



# **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di filosofia, sociologia, pedagogia e psicologia  
applicata (FISPPA)**

**Corso di laurea Magistrale in Psicologia sociale, del lavoro e  
della comunicazione**

**Tesi di laurea Magistrale**

**Career calling: analisi delle differenze cross-culturali tra Italia e  
India**

**Career calling: cross-cultural differences between Italy and  
India**

*Relatore*

**Prof. Vianello Michelangelo**

***Laureando: Zeverini Francesco***

***Matricola: 1233488***

Anno Accademico 2021/2022

## Sommario

Introduzione.....	1
Capitolo I.....	1
Concettualizzazione della chiamata professionale (career calling).....	1
Work as a Calling Theory.....	7
Predittori del vivere una chiamata.....	7
Variabili che mediano o moderano la relazione tra percepire e vivere una chiamata.....	9
Outcomes positivi e potenzialmente negativi che derivano dal vivere una chiamata.....	11
I limiti della chiamata.....	14
Capitolo II:.....	19
Chiamata e nazionalità.....	19
La ricerca sulla chiamata fuori dalla cultura occidentale.....	21
La ricerca sulla chiamata in Italia.....	24
Studi che si sono soffermati sulla natura della chiamata in diverse nazioni.....	25
La teoria dei valori culturali e la Work Values Scale.....	30
La Unified Multidimensional Calling Scale.....	36
Formulazione delle ipotesi di ricerca.....	37
Capitolo III: La ricerca.....	41
Disegno di ricerca.....	41
Campione di nazioni.....	41
Partecipanti.....	42
Misure.....	43
Analisi dei dati.....	45
Risultati.....	45
Discussione.....	55
Conclusioni.....	58
Bibliografia.....	60



# Introduzione

Questo lavoro intende analizzare le differenze culturali tra Italia ed India nel costrutto della chiamata professionale. In particolare, verranno prima investigate le differenze tra i campioni delle nazioni nelle scale utilizzate per valutare la chiamata e gli altri costrutti inclusi nella ricerca, ed in seguito le relazioni tra i suddetti costrutti e la chiamata.

Nel primo capitolo viene affrontata la teorizzazione della chiamata, facendo riferimento particolarmente alla “Work as a Calling Theory” di Duffy e collaboratori, per poi analizzare le variabili che predicano la chiamata, quelle che mediano o moderano la relazione tra percepire e vivere una chiamata, e gli outcomes positivi e potenzialmente negativi della chiamata stessa. Vengono infine analizzati i limiti del modello e del costrutto.

Nel secondo capitolo è presente un’accurata revisione della letteratura scientifica sulla chiamata professionale fuori dalla cultura occidentale, con particolare attenzione agli studi che hanno messo direttamente a confronto delle culture non occidentali con delle culture occidentali. Vengono poi descritte la teoria dei valori culturali di Schwartz e la relativa scala dei valori lavorativi di Albrecht, e la Unified Multidimensional Calling Scale di Vianello e collaboratori, per arrivare a formulare le ipotesi di ricerca.

Quindi nel terzo capitolo viene svolta l’analisi dei dati ricavati dalla somministrazione di un questionario online su un campione di 465 studenti italiani e 558 studenti indiani provenienti dalle facoltà di economia di diverse università. Infine, verranno discussi i risultati.

# Capitolo I

## **Concettualizzazione della chiamata professionale (career calling)**

Le origini classiche dell'idea che il lavoro professionale possa essere una vocazione o una chiamata risiedono nella riforma cristiana protestante. Le scritture di Lutero elevarono il lavoro secolare articolando il suo significato religioso e la sua intrinseca nobiltà. John Calvin estese il lavoro di Lutero vedendo la vocazione come qualcosa di unicamente personale e sostenendo che essa deriva dai talenti unici ed innati con cui ognuno nasce (Hardy, 1990). Sia per Lutero che per Calvino, la chiamata rappresenta l'obbligo morale di dedicare la propria carriera al servizio degli altri. Nei secoli successivi alla Riforma, l'idea del lavoro come una vocazione o chiamata si è radicata e diffusa nelle diverse società come un modo di pensare e connettersi al proprio lavoro. Un modo di mostrare questa diffusione è tramite l'analisi della frequenza con cui la frase "work as a calling" è apparsa negli scritti con il passare degli anni: Questa è aumentata considerevolmente verso la metà del ventesimo secolo e da quel momento continua a crescere. La crescita più veloce avviene tra il 1998 ed il 2008 con una frequenza di utilizzo delle suddette parole che è quasi raddoppiata. L'interesse nel lavoro visto come una vocazione o chiamata sta quindi chiaramente aumentando.

Bellah, Madsen, Sullivan, Swidler e Tipton (1986) per primi hanno articolato la distinzione tra tre differenti orientamenti al lavoro: job (lavoro come un mezzo per dei benefit materiali), career (lavoro come un mezzo per aumentare il proprio potere e prestigio) e calling (lavoro che realizza la persona, socialmente importante e fine a sé stesso). Nel loro studio Wrzesniewski, McCauley, Rozin e Schwartz (1997) operazionalizzarono questi tre orientamenti ed evidenziarono come i livelli più alti di soddisfazione lavorativa e soddisfazione di vita fossero riportati da coloro che percepivano una chiamata. Conseguentemente a questo studio molte ricerche si sono soffermate sulla chiamata e sulle sue dimensioni, per esempio Dobrow e Tosti-Kharas (2011) definirono il costrutto come "una passione intensa e significativa che le persone provano verso un'area di interesse". Questo approccio enfatizza la centralità della chiamata nella definizione della propria identità, coerentemente con una prima definizione di Hall e Chandler (2005), che formularono la chiamata come "ciò che una persona vede come il proprio scopo della vita". Bunderson e Thompson (2009) descrissero questa definizione come rappresentativa di una

prospettiva “moderna” della chiamata, che enfatizza una spinta interiore verso l’autorealizzazione e la felicità personale. Una prospettiva alternativa della chiamata è quella “neoclassica” che si collega alle radici storiche del costrutto enfatizzando le motivazioni prosociali, il senso del dovere ed un “caller” esterno o anche il destino. Per esempio, Dik e Duffy (2009) definirono la chiamata come “una chiamata trascendentale, sentita come avente origine al di là del sé, ad avvicinarsi verso uno specifico ruolo in un modo orientato a dimostrare o trarre un senso di scopo o di significato e che abbraccia valori e obiettivi orientati all’altro come fonti primarie di motivazione”.

Praskova et al. (2014) osservò quindi che le concettualizzazioni della chiamata potevano essere categorizzate o come tradizionali o neoclassiche (religiose o con altre sorgenti esterne di vocazione, e un senso di destino o dovere prosociale), o moderne (una guida interna per il raggiungimento di autorealizzazione e felicità). Anche Gazica e Spector (2015), Rawat e Nadavulakere (2015), e Xie et al. (2016) notarono tutti una simile biforcazione nelle concettualizzazioni della chiamata. Da una parte abbiamo le concettualizzazioni tradizionali, classiche o neoclassiche che enfatizzano il destino ed il dovere, e dall’altra quelle moderne che enfatizzano la passione e l’autorealizzazione.

Come suggerisce il suo nome, la prospettiva neoclassica trae le sue origini dalla riforma protestante nell’Europa cristiana: l’idea secondo la quale ogni individuo avrebbe un mandato divino per scoprire ed adempiere la sua chiamata. Diversi elementi della concettualizzazione classica sono importanti da evidenziare. In primo luogo, la visione classica presuppone che esista un ambito di lavoro adatto a ciascun individuo. Secondo, la visione classica presuppone che sia dovere (che deriva dall’obbligo di glorificare Dio) di ogni individuo trovare e abbracciare la propria vocazione destinata, e terzo, la visione classica implica che trovare la propria vocazione sia un processo di scoperta che inizia con una valutazione dei propri talenti, passioni e opportunità di vita. Come sosteneva Max Weber (1930) però, una versione secolarizzata della visione classica della vocazione è diventata ampiamente disponibile in tutta la società (almeno nella società occidentale) come modo di pensare al lavoro moderno: "L'idea del dovere nella propria vocazione si aggira nelle nostre vite come il fantasma di credenze religiose morte" (p. 124). La concettualizzazione neoclassica della chiamata, quindi, è la rivisitazione secolare della formulazione classica anticipata da Weber, una visione della chiamata che conserva gli elementi centrali del destino, del dovere e della scoperta sopra descritti ma che non presuppone né richiede un'esplicita credenza in un divino chiamante. Bellah et al. (1985), ad esempio, hanno osservato che ogni legittima vocazione è

percepita come “un contributo al bene di tutti”. Dik e Duffy (2009) notano che una chiamata è "una convocazione trascendente, vissuta come originata al di là del sé", che motiva lo sforzo attraverso "valori e obiettivi orientati verso l'altro". Coulson et al. (2012) considerano la chiamata come la convinzione di essere “destinati a svolgere un ruolo specifico nella vita, indipendentemente dal sacrificio, che darà un contributo significativo al bene più grande”. Elangovan et al. (2010) vedono la chiamata come un corso d'azione prosociale che incarna sia ciò che si vorrebbe fare sia ciò che si “dovrebbe fare. Anche se queste definizioni sono diverse tra di loro, è facile notare come sia presente nelle loro fondamenta delle sfumature della visione classica, in particolare nell’idea di destino, di dovere e di scoperta.

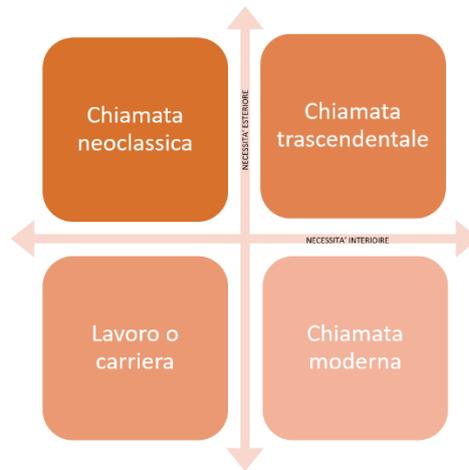
In contrasto con le concettualizzazioni neoclassiche del lavoro come vocazione, le concettualizzazioni moderne presumono che il concetto di chiamata si sia sostanzialmente discostato dalle sue radici classiche e sia ora più allineato con i valori e le sensibilità moderne. Quindi, mentre le visioni classiche della chiamata possono aver enfatizzato il destino, il dovere e la scoperta, le concettualizzazioni moderne - in linea con la nostra moderna enfasi sull'individualismo espressivo - riflettono un'enfasi sull'espressione di sé e sulla realizzazione di sé. Sotto questo punto di vista, le chiamate sono espressioni di passioni e interessi interni e sono perseguite per la soddisfazione e l'appagamento che possono portare e non per alcun senso di dovere o obbligo sociale. Una chiamata è quindi significativa per le concettualizzazioni moderne, quando e se è significativa per l'individuo e non necessariamente perché giova in qualche modo alla società. Ad esempio, Wrzesniewski et al. (1997) ha suggerito che "una persona con una vocazione non lavora per guadagno finanziario o avanzamento di carriera, ma invece per la soddisfazione che il lavoro porta all'individuo". Berg et al. (2010, p. 974) ha definito una vocazione come un'occupazione che un individuo “(1) si sente attratto a perseguire, (2) si aspetta che sia intrinsecamente piacevole e significativa, e (3) vede come una parte centrale della sua identità.” E Dobrow e Tosti-Kharas (2011, p. 1001) definiscono una chiamata come "una passione intensa e significativa che le persone sperimentano verso un ambito lavorativo".

Anche se la distinzione tra concettualizzazioni neoclassiche e moderne della chiamata professionale risultano utili per iniziare a distinguere le varie definizioni della chiamata presenti in letteratura, è importante sottolineare come la maggior parte delle concettualizzazioni non sono né puramente neoclassiche né puramente moderne. Le concettualizzazioni della chiamata piuttosto potrebbero essere considerate come giacenti su un continuum avente ai due poli gli ideali neoclassici e moderni; infatti, la maggior parte

degli studiosi che utilizzano la visione neoclassica della chiamata riconoscerebbe che se le chiamate riguardassero solo il senso di dovere e di destino senza includere la passione e l'appagamento è meno probabile che ispirino una connessione profonda e continua con il proprio lavoro. Allo stesso modo gli studiosi delle chiamate "moderne" riconoscerebbero che se queste riguardassero solamente la ricerca della propria felicità sul lavoro senza alcun senso di contributo sociale, sarebbe meno probabile che ispirino un senso di significatività sul lavoro. In altre parole, non è importante dove si trovano le definizioni lungo il continuum della chiamata, una visione senza l'altra rischia di perdere importanti dimensioni della reale esperienza della chiamata. Abraham Maslow (1967) ha fatto un punto molto simile in uno studio dove ha analizzato ciò che continua a motivare le persone che già hanno un senso di autorealizzazione dove, in primo luogo, ha trovato che vivere una chiamata può essere un elemento chiave delle persone autorealizzate, passa poi a considerare le motivazioni dietro questo senso di chiamata e ne trova due:

Alcune possono essere dette risposte all'interno della persona, ad esempio, "Amo i bambini (o la pittura, o la ricerca, o il potere politico) più di ogni altra cosa al mondo. Ne sono affascinato...sono inesorabilmente attratto da...ho bisogno di...". Questa possiamo chiamarla "necessità interiore" ed è sentita come una sorta di auto-indulgenza piuttosto che come un dovere. È diverso e separabile dalla "necessità esterna", che è piuttosto sentita come risposta a ciò che l'ambiente, la situazione, il problema, il mondo esterno richiedono o richiedono dalla persona ...Qui si sente più l'elemento del dovere, o dell'obbligo, o della responsabilità, di essere costretti a rispondere indipendentemente da ciò che si stava progettando o si desiderava fare. (pgg. 96-96)

In questa citazione Maslow cattura brevemente la distinzione tra le visioni neoclassiche e moderne della chiamata professionale, inoltre procede sostenendo che l'esperienza di chiamata per le persone autorealizzate non riguarda indipendentemente la necessità interna o esterna, ma l'abbinamento dell'una con l'altra. Quando si verifica tale abbinamento, un individuo percepisce un senso di armonia, inevitabilità o destino molto presente nelle formulazioni della chiamata professionale. Dopo queste osservazioni si evince come possa essere più utile considerare la necessità interna e quella esterna come due dimensioni ortogonali lungo le quali variano le concettualizzazioni della chiamata, piuttosto che disporle lungo un continuum (figura 1).



*Figura 1.*

Quindi mentre i lavori intesi semplicemente come carriera sono bassi sia nella necessità interna che in quella esterna, la chiamate neoclassiche sono alte nella necessità esterna ma basse in quella interna. Al contrario le chiamate moderne sono basse nella necessità interiore ma alte in quella esterna. Infine, quando entrambe le dimensioni di necessità sono alte, seguendo la terminologia utilizzata da Maslow, abbiamo una chiamata trascendentale: per chiamata trascendentale si intende una convinzione, spesso percepita come un senso di destino o di adeguatezza e armonia, che un particolare ambito di lavoro faccia leva sui propri doni e passioni al servizio di una causa che va oltre il solo interesse personale. Le concettualizzazioni della chiamata che enfatizzano in modo equilibrato sia la necessità esterna che quella interna e che riconoscono il senso di destino o fato che deriva da questa unione, mancano notevolmente nella letteratura sulla chiamata.

Un'applicazione dell'approccio delle lenti culturali (Hardin, Robitschek, Flores, Navarro, e Ashton, 2014) potrebbe dimostrare che alcune concettualizzazioni e misure della chiamata potrebbero calzare meglio per alcuni gruppi culturali rispetto ad altri. Per esempio, gruppi che valorizzano la religione e la spiritualità potrebbero essere attratti dall'aspetto della chiamata esterna in misura maggiore rispetto ad altri gruppi (Dik, Duffy, e Tix, 2012). Allo stesso modo, gruppi che valorizzano l'individualismo potrebbero essere attratti dalle dimensioni di scopo e significato in misura maggiore rispetto ad altri gruppi, così come coloro che valorizzano il collettivismo possono enfatizzare gli obiettivi prosociali come il servizio alla famiglia, alla comunità o alla società in senso più ampio (Dik e Duffy, 2009). Queste differenze su come la chiamata possa essere capita e interpretata dalle persone

possono manifestarsi nel modo in cui queste sviluppano e percepiscono una chiamata più che nei relativi outcome. Questo è il motivo per cui finora i risultati in tutti gli studi di ricerca che hanno indagato i correlati della chiamata sono stati estremamente coerenti indipendentemente da come questa sia stata concettualizzata, e per questo c'è bisogno di più ricerche per capire la tassonomia e la natura multidimensionale del costrutto.

Attualmente i partecipanti alle ricerche che presentano una chiamata, tendono generalmente ad approcciare il loro lavoro in modo che esso li leghi ad un senso di significato e scopo; a concentrarsi sui contributi prosociali che possono compiere attraverso il loro lavoro; ad identificare una forza interna e/o esterna che li guidi verso una specifica carriera. Di queste dimensioni, le ultime due rendono la chiamata un costrutto distinto dai costrutti ad esso correlati come il lavoro significativo, la motivazione intrinseca o il senso dello scopo sul lavoro (Brown e Lent, 2016; Dik e Duffy, 2009). La ricerca che segue quindi, formula la chiamata come un approccio al lavoro che riflette la ricerca di un senso di scopo e di significato generale, e viene utilizzato per aiutare gli altri o contribuire al bene comune motivati da una spinta interna o esterna. Anche se questa concettualizzazione della chiamata si riferisce all'approccio degli individui al lavoro, non implica necessariamente che queste componenti siano attualmente in corso nel proprio lavoro o sul posto di lavoro; è quindi possibile percepire una chiamata, ma non viverla in quel momento. Inoltre, percepire una chiamata non si riferisce solo ad una carriera desiderata, ma deve contenere significato, motivazione prosociale ed il senso di essere costretti (internamente o esternamente) a raggiungere questi obiettivi. Infine, come è stato dimostrato negli studi sul "lavoro sporco", ci si aspetta che ogni tipo di occupazione possa essere considerata una chiamata (Ashforth e Kreiner, 1999; Rosso, Dekas, e Wrzesniewski, 2010).

## **Work as a Calling Theory**

La Work as a Calling Theory (WCT, Duffy, Dik, Douglass, England, e Velez, 2018) si basa su un approccio neoclassico alla definizione della chiamata. Tuttavia, è attualmente l'unica a formalizzare la rete di relazioni che esiste attorno ad essa. Ci sono tre componenti principali che la differenziano dalla letteratura precedente. Innanzi tutto, i precedenti test empirici esaminavano solo delle sezioni isolate del modello proposto, il modello proposto da Duffy e Dik (2018) invece è l'unico ad indagare come tutte le relazioni ipotizzate con il vivere una chiamata funzionino teoricamente come un insieme. Questo offre una prospettiva integrativa e unificante per avere una visione più completa di come il percepire una chiamata può portare ad una chiamata vissuta ed ai relativi outcomes. In secondo luogo, mentre la letteratura precedente posizionava il percepire una chiamata come un predittore diretto di determinate esperienze lavorative, questo nuovo modello pone il vivere una chiamata come l'outcome desiderato dalle esperienze lavorative. Infine, questo modello analizza sia gli outcomes positivi che quelli negativi del vivere una chiamata professionale.

### **Predittori del vivere una chiamata**

Anche se qualcuno potrebbe percepire una chiamata, i benefici dell'approcciare un lavoro come una chiamata non possono essere sperimentati a pieno finché non ci sarà un'opportunità di vivere effettivamente quella chiamata. È principalmente vivendo una chiamata che gli individui possono raccogliere i frutti degli outcome positivi sul lavoro, come la soddisfazione e la performance lavorativa. Secondo il modello di Duffy, Dik et al. (2018) le due variabili esogene principali che predicono il vivere una chiamata sono: percepire una chiamata e l'accesso all'opportunità (per poter vivere la chiamata).

Per vivere una chiamata bisogna percepire una chiamata, e diversi studi hanno esaminato la connessione tra questi due costrutti in parte sovrapponibili ma ben distinti. Gli studi che hanno misurato sia il percepire che il vivere una chiamata, hanno trovato una correlazione tra le due variabili che oscilla da un valore di .35 a uno di .54. (Duffy, Allan, Autin, e Bott, 2013; Duffy, Bott, et al., 2012; Duffy, Torrey, England, e Tebbe, 2017). Altri studi hanno documentato anche la differenza tra questi due costrutti nel predire gli outcomes, con il vivere una chiamata che correla consistentemente e in maniera molto maggiore con outcome come il work ed il life meaning e la soddisfazione lavorativa e di vita. Vivere una chiamata inoltre ha una funzione di mediazione totale tra il percepire una chiamata e questi stessi

outcomes. Altre ricerche hanno esaminato la relazioni tra queste variabili in maniera indiretta. Berg, Grant e Johnson (2010) hanno intervistato un gruppo di individui che percepiva una chiamata ma non la stava vivendo (unanswered calling) e scoprirono che il non vivere una chiamata era spesso accompagnato da un rimpianto per non aver seguito quel percorso di carriera e da stress per cercare di perseguire le loro chiamate o vocazioni al di fuori del lavoro retribuito. Allo stesso modo, Gazica e Spector (2015) hanno scoperto che gli individui che non percepivano una chiamata riportavano migliori outcomes relativi al lavoro la vita e la salute rispetto a coloro con un unanswered calling. Sulla base dell'accumulo di risultati di diverse ricerche, è chiaro che percepire e vivere una chiamata sono due variabili distinte, che vivere una chiamata ha dei legami più forti con gli outcome rilevanti rispetto al percepirla, e che il percepire una chiamata è meglio posizionata come una variabile che predice il vivere una chiamata, che a sua volta si collega agli outcomes relativi al benessere. Infine, è anche chiaro come un individuo non possa vivere una chiamata se in primis non percepisce una chiamata. In sintesi, il modello di Duffy e Dik propone che percepire una chiamata predice direttamente il vivere una chiamata.

