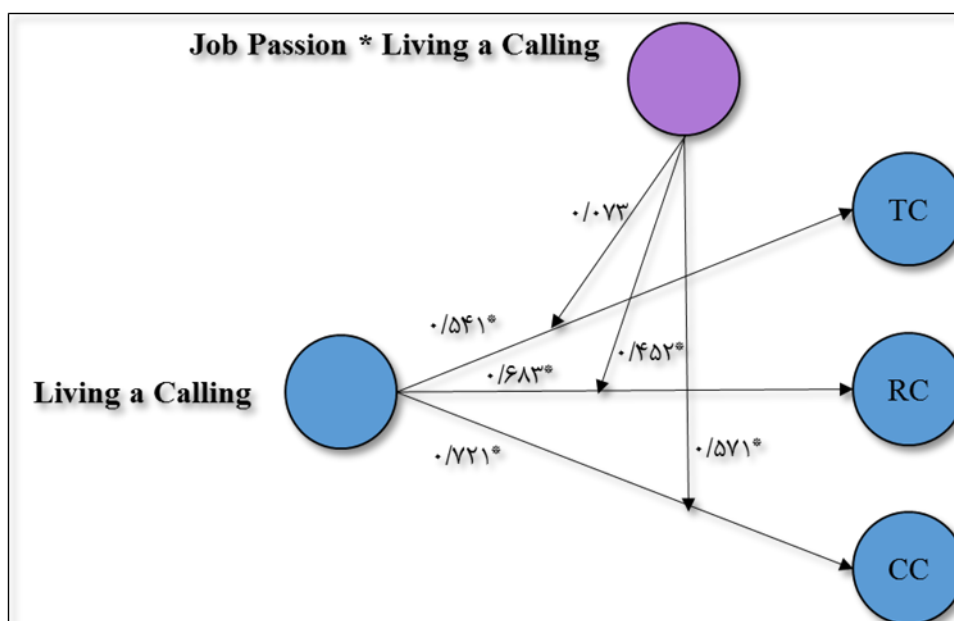
جدول (۴): بررسی اعتبار سازه‌های مدل

متغیر	رسالت حرفه‌ای	بازآفرینی وظیفه‌ای	بازآفرینی رابطه‌ای	بازآفرینی شناختی	اشتتیاق شغلی
رسالت حرفه‌ای	۰/۸۱۸	-	-	-	-

-	-	-	۰/۷۹۳	۰/۶۲۱	بازآفرینی وظیفه‌ای
-	-	۰/۸۲۴	۰/۳۴۵	۰/۶۱۱	بازآفرینی رابطه‌ای
-	۰/۷۸۱	۰/۵۷۳	۰/۱۰۴	۰/۶۰۱	بازآفرینی شناختی
۰/۷۲۸	۰/۵۲۸	۰/۵۳۱	۰/۱۰۲	۰/۲۷۷	اشتیاق شغلی

### آزمون مدل ساختاری

با استفاده از مدل ساختاری می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. برای معنادار بودن ضرایب مسیر، لازم است مقدار  $t$  هر مسیر در سطح معناداری  $۰/۰۵$  از عدد  $۱/۹۶$  بیشتر باشد. نتایج فرضیه‌های پژوهش مطابق با ضرایب مسیر مدل ساختاری در جدول ۴ نشان داده شده است. مدل پژوهش در دو حالت معناداری و ضرایب استاندارد نیز در شکل ۲ مشخص شده است.



شکل ۲: مدل ساختاری پژوهش

همانطور که در جدول ۵ نشان داده شده، آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد رسالت حرفه‌ای تأثیر معناداری بر هر سه بعد بازآفرینی شغل دارد و در عین حال بیشترین تأثیر آن بر بازآفرینی شناختی است. نتایج آزمون‌های تعدیلگر (شکل ۲ و جدول ۵) نشان می‌دهد تعدیلگری متغیر اشتیاق شغلی در رابطه‌های رسالت