Lo stesso modello di Duffy e Dik (2018) propone che anche l'accesso alle opportunità professionali agisca come un predittore diretto del vivere una chiamata, in modo che vivere una chiamata si basi sul percepire una chiamata e anche sulla capacità o possibilità di perseguire tale chiamata. Purtroppo, molte persone hanno poche alternative di scelta al momento della ricerca di un'occupazione, e quindi devono accettare un lavoro che non è in linea con le loro caratteristiche o aspirazioni professionali (Blustein, Kozan, Connors-Kellgren, e Rand, 2015; Duffy et al., 2016). Vari ricercatori, dunque, hanno iniziato ad esplorare l'impatto dell'accesso limitato alle opportunità investigando come percepire e vivere una chiamata variassero negli adulti appartenenti a differenti background demografici. Duffy, Allan, et al. (2013) hanno esaminato come due componenti indicative della classe sociale, l'educazione ed il reddito familiare, fossero correlate al percepire ed al vivere una chiamata. La correlazione tra il reddito familiare e la percezione di una chiamata non era significativa ( $r=.05$ ) mentre quella tra reddito ed il vivere una chiamata era leggermente significativa ( $r=.21$ ). In maniera simile, tanto più era alto il livello di istruzione tanto tanto più era probabile che quella persona stesse vivendo una chiamata. Duffy, Bott et al. (2015) trovarono risultati simili, con lo stato di occupazione correlato al vivere una chiamata ma non al percepirla. Sembra quindi che i fattori relativi alla classe sociale abbiano poco impatto sulle persone nel percepire una chiamata, ma svolgono un ruolo significativo

nel poter vivere tale chiamata (le persone con livelli più elevati di istruzione e reddito e che hanno un'occupazione hanno maggiori probabilità di vivere la loro chiamata). Una possibile spiegazione di questi risultati è che l'istruzione, il reddito e l'occupazione rappresentano delle manifestazioni di un costrutto più ampio: l'accesso all'opportunità, che influisce sulla possibilità per un individuo di tradurre una chiamata percepita in una vissuta. Oltre all'effettivo accesso alle opportunità c'è la percezione che uno ha della propria capacità di fare scelte lavorative nonostante i vincoli, chiamata "work volition" o volontà lavorativa (Duffy, Diemer, Perry, Laurenzi, e Torrey, 2012). Più semplicemente la work volition si riferisce a quanta scelta le persone credono di avere nelle proprie decisioni individuali di carriera, riflettendo la dimensione soggettiva della percezione di ostacoli al progresso della carriera piuttosto che quella oggettiva descritta precedentemente. Per le persone che percepiscono una chiamata, una bassa volontà lavorativa potrebbe spingerle a credere che non saranno in grado di trovare o creare le opportunità lavorative che gli permetteranno di vivere la loro chiamata (Duffy e Autin, 2013; Duffy, England et al., 2017). Diversi studi hanno dimostrato che la work volition è fortemente correlata con il vivere una chiamata (Duffy et al., 2016; Duffy, England et al., 2017). Secondo il modello di Duffy e Dik quindi, l'accesso alle opportunità sia percepito che reale (misurato da: titolo di studio, reddito, stato occupazionale e volontà lavorativa) predice direttamente il vivere una chiamata.

### **Variabili che mediano o moderano la relazione tra percepire e vivere una chiamata**

Secondo il modello di Duffy e Dik (2018) le esperienze sul posto di lavoro sono dei fattori chiave che portano le persone che percepiscono una chiamata a sentire che la stanno vivendo, il work meaning ed il career commitment al momento risultano essere gli elementi critici che connettono il percepire ed il vivere una chiamata. È importante specificare che, come per il vivere una chiamata, anche questi due costrutti siano influenzati dall'accesso alle opportunità (Allan, Autin, e Duffy, 2014). Secondo il suddetto modello quindi l'accesso alle opportunità predice il work meaning ed il career commitment, che a loro volta mediano la relazione tra l'accesso alle opportunità ed il vivere una chiamata.

Percepire una chiamata implica che il lavoro in questione sia una fonte significativa per il life meaning. Quindi coloro che percepiscono una chiamata vedranno la loro carriera legata maggiormente al significato che attribuiscono alla propria vita quando la loro occupazione è significativa. Molti studi hanno confermato il forte legame del percepire e vivere una

chiamata con il work meaning in diversi campioni di lavoratori adulti. (Douglass et al., 2016; Duffy, Autin et al., 2015; Zhang, Hirishi, Hermann, Wei, e Zhang, 2017). I primi studi che esaminarono il collegamento tra queste variabili posizionavano il work meaning come un outcome del vivere una chiamata; Duffy, Douglass, et al. (2016) riesaminarono la direzione di queste relazioni trovando un miglior fit rispetto ai dati quando il work meaning era considerato come una variabile che media la relazione tra il percepire ed il vivere una chiamata. Secondo il modello quindi percepire una chiamata predice il work meaning che a sua volta predice il vivere una chiamata, inoltre il work meaning media la relazione tra percepire e vivere una chiamata. Gli individui senza una chiamata potrebbero infine entrare in degli ambienti lavorativi dove si costruisce prima il significato attribuito al lavoro ed in seguito si sviluppa una chiamata grazie alle esperienze sul posto di lavoro; quindi, secondo il modello il work meaning predice anche il percepire una chiamata.

Il career commitment si riferisce al livello di dedizione che una persona ha verso la propria occupazione o area professionale. Molti studi quantitativi hanno mostrato come percepire e vivere una chiamata siano fortemente correlati ad un maggiore commitment verso la propria carriera (Duffy, Dik, e Steger, 2011; Goodin et al., 2014; Rawat, e Nadavulakere, 2015). Degli studi hanno invece dimostrato come qualcuno con delle forti percezioni di chiamata potrebbe essere talmente dedito alla propria carriera da mostrare una forte chiusura mentale o “tunnel vision”, dove ignorerà dei feedback potenzialmente utili mettendo a rischio il proprio senso di vocazione (Dobrow, Riza, e Heller, 2015; Dobrow e Tosti-Kharas, 2012). Come per il work meaning, i primi studi esaminarono il career commitment come un outcome del vivere una chiamata, Duffy, Douglas et al. (2016) trovarono allo stesso modo che il career commitment era meglio posizionato tra le due variabili del percepire e vivere una chiamata. Il modello, quindi, propone che percepire una chiamata predice il career commitment che a sua volta predice il vivere una chiamata, e che il career commitment media la relazione tra le due variabili. Inoltre, come per il work meaning, il percepire una chiamata ed il career commitment sono reciprocamente correlati.

Anche se il work meaning ed il career commitment sono le principali variabili che collegano percepire e vivere una chiamata, ci sono altre variabili, individuali e del posto di lavoro, che collegano il percepire una chiamata a questi costrutti. In particolare, abbiamo il fit persona-ambiente come mediatore centrale, e tre moderatori (calling motivation, job crafting e supporto organizzativo) che spiegano come percepire una chiamata porti a livelli maggiori di work meaning e career commitment. Il modo principale in cui il fit persona-ambiente

funziona da moderatore è la job choice o scelta del lavoro: una persona che percepisce una chiamata è motivata a cercare un'opportunità lavorativa che possa soddisfare la stessa. Un'opportunità che corrisponde alla vocazione di una persona potrebbe portare ad un ambiente che aiuta ad accrescere il senso di significato e dedizione verso il lavoro. Questa eventualità è in linea con degli studi qualitativi dove alcuni partecipanti indicavano il fit come una caratteristica di quello che significa avere una chiamata o vocazione (Duffy, Foley et al., 2012; Hunter et al., 2010). Questa ipotesi è anche supportata da molti studi quantitativi che dimostrano come il fit persona-ambiente (in particolare persona-posizione lavorativa e persona-organizzazione) predica degli outcome come la soddisfazione lavorativa, il work meaning ed il commitment organizzativo (Kristof-Brown, Zimmerman, e Johnson, 2005), che a loro volta sono correlati al vivere una chiamata (Duffy e Dik, 2013). Le teorie sul fit persona-ambiente si focalizzano spesso sulla scelta del lavoro, ma molte persone occupano delle posizioni lavorative che non corrispondono alla propria vocazione nelle quali sono "inciampati". Il job crafting è un metodo attraverso il quale loro potrebbero essere in grado di alterare il proprio ambiente lavorativo in modo tale da creare una maggiore corrispondenza tra la persona e l'ambiente e costruire significato e dedizione. Il job crafting quindi rafforza il legame tra percepire una chiamata ed il fit persona-ambiente. Coloro che invece percepiscono una chiamata e ricevono alti livelli di supporto organizzativo possono provare degli outcome lavorativi positivi che facilitano il vivere quella chiamata. Questo perché l'organizzazione in questione provvederà attraverso la struttura ed il supporto che è necessario, a far sentire ad un individuo che l'ambiente corrisponde alla propria vocazione. Il sostegno organizzativo, quindi, modera la relazione tra percepire una chiamata ed il fit persona-ambiente. Bassi livelli dei moderatori descritti potrebbero trasformare una percezione della chiamata in una chiamata senza risposta. In questi casi gli individui dovrebbero trovare un nuovo ambiente lavorativo per vivere la propria chiamata.

### **Outcomes positivi e potenzialmente negativi che derivano dal vivere una chiamata**

Gli outcomes positivi si riferiscono ai benefici diretti che ha vivere una chiamata sulla vita lavorativa di un individuo. Questi effetti includono una generale attitudine positiva verso il proprio lavoro (soddisfazione lavorativa) e il successo nel proprio lavoro (performance lavorativa). La maggior parte delle ricerche sugli outcomes relativi al lavoro della chiamata professionale ha trovato come uno dei risultati la soddisfazione lavorativa, sia in campioni

generici di lavoratori adulti (Chen, May, Schwoerer, e Augelli, 2016), sia in campioni di adulti rappresentativi di specifiche identità come l'identità di genere, lo status socioeconomico o il paese di provenienza (Lazar, Davidovitch, e Coren, 2016; Kim, Praskova, e Lee, 2016; Xie, Xia, Xin e Zhou, 2016). Con campioni di venditori, Park et al. (2016) hanno notato che vivere una chiamata correla significativamente con il numero di vendite. Delle correlazioni simili sono state trovate da Lee, Chen, e Chang (2016) in uno studio che misurava la chiamata professionale in relazione alla performance contestuale in un periodo di un mese all'interno di un campione di lavoratori nelle organizzazioni. Anche degli studi qualitativi su individui che vivevano la propria chiamata o vocazione hanno dimostrato come questi fossero tra i migliori performer all'interno dei rispettivi posti di lavoro (Bunderson e Thompson, 2009; Duffy et al., 2012).

La relazione positiva tra la chiamata e varie forme di soddisfazione è senza dubbio la scoperta più consolidata nella letteratura sulla chiamata. Ad esempio, il lavoro molto influente di Wrzesniewski et al. (1997) ha dimostrato come l'orientamento alla chiamata sia correlato positivamente alla soddisfazione sia lavorativa che della vita. Duffy e colleghi hanno ampiamente dimostrato l'impatto salutare della chiamata nella soddisfazione nel lavoro e nella vita (ad es. Duffy et al., 2012a,b; 2013; 2016b; 2017a,b) e hanno suggerito che questa relazione è mediata dalla significatività (Duffy et al., 2012a,b; 2017a) e dal career commitment o dedizione alla carriera (Duffy et al., 2011a, 2012b). In altre parole, la chiamata sembra accrescere la soddisfazione conferendo al lavoro un significato maggiore e favorendo l'attaccamento alla propria carriera. La chiamata sembra anche essere correlata positivamente all'attaccamento alla propria organizzazione (ad es. Cardador et al., 2011; Duffy et al., 2011a) e all'occupazione (ad es. Bunderson e Thompson, 2009) e alla significatività sia del lavoro (ad es. Bunderson e Thompson, 2009; Yim e Fock, 2013) che della vita (es. Praskova et al., 2014; Steger e Dik, 2009). Altri studi suggeriscono che la chiamata influenza (vale a dire, media o modera) la relazione tra la significatività e altri costrutti. Ad esempio, Steger e Dik (2009) hanno scoperto che gli individui che cercano un significato nelle loro vite hanno maggiori probabilità di sperimentare il significato della vita quando vedono il loro lavoro come una vocazione, suggerendo che il significato sul lavoro può estendersi a misure più ampie di benessere. Diversi studi indicano che le persone con una vocazione elevata hanno meno probabilità di nutrire atteggiamenti di ritiro, come sensazioni di burnout (Yoon et al., 2017) e pensieri di abbandonare il lavoro (Cardador et al., 2011; Chen et al., 2018). Infine, le persone che ottengono un punteggio elevato nella

chiamata dimostrano anche una maggiore efficacia nel loro lavoro (ad es. Dik et al., 2008; Dobrow e Tosti-Kharas, 2011) e chiarezza su sé stessi e sulle proprie scelte professionali (ad es. Dobrow e Tosti-Kharas, 2011; Duffy e Sedlacek, 2007; Hirschi e Hermann, 2013). In sintesi, ci sono prove abbondanti e coerenti che sperimentare il lavoro come una chiamata è associato a percezioni positive sul lavoro e sulla vita.

Gli esiti extra-attitudinali della chiamata sono molto meno consolidati in letteratura rispetto a quelli attitudinali visti in precedenza. In termini di scelte di carriera, l'evidenza suggerisce che gli individui con una vocazione hanno maggiori probabilità di proseguire gli studi nell'ambito della loro vocazione (Dobrow e Tosti-Kharas, 2011) e di conseguire un diploma post-master (Duffy e Sedlacek, 2010). Lysova et al. (2018) ha suggerito che la chiamata riduce la flessibilità con cui i dipendenti considerano potenziali cambiamenti nel loro percorso di carriera perché la natura che si auto definisce della chiamata fa sì che le persone precludano la considerazione di altre alternative. Al contrario, l'analisi di Praskova et al. (2014) suggerisce che la chiamata aumenta l'adattabilità professionale (tuttavia, la misura scelta era più focalizzata sulla resilienza di fronte a sfide che sull'anticipazione dei cambiamenti nella propria carriera). Presi insieme, questi risultati supportano l'idea che una chiamata spinge alla risolutezza della carriera e alla resilienza alle sfide nel proprio percorso di carriera. In termini di comportamenti o intenzioni comportamentali, Xie et al. (2017) hanno dimostrato un legame tra la chiamata e i comportamenti di cittadinanza organizzativa segnalati dal supervisore. Praskova et al. (2014) hanno documentato una relazione tra la chiamata e lo sforzo di lavoro auto-riferito. Bunderson e Thompson (2009) hanno mostrato che la chiamata favorisce la disponibilità al sacrificio. Alcuni studi hanno dimostrato una relazione tra la presenza di una chiamata e la prestazione lavorativa, anche se esclusivamente con misure di prestazione autodichiarate (Vianello, Dalla Rosa, e Gerdel, 2022). Gli studiosi hanno dimostrato, ad esempio, che le persone con una chiamata riferiscono migliori prestazioni lavorative (Kim et al., 2018; Rawat e Nadavulakere, 2015), più successo professionale (Chen et al., 2018), più occupabilità (Lysova et al., 2018) e maggiore competenza professionale (Guo et al., 2014). Infine, è stato dimostrato che una vocazione al lavoro è correlata positivamente a vari indicatori di salute e benessere dei dipendenti. Ad esempio, è stato riscontrato che la chiamata riduce l'esaurimento emotivo (Rawat e Nadavulakere, 2015), migliora la salute e la soddisfazione per la propria salute (Wrzesniewski et al., 1997), migliora la qualità del sonno e aumenta il vigore mattutino (Clinton et al., 2017), migliora l'adattamento psicologico (Steger et al., 2010) e migliora il

benessere generale (Conway et al., 2015).

Anche se vivere una chiamata è stato associato principalmente ad outcomes positivi, per alcuni individui in determinate condizioni è possibile che vivere la propria chiamata possa avere anche delle conseguenze negative, come ad esempio il workaholism o il burnout (Dalla Rosa e Vianello, 2020). Il workaholism è una dipendenza dal lavoro, i workaholici sono ossessionati dal proprio lavoro e investono anche lunghe ore del proprio tempo personale nel proprio lavoro (Sorensen e Feldman, 2007). Le persone che percepiscono una chiamata sacrificano spesso il loro tempo personale per raggiungere la propria vocazione (Berkelaar e Buzzanell, 2015), Clinton, Conway e Sturges (2017) notarono che l'intensità della chiamata era correlata ad un maggior numero di ore lavorative. Anche Keller, Spurk, Baumeler, e Hirischi (2016) trovarono che percepire una chiamata era correlato con un maggior numero di ore lavorative e in maniera debole, ma significativa, al workaholism. In uno studio qualitativo su un campione di psicologi di Duffy, Foley et al. (2012), alcuni partecipanti che stavano vivendo la propria chiamata si descrivevano talmente attaccati al proprio lavoro da desiderare di fare dei sacrifici in ambiti non lavorativi come la famiglia o le amicizie. Alcune persone potrebbero adottare livelli non salutari di investimento nel proprio lavoro visto il valore sociale e personale che stanno cercando di raggiungere, per queste ragioni all'interno del modello vivere una chiamata è correlata con un maggiore workaholism nella propria carriera. In particolare, il workaholism è inquadrato come mediatore della relazione tra il vivere una chiamata e la soddisfazione lavorativa.

## **I limiti della chiamata**

Negli ultimi anni la ricerca sulla chiamata ha subito un grande incremento nella letteratura della psicologia delle organizzazioni. I vari studi hanno generato una serie di informazioni utili sui benefici della chiamata professionale, nonché una serie di sue potenziali declinazioni da trattare con cautela. Tuttavia, ci sono ancora dei limiti nelle ricerche sulla chiamata professionale che ne ostacolano l'impatto.

Uno dei primi problemi che ha bloccato l'impatto della chiamata professionale nella psicologia delle organizzazioni è la questione della differenziazione, ovvero di come e se il concetto della chiamata professionale sia diverso ed aggiunga un valore unico all'ampia gamma di costrutti ad esso correlati. Il campo della psicologia delle organizzazioni, infatti, è stato spesso criticato per la ridondanza dei costrutti, ovvero per la presenza di più costrutti che affrontano aspetti strettamente correlati dello stesso fenomeno (Highhouse et al., 2017;

Morrow, 1983). Dik e Duffy (2009) hanno affrontato esplicitamente la distintività concettuale del costrutto della chiamata nel loro articolo sulla rilevanza della chiamata e della vocazione nella psicologia del counseling. Hanno sostenuto che il concetto di chiamata è distinto da concetti come impegno personale (Kahn, 1990), flow (Csikszentmihalyi, 1990), partecipazione psicologica (Vroom, 1959) e motivazione intrinseca al lavoro (Amabile et al., 1994) e dalla ricerca sui valori e spiritualità del posto di lavoro. Anche se è risultata essere un'analisi utile, non sono stati analizzati i costrutti con le relazioni teoriche più forti con la chiamata. Ad esempio, diversi costrutti nella letteratura della psicologia delle organizzazioni riguardano il senso di necessità interiore che è centrale nelle concezioni moderne della chiamata professionale. Gli esempi includono l'importanza del lavoro (Dubin, 1956), il coinvolgimento nel lavoro (Lodahl e Kejner, 1965) e l'identificazione dell'occupazione o del lavoro (Ashforth et al., 2013). Altri costrutti nella letteratura della psicologia delle organizzazioni riguardano in modo centrale il senso di necessità esteriore (cioè dovere, obbligo) che è centrale nelle concezioni neoclassiche del lavoro come vocazione. Gli esempi includono l'etica del lavoro protestante (Mirels e Garrett, 1971), l'orientamento al dovere (Moon, 2001) e la ricerca sui valori del lavoro (Blood, 1969). È importante sottolineare che la novità concettuale della chiamata professionale diventa molto più evidente quando viene concettualizzata come una corrispondenza percepita tra la necessità interna ed esterna e come senso di destino che deriva da questa percezione (chiamata trascendentale). La ricerca sulla chiamata professionale trarrebbe quindi grande beneficio da ulteriori studi che esaminino formalmente la validità discriminante del costrutto in questione. Salvo poche eccezioni (Dik et al., 2012; Dobrow e Tosti-Kharas, 2011) la ricerca sulla chiamata professionale ha teso ad eludere questa questione, di conseguenza sappiamo ancora poco della misura in cui la chiamata professionale è empiricamente distinta dai costrutti teoricamente correlati ad essa come quelli sopracitati.

Un altro fattore che ha limitato l'impatto della ricerca sulla chiamata professionale è la questione della generalizzabilità, ovvero se la chiamata sia un costrutto rilevante per i lavoratori in qualsiasi contesto. Essendo un costrutto con delle radici puramente occidentali è giusto chiedersi se la chiamata professionale avrà la stessa risonanza nelle società non occidentali ed in quelle con altre religioni dominanti. È inoltre, significativo considerare che le ricerche sulla chiamata siano state spesso condotte in ambienti di lavoro che Bellah et al. (1985) hanno definito "economicamente marginali ma simbolicamente significativi", come ad esempio la custodia degli zoo, i rifugi per animali, i vigili del fuoco, il clero, l'istruzione

e la musica. Gli studiosi si sono dunque chiesti se le chiamate professionali saranno difficili da trovare e sostenere in contesti dominati dalle pressioni economiche e dalle ricompense. Infine, per la maggior parte della popolazione mondiale il lavoro non riguarda il significato e lo scopo trascendentale, ma semplicemente la sopravvivenza. Si potrebbe quindi obiettare che il concetto di chiamata professionale sia elitario e con rilevanza limitata al di fuori di contesti economicamente privilegiati (Thompson e Bunderson, 2019). Riguardo i confini culturali, diversi studi recenti condotti in contesti lavorativi asiatici (Cina e Corea) hanno riscontrato effetti significativi della chiamata professionale. Lan et al. (2013) hanno scoperto che la chiamata prevedeva la soddisfazione lavorativa tra i contabili cinesi. Xie et al. (2016) hanno scoperto che la chiamata prevedeva l'impegno e la soddisfazione lavorativa tra gli adulti occupati in Cina. Jo et al. (2018) hanno scoperto che la chiamata ha esacerbato l'effetto del burnout sui sintomi del disturbo da stress post-traumatico tra i vigili del fuoco coreani. Questi studi utilizzavano concezioni sia moderne che neoclassiche della chiamata. I partecipanti a questi studi, ed i ricercatori che li hanno progettati, hanno riscontrato che il concetto di chiamata è rilevante nei loro contesti di lavoro non occidentali. Ciò solleva una possibilità interessante. Sebbene possa essere vero che l'idea del lavoro come chiamata di dio sia stata espressa dai riformatori protestanti nell'Europa in gran parte cristiana, forse l'esperienza della chiamata come incontro tra la necessità interiore ed esteriore è un'esperienza umana più universale, disponibile per chiunque sia alle prese con lei o il suo posto all'interno di una complessa divisione del lavoro (Thompson e Bunderson, 2019). Se è vero che la maggior parte degli studi sulla chiamata professionale siano stati svolti in contesti economicamente marginali è anche vero che l'utilizzo di questo costrutto in contesti lavorativi tradizionale sta aumentando progressivamente. Ad esempio, la chiamata è stata studiata tra i manager informatici in Irlanda (McKevitt et al., 2017), i venditori (Yim e Fock, 2013), i dipendenti degli hotel (Lee, 2014; 2016), gli operatori sanitari (Cardador et al., 2011; Rasinski et al., 2012; Wrzesniewski et al., 1997), i contabili (Lan et al., 2013), gli impiegati di banca (Xie et al., 2017) e i dirigenti di lavoro (Dobrow e Tosti-Kharas, 2011). Gli studi elencati riportano effetti significativi della chiamata in questi contesti economici tradizionali utilizzando concettualizzazioni di chiamata sia neoclassiche che moderne. Quindi la domanda forse non è se la chiamata sia rilevante attraverso le diverse occupazioni, ma se la forza e l'entità di questa possa differire tra le occupazioni ed in tal caso perché (Thompson e Bunderson, 2019). Parlando infine degli studi che esaminano il concetto di chiamata professionale attraverso i confini socioeconomici sono presenti pochi studi, specialmente se

si parla di campioni che si concentrino sui lavoratori poveri. Nel caso della chiamata è molto importante chiedersi se questa possa essere generalizzata anche ai lavoratori poveri in quanto nella psicologia si sostiene che una preoccupazione per sentimenti come l'autorealizzazione e l'auto trascendenza (ovvero la chiamata) possa emergere solo dopo che altri bisogni prioritari siano stati soddisfatti (Maslow, 1943). Tutta via come le persone sembrano in grado di ritagliarsi in maniera creativa una vocazione professionale in occupazioni meno suscettibili a questa, potrebbe essere che la necessità interna ed esterna prenda delle forme diverse nei lavoratori poveri che creano il proprio senso della chiamata. Ad esempio, la necessità esteriore per i lavoratori poveri può avere meno a che fare con il servire la società e più con il servire la propria famiglia e le persone a carico. E la richiesta interiore può riguardare meno se il compito da svolgere consente di esprimere passioni interiori (ad esempio, amo pulire le strade) e più se quel compito richiede di esprimere valori e virtù interiori (cioè, sono responsabile e laborioso). Chiaramente, sono necessarie ulteriori ricerche per affrontare la natura della chiamata attraverso i confini socioeconomici (Thompson e Bunderson, 2019).