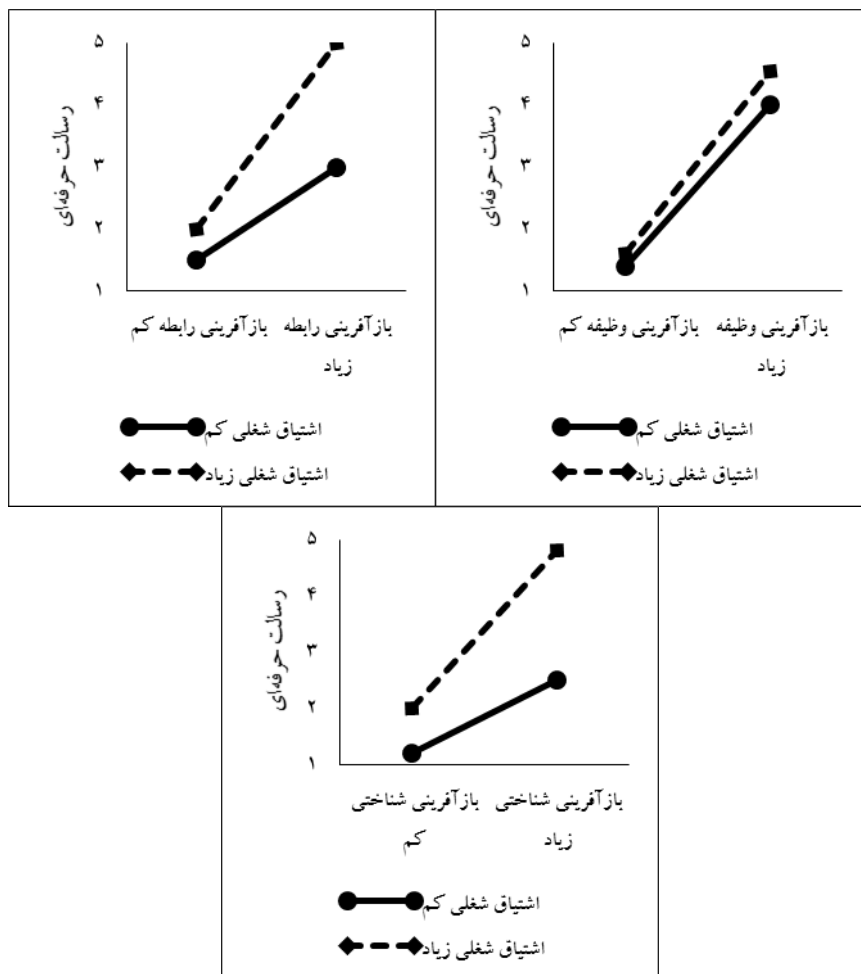
حرفه‌ای با بازآفرینی رابطه‌ای و شناختی معنادار است (آماره t بزرگ‌تر از ۱/۹۶)؛ اما رابطه رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی وظیفه‌ای (آماره t کمتر از ۱/۹۶) را تعدیل نمی‌کند. بنابراین به جز فرضیه چهارم، دیگر فرضیات پژوهش تأیید شدند.

جدول (۵): بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه
۱	رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی وظیفه‌ای	۰/۵۴۱	۲/۲۳۱	تأیید
۲	رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی رابطه‌ای	۰/۶۸۳	۴/۷۳۶	تأیید
۳	رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی شناختی	۰/۷۲۱	۶/۷۳۶	تأیید
۴	اشتقاق شغلی ↓ رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی وظیفه‌ای	۰/۰۷۳	۱/۱۵۳	رد
۵	اشتقاق شغلی ↓ رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی رابطه‌ای	۰/۴۵۲	۵/۷۶۲	تأیید
۶	اشتقاق شغلی ↓ رسالت حرفه‌ای ← بازآفرینی شناختی	۰/۵۷۱	۷/۷۳۶	تأیید

نتایج تعدیلگری متغیر اشتیاق شغلی بر روابط میان رسالت حرفه‌ای با ابعاد بازآفرینی شغل در شکل ۳ نشان داده شده است.