L'ultimo fattore che ha limitato l'impatto della ricerca sulla chiamata professionale è la questione della pertinenza, ovvero il chiedersi se considerare il lavoro come una vocazione abbia implicazioni per i risultati comportamentali che in ultima analisi contano per manager e professionisti. Quindi, ad esempio, vedere il lavoro come una chiamata aumenta (o diminuisce) le prestazioni lavorative, migliora (o smorza) la creatività e l'innovazione, rafforza (o indebolisce) la qualità delle decisioni, diminuisce (o aumenta) il turnover dei lavoratori e accelera (o rallenta) l'avanzamento di carriera? Sfortunatamente, la letteratura esistente sul lavoro come vocazione fornisce risposte limitate a queste domande del tipo "e allora?". La chiara maggioranza degli studi empirici sulla chiamata ha come focus dei risultati attitudinali, come ad esempio la soddisfazione, l'impegno, il significato e le intenzioni di turnover. Un insieme molto più piccolo di studi sulla chiamata prende in considerazione comportamenti o intenzioni comportamentali e scelte di carriera, come i comportamenti di cittadinanza organizzativa, la volontà di sacrificarsi, lo sforzo lavorativo, la flessibilità della carriera e le decisioni di carriera specifiche. E una serie altrettanto piccola di studi considera i risultati che si possono considerare correlati alle prestazioni: rendimento lavorativo, successo professionale, occupabilità, salute e benessere. Sfortunatamente, poiché questi risultati relativi alle prestazioni sono stati tutti misurati utilizzando l'autovalutazione, sarebbe più accurato dire che questo piccolo insieme di studi sulla chiamata ha esaminato la

prestazione percepita. Per dimostrare che la chiamata professionale è un costrutto importante per la psicologia delle organizzazioni è quindi importante che aumenti la ricerca che esamini i risultati che sono di interesse ultimo per manager e professionisti, ed è necessario che queste vadano oltre i metodi di autovalutazione nella misurazione di tali costrutti (Thompson e Bunderson, 2019).

## Capitolo II:

### **Chiamata e nazionalità**

I ricercatori hanno da tempo riconosciuto la storia della concettualizzazione della chiamata come radicata nel protestantesimo occidentale (Dik e Duffy, 2009), infatti l'idea che qualsiasi area di lavoro onesta possa essere vista come una chiamata si è probabilmente sviluppata ed evoluta come prodotto dei principali movimenti storici in occidente. Ad esempio, la riforma protestante che cominciò con Martin Lutero nel sedicesimo secolo, sviluppò l'idea che dio chiama le persone a servire all'interno di qualsiasi sfera della vita e del lavoro. I puritani raffinarono ulteriormente il concetto (Hardy, 1990) che è rimasto legato ad una visione religiosa del mondo, fino a quando l'occidente sempre più secolarizzato ha iniziato a utilizzare il termine per riferirsi al processo attraverso il quale il talento interiore suscita un senso di felicità personale (Baumeister, 1991). Purtroppo, nonostante le somiglianze che presumibilmente sono presenti attraverso vari contesti culturali negli Stati Uniti e in altri paesi occidentali, una definizione consensuale di chiamata si è rivelata sfuggente. Duffy e Dik (2013) hanno così messo in discussione la generalizzabilità del costrutto. Ad oggi, i ricercatori hanno scoperto che, nonostante le connotazioni religiose dell'aver una chiamata, il termine è stato in gran parte secolarizzato, e anche gli individui che non si identificano come religiosi spesso si identificano come chiamati verso uno specifico ambito lavorativo (Duffy e Sedlacek, 2010). Inoltre, gli studi hanno dimostrato che i benefici di avere una chiamata sono salienti tanto per i religiosi quanto per i non religiosi (Duffy e Sedlacek, 2010). Questi risultati indicano che gli aspetti di avere una chiamata possono essere onnicomprensivi e che il costrutto può essere rilevante tra diversi gruppi. Anche se gli studiosi hanno affermato la necessità di studiare come la chiamata funzioni attraverso le culture, la maggior parte della ricerca sulla chiamata è stata condotta con individui che vivono nel Nord America; inoltre, la maggior parte dei campioni è costituita prevalentemente da partecipanti bianchi e da una base di individui che stanno lavorando o stanno studiando nelle università (Duffy e Dik, 2013). Infine, la minoranza di studi condotti con partecipanti di lingua non inglese non ha condotto un'analisi delle differenze tra culture. Alcuni esempi virtuosi hanno osservato tuttavia che, sebbene siano presenti delle sfumature di significato nella concettualizzazione della chiamata da un paese all'altro, il costrutto ha senso ed è saliente anche per individui di lingua non inglese (ad es., Hagmaier & Abele,

2012)

Alcuni lavori precedenti hanno dimostrato che la possibilità di vivere una chiamata è positivamente correlata con l'istruzione e il reddito (Duffy & Autin, 2013). Sulla base di questi risultati, è possibile ipotizzare (come del resto fa esplicitamente la Work as a Calling Theory) che un alto livello di povertà in altre società non occidentali potrebbe temperare la capacità degli individui di vivere una chiamata rispetto a quelli che vivono negli Stati Uniti. Da un altro punto di vista però, i valori culturali maggiormente condivisi all'interno di alcune culture orientali possono essere più coerenti con i fattori che contribuiscono a sentirsi chiamati rispetto ai valori culturali presenti negli Stati Uniti. Studi che hanno preso in esame l'individualismo ed il collettivismo attraverso le nazioni hanno suggerito che la cultura americana tende maggiormente verso l'individualismo mentre quelle orientali tendenzialmente verso il collettivismo (Hofstede, 1980; Randall, 1993; Sinha, 1997). In generale, una visione individualistica del mondo è focalizzata sull'autodirezionalità interiore e sull'identità personale, una visione collettivistica invece è centrata sull'idea di unità sociali con obiettivi e valori comuni. Nelle culture individualistiche, il sé è visto come distinto dagli altri, mentre le culture collettivistiche vedono il sé come parte di un gruppo più ampio (Brewer & Chen, 2007; Oyserman, Coon, & Kimmelmeier, 2002; Oyserman & Lee, 2008; Triandis, 2001; Waterman, 1984). La chiamata è prosociale e fornisce significato e scopo alla vita delle persone. È quindi possibile che società collettivistiche abbiano punteggi più elevati in queste dimensioni rispetto alle altre società.

## **La ricerca sulla chiamata fuori dalla cultura occidentale**

Fuori dai confini occidentali la Chiamata Professionale non è ancora stata approfondita particolarmente ma ora andremo a presentare una panoramica sugli studi esistenti.

Il paese che ha mostrato un maggiore interesse rispetto alla Chiamata è la Korea del Sud, dove sono state svolte tredici ricerche con campioni molto vari (impiegati, soldati, vigili del fuoco, lavoratori negli hotel, insegnanti, studenti universitari, colletti bianchi, coppie leader-sottoposto e venditori). Gli strumenti utilizzati per svolgere questi studi sono stati diversi, ma quasi tutti sono stati tradotti con degli esperti attraverso la procedura di backtranslation. Va inoltre menzionata la presenza del CVQ-K (Shim & Yoo, 2012): versione adattata e validata in Korea del CVQ di Dik, Eldridge, Steger, e Duffy (2012). I risultati delle ricerche sono stati tendenzialmente in linea con quelli condotti nelle culture occidentali (Choi, Cho, Jung, e Sohn, 2018) e prevalentemente negli Stati Uniti; infatti, la Chiamata aveva relazioni positive con la soddisfazione lavorativa e la soddisfazione di vita (Ahn, Kim, e Lee, 2017, 2021; Lee, Lee, e Shin, 2020), con la qualità del servizio offerto (Lee, 2014), la soddisfazione della carriera (Lee, 2016), autoefficacia percepita (Lee et al., 2020), autoefficacia professionale (Park, Sohn, e Ha, 2016), performance lavorativa valutata da un supervisore (Park, Kim, Lim, e Sohn, 2019) e comportamenti di cittadinanza organizzativa (Park et al., 2016). Diversamente dagli studi condotti su lavoratori adulti americani però, nello studio condotto da Ahn, Kim, e Lee (2017) vivere una chiamata non era un mediatore significativo nella relazione tra il percepire una chiamata e la soddisfazione di vita. Questo risultato era stato in precedenza osservato anche da Jang e Lee (2014). Ahn et al. (2017) osservarono anche che la Work Volition mediava la relazione tra percepire una chiamata ed i relativi outcomes in misura maggiore di quanto mediasse la percezione di vivere la chiamata, mentre negli studi condotti in contesti occidentali mediava la relazione tra percepire e vivere una chiamata. Questo risultato potrebbe essere una conseguenza delle condizioni lavorative della Korea del Sud, dove è presente poco lavoro e molta precarietà, e dove quindi la libertà percepita nella scelta del proprio lavoro potrebbe essere il fattore più importante per il raggiungimento di un benessere personale e lavorativo (Ahn et al. 2017). Successive ricerche degli stessi autori hanno osservato che in Corea del Sud la relazione tra chiamata e soddisfazione nella vita è mediata dalla volontà di vivere una chiamata, mentre negli Stati Uniti è mediata dalla speranza di vivere una chiamata (Ahn et al. 2021). Tali risultati sono stati interpretati dagli autori alla stregua dei precedenti, cioè riconducendo la spiegazione all'alto tasso di disoccupazione presente in Corea rispetto agli Stati Uniti. Nello studio di

Choi, Cho, Jung e Sohn (2018) invece, la relazione diretta tra la chiamata e la soddisfazione lavorativa non era più significativa quando veniva considerata quella indiretta attraverso il capitale psicologico e l'arricchimento lavoro-famiglia. Quindi, capitale psicologico e arricchimento lavoro-famiglia mediavano totalmente la suddetta relazione, mentre negli studi condotti nell'occidente la mediazione è risultata essere parziale. Questo risultato nasce probabilmente dalle caratteristiche culturali del campione: la cultura della Corea del Sud è radicata nel confucianesimo (Neville, 2000), che vede la famiglia come unità fondamentale della società ed il lavoro come strumento critico per il benessere di questa (Redding, 1990). In Cina sono state svolte nove ricerche che hanno preso in considerazione la Chiamata. I partecipanti erano principalmente studenti universitari, ma in alcuni studi sono stati inclusi dei lavoratori. Gli strumenti utilizzati per misurare la Chiamata sono stati il CVQ (tradotto da esperti con procedura di backtranslation), la versione cinese della Brief Calling Scale (BCS, Dik et al., 2012), ed una scala costruita appositamente per il contesto cinese (Chinese Calling Scale, CCS; Zhang, Hermann, et al., 2015). I risultati sono stati in linea con la letteratura precedente, infatti, la chiamata era in relazione con le competenze professionali (Guo et al., 2014), la soddisfazione lavorativa (Lan, Okechuku, Zhang, e Cao, 2013; Zhang e Chen, 2019), l'adattabilità professionale l'impegno lavorativo e la soddisfazione professionale e di carriera (Xie, Xia, Xin, e Zhou, 2016), e con i comportamenti di cittadinanza organizzativa (Xie, Zhou, Huang, e Xia, 2017). Infine, la chiamata aveva una relazione negativa con l'autoalienazione e l'accettazione dell'influenza esterna sul lavoro (Zhang, Hirschi, Dik, Wei, e You, 2018). Nello studio longitudinale di Zhang, Hirschi, Hermann, Wei e Zhang (2017) l'autonomia sul futuro lavorativo misurata al tempo 1, era correlata con un aumento del significato della vita al tempo 2, che a sua volta portava ad un aumento significativo della chiamata al tempo 3. Anche questo risultato è in linea con la letteratura precedente ma, a differenza di questa, gli effetti inversi della chiamata sull'auto-chiarezza riguardo il futuro lavorativo e sul life meaning non sono stati confermati. Una possibile spiegazione di questo risultato è che forse l'auto-chiarezza e la comprensione del significato della propria vita sono due passaggi che hanno una maggiore importanza per lo sviluppo della propria chiamata per gli studenti cinesi rispetto a quelli appartenenti ad una cultura occidentale.

Sono stati svolti degli studi anche in Russia, Romania, Ungheria, Lituania e Germania, i campioni erano composti principalmente da studenti universitari ma anche da lavoratori del settore pubblico e infermieri. Gli strumenti utilizzati per la misurazione della chiamata sono

stati la MCM (Hagmaier e Abele, 2012), il CVQ e la Living a Calling Scale. Tra i risultati sono state trovate relazioni positive tra la chiamata e: l'adattabilità di carriera e le competenze professionali (Dumulescu, Balazsi, e Opre, 2015), la soddisfazione lavorativa e la percezione di impatto sociale (Horvath e Hollósy-Vadász, 2018), l'impegno lavorativo anche in un ambiente gravoso (Ziedelis, 2019), la decisione l'impegno e la confidenza riguardo la propria carriera (Hirishi, 2011). Non sono state riscontrate differenze nella chiamata per l'età, mentre invece considerando il genere le ragazze avevano punteggi più alti nella presenza di una chiamata (Dumulescu, Opre, e Ramona, 2015). Sono state infine trovate anche delle differenze sia per quanto riguarda la presenza di una chiamata sia per il viverla in base ai campi di studio (Dumulescu et al., 2015).

In Taiwan, nelle Filippine e in Indonesia sono stati svolti tre studi su degli impiegati utilizzando il CVQ. La chiamata è risultata essere positivamente correlata alla performance individuale (Lee, Chen, e Chang, 2018). Nello studio di Presbitero e Teng-Calleja (2020) percepire una chiamata era in relazione positiva e significativa con le intenzioni di rimanere in quel posto di lavoro, relazione mediata dal vivere una chiamata (e moderata dal sostegno del supervisore percepito). Nello studio di Riasnugrahani, Riantoputra, Takwin e Panggabean (2019) era presente una relazione tra la flessibilità cognitiva e la chiamata, mediata dal job crafting e moderata dall'orientamento alla distanza dal potere. In un paese ad alta distanza dal potere come l'Indonesia, il processo di discernimento di una chiamata è spesso influenzato da atteggiamenti di sottomissione nei confronti di un superiore. I livelli di orientamento alla distanza dal potere diventano essenziali in queste società in quanto possono diminuire comportamenti proattivi come il job crafting.

Anche in India ed in Pakistan sono state effettuate delle ricerche sulla chiamata professionale. Gli specializzandi che sono stati intervistati nello studio di Nath (2017) hanno indicato di aver nutrito o coltivato la loro chiamata sia prima che dopo il loro ingresso nel mondo del lavoro, e che fattori come l'auto riconoscimento del talento ed il dare senso al lavoro come destino giocano un ruolo importante. Diversamente dalla letteratura occidentale, la comunicazione familiare è particolarmente influente nella formazione di una prospettiva di chiamata. È quindi sottolineata una prospettiva relazionale della chiamata associata alla generatività e all'eredità familiare. In uno studio condotto su degli infermieri, vivere una chiamata ha moderato l'effetto della chiamata sul coinvolgimento di carriera, che era quindi maggiore per chi stava vivendo la propria chiamata. L'impegno professionale ha totalmente mediato l'effetto della chiamata sul coinvolgimento organizzativo, i

comportamenti di cittadinanza organizzativa e le intenzioni di turnover (Afsar, Umrani, e Khan, 2019).

In Israele sono state svolte tre ricerche con studenti universitari. Nello studio di Goldfarb (2018) i soggetti erano delle donne ultraortodosse, ed il motivo principale della loro chiamata era il poter permettere ai loro mariti di studiare la Torah (il loro libro sacro). Questo perché, secondo gli autori, nella comunità Haredi l'importanza della spiritualità va a sostituire quella della carriera per la figura del marito. In generale è stata trovata un'associazione positiva tra la chiamata e le variabili relative al lavoro, è stata notata una differenza di genere nella relazione tra la chiamata e la soddisfazione riguardo vari aspetti della carriera e della vita, che era più forte per le donne (Lazar, Littman-Ovadia, e Ovadia, 2018). Le donne avevano punteggi mediamente maggiori rispetto agli uomini anche per due dimensioni della chiamata: motivazione prosociale e ricerca di una chiamata trascendente (Lazar, Davidovitch, e Coren, 2016). Non sono state riscontrate differenze di genere nella fonte della chiamata.

Per terminare, anche nel contesto africano sono state svolte due ricerche, in Nigeria ed in Sud Africa. Nella prima gli insegnanti con un alto senso di chiamata erano più coinvolti dal loro lavoro, rispetto alle loro controparti con punteggi minori nella chiamata, indipendentemente dal percepire un'elevata frustrazione organizzativa (Ugwu e Onyishi, 2018). Nella ricerca in Sud Africa invece, gli infermieri con un orientamento alla chiamata sperimentavano livelli maggiori di soddisfazione lavorativa, nonostante la segnalazione di basso clima di sicurezza psicosociale (Du Plessis, 2017). Una relazione positiva e significativa è stata trovata tra il senso di chiamata e l'attitudine lavorativa (il lavoro significativo mediava la relazione tra chiamata e atteggiamento lavorativo positivo) (Du Plessis, 2017).

## **La ricerca sulla chiamata in Italia**

In Italia sono state svolte diverse ricerche che avevano come focus la chiamata professionale, aventi come campione sia studenti che lavoratori, ma anche disoccupati. Lo strumento utilizzato per misurare la chiamata è stato principalmente l'UMCS (Vianello et al., 2018), in uno studio però è stata utilizzata la versione ridotta della sottoscala "presenza" del Calling and Vocation Questionnaire (CVQ-Presence; Dik et al., 2012). In una ricerca di Vianello, Galliani, Dalla Rosa, e Anselmi (2019) è emerso come a livello individuale la chiamata mostri grandi variazioni nel tempo. Gli autori hanno identificato nove traiettorie di sviluppo

tipiche negli aspetti della chiamata, e hanno trovato prove che questo sviluppo è favorito dalla misura in cui gli individui stessi hanno vissuto la loro chiamata. Hanno infine notato come quanto più una chiamata cresce nell'arco di due anni, più sarà probabile che questa sarà vissuta nel terzo. In uno studio su 434 studenti universitari di 23 corsi di laurea differenti, Dalla Rosa, Vianello, e Anselmi (2019) hanno dimostrato come la chiarezza riguardo la propria identità professionale, l'impegno nell'apprendimento ed il supporto sociale predicono la chiamata professionale. Dalla Rosa, Vianello, Galliani e Duffy (2020) nell'esaminare la relazione tra la chiamata, la chiarezza nella ricerca del lavoro e l'intensità nella ricerca dello stesso, hanno notato come percepire una chiamata fosse positivamente correlato con la chiarezza e l'intensità nella ricerca del lavoro, e come queste relazioni fossero più forti negli individui con bassi livelli di ottimismo. Questi risultati suggeriscono che la chiamata è una risorsa personale importante, che può sostenere coloro che cercano lavoro in circostanze personali avverse. Vianello, Dalla rosa e Gerdel (2022) hanno mostrato come ambienti lavorativi molto richiedenti, caratterizzati dalla pressione alla performance, alto carico lavorativo e forti pressioni temporali, sopprimono la relazione positiva tra la chiamata e la performance lavorativa autovalutata. Uno studio longitudinale molto importante è stato condotto da Vianello, Dalla Rosa, Anselmi e Galliani (2018), ed aveva come obiettivo quello di sviluppare una scala (l'UMCS) che integrasse i diversi modelli della chiamata esistenti in letteratura, e dimostrare quindi che questi modelli dominanti misurassero lo stesso costrutto. La UMCS è risultata essere valida, affidabile, e con una buona invarianza sia per quanto riguarda il tempo sia nei diversi domini lavorativi. Un risultato divergente dalla letteratura dominante è emerso in uno studio che ha mostrato come la passione ossessiva per il proprio lavoro moderi la relazione tra la chiamata ed il workaholism, così che quando la passione ossessiva è alta, la chiamata protegge gli individui dal workaholism. Questi risultati mettono in discussione la cosiddetta "dark side" della chiamata. In linea di massima i risultati della ricerca sulla chiamata in Italia sono in linea con la letteratura dominante.

### **Studi che si sono soffermati sulla natura della chiamata in diverse nazioni**

Attraverso uno studio del 2016 Douglass, Duffy e Autin (2016) hanno analizzato le differenze nell'esperienza di una chiamata tra adulti che lavorano negli Stati Uniti e in India, cercando di determinare se la nazionalità moderasse la relazione tra vivere una chiamata ed il life meaning, e tra vivere una chiamata e la soddisfazione lavorativa. Il loro campione era

composto da 154 persone adulte provenienti dall'India aventi età media di 30.9 anni (SD = 9.5) composti per il 37% da donne e per il 63% da uomini, e da 101 adulti provenienti dagli USA di età media 38.9 anni (SD = 17.7) composti per il 56.4% da donne, 41.6% da uomini e 2% da transgender. Misurando la percezione della chiamata attraverso la sottoscala "presenza" del CVQ (Dik, Elridge, Steger e Duffy, 2012), il vivere una chiamata attraverso la Living a Calling Scale a 6 elementi (LCS; Duffy, Allan et al., 2012), il life meaning, la soddisfazione lavorativa e la soddisfazione di vita, trovarono attraverso un'analisi preliminare delle differenze tra gruppi, che la nazionalità ha un effetto significativo sulle variabili principali dello studio (percepire una chiamata, vivere la propria chiamata, soddisfazione di vita e life meaning). Anche se gli individui provenienti dall'India avevano una maggiore probabilità di vivere la propria chiamata, gli effetti indiretti di vivere questa chiamata sulla soddisfazione di vita attraverso il life meaning e la soddisfazione lavorativa erano più forti nel campione americano. Secondo gli autori potrebbero esserci diverse motivazioni alla base di questa differenza, ad esempio il fatto che il lavoro sia più centrale nella definizione dell'identità di una persona proveniente dagli USA (Agarwala, 1978), oppure il fatto che anche se le persone indiane più probabilmente vivono una chiamata, potrebbe essere che gli effetti di questa sulla loro soddisfazione riguardo la vita possano essere temperati da alcune barriere associate al vivere in un paese in via di sviluppo (minore stipendio, educazione, work volition).

Un altro studio di Zhang, Dik, Wei e Zhang (2015), questa volta qualitativo, ha esplorato come la percezione del lavoro come una vocazione (che abbiamo visto avere una lunga storia occidentale) è esperita nella cultura cinese con un focus sugli studenti. Somministrando un'intervista semistrutturata a 210 studenti del college dalla Cina, ai quali venivano poste tre domande a risposta aperta: "come definiresti la parola calling?", "come definiresti la parola "calling" nella carriera di qualcuno?" e "secondo te, cosa significa vedere la tua carriera come una "calling" o vocazione?"; e codificando le risposte a queste tre domande ed il loro contenuto usando la "emergent qualitative document analysis" (QDA) sono state identificate quattro dimensioni. La prima è stata definita "guiding force" ovvero un'influenza che guida gli individui verso lo sviluppo della propria carriera (dovere, destino, sensazione di doverlo fare ecc...); la seconda, dimensione di significato e scopo, descrive la connessione della chiamata o vocazione ad un forte senso di significato nella vita; la terza è la dimensione dell'altruismo: una motivazione a fare la differenza per gli altri o per la società in senso più generale attraverso la propria carriera; infine la quarta dimensione è la tendenza

all'attività, che riflette i comportamenti di sforzo e di proattività relativi alla propria chiamata o vocazione. A differenza delle altre concettualizzazioni della chiamata, in quella definita da queste quattro dimensioni c'è molta meno enfasi sulla componente religiosa e spirituale, mentre invece l'enfasi è maggiore sul senso del dovere e sulle aspettative familiari. In Cina, infatti, il significato della parola "calling", pronunciata "shiming" in Mandarino, non deriva da una visione cristiana almeno per la maggior parte delle persone. Le principali influenze sul significato della parola derivano dal Confucianesimo e dalla religione tradizionale patriarcale (He, 2012). Queste tradizioni enfatizzano il destino, un senso misterioso e astratto di paradiso, l'importanza di onorare gli antenati, e le profonde connessioni familiari (He, 2012; Hwang, 2001). Il senso di chiamata in Cina è probabilmente radicato nel destino e nei bisogni del clan più che nell'individuo. Cercare una vocazione nel contesto cinese potrebbe anche significare compiere o soddisfare un ordine o una missione da un'autorità superiore, che dà all'individuo un forte senso di dovere e responsabilità (Luo, 2008). Dik e Duffy (2009) notarono che la salienza relativa del significato e delle dimensioni prosociali della chiamata potessero differire nelle diverse culture, con maggiore enfasi sul significato del lavoro nelle culture individualiste e sui contributi sociali nelle culture collettiviste. In questa ricerca nessuno dei rispondenti ha fatto un esplicito riferimento a Dio, a un potere superiore o ad altri fattori religiosi. In ogni caso le dimensioni di significato e quelle altruistiche sono simili a quelle identificate da Dik e Duffy.

Belobodrova e Leonitev (2019) hanno condotto un'esplorazione qualitativa del concetto di chiamata nella cultura russa con un campione di 104 studenti universitari dell'età media di 18.9 anni (SD = 1.6, dai 17 ai 31 anni) composti per il 77.9% da donne e per il restante 22.1% da uomini. Il questionario includeva sia domande a risposta chiusa che domande a risposta aperta. Le domande a risposta chiusa ("hai una chiamata o vocazione nella tua vita?", "conosci persone che hanno una vocazione o chiamata?", "Stai cercando la tua vocazione?") servivano per portare i partecipanti a rispondere alle giuste domande a risposta aperta nel questionario online, in base al fatto che essi stessero cercando la propria chiamata o l'avessero già trovata. Il focus era sia su come gli studenti definissero la chiamata, sia sui comportamenti che essi mettevano in atto per riconoscerlo e implementarlo (componente sia cognitiva che comportamentale). Le domande a risposta aperta sono state analizzate utilizzando l'analisi qualitativa dei documenti (Altheide, Coyle, DeVriese, e Shneider, 2008). Questa procedura consiste nel fatto che invece di utilizzare delle categorie predefinite, i ricercatori le estrapolano dai dati in maniera induttiva. Le risposte sono prima state

codificate da entrambi gli autori e da un esperto esterno alla ricerca, usando la procedura della codifica iniziale (Saldaña, 2021). In seguito, sono state divise in blocchi caratterizzati da contenuti simili e ricodificate e riassegnate in blocchi fino a quando non è stato raggiunto il consenso dei tre ricercatori. Come prima osservazione è stato riscontrato che la relazione tra il genere dei rispondenti e la percezione di avere una chiamata non è significativa. La percezione di avere una chiamata o vocazione era invece significativamente correlata all'età: l'età media degli studenti con una chiamata ( $M = 19$ ,  $SD = 5.4$  anni) era significativamente maggiore di quella degli studenti che hanno indicato di non avere una chiamata ( $M = 18$ ,  $SD = 3.6$  anni) con  $p < 0.5$ . Le risposte alla domanda “cosa intendi per vocazione, come la definiresti?” sono state codificate in 15 etichette che successivamente hanno formato sei temi: Motivazione Intrinseca; Successo; Più di un lavoro; Dedizione; Capacità; e afflusso di energia. La maggior parte dei partecipanti ha indicato di essere alla ricerca di una chiamata. È stato inoltre chiesto loro di descrivere quali azioni hanno intrapreso per trovarla. Le loro risposte sono state raggruppate in due temi (Comportamento ed Elaborazione), che includevano la maggior parte delle risposte, e un terzo tema meno importante nel quale i partecipanti non specificavano quali fossero le loro azioni. I temi Comportamento ed Elaborazione riflettevano due aspetti della ricerca di una chiamata: l'attività osservabile volta ad esplorare diversi domini e l'attività interna di riflessione sulle proprie esperienze e sviluppo di sé. Ai partecipanti che hanno indicato di avere una vocazione, è stato chiesto quali fossero queste. Su 10 etichette assegnate alle risposte sono emerse quattro tematiche: 1) Dominio Specifico; 2) Chiamata orientata all'altro; 3) Chiamata auto-orientata; e 4) Non identificata.

Altri studi si sono focalizzati maggiormente nel valutare se gli strumenti comunemente utilizzati nel contesto occidentale per misurare la chiamata professionale, fossero validi anche in società orientali che come abbiamo visto sono caratterizzate da un maggiore collettivismo contro l'individualismo tipico della nostra cultura, e allo stesso modo se ci fossero delle differenze significative anche nelle varie dimensioni della chiamata. Autin, Allan, Palanappian e Duffy (2017) hanno condotto uno studio per esaminare la validità cross culturale degli strumenti utilizzati per misurare l'esperienza di cercare, percepire (o avere) e vivere una chiamata, nello specifico gli autori hanno deciso di testare la “cultural equivalence” o equivalenza culturale di queste tre disposizioni della chiamata. Lonner (1985) propose quattro principali tipi di equivalenza: l'equivalenza funzionale (quanto un costrutto serve per lo stesso scopo attraverso le culture), l'equivalenza concettuale (quanto

un costrutto mantiene lo stesso significato concettuale attraverso le culture), l'equivalenza linguistica (si riferisce al modo in cui gli item di uno strumento sono scritti e tradotti da un linguaggio all'altro), e l'equivalenza metrica (si riferisce all'equivalenza delle proprietà psicometriche delle scale da una cultura all'altra). Nel suddetto studio è stata analizzata solo l'equivalenza metrica di tre misure. Il loro campione era composto da persone provenienti dagli Stati Uniti e da persone provenienti dall'India. Il campione americano era formato da 336 adulti dai 18 ai 71 anni ( $M = 35.39$ ,  $SD = 11.81$ ), composti per il 55.2% da donne, per il 43.2% da uomini e per lo 0.15% da persone non binarie. In termini di educazione il 12.5% aveva un'istruzione superiore, il 4.5% aveva un diploma di scuola professionale, il 33.3% aveva frequentato il college, il 36.3% aveva una laurea e il 13.1% aveva un diploma professionale o una laurea magistrale. Dello stesso campione il 66.3% era impiegato a tempo pieno e il 33.7% era impiegato a tempo parziale, i partecipanti occupavano una vasta gamma di posizioni lavorative. Il campione indiano era composto da 321 adulti di età compresa tra i 19 ed i 68 anni ( $M = 30.59$ ,  $SD = 8.79$ ) che si autoidentificavano come donne per il 43.7% e come uomini per il 56.3%. In termini di istruzione, il 3.3% aveva un'istruzione superiore, l'1.2% aveva un diploma di scuola professionale, l'8.9% aveva frequentato il college, il 54.1% aveva una laurea ed il 31.8% aveva una laurea magistrale. Del campione, il 70.9% dei partecipanti era impiegato a tempo pieno mentre i restanti erano impiegati a tempo parziale, una vasta gamma di occupazioni era inclusa anche in questo campione. Gli strumenti che sono stati utilizzati per le misure del calling sono: le scale "ricerca" e "presenza" del Calling e Vocation Questionnaire (CVQ) (Dik et al., 2012), la Brief Calling Scale (BCS) (Dik et al. 2012) che è stata creata in tandem con la CVQ e misura quanto qualcuno stia cercando e percependo una chiamata, e la Living Calling Scale (LCS) (Duffy, Bott, Allan, Torrey, e Dik, 2012). Essendo l'inglese la seconda lingua ufficiale dell'India gli strumenti sono stati utilizzati senza traduzioni. Per la sottoscala "presenza" del CVQ, è stato mantenuto un fit accettabile con bassi livelli di invarianza, ma il modello non manteneva un livello di fit adeguato quando l'invarianza diventava maggiore. Questo dimostra come la CVQ sembri misurare lo stesso costrutto sia in India che negli Stati Uniti e che l'unità di misura opera su una scala simile per entrambi i gruppi. A causa delle differenze significative dei gruppi nell'intercetta, i dati implicano che anche se è appropriato usare la scala per analisi intra-gruppo, sarebbe sbagliato utilizzarla per fare delle valide comparazioni inter-gruppi. La sottoscala "ricerca" del CVQ lavora su differenti unità di misura ed ha differenze significative nell'intercetta dei due gruppi. Questo mostra come questa dimensione della

chiamata sia culturalmente rilevante e che la misura di questo nel CVQ è limitata.

## **La teoria dei valori culturali e la Work Values Scale**

Secondo Schwartz (2006), la cultura è il ricco complesso di significati, credenze, pratiche, simboli, norme e valori prevalenti tra le persone all'interno di una società. I valori culturali enfatizzano e giustificano le credenze, le azioni e gli obiettivi individuali e di gruppo. Una caratteristica importante degli orientamenti ai valori culturali è che questi sono relativamente stabili nel tempo (Hofstede, 2001; Schwartz, Bardi & Bianchi, 2000). Alcuni ricercatori sostengono che gli elementi della cultura possono persistere per centinaia di anni (es. Kohn & Schooler, 1983; Putnam, 1993), di certo gli orientamenti ai valori culturali cambiano gradualmente. Schwartz (2006) ha derivato le dimensioni dei valori culturali mettendo a confronto le varie culture considerando tre criticità che caratterizzano tutte le società. Il primo elemento critico che Schwartz (2006) ha analizzato è la natura della relazione, o i confini tra la persona ed il gruppo: in che misura le persone sono autonome o incorporate nei loro gruppi? Nelle culture in cui è enfatizzata l'autonomia, le persone sono viste come entità autonome e con confini ben delimitati, esse dovrebbero coltivare ed esprimere le proprie preferenze, sentimenti, idee, abilità, e trovare un significato nella propria unicità. Nelle culture in cui è enfatizzata l'integrazione invece, le persone sono viste come entità incorporate all'interno della collettività. Il significato nella vita arriva principalmente attraverso le relazioni sociali, attraverso l'identificazione con il gruppo, la partecipazione al suo stile di vita condiviso e la lotta verso i suoi obiettivi condivisi. Il secondo elemento che Schwartz (2006) è andato ad approfondire è come, all'interno delle diverse società, viene garantito che le persone si comportino in un modo responsabile e che preservi il tessuto sociale. Le persone devono essere indotte a considerare il benessere degli altri, coordinarsi con loro e gestire le loro inevitabili interdipendenze. Nelle culture in cui viene enfatizzato l'egualitarismo, le persone tendono a riconoscersi l'un l'altra come uguali, che condividono gli stessi interessi fondamentali come esseri umani. Queste persone sono inserite all'interno della società per interiorizzare l'impegno verso la cooperazione e per preoccuparsi del benessere di tutti. Valori importanti in tali culture includono l'uguaglianza, la giustizia sociale, la responsabilità, l'aiuto e l'onestà. L'alternativa polare all'egualitarismo viene denominata da Schwartz (2006) gerarchia culturale, essa per assicurare un comportamento responsabile e produttivo, si basa su sistemi gerarchici di ruoli attribuiti e legittima l'ineguale distribuzione del potere, dei ruoli e delle risorse. Valori come il potere sociale, l'autorità,

l'umiltà e la ricchezza sono molto importanti nelle culture gerarchiche. Il terzo elemento sociale analizzato da Schwartz (2006) è il modo in cui le persone gestiscono le loro relazioni con il mondo naturale e sociale. Le due risposte culturali che si trovano ai poli di questo elemento sono l'armonia e la padronanza. L'armonia mette in risalto l'adattarsi al mondo così com'è, cercando di capire e apprezzare piuttosto che cambiare o sfruttare. I valori importanti nelle culture che enfatizzano l'armonia includono la pace, l'unità con la natura e la protezione dell'ambiente. La padronanza invece incoraggia l'autoaffermazione attiva al fine di padroneggiare, dirigere, e cambiare l'ambiente naturale e sociale per raggiungere obiettivi di gruppo o personali. Valori come l'ambizione, il successo, e la competenza sono particolarmente importanti nelle culture di padronanza.

Anche se la più recente ricerca di Schwartz rileva sette valori culturali (Schwartz, 2006; armonia, integrazione, gerarchia, padronanza, autonomia affettiva, autonomia intellettuale, uguaglianza), il modello maggiormente utilizzato nella letteratura attuale è ancora quello del 1992 (Schwartz, 1992). La teoria di Schwartz (1992) individua 10 valori distinti: auto-direzione (possibilità di agire, esplorare e scegliere in maniera indipendente), universalismo (bisogno di conoscere, comprendere, apprezzare, tollerare e proteggere le persone e la natura), benevolenza (l'insieme di preoccupazioni nei confronti del benessere delle persone care; diversa dall'orientamento prosociale che si riferisce a gruppi sociali più ampi), tradizione (valore attribuito al fatto di riconoscere e tramandare simboli, tradizioni e usanze della comunità di appartenenza), conformità (si riferisce alla propensione ad aderire oppure violare le aspettative, le regole e le norme sociali), sicurezza (valore orientato al raggiungimento di uno stato di tranquillità, armonia e stabilità, sia di tipo sociale sia nel rapporto con sé stessi), potere (dimensione di universale dominanza/sottomissione), successo (possibilità di mostrarsi competenti e all'altezza degli standard sociali nell'esecuzione di compiti salienti, e di ottenere approvazione da parte degli altri significativi), edonismo (corrisponde ad un bisogno dell'organismo di svolgere attività piacevoli e gratificanti, e di provare piacere da queste) e stimolazione (riguarda la preferenza per attività varie e stimolanti che permettono all'individuo di mantenere un livello ottimale di attivazione). In ogni caso tutti i dieci valori della teoria del '92 sono presenti all'interno degli orientamenti valoriali della teoria del 2006. Schwartz (1992, 1994) ha situato ciascuno dei 10 valori su una circonferenza dove i valori adiacenti sono quelli maggiormente in relazione tra loro, mentre quelli opposti lo sono in maniera minore o quasi nulla (Figura 1).

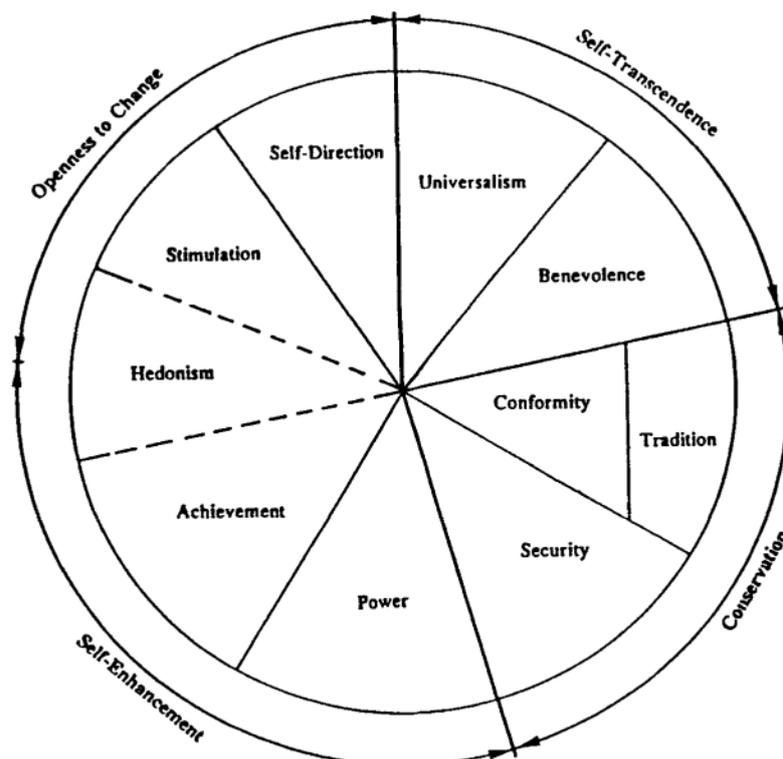


Figura 2: modello dei valori di Schwartz

I dieci valori individuati da Schwartz sono raggruppati in quattro categorie di ordine superiore. In primo luogo, abbiamo i valori di auto-realizzazione: potere, successo ed edonismo, essi definiscono la misura in cui gli individui cercano status sociale, prestigio e controllo su altre persone e risorse (Schwartz, 1994). In secondo luogo, e strutturalmente opposti, abbiamo i valori di auto-trascendenza (universalismo e benevolenza) che riflettono un interesse primario nell'aiutare e nel benessere degli altri (Schwartz 1992, 1994). A seguire abbiamo i valori di apertura al cambiamento (stimolazione e auto-direzione), che si riferiscono alle preferenze dell'individuo di fissare i propri obiettivi e cercare la libertà, la sfida e l'indipendenza nella propria vita (Schwartz 1994). Infine, strutturalmente opposti ai precedenti, abbiamo i valori di conservazione (sicurezza, conformità e tradizione) che si concentrano sul mantenimento dello status quo e sul rispetto della storia e della tradizione (Schwartz 1994). Prove della validità discriminante e predittiva, dell'affidabilità e della configurazione strutturale della teoria e delle misure di Schwartz sono state raccolte da un gran numero di campioni in circa 80 paesi differenti (Schwartz, 1992, 1994, 2012).

Oltre i valori di vita universali che costituiscono la base della teoria e delle misure di Schwartz, la ricerca è anche stata condotta sui valori lavorativi e sul ruolo che essi svolgono

nello spiegare i comportamenti sul luogo di lavoro. Le ricerche hanno mostrato come i valori lavorativi siano associati alla soddisfazione lavorativa (Kashefi, 2005), agli atteggiamenti verso il cambiamento e l'apprendimento organizzativo (Alas, 2009), alle prestazioni lavorative (Parsons et al., 1999) e al commitment organizzativo (Cohen, 2003). Più in generale Consiglio et al. (2017) hanno osservato che i valori lavorativi sono fondamentali per la gestione della motivazione e dell'impegno dei dipendenti.

Lo studio di Albrecht (2020) mirava a valutare la validità di una scala dei valori personali relativi al lavoro, progettata per misurare dieci valori di base applicabili al contesto lavorativo. Coerentemente agli inviti a confrontare la struttura dei valori lavorativi con i valori generalizzati, nello studio è stato anche chiesto ai partecipanti di completare un adattamento della Personal Values Survey di Schwartz (2012). L'obiettivo della ricerca era quello di trovare tra le correlazioni dei fattori della nuova scala dei valori lavorativi, una struttura simile a quella della ricerca precedentemente pubblicata che utilizzava la Personal Values Survey di Schwartz, e che questi valori rappresentassero i valori universali codificati da Schwartz nel contesto specifico del lavoro. I risultati di questo studio mostrano come le correlazioni tra i valori lavorativi ed i corrispondenti valori personali più generali variano da un minimo di .27 ad un massimo di .53 (valori riportati in Tabella 1) e quindi suggeriscono che i nuovi valori lavorativi sviluppati, anche se in linea con il quadro teorico di Schwartz (1992), non si sovrappongono completamente.

I valori lavorativi ed i loro corrispondenti valori universali sono quindi costrutti indipendenti. La procedura di multidimensional scaling (MDS) ha mostrato che i nuovi valori lavorativi sviluppati, avevano un modello di associazioni simili al quadro dei valori personali di Schwartz (1992). Ad esempio, l'autorità era più proximale, in uno spazio bidimensionale, all'ambizione ed entrambi erano in un quadrante che rappresentava il valore di ordine superiore di Schwartz dell'auto-potenziamento. L'autonomia, la varietà e il godimento erano collocati nel quadrante rappresentativo del valore dell'apertura al cambiamento. Questi risultati sono coerenti con la teoria e con i suggerimenti che i sistemi valoriali del lavoro possono riflettere l'espressione di valori personali più ampi all'interno di un contesto organizzativo (Ros et al., 1999).

<b>Schwartz</b>	<b>Albrecht</b>	<b>R di Pearson</b>
Valore del potere	Autorità	0.38
Raggiungimento del successo	Ambizione	0.52
Edonismo	Piacere	0.41
Stimolazione	Varietà	0.28
Autodirezionalità	Autonomia	0.27
Universalismo	Giustizia sociale	0.5
Universalismo	Sostenibilità ambientale	0.53
Benevolenza	Aiuto e supporto	0.34
Conformismo	Rispetto delle regole	0.47
Tradizione	Valori tradizionali	0.56
Sicurezza	Sicurezza	0.37

*Tabella 1. Correlazioni tra i valori universali di Schwartz e quelli lavorativi di Albrecht.*

Sia gli argomenti teorici che le analisi empiriche suggeriscono che ci sono delle regioni del mondo culturalmente distinte (Hofstede, 2001; Huntington, 1993; Inglehart, 1997; Schwartz, 1999). In uno dei suoi studi Schwartz (2006) ha esaminato le posizioni nello spazio culturale di 76 gruppi culturali (73 paesi, con Israele diviso in arabi ed ebrei, Germania in Est e Ovest, ed il Canada in gruppi nazionali anglofoni e francofoni) su campioni combinati di studenti ed insegnanti. La mappa spaziale delle 76 culture nazionali rivela sette raggruppamenti culturali transnazionali: i paesi dell'Europa occidentale (ai quali appartiene l'Italia), paesi di lingua inglese, paesi dell'America Latina, paesi dell'Asia meridionale (ai quali appartiene l'India), paesi influenzati dal Confucianesimo e paesi africani e del Medio Oriente.