همان‌گونه که در شکل ۳ نشان داده شده است، شیب رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی رابطه/شناختی در پاسخ‌دهندگان دارای اشتیاق شغلی زیاد بیش از افراد دارای اشتیاق شغلی کم است. اما این موضوع در مورد رابطه بین رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه صادق نیست. به عبارت دیگر، نقش تعدیلگر اشتیاق شغلی تنها در رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی رابطه/شناختی معنادار است. بدین معنا که رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی رابطه/شناختی ارتباط مثبت معنادار دارد و این رابطه در افرادی که اشتیاق شغلی بیشتری دارند دارند، قوی‌تر است. از سوی دیگر، رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی وظیفه ارتباط مثبت معنادار دارد ولی این رابطه از طریق متغیر اشتیاق شغلی تعدیل نمی‌شود.



شکل ۳: رابطه تعدیلگری متغیر اشتیاق شغلی بر روابط میان رسالت حرفه‌ای با ابعاد بازآفرینی شغل

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شغل با ابعاد بازآفرینی وظیفه‌ای، رابطه‌ای و شناختی بر اساس داده‌ها و اطلاعات به‌دست آمده از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های برتر شهر تهران بود. بررسی‌ها نشان داد رسالت حرفه‌ای بر ابعاد بازآفرینی شغل اثر معناداری دارد، نقش تعدیلگری اشتیاق شغلی در رابطه میان رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی رابطه‌ای و شناختی تأیید شد؛ اما این متغیر

تعدیلگر معناداری برای رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای نبود. در ادامه به بررسی هر یک از فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

یافته‌های مربوط به فرضیه‌های ۱ تا ۳ رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای، رابطه‌ای و شناختی را به ترتیب با ضرایب مسیر استاندارد ۰/۵۴۱، ۰/۶۸۳ و ۰/۷۲۱ تأیید کرد. بنابراین، زمانی که اعضای هیأت علمی شغل خود را به‌عنوان یک رسالت درک می‌کنند تمایل بیشتری دارند که مرزهای وظیفه‌ای، رابطه‌ای و شناختی شغلشان را تغییر داده و مدیریت کنند. این موضوع در رابطه با تغییر مرزهای شناختی مصداق بیشتری دارد؛ چراکه هر دو مفهوم رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شناختی، مفاهیمی ادراکی هستند و شاید مصداق عینی کمتری داشته باشند. این یافته‌ها با نتایج به‌دست آمده از تحقیقات لی و یانگ (۲۰۱۸)، بیزی (۲۰۱۶) و دافی و همکاران (۲۰۱۴) همراستا است.

فرضیه‌های ۴ تا ۶ نقش تعدیلگری اشتیاق شغلی در رابطه میان رسالت حرفه‌ای و ابعاد بازآفرینی شغلی را آزمون کرد. در تحقیقات مرتبط، اثر تعدیلگری متغیر اشتیاق شغلی بر رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی شغل آزمون نشده بود. هرچند تحقیقات در حالت کلی، متغیر اشتیاق شغلی را تسهیل‌کننده روابط میان متغیرهای رفتاری می‌دانند (Teng, 2019) و از همین روی بود که فرضیات ۴ تا ۶ در این تحقیق تدوین شده بودند. دو فرضیه چهارم و ششم مطابق نتایج این تحقیق نیز تأیید شدند اما فرضیه ششم مورد تأیید قرار نگرفت. طبق یافته‌های این تحقیق، اشتیاق شغلی به ترتیب به میزان ۰/۴۵۲ و ۰/۵۷۱. رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی رابطه‌ای و شناختی را تعدیل می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، وجود اشتیاق شغلی تسهیلگر و فزاینده رابطه میان رسالت حرفه‌ای با بازآفرینی رابطه‌ای و شناختی است. از آنجاکه رسالت حرفه‌ای و ابعاد رابطه‌ای و شناختی بازآفرینی شغل، ماهیت روان‌شناختی دارند وجود یک متغیر روان‌شناختی دیگر می‌تواند به طرز معناداری چنین رابطه‌ای را تقویت کند. به‌علاوه، ادبیات تحقیق نشان داد که رسالت شغلی اغلب با احساس اشتیاق و تمایلات عاطفی شدید به فعالیت‌های کاری مرتبط است و بازآفرینی شغل نیز تحت تأثیر اشتیاق شغلی شکل می‌گیرد. حتی با وجود بُعد وسواس گونه اشتیاق شغلی که نوعی وسواس و تکرار تلقینی محسوب می‌شود، اشتیاق موزون به‌عنوان یک گرایش درونی برای کسب توفیق، اعتقاد به ارزش و حس معناداری بالای کاری می‌تواند بر چنین تضادی غالب شود. اما در این تحقیق اشتیاق شغلی تعدیلگر معناداری در رابطه میان رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای نبود. دلیل نخست برای این امر می‌تواند عینی بودن متغیر بازآفرینی وظیفه‌ای باشد، دلیل دیگر نیز وجود بعد