Il raggruppamento culturale transnazionale dell'Europa occidentale sottolinea l'importanza dell'autonomia intellettuale, dell'egualitarismo e dell'armonia più di qualsiasi altra regione. È la regione con i valori più bassi nella gerarchia e nell'incorporamento sociale. Questo profilo persiste anche dopo aver utilizzato come variabile di controllo la ricchezza nazionale. Così, anche se l'alto livello economico dell'Europa occidentale può influenzare la sua cultura, altri fattori sono apparentemente critici. Questo profilo culturale calza per una

regione di stati democratici e assistenziali dove la preoccupazione per l'ambiente è particolarmente alta (cfr. Ester, Halman, & Seuren, 1994). Il confronto di 22 campioni dell'Europa occidentale con sei campioni degli Stati Uniti mostra grandi e significative differenze su sei dei sette orientamenti culturali. L'egualitarismo, l'autonomia intellettuale e l'armonia sono più alti nell'Europa occidentale; la padronanza, la gerarchia e l'incorporamento sociale sono più alti negli Stati Uniti. Utilizzare il termine "individualista" per descrivere una delle culture dell'Europa occidentale distorcerebbe il quadro rivelato da queste analisi (Schwartz, 2006). Gli orientamenti culturali nell'Europa occidentale sono individuali in un senso: enfatizzano l'autonomia intellettuale e affettiva e de-enfatizzano la gerarchia e l'incorporazione sociale rispetto ad altre culture nella maggior parte del mondo. Ma le priorità culturali dell'Europa occidentale contraddicono le opinioni convenzionali di individualismo in un altro senso: essi sottolineano l'egualitarismo e l'armonia a discapito della padronanza. In queste culture, quindi, è presente una preoccupazione disinteressata per il benessere degli altri e ci si inserisce nel mondo naturale e sociale piuttosto che sforzarsi di cambiarlo attraverso un'azione assertiva. Questo va direttamente contro il modo in cui l'individualismo è generalmente inteso.

La cultura nella regione dell'Asia meridionale, di cui l'India è parte, è particolarmente alta nella gerarchia e nell'incorporazione sociale e bassa nell'autonomia e nell'egualitarismo. Ciò indica un'enfasi sull'adempimento dei propri obblighi in un sistema gerarchico, obbedendo alle aspettative di coloro che ricoprono ruoli di maggiore status o autorità e si aspettano umiltà e obbedienza da coloro che ricoprono ruoli inferiori. In questa regione, similmente a quella africana, ci si aspetta che piuttosto che le attività autonome, siano le relazioni sociali a dare un senso alla vita. Con l'eccezione di un rating dell'India particolarmente alto nella padronanza, tutti i gruppi sono abbastanza omogenei. La varietà delle religioni dominanti in questa regione (induismo, cattolicesimo, islam, buddismo e protestantesimo) non produce eterogeneità culturale sugli orientamenti di base.

In un altro studio, Schwartz (2001) ha esaminato le relazioni tra i valori generali ed altre variabili. Dai risultati è emerso che variabili come l'età, l'educazione e la religiosità possano influenzare i valori personali. Nello specifico, con l'avanzare dell'età le persone tendono ad essere maggiormente integrate all'interno della rete sociale, più impegnate in modelli di comportamento abituali, e meno esposti a sfide e cambiamenti stimolanti ed eccitanti (Glen 1974; Tyler & Shuller, 1991). Questo porta all'ipotesi, confermata da studi precedenti, che l'età correla positivamente con valori conservativi come la tradizione, la conformità e la

sicurezza, e correla negativamente con l'apertura al cambiamento (auto-direzione, stimolazione) e con i valori edonistici (Feather, 1975; Rokeach, 1973). Le esperienze educative promuovono l'apertura intellettuale, la flessibilità e l'ampiezza di prospettiva, essenziali per i valori di auto-direzione (Agnihorty, 1986; Kohn & Schooler, 1983). Secondo Schwartz (2001), queste stesse esperienze aumentano l'apertura a idee e attività non di routine, centrali per i valori di stimolazione. Al contrario, queste esperienze minano i valori di conformità e tradizione sfidando l'accettazione incondizionata delle norme prevalenti, delle aspettative e delle tradizioni. Nelle ricerche precedenti, l'istruzione ha costantemente previsto una preferenza per l'auto-direzione e la stimolazione rispetto ai valori di conformità e tradizione (Kohn & Schooler, 1983; Prince-Gibson & Schwartz, 1998). Ricerche precedenti condotte con la scala dei valori personali in 10 nazioni hanno confermato la teoria di come la religiosità individuale sia correlata positivamente al dare priorità ai valori di conformità e tradizione a discapito di quelli di edonismo, auto-direzione e stimolazione (Roccas & Schwartz, 1997; Schwartz & Huismans, 1995).

### **La Unified Multidimensional Calling Scale**

Prima di proseguire con la formulazione delle ipotesi di ricerca, è opportuno approfondire le sette dimensioni della chiamata identificate dall'Unified Multidimensional Calling Scale, strumento che verrà utilizzato in questa ricerca. Come esposto nel primo capitolo, il quadro generale delle conoscenze scientifiche riguardo la chiamata è limitato dall'assenza di un modello teorico e di misurazione condiviso. Negli anni sono stati proposti ed utilizzati modelli differenti che ancora non è possibile ridurre alla generalizzazione, l'eterogeneità delle misure e delle concettualizzazioni della chiamata potrebbero quindi portare a risultati contraddittori. Vianello et al. (2018), attraverso la Unified Multidimensional Calling Scale, hanno individuato sette dimensioni della chiamata: chiamata trascendente, identità, orientamento prosociale, passione, pervasività, sacrificio e significato. Queste dimensioni sono ricorrenti nelle principali definizioni della chiamata presenti in letteratura, e sottolineano la multidimensionalità del costrutto. La dimensione di chiamata trascendente era presente negli studi di Bunderson e Thompson (2009), Dik e Duffy (2009, 2012), Hagmeier e Abele (2012) e Praskova et al. (2015), essa rappresenta come la chiamata si origini al di là del sé, e che, in quanto le persone hanno anche valori ed obiettivi finalizzati all'aiuto del prossimo che divengono fattori motivanti all'azione, la stessa chiamata persegue anche un intento prosociale. La dimensione di identità, o di identificazione con il proprio

lavoro, è presente negli studi di Wrzesniewski et al. (1997), Dobrow e Tosti-Kharas (2011) e Hagmeier e Habele (2012), per indicare che ciò che un individuo fa per vivere è una componente importante nella definizione della propria identità. La dimensione di orientamento prosociale era stata identificata negli studi di Wrzesniewski et al. (1997), Dik e Duffy (2009, 2012), Hagmeier e Abele (2012) e Praskova et al. (2015). La dimensione della passione era presente nei già citati lavori di Wrzesniewski et al. (1997), Dobrow e Tosti-Kharas (2011) e Praskova et al. (2015), e indica il fatto che le persone che si trovano a vivere la propria chiamata provano sentimenti di soddisfazione e gioia nello svolgere attività inerenti al dominio della loro chiamata. La dimensione della pervasività è presente negli studi di Wrzesniewski et al. (1997) e di Dobrow e Tosti-Kharas (2011) ed indicava come il dominio lavorativo costituisca un pensiero ricorrente per chi sta vivendo la propria chiamata. La dimensione del sacrificio era presente unicamente nel lavoro di Dobrow e Tosti-Kharas (2011) e indica come le persone che percepiscono una chiamata siano disposti a sacrificare tempo, energie e denaro per rispondere alla chiamata. Per terminare, la dimensione di significato è stata citata negli studi di Dik e Duffy (2009, 2012), Dobrow e Tosti-Kharas (2011) e Praskova et al. (2015) ed indica come la chiamata contribuisca ad attribuire un senso alla vita di chi la vive.

Gli item della scala UMCS sono stati estratti e adattati dalla scala di chiamata validata da Dobrow e Tosti-Kharas e dal Calling and Vocation Questionnaire (CVQ) di Dik, Dobrow e Tosti-Kharas. Nella prima scala, anche se gli autori avevano individuato quattro dimensioni della chiamata (identità, passione, pervasività e sacrificio), essa veniva misurata come costruito unidimensionale mediante 12 item. Il CVQ invece, è composto da 24 item e misura sia la ricerca che la presenza di una chiamata attraverso tre sottoscale: chiamata trascendente (transcendent summons), orientamento prosociale (prosocial orientation) e rilevanza del lavoro (purposeful work). Il modello dell'UMCS è risultato valido ed ha confermato la presenza delle suddette sette dimensioni della chiamata in due studi condotti su studenti universitari e lavoratori. La scala è risultata invariante nel tempo e attraverso vari domini della chiamata.

## **Formulazione delle ipotesi di ricerca**

Le ipotesi di questa ricerca sono state formulate sulla base della letteratura precedente e verranno presentate in questa sezione. Innanzi tutto, si ipotizza di rilevare tra gli studenti Indiani valori più elevati nel punteggio composito della chiamata (ipotesi 1). Questa ipotesi

si basa sui risultati dello studio cross-culturale di Douglass, Duffy e Autin (2016) dove il campione composto da lavoratori adulti indiani aveva ottenuto punteggi medi maggiori nella chiamata rispetto al campione statunitense. Nello stesso studio però, la relazione tra la chiamata e la soddisfazione di vita era più forte nel campione statunitense. Uno degli obiettivi di questa ricerca è di replicare questi risultati nel confronto tra il campione italiano ed indiano. (ipotesi 2).

Per quanto riguarda le sette dimensioni della UMCS (Vianello et al., 2018), si ipotizza un punteggio medio maggiore nel campione indiano nella dimensione dell'orientamento prosociale, e minore in quella dell'identità rispetto al campione italiano (ipotesi 3 e 4). Diversi studi hanno infatti dimostrato come le culture occidentali tendano maggiormente verso l'individualismo mentre quelle orientali verso il collettivismo (Hofstede, 1980; Randall, 1993; Sinha, 1997), e come una visione individualista sia focalizzata sull'auto-direzionalità interiore e sull'identità personale mentre una visione collettivista sia invece centrata sul concetto di unità sociali con valori ed obiettivi condivisi (Brewer e Chen, 2007; Oyserman, Coon, & Kimmelmeier, 2002; Oyserman & Lee, 2008; Triandis, 2001; Waterman, 1984). Uno studio di Nath (2017) condotto su degli specializzandi indiani ha mostrato come essi attribuissero una forte importanza al fattore di lavoro come destino nella concettualizzazione della chiamata, ipotizziamo quindi in questa ricerca che la dimensione di chiamata trascendente, che segnala come la chiamata si origini oltre il sé, sia maggiore nel campione indiano (ipotesi 5). Infine, si ipotizza di rilevare punteggi mediamente maggiori nella dimensione di significato tra gli studenti italiani (ipotesi 6), diversi studi hanno infatti evidenziato che i membri di società individualistiche definiscono maggiormente la propria vita in base al lavoro svolto, al quale viene attribuito un forte significato in quanto mezzo per ottenere benessere e soddisfazione (Bunderson & Thompson, 2019; Duffy et al., 2012; Duffy, Dik & Steger, 2011; Hirschi & Hermann, 2013). Nelle società collettivistiche invece viene attribuita importanza ad altri aspetti connessi al far parte di una comunità ed allo sviluppare buone relazioni sociali (Steger et al., 2017).

Infine, sulla base dello studio di Schwartz (2006), si ipotizzano delle differenze nel modo in cui i punteggi dei valori lavorativi misurati attraverso la WVS di Albrecht sono correlati alla chiamata nel campione italiano ed in quello indiano. Sia gli argomenti teorici che quelli empirici suggeriscono che ci sono regioni del mondo culturalmente distinte (Hofstede, 2001; Huntington, 1993; Inglehart, 1997; Schwartz, 1999). A livello nazionale, i valori caratterizzano i gruppi e le società e consentono il confronto tra le culture (Hofstede, 2001;

Inglehart, 1997). I valori a livello nazionale sono idee condivise ed astratte su ciò che è buono, giusto e desiderabile in una società (Williams, 1970). Sono i traguardi e gli obiettivi che i membri di una società sono incoraggiati a considerare degni, e servono a giustificare le azioni intraprese nel perseguimento di questi stessi obiettivi (Schwartz, 1999). I valori a livello nazionale si sviluppano in risposta alle sfide di base che tutte le società devono affrontare (Hofstede, 1991; Schwartz, 1999), e si riflettono nelle istituzioni sociali e nei simboli, nei rituali, e nelle norme e pratiche condivise che queste istituzioni sviluppano e rafforzano (Sagiv e Schwartz, 2007). La teoria di Schwartz è l'unica a specificare la struttura delle dimensioni culturali in termini di presupposti condivisi e opposti che le sottendono (Schwartz 2004, 2010). Identificare la struttura delle dimensioni culturali dei valori rende possibile approfondire la nostra comprensione di quelle dimensioni e delle dinamiche di compatibilità e conflittualità tra di esse, mettendo in luce sia le differenze che i punti in comune tra le società (ad esempio sia gli Stati Uniti che il Regno Unito enfatizzano la padronanza e l'autonomia, mentre sia la Cina che l'India enfatizzano la padronanza) (Knafo, Roccas e Sagiv, 2011). Schwartz (2006) ha esaminato le posizioni di 76 gruppi culturali (campione composto da studenti e insegnanti) all'interno di uno spazio culturale, prima standardizzando l'importanza media di ogni orientamento culturale per ogni gruppo nazionale, e poi utilizzando la tecnica di scalatura multidimensionale del co-plot (Goldreich e Raveh, 1993) per mappare le distanze culturali tra i gruppi. Questa tecnica calcola una matrice di differenze di profilo tra tutte le possibili coppie di gruppi sommando le differenze assolute tra i gruppi per ogni orientamento valoriale, e da questa matrice genera una rappresentazione spaziale bidimensionale delle somiglianze e delle differenze tra i gruppi (Schwartz, 2006). Le teorie dei valori a livello nazionale sono state utilizzate per prevedere una vasta gamma di fenomeni individuali, di gruppo e organizzativi (Hofstede, 2001; House et al., 2001). Nello spazio culturale di Schwartz la cultura italiana, paragonata a tutte le altre, è molto alta nell'orientamento all'egualitarismo, all'armonia e all'autonomia intellettuale mentre invece negli orientamenti opposti, ovvero alla gerarchia e alla padronanza è molto bassa. L'India si trova in una posizione diametralmente opposta a quella dell'Italia, è molto alta rispetto l'Italia e tutti gli altri stati negli orientamenti culturali alla gerarchia, alla padronanza e all'incorporamento sociale e bassa negli orientamenti opposti. Gli orientamenti all'egualitarismo, all'autonomia intellettuale e all'armonia rappresentano rispettivamente: il riconoscere le altre persone come individui moralmente eguali e che condividono gli stessi interessi di base in quanto esseri umani; il perseguire le proprie idee e

direzioni intellettuali in maniera indipendente; ed il provare a capire e apprezzare l'ambiente in cui ci si trova piuttosto che provare a cambiarlo o sfruttarlo. Gli orientamenti culturali alla gerarchia, alla padronanza e all'incorporamento sociale rappresentano invece: il dare per scontata la distribuzione gerarchica dei ruoli ed il rispetto degli obblighi e delle regole che ne conseguono; l'autoaffermazione al fine di padroneggiare, dirigere e cambiare l'ambiente naturale e sociale; ed il vedere le persone come individui incorporati nella società, dalla quale deriva il significato della propria vita. Secondo Schwartz (2006) fanno parte dell'orientamento culturale all'autonomia valori come il piacere e la curiosità; dell'orientamento all'egualitarismo valori come la giustizia sociale e l'aiuto; dell'orientamento all'armonia valori come la ricerca di un mondo pacifico e la protezione dell'ambiente. Mentre invece fanno parte dell'orientamento culturale all'incorporamento sociale valori come il rispetto della tradizione, la sicurezza e l'obbedienza; dell'orientamento alla gerarchia valori come l'autorità ed il potere sociale; dell'orientamento alla padronanza valori come l'ambizione (Schwartz, 2006). Per questo in questa ricerca si ipotizza che il valore attribuito al lavoro come veicolo di autonomia, giustizia sociale, e aiuto e supporto sia maggiormente correlato alla chiamata (Ipotesi 7), e che valori lavorativi come l'autorità, il rispetto delle regole ed i valori tradizionali, siano più predittivi della chiamata, ovvero favoriscano in modo maggiore rispetto all'Italia la percezione di avere una chiamata (ipotesi 8).

## **Capitolo III: La ricerca**

### **Disegno di ricerca**

Per questa ricerca cross-culturale è stato un metodo aperto e riproducibile alla ricerca. Tale approccio fa tesoro di alcune riforme adottate dai ricercatori per allineare il loro lavoro con i fondamenti della scienza aperta, che racchiude in sé i concetti di apertura, riproducibilità, replicabilità, rigore, trasparenza e accumulo di conoscenza. I principi indicati sono considerati come fondamentali per l'impresa scientifica e come pratiche migliorative nell'ambito della ricerca psicologica, utili per affrontare l'attuale "rivoluzione della credibilità" (Vazire, 2018).

Essendo parte di uno studio più ampio, nella prima fase è stata tradotta la versione italiana originale della UMCS in inglese tramite frequenti incontri e scambi con ricercatori provenienti da Stati Uniti, Olanda, e India. La versione inglese delle scale è quindi stata tradotta in Hindi da un ricercatore fluente in entrambe le lingue. Un altro ricercatore indipendentemente, ha tradotto la versione del primo ricercatore nella lingua di partenza, senza avere accesso alla versione originale. In seguito, i due ricercatori si incontrano e misurano la congruenza della versione originale e di quella tradotta nuovamente in inglese dal secondo ricercatore. Le incongruenze vengono documentate, risolte e utilizzate per perfezionare la versione localizzata del questionario. Una volta finalizzata la traduzione è stato creato il questionario su Qualtrics e condiviso tramite un link.

### **Campione di nazioni**

Le nazioni partecipanti avevano come obiettivo un campione di almeno trecento studenti universitari delle facoltà di economia, scelte per comodità di accesso da parte dei collaboratori internazionali responsabili della raccolta dati. Un modulo di consenso standard con le linee guida generali dell'UE è stato tradotto per le differenti nazioni, integrato con eventuali frasi aggiuntive per soddisfare il comitato etico locale, ed aggiunto alla prima pagina del sondaggio. Il primo passo è stato tradurre tutti i materiali del sondaggio nella lingua nativa dei partecipanti a partire dalla versione in inglese. I questionari sono stati distribuiti elettronicamente utilizzando Qualtrics.

## Partecipanti

Il campione della ricerca è composto da 1023 studenti provenienti dalle facoltà di economia di diverse università italiane ed indiane. La parte del campione italiano è composta da 465 studenti, dei quali il 48.8% ha dichiarato di essere di sesso femminile, il 50,8% di sesso maschile e lo 0.4% “altro”, l’età di questo sottocampione è compresa tra i 18 ed i 58 anni ( $M=22$ ;  $SD=3.72$ ). La parte del campione indiano invece, è costituita da 558 studenti, dei quali il 60.18% ha dichiarato di essere di sesso maschile e il 39.37% di sesso femminile, lo 0.45 “preferisce non rispondere”, l’età di questo sottocampione è compresa tra i 19 e i 50 anni ( $M=24.53$ ;  $SD=4.51$ ).

Alle domande riguardo le esperienze lavorative personali, il 37.79% degli studenti italiani ha dichiarato di non avere ancora avuto esperienze di questo tipo nella sua vita, il 25.42% ha avuto esperienze lavorative della durata di un anno, il 15.05% di due anni, l’11.04% di tre anni, e il restante 10.7% da quattro fino a più di 10 anni. Per quanto riguarda il campione composto dagli studenti indiani invece, il 35.21% dei partecipanti dichiara di non aver avuto esperienze lavorative, il 19.25% di avere avuto un’esperienza lavorativa della durata di un anno, l’8.92% di tre anni, e il 10.81% da quattro a più di dieci anni

Relativamente all’orientamento religioso, gran parte degli studenti del campione italiano si dichiara cattolica (38.5%) o atea (25.1%), il 14.7% dei soggetti si è dichiarato agnostico e l’11.7% come non religioso. Infine, alcuni studenti hanno affermato di praticare altre religioni come il musulmanesimo (6.3%), il buddhismo (0.7%), il protestantesimo (0.3%) o “altro” (2,7%). Il 6% dei partecipanti ha preferito non rispondere. Nella parte del campione indiano invece, la maggior parte si dichiara induista (71.36%), il 9.55% si è dichiarato protestante, il 5.45% come ateo, lo 0.91% come cattolico, la stessa percentuale è formata anche da chi si dichiara musulmano e agnostico, infine lo 0.46 per cento si è dichiarato buddista. L’1.82 ha risposto “niente in particolare”, il 3.64 “qualcos’altro ed il 5% ha preferito non rispondere.

Lo status socio-economico dei partecipanti è stato indagato utilizzando la scala di Cantril (1965). I risultati hanno evidenziato come il campione composto dagli studenti indiani indicasse il proprio status socio-economico e quello della propria famiglia come maggiore a confronto del campione composto da quelli italiani. In particolare, svolgendo delle analisi statistiche attraverso il t-test per campioni indipendenti, sono emerse delle differenze significative tra i due gruppi relative allo status socio-economico della famiglia di appartenenza ( $t=-2.049$ ;  $p=0.041$ ) e allo status socio-economico individuale ( $t=-4.344$ ;

$p < .001$ ). Analizzando le medie dei punteggi dei due campioni è stato possibile osservare che gli studenti indiani hanno punteggi mediamente maggiori rispetto a quelli degli studenti italiani nell'età ( $M_{ind}=24.533$   $SD_{ind}=4.514$ ;  $M_{it}=22.045$   $SD_{it}=3.716$ ), nello status socio-economico della propria famiglia ( $M_{ind}=6.963$   $SD_{ind}=1.552$ ;  $M_{it}=6.676$   $SD_{it}=1.584$ ) e nello status socio-economico individuale ( $M_{ind}=7.665$   $SD_{ind}=1.550$ ;  $M_{it}=7.043$   $SD_{it}=1.638$ ).

## **Misure**

### *Calling.*

Lo strumento utilizzato per la misura della chiamata è la Unified Multidimensional Calling Scale (UMCS) di Vianello, Dalla Rosa, Anselmi, e Galliani (2018). La UMCS valuta sette dimensioni: pervasività (3 item; es. “Ciò che studio è sempre nei miei pensieri”;  $\alpha=.799$ ), identità (3 item; es. “Quello che studio sarà sempre parte della mia vita”;  $\alpha=.777$ ), passione (4 item; es. “Mi piace quello che studio più di ogni altra cosa”;  $\alpha=.799$ ), sacrificio (3 item; es. “Sono disposto a grandi sacrifici pur di continuare a studiare questa disciplina”;  $\alpha=.840$ ), chiamata trascendente (3 item; es. “Credo di essere stato “chiamato” a seguire questo percorso”;  $\alpha=.873$ ), significato (3 item; es. “Il mio percorso accademico e professionale è importante per dare significato alla mia vita”;  $\alpha=.759$ ) e orientamento prosociale (3 item; es. “Cerco sempre di valutare quanto il mio lavoro potrà essere di beneficio per gli altri”;  $\alpha=.857$ ). Le risposte agli item sono fornite su una scala Likert a 5 punti. Da 1 che corrisponde a “fortemente in disaccordo” a 5 che corrisponde a “fortemente d'accordo”. La scala presenta ottime proprietà psicometriche sia per quanto riguarda l'attendibilità che per la validità. Nella popolazione italiana è stata verificata la validità strutturale della scala attraverso delle procedure di analisi fattoriale sia esplorativa che confermativa (es. Vianello et al., 2018). Inoltre, la scala ha dimostrato di possedere invarianza temporale ed invarianza rispetto 23 diversi domini della chiamata (Vianello et al., 2018), è quindi possibile utilizzarla su varie popolazioni.

### *Valori lavorativi.*

Per misurare i valori lavorativi dei partecipanti è stata utilizzata la Work Values Scale (Albrecht et al., 2020), un questionario auto somministrato composto da 52 item che identificano 11 fattori (cinque item per ogni fattore, ad eccezione della sostenibilità ambientale che è valutata da 2 item): autorità, ambizione, piacere, varietà, autonomia,

giustizia sociale, sostenibilità ambientale, aiuto e supporto, rispetto delle regole, valori tradizionali e sicurezza. Ai soggetti che compilano il questionario viene chiesto di indicare quanto ritengono importante l'azione descritta da ogni affermazione proposta su una scala Likert a 5 punti (dove 1 corrisponde a “per nulla importante”, e 5 a “del tutto importante”). La Work Values Scale possiede ottime proprietà psicometriche in termini di validità ed attendibilità (Albrecht et al., 2020). In questa ricerca le dimensioni di sostenibilità ambientale e sicurezza non sono state prese in considerazione.

### *Collettivismo.*

Per misurare il collettivismo sono stati utilizzati 6 item (ad es.: “Gli individui dovrebbero sacrificare i propri interessi per il gruppo”;  $\alpha=.848$ ) contenuti all'interno della Cultural Values Scale (CVS; Yoo, Donthu & Lenertowicz, 2011), una scala composta da 26 item misura altre quattro dimensioni relative ai valori culturali o individuali corrispondenti a quelli teorizzati da Hofstede (1980; 2001). Ai partecipanti viene richiesto di indicare il proprio grado di accordo con le affermazioni presentate utilizzando per rispondere una scala Likert a 5 punti da 1 che corrisponde a “completamente in disaccordo” a 5 che corrisponde a “completamente d'accordo”. La scala possiede ottime proprietà psicometriche sia in termini di attendibilità ( $\alpha=.848$ ) e validità. Nello specifico, attraverso delle procedure di analisi fattoriale esplorativa e confermativa è stata verificata la validità strutturale (Yoo et al., 2011). La scala ha mantenuto buone caratteristiche psicometriche anche quando è stata utilizzata su popolazioni con culture molto differenti (Yoo et al., 2011).

### *Soddisfazione di vita*

Lo strumento utilizzato per valutare la soddisfazione di vita è la Satisfaction With Life Scale (SWLS; Diener et al., 1985), un questionario self-report formato da cinque item (es. “sono soddisfatto della mia vita”) ai quali i soggetti possono esprimere il loro grado di accordo su una scala Likert a cinque punti (da 1 che corrisponde a “fortemente in disaccordo” a 5 che corrisponde a “fortemente in accordo”). Il punteggio della scala è calcolato effettuando la media dei punteggi delle risposte ai cinque item. Punteggi alti rappresentano una forte soddisfazione del soggetto riguardo la propria vita e viceversa. La SWLS ha dimostrato di avere proprietà psicometriche favorevoli, tra cui elevata consistenza interna ed elevata affidabilità temporale (Diener, Emmons, Larsen e Griffin, 1985). I punteggi nella SWLS correlano moderatamente con altre misure di benessere soggettivo e correlano prevedibilmente con caratteristiche di personalità specifiche. La SWLS è adatta per l'uso

con diversi gruppi per l'età. In questo studio la scala è risultata attendibile, il punteggio dell'indice Alfa di Chronbach è risultato pari a .818).

#### *Centralità del lavoro.*

Per valutare la centralità del lavoro è stata utilizzata la Work Centrality Scale (Kanungo, 1982; Hatrup, Ghorpade & Lackritz, 2007), un questionario composto da cinque item che indagano una sola dimensione relativa alla centralità del lavoro nella vita degli individui. Ai soggetti è richiesto di indicare su una scala Likert a 5 punti (da 1 "fortemente in disaccordo" a 5 "fortemente in accordo"; es. "le cose più importanti che accadono nella vita riguardano il lavoro") il grado di accordo con le affermazioni proposte. Punteggi elevati in questa scala indicano che il ruolo del lavoro nella vita del soggetto in questione è centrale. Le proprietà psicometriche della scala sono ottime, sono state effettuate analisi fattoriali di conferma a più gruppi per valutare la sua non equivalenza psicometrica con altri costrutti (Hatrup, Ghorpade & Lackritz, 2007). In questo studio l'Alfa di Chronbach è risultata pari a 0.791.

### **Analisi dei dati**

Sono state condotte statistiche descrittive (frequenze di risposta, media e deviazione standard) sia delle variabili socio-demografiche sia in riferimento a tutte le scale inserite nel questionario. In seguito, sono stati utilizzati dei T-test per campioni indipendenti al fine di effettuare un confronto tra i punteggi medi degli studenti indiani ("ind") e italiani ("it") relativi sia alle variabili socio-demografiche sia alle scale inserite nel questionario. Il livello di significatività è stato fissato a .05. Infine, è stato utilizzato il coefficiente r di Pearson per analizzare le correlazioni tra il punteggio composito della chiamata e le varie dimensioni della Work Values Scale.

### **Risultati**

Per verificare l'eventuale presenza di differenze significative tra i punteggi medi ottenuti dal campione italiano e da quello indiano in relazione a tutte le variabili socio-demografiche

considerate (età, status socio-economico familiare ed individuale) sono stati utilizzati dei t-test per campioni indipendenti.

Il t-test per campioni indipendenti ha indicato differenze significative tra i due gruppi messi a confronto rispetto all'età ( $t=-6.602$ ;  $p<.001$ ), allo status socio-economico individuale ( $t=-4.344$ ;  $p<.001$ ), e allo status socio-economico della famiglia ( $t=-2.049$ ;  $p=0.041$ ).

	<b>t</b>	<b>df</b>	<b>p</b>	<b>Cohen's d</b>
<b>SES familiare</b>	-2.049	513	0.041	-0.183
<b>SES individuale</b>	-4.344	513	< .001	-0.388
<b>Età</b>	-6.602	479	< .001	-0.613

Tabella 2. Differenze di età e status socio-economico tra il campione italiano e quello indiano

Il punteggio medio degli studenti italiani è minore di quello degli studenti indiani sia per l'età ( $M_{it}=22.045$   $SD_{it}=3.716$ ;  $M_{ind}=24.533$   $SD_{ind}=4.514$ ), sia per quanto riguarda lo status socio-economico individuale ( $M_{it}=7.043$   $SD_{it}=1.638$ ;  $M_{ind}=7.665$   $SD_{ind}=1.550$ ) e della propria famiglia ( $M_{it}=6.676$   $SD_{it}=1.584$ ;  $M_{ind}=6.963$   $SD_{ind}=1.552$ ). Tale sorprendente risultato sarà discusso nel paragrafo successivo. La nostra spiegazione è che la scala dello status socio-economico sia familiare che individuale chiede di confrontarsi con parenti ed amici. Non è quindi una misura assoluta dello status ma relativa e difficilmente confrontabile tra diversi paesi. quindi non lo rappresenta in valore assoluto come potrebbe fare ad esempio il reddito.

	<b>Paese</b>	<b>Mean</b>	<b>SD</b>	<b>SE</b>
<b>SES familiare</b>	Italia	6.676	1.584	0.092
	India	6.963	1.552	0.106
<b>SES individuale</b>	Italia	7.043	1.638	0.095
	India	7.665	1.55	0.106
<b>Età</b>	Italia	22.045	3.716	0.22
	India	24.533	4.514	0.323

Tabella 3. medie di età e status socio-economico del campione italiano e di quello indiano

Con lo scopo di indagare la presenza di differenze significative tra i punteggi medi ottenuti

dagli studenti italiani ed indiani in tutte le scale inserite all'interno del questionario (chiamata professionale, valori lavorativi, work centrality, collettivismo e soddisfazione di vita) sono stati utilizzati dei t-test per campioni indipendenti.

Analizzando la chiamata professionale e le sue dimensioni, i risultati delle t di Student hanno mostrato differenze nei punteggi medi statisticamente significative relativamente a tutte le sue dimensioni significativo ( $t=-4.250$ ;  $p<001$ ) (Tabella 4).

	<b>t</b>	<b>p</b>	<b>Cohen's d</b>
<b>Passione</b>	-7.113	< .001	-0.587
<b>Sacrificio</b>	-3.151	0.002	-0.26
<b>Chiamata trascendente</b>	-6.776	< .001	-0.559
<b>Orientamento prosociale</b>	-5.268	< .001	-0.435
<b>Pervasività</b>	-6.803	< .001	-0.562
<b>Significato</b>	-4.25	< .001	-0.351
<b>Identità</b>	-1.992	0.047	-0.164

*Tabella 4: differenze nelle dimensioni della chiamata tra il campione italiano e indiano*

In particolare, gli studenti indiani hanno ottenuto punteggi mediamente maggiori di quelli degli studenti italiani nelle dimensioni di passione ( $M_{it}=3.346$   $SD_{it}=0.859$ ;  $M_{ind}=3.820$   $SD_{ind}=0.730$ ), sacrificio ( $M_{it}=3.712$   $SD_{it}=0.918$ ;  $M_{ind}= 3.932$   $SD_{ind}=0.733$ ), chiamata trascendente ( $M_{it}= 2.449$   $SD_{it}=1$ ;  $M_{ind}=2.990$   $SD_{ind}=0.920$ ), orientamento prosociale ( $M_{it}=3.619$   $SD_{it}=0.944$ ;  $M_{ind}=4.016$   $SD_{ind}=0.865$ ), pervasività ( $M_{it}=2.782$   $SD=0.950$ ;  $M_{ind}=3.295$   $SD_{ind}=0.858$ ) e significato ( $M_{it}=3.961$   $SD_{it}=0.732$ ;  $M_{ind}=4.214$   $SD_{ind}=0.707$ ). Non sono state rilevate differenze significative tra i punteggi medi dei due gruppi per quanto riguarda la dimensione di identità ( $t=-1.992$ ;  $p=0.047$ ;  $d=-0.164$ ).

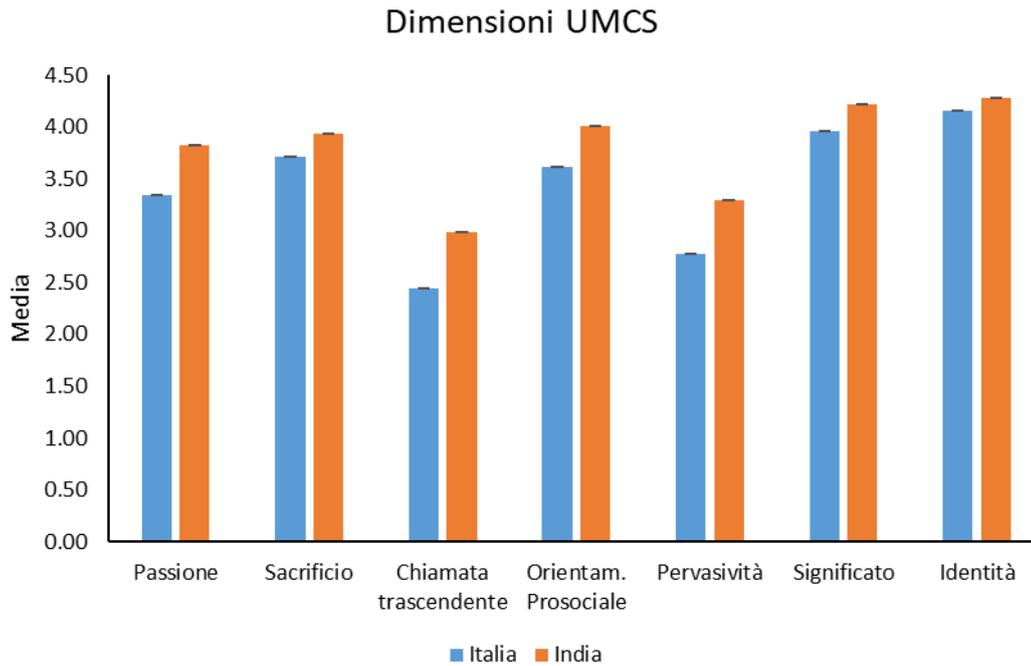


Figura 3. Medie del campione italiano e indiano nelle dimensioni della chiamata

Anche il punteggio composito della chiamata ha mostrato differenze statisticamente significative tra gli studenti indiani e quelli italiani ( $t=-7.315$ ,  $p<.001$ ), con i primi che hanno ottenuto punteggi medi maggiori ( $M_{ind}=3.792$ ,  $SD_{ind}=0.588$ ) rispetto ai secondi ( $M_{it}=3.432$ ,  $SD_{it}=0.601$ ).

	<b>t</b>	<b>p</b>	<b>Cohen's d</b>
<b>Calling</b>	-7.315	< .001	-0.604

Tabella 5. Differenza nella chiamata tra il campione italiano e indiano

	<b>Mean</b>	<b>SD</b>	<b>SE</b>
<b>Italia</b>	3.432	0.601	0.032
<b>India</b>	3.792	0.588	0.037

Tabella 6. Media della chiamata del campione italiano e indiano

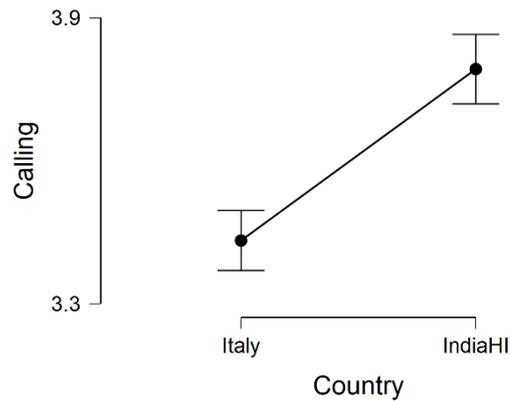


Figura 4. Differenza nel punteggio della chiamata tra il campione italiano e indiano (le barre d'errore rappresentano intervalli di confidenza al 95%).

Per quanto riguarda i valori lavorativi, attraverso il t-test per campioni indipendenti sono state rilevate differenze significative attraverso i due gruppi relativamente alle dimensioni di ambizione, di piacere), varietà, autonomia, giustizia sociale, valori tradizionali, e aiuto (Tabella 7). Non sono state riscontrate differenze significative tra i due campioni nella dimensione di autorità e di rispetto delle regole della scala (Tabella 7).

	<b>t</b>	<b>p</b>	<b>Cohen's d</b>
<b>Autorità</b>	-1.051	0.294	-0.086
<b>Ambizione</b>	2.919	0.004	0.239
<b>Piacere</b>	4.403	< .001	0.361
<b>Varietà</b>	-2.102	0.036	-0.172
<b>Autonomia</b>	-3.217	0.001	-0.264
<b>Giustizia sociale</b>	-2.658	0.008	-0.218
<b>Valori tradizionali</b>	-14.826	< .001	-1.215
<b>Rispetto delle regole</b>	-0.846	0.398	-0.069
<b>Aiuto e supporto</b>	-6.404	< .001	-0.525

Tabella 7. Differenze nei valori lavorativi tra il campione italiano e indiano

In particolare, gli studenti italiani hanno ottenuto punteggi medi maggiori rispetto a quelli degli studenti indiani nelle dimensioni di ambizione ( $M_{it}=4.244$   $SD_{it}=0.627$ ;  $M_{ind}=4.087$   $SD_{ind}=0.695$ ) e di piacere ( $M_{it}=4.380$   $SD_{it}=0.546$  ;  $M_{ind}=4.176$   $SD_{ind}=0.589$ ), mentre invece gli studenti indiani hanno ottenuto punteggi mediamente maggiori nelle dimensioni di varietà ( $M_{ind}=3.918$   $SD_{ind}=0.694$ ;  $M_{it}=3.789$   $SD_{it}=0.792$ ), autonomia ( $M_{ind}=4.196$   $SD_{ind}=0.641$ ;  $M_{it}=4.024$   $SD_{it}=0.659$ ), giustizia sociale ( $M_{ind}=3.959$   $SD_{ind}=0.741$ ;  $M_{it}=3.777$   $SD_{it}=0.896$ ), valori tradizionali ( $M_{ind}=3.534$   $SD_{ind}=0.796$ ;  $M_{it}=2.495$   $SD_{it}=0.897$ ) e aiuto ( $M_{ind}=4.089$   $SD_{ind}=0.686$ ;  $M_{it}=3.713$   $SD_{it}=0.741$ ). (Figura 5)

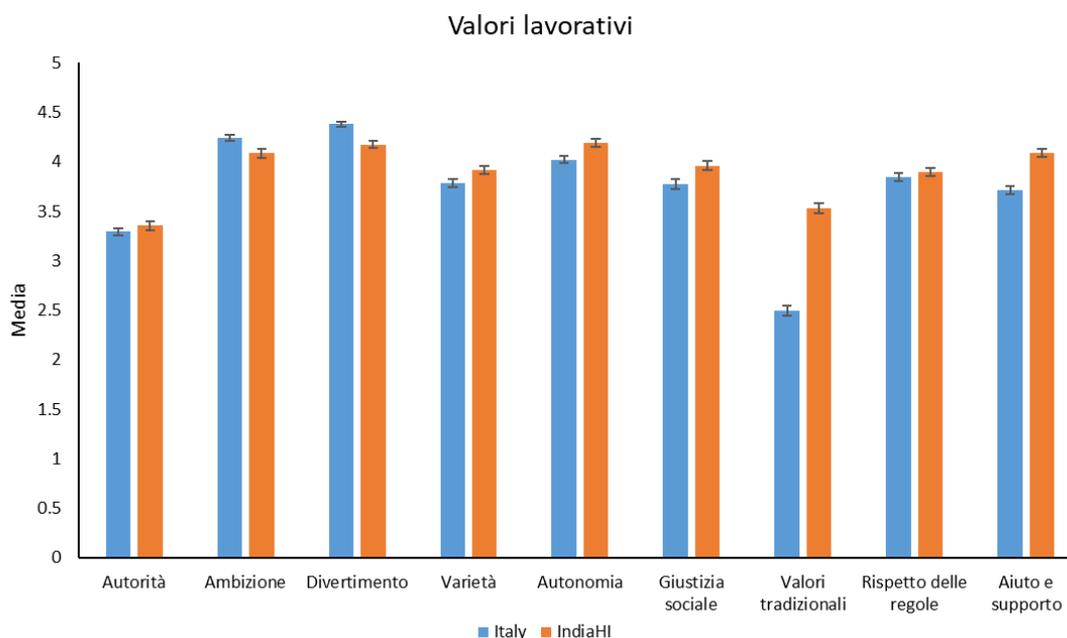


Figura 5. Medie dei punteggi dei valori lavorativi del campione italiano e indiano

Per terminare, sono state osservate differenze tra i due gruppi rispetto alla soddisfazione di vita, centralità del lavoro e al collettivismo. Nel collettivismo la differenza tra gli studenti italiani ed indiani non è risultata significativa (Tabella 8). Nella centralità del lavoro invece gli studenti indiani hanno ottenuto punteggi mediamente maggiori rispetto a quelli italiani (Tabella 8). Anche nella soddisfazione di vita gli studenti hanno ottenuto punteggi medi significativamente maggiori (Tabella 8).

	<b>t</b>	<b>p</b>	<b>Cohen's d</b>
<b>Collettivismo</b>	-0.842	0.4	-0.068
<b>Centralità del lavoro</b>	-6.604	< .001	-0.538
<b>Soddisfazione di vita</b>	-3.517	< .001	-0.31

Tabella 8. Differenze nel collettivismo, centralità del lavoro e soddisfazione di vita tra il campione italiano e indiano

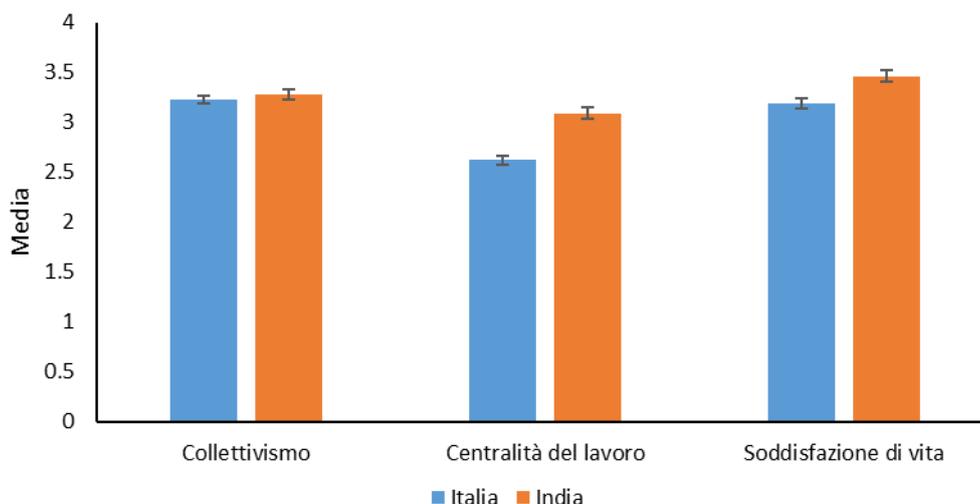


Figura 6. Medie dei punteggi del collettivismo, centralità del lavoro e soddisfazione di vita del campione italiano e indiano

Con lo scopo di indagare la presenza di relazioni significative tra il punteggio composto della chiamata da una parte, e gli altri costrutti utilizzati in questa ricerca (valori lavorativi, soddisfazione di vita, collettivismo e centralità del lavoro) dall'altra, sono state condotte delle correlazioni bivariate, disaggregando per nazionalità. Il coefficiente di correlazione ( $r$  di Pearson) fornisce informazioni sull'intensità e sulla direzione della relazione tra due variabili. Il coefficiente di correlazione varia da -1 a +1: quando il segno è positivo al crescere (o al decrescere) di una variabile crescerà anche la seconda; quando il segno è negativo, al crescere di una variabile l'altra decrescerà e viceversa.