وسواس گونه اشتیاق شغلی است که منجر به فشارهای درون فردی و برون فردی خواهد شد. در نتیجه اشتیاق شغلی نمی‌تواند تعدیلگر معناداری برای رابطه بین رسالت حرفه‌ای و بازآفرینی وظیفه‌ای باشد. به‌عنوان پیشنهادی کاربردی برای سازمان‌های دانشی مانند دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و بیمارستان‌ها که بخش عمده کارکنانشان را افراد حرفه‌ای تشکیل می‌دهند توصیه می‌شود رسالت حرفه‌ای به‌عنوان یکی از ابعاد مهم فرهنگ سازمانی، عینی و درونی‌سازی شود. از سوی دیگر، افراد دانشی توان و تمایل دارند روش‌های جدیدی را برای بهبود کارشان به‌عنوان یک رسالت تعریف کنند، گسترش روابط با دیگران و شبکه‌سازی و ارتباطات درون و برون سازمانی را بیازمایند و همچنین به‌طور مستمر اهمیت شغلشان را برای موفقیت سازمانشان ادراک کنند. با توجه به اینکه اشتیاق موزون مبتنی بر اراده آزاد خود افراد است باعث موفقیت افراد در انجام رسالت و بازآفرینی شغلی می‌شود. از این رو انتظار می‌رود سازمان‌ها چنین اشتیاقی را در افراد حرفه‌ای به وجود آورند.

این مطالعه چند کارکرد برای دست‌اندرکاران حوزه مدیریت منابع انسانی سازمان‌ها و به‌ویژه سازمان‌های دانشی مانند دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی دارد. نخست؛ برای ارتقای اشتیاق شغلی، تمرکز صرف بر فرایندهای مدیریت منابع انسانی سازمان نظیر ارزیابی عملکرد (در سازمان‌های دانشی، ترفیع و ارتقای رتبه اعضای هیئت‌علمی) کفایت نمی‌کند. شاید تمرکز بر مفهوم پویاتری نظیر رسالت حرفه‌ای، ما را به این هدف نزدیک‌تر سازد. در مواردی ارائه آزادی عمل به اعضای هیئت‌علمی برای نمونه در زمینه روش تدریس، تمرکز پژوهشی، هدفگذاری و برنامه‌ریزی برای کارراهه شغلی می‌تواند باعث شود با اثربخشی بیشتری در منهدم هدف قدم بگذارند. دوم؛ بازآفرینی شغل نیازمند اعتماد حداکثری به افراد است. دادن استقلال و اختیار برای تمرکز بر ستاده‌ها (خروجی) اعضای هیئت‌علمی به جای درگیر شدن با فرایندهای عملیاتی، می‌تواند افراد را تشویق به روی آوردن به سازوکارهایی کند که چه به لحاظ وظیفه‌ای و چه از حیث رابطه‌ای و شناختی با روحیات و اخلاقیات آن‌ها انطباق بیشتری داشته و نتایج بهتری را حاصل کند. سوم؛ سازمان‌های دانشی باید کارکنان و مخصوصاً اعضای هیئت‌علمی خود را به بازآفرینی منابع شغلی (نظیر نوآوری‌های فردی در شیوه‌های کار یا تدریس)، بازآفرینی منابع ارتباطی (نظیر تعاملات برون‌مرزی گسترده) و بازآفرینی منابع شناختی (مانند تفکر و فهم لزوم تغییر در دیدگاه‌های شغلی) تشویق کنند. ایجاد چنین جو حمایتی و بها دادن به موهبت رسالت حرفه‌ای، که همواره در شاکله ذهنی معلمان جایگاه ویژه‌ای داشته، آن‌ها را به پذیرش چالش‌های جدید، دیدگاه‌های خلاقانه و ارتقای مهارت‌های فردی و میان‌فردی ترغیب خواهد کرد.