Indici	Italia Calling			India Calling		
	Correlazione di Pearson	95% intervallo di confidenza del Bootstrap <sup>c</sup>		Correlazione di Pearson	95% intervallo di confidenza del Bootstrap <sup>c</sup>	
		Inferiore	Superiore		Inferiore	Superiore
Collettivismo	0.033	-0.077	0.156	,260**	0.119	0.389
Centralità del lavoro	,264**	0.153	0.361	,344**	0.229	0.448
Soddisfazione di vita	,207**	0.082	0.317	,391**	0.253	0.518
Autorità	,181**	0.064	0.295	,238**	0.086	0.386
Ambizione	,194**	0.076	0.307	,240**	0.086	0.384
Piacere	0.043	-0.070	0.161	,187**	0.059	0.313
Varietà	,139*	0.036	0.245	,428**	0.307	0.535
Autonomia	0.061	-0.053	0.174	,252**	0.112	0.388
Giustizia sociale	,256**	0.146	0.358	,426**	0.311	0.530
Aiuto e supporto	,200**	0.081	0.316	,368**	0.255	0.479
Rispetto delle regole	,167**	0.060	0.273	,352**	0.228	0.472
Valori tradizionali	,125*	0.004	0.242	,344**	0.221	0.452

Tabella 9. Correlazioni tra la chiamata ed i valori lavorativi nel campione italiano e indiano

Per quanto riguarda il campione italiano l'indice di correlazione di Pearson con la chiamata risulta significativo per: la centralità del lavoro ( $r=.264$ ,  $p<.01$ ), la soddisfazione di vita ( $r=.207$ ,  $p<.01$ ), ed i valori di autorità ( $r=.181$ ,  $p<.01$ ), ambizione ( $r=.194$ ,  $p<.01$ ), varietà ( $r=.139$ ,  $p<.05$ ), giustizia sociale ( $r=.256$ ,  $p<.01$ ), aiuto e supporto ( $r=.200$ ,  $p<.01$ ), rispetto delle regole ( $r=.167$ ,  $p<.01$ ) e valori tradizionali ( $r=.125$ ,  $p<.05$ ); mentre invece non risulta significativo per il collettivismo, e per le dimensioni di piacere e di autonomia della Work Values Scale.

Per il campione indiano invece tutte le relazioni sono risultate statisticamente significative, in particolare gli indici di correlazione di Pearson tra la chiamata e le altre variabili sono i seguenti: collettivismo  $r=.260$   $p<.01$ , centralità del lavoro  $r=.344$   $p<.01$ , soddisfazione di vita  $r=.391$   $p<.01$ , autorità  $r=.238$   $p<.01$ , piacere  $r=.187$   $p<.01$ , varietà  $r=.428$   $p<.01$ , autonomia  $r=.252$   $p<.01$ , giustizia sociale  $r=.426$   $p<.01$ , aiuto e supporto  $r=.368$   $p<.01$ , rispetto delle regole  $r=.353$   $p<.01$  e valori tradizionali  $r=.344$   $p<.01$ .

Osservando le differenze tra il campione italiano e quello indiano possiamo notare innanzi tutto come le relazioni tra la chiamata ed il collettivismo, il piacere e l'autonomia non è risultata essere significativa per gli studenti italiani mentre per quelli indiani sì. Facendo riferimento alla figura 7 e agli intervalli di confidenza bootstrap al 95% (tecnica di

ricampionamento per stimare un parametro di popolazione) si può notare come ci siano forti differenze tra Italia e India nella correlazione tra chiamata 1) collettivismo, 2) soddisfazione di vita, 3) varietà, 4) giustizia sociale, 5) aiuto e supporto, e 6) rispetto delle regole e valori tradizionali, dove gli studenti indiani presentano correlazioni più forti. Infine, le differenze tra le relazioni tra la chiamata e la centralità del lavoro, il valore lavorativo di autorità e quello di ambizione nei due campioni sono poco rilevanti.

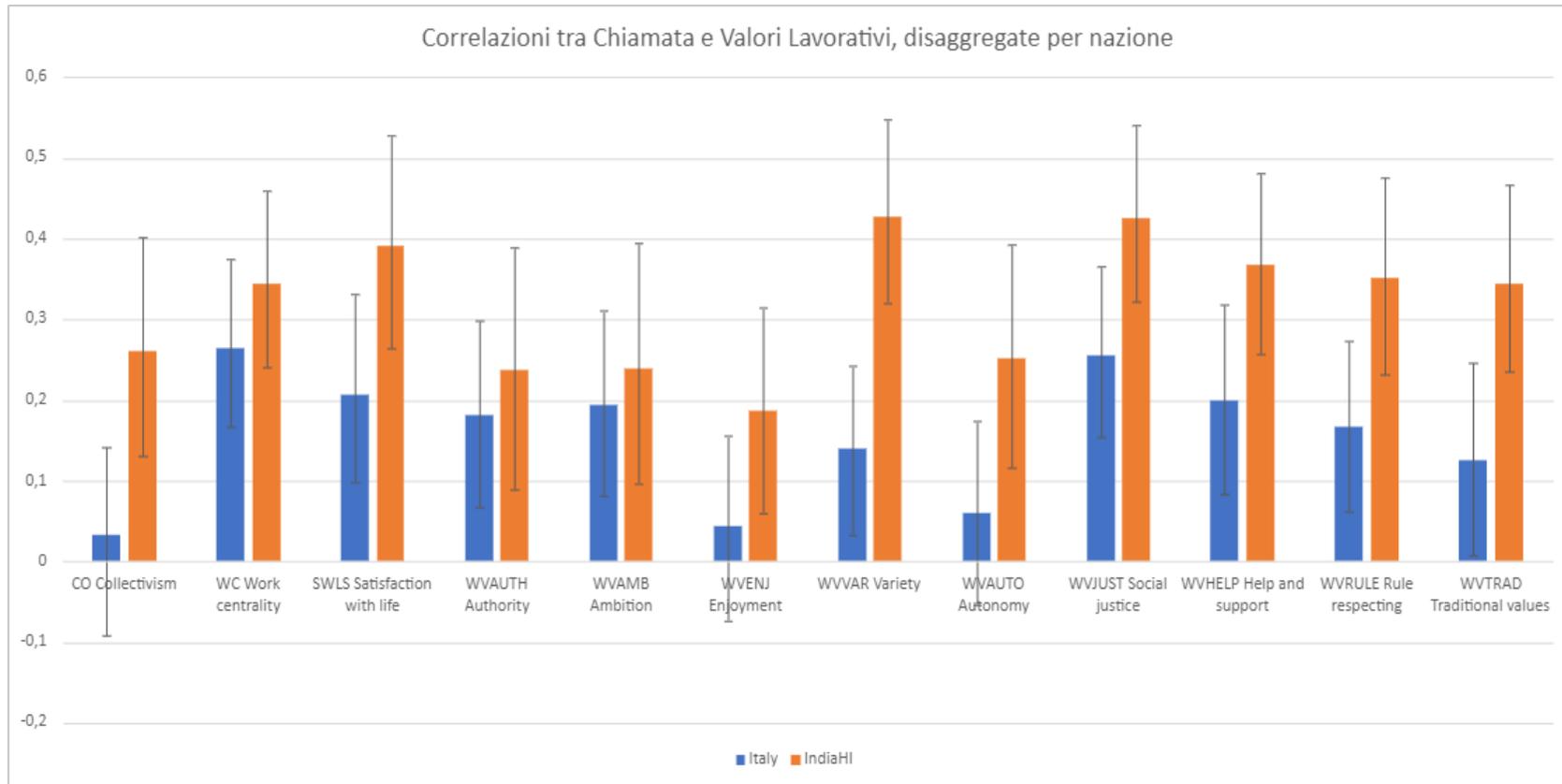


Figura 7. Confronto tra le correlazioni tra la chiamata ed i valori lavorativi nel campione italiano e indiano

## Discussione

Non tutte le ipotesi dello studio sono state confermate. La prima ipotesi, che prevedeva di rilevare punteggi maggiori negli studenti indiani nel punteggio composito della chiamata è stata confermata. Questo risultato è in linea con la letteratura (Douglas, Duffy e Autin, 2016), che suggerisce come la nazionalità abbia un effetto su variabili come la chiamata, la soddisfazione di vita, ed il significato di vita. In particolare, nello studio di Douglas, Duffy e Autin (2016) il campione indiano aveva ottenuto punteggi più alti nelle suddette variabili rispetto ad un campione americano. Nello stesso studio però, la relazione tra la chiamata professionale e la soddisfazione di vita era maggiore per il campione degli Stati Uniti. In questo studio invece i risultati sono differenti, infatti la relazione tra queste due variabili per gli studenti indiani è più forte. Una delle motivazioni attribuibili a questo risultato è la composizione del campione della ricerca. Facendo riferimento ai punteggi ottenuti dai due campioni nello status socio-economico sia individuale che della famiglia, possiamo dedurre come in India essere uno studente di una facoltà di economia rappresenti una condizione più elitaria rispetto al contesto italiano dove invece è una condizione media. Di conseguenza, se il dominio della chiamata di una persona riflette anche uno status socio-economico alto, è probabile che contribuisca alla soddisfazione di vita in maniera maggiore.

Passando alle ipotesi sulle dimensioni dell'UMCS, possiamo dire che sono state confermate solo quelle che prevedevano punteggi maggiori nel campione indiano (dimensione di orientamento prosociale: ipotesi 3; dimensione di chiamata trascendente: ipotesi 5), mentre quelle che prevedevano punteggi maggiori nel campione italiano (dimensione di identità: ipotesi 4; dimensione di significato: ipotesi 6) non sono state confermate, infatti il campione indiano ha ottenuto punteggi significativamente maggiori in tutte le dimensioni della scala. Va sottolineato però come la differenza nella dimensione di identità (ipotesi 4) è l'unica che è risultata avere il coefficiente  $d$  di Cohen minore di 0.2, ciò significa che la differenza tra le medie è inferiore al 20% della deviazione standard. Cohen ritiene che differenze del genere sarebbero da considerarsi irrilevanti anche se potenzialmente significative. Lo stesso coefficiente presenta un valore considerato basso anche per la dimensione di significato (-0.351). Il coefficiente  $d$  di Cohen delle differenze nella chiamata trascendente invece è quello con il valore maggiore (-0.559). Quindi seppure con impatto minore rispetto a quanto ipotizzato, le differenze culturali potrebbero determinare parte di queste differenze nei

punteggi delle dimensioni dell'UMCS. Una delle possibili spiegazioni per cui i punteggi degli studenti indiani sono mediamente maggiori in tutte le dimensioni dell'UMCS è che tendenzialmente nella cultura indiana, il fine ultimo del lavoro è il benessere della propria famiglia e non qualche particolare aspirazione personale. Quindi la possibilità di contribuire al benessere familiare potrebbe rappresentare una forte fonte della chiamata, trasversale a tutte le dimensioni della scala (ad esempio un lavoro potrebbe contribuire in maniera forte alla definizione dell'identità di un individuo indiano in quanto attraverso di esso contribuisce al benessere familiare. Lo stesso discorso potrebbe valere per la pervasività, la passione, il sacrificio ed il significato). A tal proposito, infatti, pur non essendoci differenze significative all'interno del campione nel collettivismo, la relazione tra chiamata e collettivismo nel campione italiano era pressoché nulla ( $r=.033$ ) mentre nel campione indiano questa era più forte ( $r=.260$   $p<.01$ ).

Analizzando infine le relazioni tra le dimensioni della Work Values Scale ed il punteggio composito della chiamata, si era ipotizzato che in Italia il valore attribuito al lavoro come veicolo di autonomia, giustizia sociale e aiuto e supporto, avrebbe favorito la percezione di avere una chiamata in maniera maggiore rispetto all'India (ipotesi 7), mentre il valore attribuito al lavoro come veicolo di autorità, valori tradizionali e rispetto delle regole in India, avrebbe favorito la percezione di avere una chiamata in maniera maggiore rispetto all'Italia (ipotesi 8). Similmente ai risultati relativi all'UMCS, le relazioni tra i diversi valori lavorativi e la chiamata sono risultate più forti nel campione indiano per tutte le dimensioni della Work Values Scale, anche se in maniera poco rilevante per quelle relative al valore dell'autorità e dell'ambizione, confermando in parte l'ipotesi otto e contestando l'ipotesi sette. Uno dei possibili motivi di questi risultati è che il contesto lavorativo indiano risulta essere molto differente da quello italiano in quanto caratterizzato da grande disoccupazione e precarietà. Di conseguenza è probabile che quando un lavoro, oltre alla sua strumentalità economica, riflette e permette ad una persona di esprimere i propri valori indipendentemente dalla centralità di questi nella definizione della propria persona o cultura, allora è più facile che questo venga percepito come una chiamata.

Fuori dalle ipotesi formulate precedentemente all'analisi dei dati, sono emersi altri risultati importanti. Innanzi tutto, sorprendentemente non sono emerse differenze significative tra i due campioni nel livello medio di collettivismo. Questo dato può essere spiegato in primis dalle caratteristiche del campione utilizzato: lo studio è stato condotto su studenti di economia e non su un campione maggiormente omogeneo e rappresentativo della

popolazione generale. Inoltre, in contesti internazionali e dettati da leggi occidentali come quelli universitari, il processo di globalizzazione potrebbe essere avanzato più velocemente avvicinando i valori culturali di chi le frequenta, anche in diverse parti del mondo. Come descritto precedentemente però, l'indice di correlazione di Pearson tra la chiamata ed il collettivismo è risultato significativo per il campione indiano mentre per quello italiano invece no. Questo risultato evidenzia come seppur definendosi meno collettivisti di quanto non lo sia la società all'interno della quale vivono, per gli studenti indiani, uno dei fattori importanti affinché il loro lavoro possa essere percepito come una chiamata potrebbe essere il poter contribuire al benessere economico della propria famiglia. Riguardo le dimensioni dell'UMCS la differenza più grande nei punteggi medi dei due campioni è emersa nella passione ( $t=-7.113$ ,  $p<.001$ ), dove gli studenti indiani hanno ottenuto punteggi mediamente molto maggiori ( $d=-0.587$ ). Questa dimensione rappresenta la soddisfazione e la gioia che una persona prova nello svolgere attività inerenti al dominio della propria chiamata, e la differenza nei suoi punteggi potrebbe riflettere la difficoltà con cui una persona potrebbe svolgere un lavoro inerente al proprio dominio di chiamata in India rispetto all'Italia. Infatti, le condizioni economiche dell'India sono causa di forte disuguaglianza, e di conseguenza la disoccupazione e la precarietà sono condizioni presenti in misura maggiore rispetto al contesto italiano. Poter scegliere un lavoro che corrisponda al dominio della propria chiamata in questa situazione potrebbe risultare molto più difficile, e poter continuare gli studi per i lavori che lo richiedono ancora di più. Avere un lavoro che effettivamente corrisponda al dominio della propria chiamata in India, quindi, potrebbe portare a sentimenti di gioia e soddisfazione molto maggiori rispetto a quanto farebbe in un contesto dove è più facile che questo accada come quello italiano. Infine, nelle relazioni tra i valori lavorativi ed il punteggio composito della chiamata è emerso come queste, per l'autonomia ed il piacere, siano statisticamente significative per gli studenti indiani (autonomia:  $r=.252$ ,  $p<.01$ ); piacere:  $r=.187$ ,  $p<.01$ ), mentre per quelli italiani erano molto vicine allo zero (autonomia:  $r=0.061$ ; piacere:  $r=0.043$ ). Invece, la relazione tra il valore lavorativo della varietà e la chiamata era molto maggiore per gli studenti indiani (India:  $r=.428$ ,  $p<.001$ ; Italia:  $r=.139$ ,  $p<.05$ ). Una chiave interpretativa della maggiore intensità di queste relazioni per il campione indiano potrebbe trovarsi nell'accesso alle opportunità. In India, infatti, poiché l'accesso alle opportunità è più basso serve una maggiore determinazione per perseguire la propria chiamata. I valori determinano il comportamento e più sono forti, maggiori saranno i comportamenti attuati per rappresentarli. Nel caso dei valori lavorativi sarà maggiore la

determinazione nel ricercare un lavoro che li rispecchi e che quindi alimenti anche la sensazione di vivere una chiamata. Poiché questa ricerca è molto più difficile nel contesto indiano rispetto a quello italiano allora l'importanza dei valori lavorativi e quindi della determinazione aumenta. Il valore del piacere indica l'importanza di avere esperienze piacevoli a lavoro, di godersi il tempo lavorativo divertendosi e facendo cose che ti fanno sentire bene. La differenza nella relazione di questo valore con la chiamata potrebbe essere attribuita un'altra volta al confronto che gli studenti fanno rispetto all'ambiente che vivono, considerandosi in un certo senso "privilegiati". Le condizioni lavorative e socioeconomiche in Italia e in India sono molto diverse. In Italia, potrebbe essere quasi scontato terminare gli studi e poter scegliere un lavoro che corrisponda ai propri valori. In India, l'obiettivo principale del lavoro potrebbe essere economico. Di conseguenza, un lavoro che corrisponde al valore lavorativo di piacere potrebbe essere un'eccezione che contribuisce alla percezione del proprio lavoro come una chiamata. Il valore dell'autonomia corrisponde all'importanza di prendere le proprie decisioni a lavoro, decidere cosa fare e le proprie priorità determinando come passare la propria giornata. Forse la differenza nella relazione di questo valore con la chiamata tra Italia ed India è data dal campione utilizzato nella ricerca. Come notato per i punteggi del collettivismo, essendo composto da studenti universitari di facoltà di economia non è detto che il campione indiano sia perfettamente rappresentativo della cultura indiana. Un lavoro che rappresenta il valore dell'autonomia potrebbe permettere agli studenti di uscire dal sistema gerarchico tipico della cultura indiana, dove le relazioni sono basate sulla differenza di potere e chi ne ha di meno deve rispondere alle direttive del superiore.

## **Conclusioni**

Questa ricerca ha permesso di verificare come la percezione della chiamata possa essere influenzata dalle differenze culturali, infatti, sono state riscontrate molteplici differenze significative tra studenti italiani ed indiani nel modo in cui essi vivono la chiamata e nella relazione di questa con altri costrutti. Ovviamente le differenze rivelate non possono essere spiegate solo dalla cultura di appartenenza, è quindi necessario esplorare quali altri fattori specifici del contesto possano contribuire alle variazioni nella percezione della chiamata tra le diverse nazioni. Lo studio presenta dei limiti che potranno essere superati nelle future ricerche. In primo luogo, il campione utilizzato è composto solamente da studenti universitari di economia, il che non permette in nessun modo di generalizzare i risultati ottenuti a tutta la popolazione indiana o italiana. Un altro limite è quello di aver analizzato

le differenze solo per due paesi ulteriori somiglianze e differenze con paesi dalle simili impostazioni culturali potrebbero rafforzare i risultati qui ottenuti. Infine, uno studio longitudinale anziché trasversale potrebbe permettere di indagare anche le relazioni temporali tra i costrutti in modo tale da sviluppare un modello culturale anche dello sviluppo di una chiamata. Le ricerche future, quindi, potranno indicare se le relazioni tra la chiamata e le sue dimensioni, il collettivismo, la soddisfazione di vita ed i valori lavorativi si modificano, o rimangono stabili, sia nel tempo che nel confronto tra diversi paesi e culture.

## Bibliografia

- Afsar, B., Umrani, W. A., & Khan, A. (2019). The impact of perceived calling on work outcomes in a nursing context: The role of career commitment and living one's calling. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 24(1), e12154.
- Agarwala, U. N. (1978). Measuring job involvement in India. *Indian Journal of Industrial Relations*, 219-231.
- Agnihotri, R. K. (2014). Multilinguality, education and harmony. *International Journal of Multilingualism*, 11(3), 364-379.
- Ahn, J., Kim, H. W., & Lee, J. Y. (2017). CAREER CALLING AND WELL-BEING AMONG SOUTH KOREAN ADULT WORKERS: LIVING A CALLING AND WORK VOLITION AS MEDIATORS. *Psychologia*, 60(3), 132-146.
- Alas, R. (2009). The impact of work-related values on the readiness to change in Estonian organizations. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 113-124.
- Albrecht, S., Marty, A., & Brandon-Jones, N. J. (2020). Measuring values at work: Extending existing frameworks to the context of work. *Journal of Career Assessment*, 28(4), 531-550.
- Allan, B. A., Autin, K. L., & Duffy, R. D. (2014). Examining social class and work meaning within the Psychology of Working Framework. *Journal of Career Assessment*, 22, 543–561.
- Altheide, D., Coyle, M., DeVriese, K., & Schneider, C. (2008). Emergent qualitative document analysis. *Handbook of emergent methods*, 127-151.
- Amabile TM, Hill KG, Hennessey BA, Tighe EM. 1994. The Work Preference Inventory: assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations. *J. Personal. Soc. Psychol.* 66(5):950–67.
- Ashforth BE, Joshi M, Anand V, O'Leary-Kelly AM. 2013. Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *J. Appl. Soc. Psychol.* 43(12):2426–48.
- Ashforth, B. E., & Kreiner, G. E. (1999). "How can you do it?": Dirty work and the challenge of constructing a positive identity. *Academy of Management Review*, 24, 413– 434.
- Autin, K. L., Allan, B. A., Palaniappan, M., & Duffy, R. D. (2017). Career calling in India and the United States: A cross-cultural measurement study. *Journal of Career Assessment*, 25(4), 688-702.
- Baumeister, R. F. (1991). *Meanings of life*. Guilford press.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., & Tipton, S. M. (1986). *Habits of*

- the heart. Individualism and commitment in American life. New York, NY: Harper & Row.
- Beloborodova, P. M., & Leontiev, D. A. (2019). Russian students' secular conceptions of life calling: A qualitative analysis. *Psychology in Russia: State of the art*, 12(2), 2-17.
- 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, 973–994.
- Berkelaar, B. L., & Buzzanell, P. M. (2015). Bait and switch or doubleedged sword? The (sometimes) failed promises of calling. *Human Relations*, 68, 157–178.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European journal of personality*, 8(3), 163-181.
- Blood MR. 1969. Work values and job satisfaction. *J. Appl. Psychol.* 53(6):456–59.
- Blustein, D. L., Kozan, S., Connors-Kellgren, A., & Rand, B. (2015). Social class and career intervention. In P. J. Hartung, M. L. Savickas, & W. B. Walsh (Eds.), *APA handbook of career interventions: Vol. 1. Foundations* (pp. 243–257). Washington, DC: American Psychological Association.
- Brewer, M. B., & Chen, Y. R. (2007). Where (who) are collectives in collectivism? Toward conceptual clarification of individualism and collectivism. *Psychological review*, 114(1), 133.
- Brown, S. D., & Lent, R. W. (2016). Vocational psychology: Agency, equity, and well-being. *Annual Review of Psychology*, 67, 541–565.
- 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, 32–57.
- Cardador MT, Dane E, Pratt MG. 2011. Linking calling orientations to organizational attachment via organizational instrumentality. *J. Vocat. Behav.* 79(2):367–7.
- Chen, J., May, D. R., Schwoerer, C. E., & Augelli, B. (2016). Exploring the boundaries of career calling: The moderating roles of procedural justice and psychological safety. *Journal of Career Development*. Advance online publication.
- Choi, Y. E., Cho, E., Jung, H. J., & Sohn, Y. W. (2018). Calling as a predictor of life satisfaction: the roles of psychological capital, work–family enrichment, and boundary management strategy. *Journal of Career Assessment*, 26(4), 567-582.
- Clinton, M. E., Conway, N., & Sturges, J. (2017). “It’s tough hanging-up a call”: The relationships between calling and work hours, psychological detachment, sleep quality, and morning vigor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22, 28 –39.

- Cohen, A. (2003). *Multiple commitments in the workplace: An integrative approach*. Psychology Press.
- Consiglio, C., Cenciotti, R., Borgogni, L., Alessandri, G., & Schwartz, S. H. (2017). The WVal: A new measure of work values. *Journal of Career Assessment, 25*(3), 405-422.
- Conway N, Clinton M, Sturges J, Budjanovcanin A. 2015. Using self-determination theory to understand the relationship between calling enactment and daily well-being. *J. Organ. Behav. 36*(8):1114–31.
- Coulson JC, Oades LG, Stoyles GJ. 2012. Parents' subjective sense of calling in childrearing: measurement, development and initial findings. *J. Posit. Psychol. 7*(2):83–94.
- Csikszentmihalyi M. 1990. *Flow: The Psychology of Optimal Performance*. New York: Harper & Row.
- Dalla Rosa, A., & Vianello, M. (2020). Linking calling with workaholism: Examining obsessive and harmonious passion as mediators and moderators. *Journal of Career Assessment, 28*(4), 589-607.
- Dalla Rosa, A., Vianello, M., & Anselmi, P. (2019). Longitudinal predictors of the development of a calling: New evidence for the a posteriori hypothesis. *Journal of Vocational Behavior, 114*, 44-56.
- Dalla Rosa, A., Vianello, M., Galliani, E. M., & Duffy, R. D. (2020). Moderators of Career Calling and Job-Search Behaviors Among Unemployed Individuals. *The Career Development Quarterly, 68*(4), 318-331.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment, 49*(1), 71-75.
- Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2009). Calling and vocation at work: Definitions and prospects for research and practice. *The Counseling Psychologist, 37*, 424 – 450.
- Dik, B. J., Duffy, R. D., & Tix, A. P. (2012). Religion, spirituality, and a sense of calling in the workplace. In P. C Hill & B. J. Dik (Eds.), *The psychology of religion and workplace spirituality* (pp. 113–134). Charlotte, NC: Information Age.
- Dik, B. J., Eldridge, B. M., Steger, M. F., & Duffy, R. D. (2012). Development and validation of the calling and vocation questionnaire (CVQ) and brief calling scale (BCS). *Journal of career assessment, 20*(3), 242-263.
- Dobrow, S. R., & Tosti-Kharas, J. (2011). Calling: The development of a scale measure. *Personnel Psychology, 64*, 1001–1049.
- Dobrow, S. R., & Tosti-Kharas, J. (2012). Listen to your heart? Calling and receptivity to

- career advice. *Journal of Career Assessment*, 20, 264–280.
- Dobrow Riza, S. D., & Heller, D. (2015). Follow your heart or your head? A longitudinal study of the facilitating role of calling and ability in the pursuit of a challenging career. *Journal of Applied Psychology*, 100, 695–712.
- Douglass, R. P., Duffy, R. D., & Autin, K. L. (2016). Living a calling, nationality, and life satisfaction: A moderated, multiple mediator model. *Journal of Career Assessment*, 24, 253–269.
- Du Plessis, M. (2017). The development and empirical evaluation of an intention to quit structural model for nurses in the public sector in South Africa (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).
- Dubin, R. (1956). Industrial workers' worlds: A study of the “central life interests” of industrial workers. *Social problems*, 3(3), 131-142.
- Duffy, R. D., Allan, B. A., Autin, K. L., & Bott, E. M. (2013). Calling and life satisfaction: it's not about having it, it's about living it. *Journal of counseling psychology*, 60(1), 42.
- Duffy, R. D., Autin, K. L., & Bott, E. M. (2015). Work volition and job satisfaction: Examining the role of work meaning and P-E fit. *Career Development Quarterly*, 63, 126 – 140.
- Duffy, R. D., Blustein, D. L., Diemer, M. A., & Autin, K. L. (2016). The Psychology of Working Theory. *Journal of Counseling Psychology*, 63, 127–148.
- 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.
- Duffy RD, Allan BA, Bott EM. 2012. Calling and life satisfaction among undergraduate students: investigating mediators and moderators. *J. Happiness Stud.* 13(3):4.
- Duffy, R. D., & Autin, K. L. (2013). Disentangling the link between perceiving a calling and living a calling. *Journal of Counseling Psychology*, 60, 219
- Duffy, R. D., Autin, K. L., & Douglass, R. P. (2016). Examining how aspects of vocational privilege relate to living a calling. *The Journal of Positive Psychology*, 11, 416 – 427.
- Duffy, R. D., Bott, E. M., Allan, B. A., & Autin, K. L. (2015). Calling among the unemployed: Examining prevalence and links to coping with job loss. *The Journal of Positive Psychology*, 10, 332–345.
- 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, 50 –59.

- Duffy, R. D., Diemer, M. A., Perry, J. C., Laurenzi, C., & Torrey, C. L. (2012). The construction and initial validation of the Work Volition Scale. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 400 – 411.
- Duffy, R. D., Dik, B. J., & Steger, M. S. (2011). Calling and work related outcomes: Career commitment as a mediator. *Journal of Vocational Behavior*, 78, 210 –218.
- Duffy, R. D., & Dik, B. J. (2013). Research on calling: What have we learned and where are we going? *Journal of Vocational Behavior*, 83, 428 – 436.
- Duffy RD, Douglass RP, Autin KL, England J, Dik BJ. 2016b. Does the dark side of a calling exist? Examining potential negative effects. *J. Posit. Psychol.* 11(6):634–46.
- Duffy, R. D., Douglass, R. P., Autin, K. L., & Allan, B. A. (2016). Examining predictors of work volition among undergraduate students. *Journal of Career Assessment*, 24, 441– 459.
- Duffy, R. D., England, J. W., Douglass, R. P., Autin, K. A., & Allan, B. A. (2017). Perceiving a calling and well-being: Motivation and access to opportunity as moderators. *Journal of Vocational Behavior*, 98, 127– 137.
- Duffy, R. D., Foley, P. F., Raque-Bodgan, T. L., Reid, L., Dik, B. J., Castano, M. C., & Adams, C. (2012). Counseling psychologists who view their careers as a calling: A qualitative study. *Journal of Career Assessment*, 20, 293–308.
- Duffy, R. D., & Sedlacek, W. E. (2010). The salience of a career calling among college students: Exploring group differences and links to religiousness, life meaning, and life satisfaction. *The Career Development Quarterly*, 59(1), 27-41.
- Duffy, R. D., Torrey, C. L., England, J. W., & Tebbe, E. A. (2017). Calling in retirement: A mixed methods study. *The Journal of Positive Psychology*, 12, 399 – 413.
- Dumulescu, D., Balazsi, R., & Opre, A. (2015). Calling and career competencies among Romanian students: the mediating role of career adaptability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 209, 25-32.
- Dumulescu, D., Opre, A., & Ramona, B. (2015). “Is your career meaningful?” Exploring career calling on a Romanian students sample. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 187, 553-558.
- Elangovan AR, Pinder CC, McLean M. 2010. Callings and organizational behavior. *J. Vocat. Behav.* 76(3):428– 40.
- Ester, P., Halman, L., & Seuren, B. (1994). Environmental concern and offering willingness in Europe and North America. *The individualizing society: Value change in Europe and North America*, 163-181.
- Feather, N. T. (1975). *Values in education and society*. Free Press.

- Gazica, M. W., & Spector, P. E. (2015). A comparison of individuals with unanswered callings to those with no calling at all. *Journal of Vocational Behavior*, 91, 1–10.
- Goldfarb, Y. (2018). Does god want me to be a teacher? Motives behind occupational choice of Israeli ultraorthodox women. *Journal of Career Development*, 45(4), 303-314.
- Goldreich, Y., & Raveh, A. (1993). Coplot display technique as an aid to climatic classification. *Geographical Analysis*, 25(4), 337-353.
- Goodin, J. B., Duffy, R. D., Borges, N. J., Ulman, C. A., D’Brot, V. M., & Manuel, R. S. (2014). Medical students with low self-efficacy bolstered by calling to medical speciality. *Perspectives on Medical Education*, 3, 89 –100.
- Guo, Y., Guan, Y., Yang, X., Xu, J., Zhou, X., She, Z., ... & Fu, M. (2014). Career adaptability, calling and the professional competence of social work students in China: A career construction perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 394-402.
- Hagmaier, T., & Abele, A. E. (2012). The multidimensionality of calling: Conceptualization, measurement and a bicultural perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 81(1), 39-51.
- Hall, D. T., & Chandler, D. E. (2005). Psychological success: When the career is a calling. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 155–176.
- Hardin, E. E., Robitschek, C., Flores, L. Y., Navarro, R. L., & Ashton, M. W. (2014). The cultural lens approach to evaluating cultural validity of psychological theory. *American Psychologist*, 69, 656 – 668.
- Hardy, L. (1990). *The fabric of this world: Inquiries into calling, career choice, and the design of human work*. Wm. B. Eerdmans Publishing.
- Hatrup, K., Ghorpade, J., & Lackritz, J. R. (2007). Work group collectivism and the centrality of work a multinational investigation. *Cross-Cultural Research*, 41(3), 236-260.
- Highhouse S, Nye CD, Matthews RA. 2017. Finding meaning in the struggle of work. *J. Pers. Psychol.* 16:137– 49.
- Hirschi, A. (2011). Callings in career: A typological approach to essential and optional components. *Journal of Vocational Behavior*, 79(1), 60-73.
- Hofstede, G. (1980). Culture and organizations. *International studies of management & organization*, 10(4), 15-41.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage publications.
- Horváth, Z., & Hollósy-Vadász, G. (2018). Testing the public service motivation and calling in Hungary. *Acta Oeconomica Universitatis Selye*, 7(2), 47-58.
- House, J. (2001). Translation quality assessment: Linguistic description versus social evaluation. *Meta: journal des traducteurs/Meta: translators' Journal*, 46(2), 243-257.
- Hunter, I., Dik, B. J., & Banning, J. H. (2010). College students’ perceptions of calling in

- work and life: A qualitative analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 76, 178 –186.
- Huntington, S. P. (1993). Why international primacy matters. *International security*, 17(4), 68-83.
- Hwang, K. K. (2001). Introducing human rights education in the Confucian society of Taiwan: Its implications for ethical leadership in education. *International Journal of Leadership in Education*, 4(4), 321-332.
- Inglehart, R. (1997). Modernization, postmodernization and changing perceptions of risk. *International Review of Sociology*, 7(3), 449-459.
- Jang, E. H., Lyu, E. S., Lee, S. M., Park, Y. K., Lee, E., Cha, J. A., ... & Lee, S. M. (2014). Job satisfaction level and related factors among Korean hospital dietitians. *Journal of the Korean Dietetic Association*, 20(4), 257-274.
- Jo I, Lee S, Sung G, Kim M, Lee S, et al. 2018. Relationship between burnout and PTSD symptoms in firefighters: the moderating effects of a sense of calling to firefighting. *Int. Arch. Occup. Environ. Health* 91(1):117– 23.
- Kahn WA. 1990. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Acad. Manag. J.* 33(4):692–724.
- Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. *Journal of applied psychology*, 67(3), 341.
- Kashefi, M. (2005). The relationship between work values and job rewards: Is satisfaction of extrinsic job rewards a pre-condition for the salience of intrinsic rewards?. *International Review of Modern Sociology*, 233-250.
- Keller, A. C., Spurk, D., Baumeler, F., & Hirschi, A. (2016). Competitive climate and workaholism: Negative sides of future orientation and calling. *Personality and Individual Differences*, 96, 122–126.
- Kim, H. J., Praskova, A., & Lee, K. H. (2016). Cross-cultural validation of the Career Calling Scale for Korean emerging adults. *Journal of Career Assessment*, 25, 434 – 449.
- Kim SS, Shin D, Vough HC, Hewlin PF, Vandenberghe C. 2018. How do callings relate to job performance? The role of organizational commitment and ideological contract fulfillment. *Hum. Relat.* 71:1319–47.
- Knafo, A., Roccas, S., & Sagiv, L. (2011). The value of values in cross-cultural research: A special issue in honor of Shalom Schwartz. *Journal of cross-cultural psychology*, 42(2), 178-185.
- Kohn, M. L., & Schooler, C. (1983). *Work and personality: An inquiry into the impact of*

*social stratification*. Greenwood.

Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281–342.

Lan G, Okechuku C, Zhang H, Cao J. 2013. Impact of job satisfaction and personal values on the work orientation of Chinese accounting practitioners. *J. Bus. Ethics* 112(4):627–40.

Lazar, A., Davidovitch, N., & Coren, G. (2016). Gender differences in calling and work spirituality among Israeli academic faculty. *Journal of International Education Research*, 12, 87–98.

Lazar, A., Littman-Ovadia, H., & Ovadia, T. (2018). Medicine as a calling among male and female medical students in Israel: Does it make a difference?. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 18(3), 279-295.

Lee, K. J. (2014). Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of frontline employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 140-148.

Lee, A. Y. P., Chen, I. H., & Chang, P. C. (2016). Sense of calling in the workplace: The moderating effect of supportive organizational climate in Taiwanese organizations. *Journal of Management & Organization*.

Lee, A. Y. P., Chen, I. H., & Chang, P. C. (2018). Sense of calling in the workplace: The moderating effect of supportive organizational climate in Taiwanese organizations. *Journal of Management & Organization*, 24(1), 129-144.

Lee, H. S., Lee, E. S., & Shin, Y. J. (2020). The role of calling in a social cognitive model of well-being. *Journal of Career Assessment*, 28(1), 59-75.

Lee, K. J. (2014). Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of frontline employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 140-148.

Lee, K. J. (2016). Sense of calling and career satisfaction of hotel frontline employees: mediation through knowledge sharing with organizational members. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Lonner, W. J. (1985). Issues in testing and assessment in cross-cultural counseling. *The Counseling Psychologist*, 13(4), 599-614.

Lysova EI, Jansen PG, Khapova SN, Plomp J, Tims M. 2018. Examining calling as a double-edged sword for employability. *J. Vocat. Behav.* 104:261–72.

- Lodahl TM, Kejner M. 1965. The definition and measurement of job involvement. *J. Appl. Psychol.* 49(2):24–33.
- Luo, Y. (2008). The changing Chinese culture and business behavior: The perspective of intertwinement between guanxi and corruption. *International Business Review*, 17(2), 188-193.
- Maslow AH. 1967. A theory of metamotivation: the biological rooting of the value-life. *J. Humanistic Psychol.* 7(2):93–127.
- McKevitt D, Carbery R, Lyons A. 2017. A profession but not a career? Work identity and career satisfaction in project management. *Int. J. Project Manag.* 35(8):1673–82.
- Mirels HL, Garrett JB. 1971. The Protestant ethic as a personality variable. *J. Consult. Clin. Psychol.* 36(1):40–44.
- Moon H. 2001. The two faces of conscientiousness: duty and achievement striving in escalation of commitment dilemmas. *J. Appl. Psychol.* 86(3):533–40.
- Morrow, P. C. (1983). Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Academy of management Review*, 8(3), 486-500.
- Nath, V. (2017). Calling orientations of junior doctors and medical interns in India: cultural, occupational and relational perspectives. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 17(2), 143-163.
- Neville, R. C. (2000). *Boston Confucianism: Portable tradition in the late-modern world*. SUNY press.
- Oyserman, D., Coon, H. M., & Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological bulletin*, 128(1), 3.
- Oyserman, D., & Lee, S. W. (2008). Does culture influence what and how we think? Effects of priming individualism and collectivism. *Psychological bulletin*, 134(2), 311.
- Park, J., Kim, S., Lim, M., & Sohn, Y. W. (2019). Having a calling on board: Effects of calling on job satisfaction and job performance among South Korean newcomers. *Frontiers in Psychology*, 1584.
- Park, J., Sohn, Y. W., & Ha, Y. J. (2016). South Korean salespersons' calling, job performance, and organizational citizenship behavior the mediating role of occupational self-efficacy. *Journal of Career Assessment*, 24, 415-428.
- Parsons, C. K., Cable, D., & Wilkerson, J. M. (1999). Assessment of applicant work values through interviews: The impact of focus and functional relevance. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72(4), 561-566.
- Praskova A, Hood M, Creed PA. 2014. Testing a calling model of psychological career

success in Australian young adults: a longitudinal study. *J. Vocat. Behav.* 85(1):125–35

Presbitero, A., & Teng-Calleja, M. (2020). Employee intention to stay in an organization: Examining the role of calling and perceived supervisor support through the theoretical lens of work as calling. *Journal of Career Assessment*, 28(2), 320-336.

Prince-Gibson, E., & Schwartz, S. H. (1998). Value priorities and gender. *Social psychology quarterly*, 49-67.

Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The american prospect*, 13(Spring), Vol. 4. Available online: <http://www.prospect.org/print/vol/13> (accessed 7 April 2003).

Randall, D. M. (1993). Cross-cultural research on organizational commitment: A review and application of Hofstede's Value Survey Module. *Journal of Business Research*.

Rasinski KA, Lawrence RE, Yoon JD, Curlin FA. 2012. A sense of calling and primary care physicians' satisfaction in treating smoking, alcoholism, and obesity. *Arch. Intern. Med.* 172(18): 143-24.

Rawat, A., & Nadavulakere, S. (2015). Examining the outcomes of having a calling: Does context matter? *Journal of Business and Psychology*, 30, 499 –512.

Redding, S. G., & Hsiao, M. (1990). An empirical study of overseas Chinese managerial ideology. *International Journal of Psychology*, 25(3-6), 629-641.

Riasnugrahani, M., Riantoputra, C. D., Takwin, B., & Panggabean, H. (2019). Discerning work as a calling: The role of job crafting. *The Career Development Quarterly*, 67(4), 343-356.

Roccas, S., & Schwartz, S. H. (1997). Church-state relations and the association of religiosity with values: A study of Catholics in six countries. *Cross-cultural research*, 31(4), 356-375.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free press.

Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. (1999). Basic individual values, work values, and the meaning of work. *Applied psychology*, 48(1), 49-71.

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.

Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers*. sage.

Steger, M. B. (2017). *Globalization: A very short introduction* (Vol. 86). Oxford University Press.

Steger MF, Pickering NK, Shin JY, Dik BJ. 2010. Calling in work: Secular or sacred? *J. Career Assess.* 18(1):82– 96.

- Shin, J. Y., Kim, E., & Ahn, J. (2021). A Latent Profile Analysis of Living a Calling, Burnout, Exploitation, and Work–Life Imbalance. *Journal of Career Development*, 0894845321994168.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S. H. (1997). *Values and culture*. Routledge.
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. *Questionnaire package of the european social survey*, 259(290), 261.
- Schwartz, S. H. (2006). Basic human values: An overview.
- Schwartz, S. H. (2007). Basic human values: Theory, methods, and application. *Basic Human Values*, 1000-1023.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1), 2307-0919.
- Schwartz, S. H., Bardi, A., & Bianchi, G. (2000). Value adaptation to the imposition and collapse of communist regimes in East-Central Europe. In *Political psychology* (pp. 217-237). Palgrave Macmillan, London.
- Schwartz, S. H., & Huismans, S. (1995). Value priorities and religiosity in four Western religions. *Social Psychology Quarterly*, 88-107.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of cross-cultural psychology*, 32(5), 519-542.
- Sinha, J. B. (1997). A cultural perspective on organizational behavior in India.
- Sinha, J. B., & Kumar, R. (2004). Methodology for understanding Indian culture. *The Copenhagen Journal of Asian Studies*, 19, 89-104.
- Thompson, J. A., & Bunderson, J. S. (2019). Research on work as a calling... and how to make it matter. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 6, 421-443.
- Triandis, H. C. (2001). Individualism–collectivism and personality. *Journal of personality*, 69(6), 907-924.
- T. W. H., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2007). Dimensions, antecedents, and consequences of workaholism: A conceptual integration and extension. *Journal of Organizational behaviour*, 28, 111-136.
- Tyler, T. R., & Schuller, R. A. (1991). Aging and attitude change. *Journal of personality and social psychology*, 61(5), 689.
- Ugwu, F. O., & Onyishi, I. E. (2018). Linking perceived organizational frustration to work

engagement: The moderating roles of sense of calling and psychological meaningfulness. *Journal of Career Assessment*, 26(2), 220-239.

Vazire, S. (2018). Implications of the credibility revolution for productivity, creativity, and progress. *Perspectives on Psychological Science*, 13(4), 411-417.

Vianello, M., Dalla Rosa, A., Anselmi, P., & Galliani, E. M. (2018). Validity and measurement invariance of the Unified Multidimensional Calling Scale (UMCS): A three-wave survey study. *Plos one*, 13(12), e0209348.

Vianello, M., Dalla Rosa, A., & Gerdel, S. (2022). Career Calling and Task Performance: The Moderating Role of Job Demand. *Journal of Career Assessment*, 10690727211039454.

Vroom VH. 1959. Some personality determinants of the effects of participation. *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 59(3):322–27.

Waterman, A. S. (1984). Identity formation: Discovery or creation?. *The Journal of Early Adolescence*, 4(4), 329-341.

Weber M. 1930. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, trans. T. Parsons. New York: Routledge Classics.

Wrzesniewski, A., McCauley, C. R., Rozin, P., & Schwartz, B. (1997). Jobs, careers, and callings: People's relations to their work. *Journal of Research in Personality*, 31, 21–33.

Xie, B., Xia, M., Xin, X., & Zhou, W. (2016). Linking calling to work engagement and subjective career success: The perspective of career construction theory. *Journal of Vocational Behavior*, 94, 70 –78.

Xie, B., Zhou, W., Huang, J. L., & Xia, M. (2017). Using goal facilitation theory to explain the relationships between calling and organization-directed citizenship behavior and job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*, 100, 78-87.

Yim F, Fock H. 2013. Social responsibility climate as a double-edged sword: How employee-perceived social responsibility climate shapes the meaning of their voluntary work? *J. Bus. Ethics* 114(4):665–74.

Yoo, B., Donthu, N., & Lenartowicz, T. (2011). Measuring Hofstede's five dimensions of cultural values at the individual level: Development and validation of CVSCALE. *Journal of international consumer marketing*, 23(3-4), 193-210.

Zhang, C., Dik, B. J., Wei, J., & Zhang, J. (2015). Work as a calling in China: A qualitative study of Chinese college students. *Journal of Career Assessment*, 23(2), 236-249.

Zhang, C., Herrmann, A., Hirschi, A., Wei, J., & Zhang, J. (2015). Assessing calling in Chinese college students: Development of a measure and its relation to hope. *Journal of Career Assessment*, 23(4), 582-596.

- Zhang, C., Hirschi, A., Dik, B. J., Wei, J., & You, X. (2018). Reciprocal relation between authenticity and calling among Chinese university students: A latent change score approach. *Journal of Vocational Behavior, 107*, 222-232.
- Zhang, C., Hirschi, A., Herrmann, A., Wei, J., & Zhang, J. (2017). The future work self and calling: The mediational role of life meaning. *Journal of Happiness Studies*. Advance online publication.
- Zhang, M., & Chen, G. (2019). An Analysis of the Relationship of Career Calling, Career Commitment and Job Satisfaction on Knowledge Employees. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 310.
- Ziedelis, A. (2019). Perceived calling and work engagement among nurses. *Western journal of nursing research, 41*(6), 816-833.
- 심예린, & 유성경. (2012). 한국판 소명 척도 (CVQ-K) 타당화. *한국심리학회지: 상담 및심리치료, 24*(4), 847-872.