در پایان به‌عنوان پیشنهادهای پژوهشی به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود به بررسی جداگانه ابعاد اشتیاق شغلی اعم از اشتیاق موزون و اشتیاق وسواس گونه در تأثیرگذاری رسالت حرفه‌ای بر ابعاد بازآفرینی شغل پردازند؛ چراکه ماهیت متفاوت این دو حوزه می‌تواند تأثیرات احتمالی متفاوتی بر رفتار و ادراک افراد داشته باشد. به‌علاوه، این روابط در سایر مشاغل قابل آزمون است و می‌تواند نتایج متفاوتی در پی داشته باشد. یکی از تحقیقات اخیر به مطالعه کیفی متغیر رسالت حرفه‌ای پرداخته و دو تم اصلی «رسالت حرفه‌ای به‌عنوان یک تجربه زیسته پویا» و «عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر رسالت حرفه‌ای» را احصا کرده است (Lemke, 2020). به اعتقاد محققان، واکاوی و ریشه‌یابی تم دوم می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهش‌های آتی باشد.

### References

- Bakker, A. B. & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: state of the art, *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.
- Berg, J. M.; Grant, A. M., & Johnson, V. (2010). When callings are calling: crafting work and leisure in pursuit of unanswered occupational callings, *Organization Science*, 21(5), 973-994.
- Bizzi, L. (2016). Network characteristics: When an individual's job crafting depends on the jobs of others, *Human Relations*, 70(4), 1-25.
- Bunderson, J. S., & Thompson, J. A. (2009). The call of the wild: zookeepers, callings, and the double-edged sword of deeply meaningful work, *Administrative Science Quarterly*, 54(1), 32-57.
- Cain, L.; Moreo, A., & Rahman, I. (2020). Callings and Satisfaction among hospitality students: The mediation of thriving and moderation of living a calling, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, (In Press).
- Chen, C. Y.; Yen, C. H., & Tsai, F. C. (2014). Job crafting and job engagement: the mediating role of person-job fit, *International Journal of Hospitality Management*, 37(2), 21-28.
- Demerouti, E.; Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands resources model of burnout, *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499-512.
- Demerouti, E.; Hewett, R.; Haun, V. C.; Gieter, S. D., & Rodriguez-Sanchez, A. (2020). From job crafting to home crafting: A daily diary study among six European countries, *human relations*. (In Press).
- Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2007). Calling and vocation at work definitions and prospects for research and practice, *The Counseling Psychologist*, 37(3), 424-450.
- Dobrow, S. R., & Tosti-Kharas, J. (2012). Listen to your heart? Calling and receptivity to career advice, *Journal of Career Assessment*, 20(3), 264-280.

Duffy, R. D., & Dik, B. J. (2009). Beyond the self: External influences in the career development process, *The Career Development Quarterly*, 58(1), 29-43.

Duffy, R. D.; Allen, B. A.; Autin, K. L., & Douglass, R. P. (2014). Living a calling and work well-being: A longitudinal study. *Journal of Counseling Psychology*, 61(4), 605-615.

Duffy, R. D.; Bott, E. M.; Allan, B. A.; Torrey, C. L., & Dik, B. J. (2012). Perceiving a calling, living a calling, and job satisfaction: Testing a moderated, multiple mediator model, *Journal of Counseling Psychology*, 59(1), 50-59.

Duffy, R. D., & Dik, B. J. (2013), Research on calling: What have we learned and where are we going? *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 428-436.

Edwards, J. R.; Cable, D. M.; Williamson, I. O.; Lambert, L. S., & Shipp, A. J. (2006), The phenomenology of fit: Linking the person and environment to the subjective experience of person-environment fit, *The Journal of Applied Psychology*, 91(4), 802-812.

Hirschi, A.; Keller, A. C., & Spurk, D. M. (2018). Living one's calling: Job resources as a link between having and living a calling, *Journal of Vocational Behavior*, 106(5), 1-10.

Lavigne, G. L.; Forest, J.; Fernet, C., & Crevier-Braud, L. (2014). Passion at work and workers' evaluations of job demands and resources: A longitudinal study, *Journal Applied Social Psychology*, 44(4), 255-265.

Lee, J. Y., & Lee, Y. (2018). Job crafting and performance: literature review and implications for human resource development, *Human Resource Development Review*, 17(3), 1-37.

Lemke, D. L. (2020). Perceptions of career agency and career calling in mid-career: A qualitative investigation, *Journal of Career Assessment*, (In Press).

Li, H., & Yang, X. (2018). When a calling is living Job, crafting mediates the relationships between living a calling and work engagement, *Journal of Chinese Human Resource Management*, 9(2), 77-106.

Naami, A., & Shenavar, F. (2015). The effect of job crafting on job performance and organizational citizenship behavior through job motivation mediation, *Journal of Modern Psychological Research*, 9(36), 155-180. (In Persian).

Naami, A., & Shenavar, F. (2016). The role of work engagement, job control, innovative behavior, and transformational leadership in prediction of job crafting, *Public Management Researches*, 8(27), 145-165. (In Persian).

Permarupan, P. Y.; Al-Mamun, A.; Saufi, R. A., & Zainol, N. R. B. (2013). Organizational climate on employees' work passion: A review, *Canadian Social Science*, 9(4), 63-68.

Petrou, P.; Demerouti, E.; Peeters, M. C.; Schaufeli, W. B., & Hetland, J. (2012). Crafting a job on a daily basis: Contextual correlates and the link to work engagement. *Journal of Organizational Behavior*, 33(8), 1120-1141.

Rofcanin, Y.; Bakker, A. B.; Berber, A.; Golgeci, I., & Heras, M. L. (2018). Relational job crafting: Exploring the role of employee motives with a weekly diary study. *Human relations*, 72(4), 1-28.

Rosso, B. D.; Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A theoretical integration and review. *Research in Organizational Behavior*, 30, 91-127.

Sadeghi, M. S.; Hashemi Geshnigani, R., & Fallazade, H. (2015). The comparison of self-discrepancy among individuals demanding and non-demanding divorce. *Family Psychology*, 2(1), 39-48. (In Persian).

Sawhney, G.; Britt, T. W., & Wilson, C. (2020). Perceiving a calling as a predictor of future work attitudes: The moderating role of meaningful work. *Journal of Career Assessment*, (In Press).

Slemp, G. R., & Vella-Brodrick, D. A. (2013). The Job Crafting Questionnaire: A new scale to measure the extent to which employees engage in job crafting. *International Journal of Wellbeing*, 3(2), 126-146.

Slemp, G. R.; Kern, M. L., & Vella-Brodrick, D. A. (2015). Workplace well-being: The role of job crafting and autonomy support. *Psychology of Well-Being*, 5(1), 1-17.

Teng, H. Y. U. (2019). Job crafting and customer service behaviors in the hospitality industry: Mediating effect of job passion. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 34-42.

Trepanier, S. G.; Fernet, C.; Austin, S.; Forest, J., & Vallerand, R. J. (2014). Linking job demands and resources to burnout and work engagement: Does passion underlie the differential relationships? *Motivation and Emotion*, 38(3), 353-366.

Vallerand, R. J.; Blanchard, C.; Mageau, G. A.; Koestner, R.; Ratelle, C., & Leonard, M. (2003). Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756-767.

Vallerand, R. J.; Houliort, N., & Forest, J. (2014). Passion for work: Determinants and outcomes. In: Gagne, M. (Ed.), *The oxford handbook of work engagement, motivation, and self-determination theory*, Oxford University Press, Oxford.

Vallerand, R. J., & Houliort, N. (2003). Passion at work: toward a new conceptualization. In: Gilliland, S. W.; Steiner, D. D., & Skarlicki, D. P. (Eds.), *Emerging Perspectives on values in organizations*. Information Age Publishing, Greenwich.

Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Re-visioning employees as active crafters of their work. *Academy of Management Review*, 26(2), 179-201.

Yepes-Baldo, M.; Romeo, M.; Westerberg, K., & Nordin, M. (2016). Job crafting, employee well-being, and quality of care. *Western Journal of Nursing Research*, 40(1), 1-15.