

Motivace k myslivecké činnosti ve vztahu k osobnostním rysům

Motivation to Hunting in Relation to Personality Traits

František Baumgartner, Michaela Krakovská

Katedra psychologie, Filozofická fakulta, Ostravská univerzita, Ostrava

Psychologie a její kontexty 13 (1), 2022, 63–74
<https://doi.org/10.15452/PsyX.2022.13.0005>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International license for non-commercial purposes.



Abstrakt Příspěvek se věnuje tématu motivace k myslivecké činnosti, přičemž je sledována role různých motivů myslivosti a jejich souvislost s charakteristikami osobnosti. Výzkumu se zúčastnilo celkem 503 osob, z toho bylo 112 žen a 391 mužů. Data byla získána původním dotazníkem zjišťujícím motivaci k myslivosti a dotazníkem HEXACO, který měří šest dimenzí osobnosti. Na základě faktorové analýzy bylo odvozeno pět motivačních tendencí k myslivosti. Nejsilnějšími jsou motivy uznání a sdílení. Zjištění ukazují rozdílné vztahy motivů k osobnostním dimenzím. Častější jsou negativní korelace. Motiv prestiže negativně koreluje s poctivostí – pokorou, podobně je to u motivu agrese, který navíc ještě koreluje se svědomitostí. Z pozitivních korelací jsou nejsilnější vztahy motivů rozptýlení a agrese s emocionalitou. Pozorovat lze další signifikantní korelace, většinou se však jedná o slabé vztahy.

Klíčová slova motivace, myslivecká činnost, osobnostní rysy.

Abstract Organized hunting activity has become a phenomenon in the Czech Republic during the 20th century. Foreign studies aimed at hunting disclosed various motives for hunting (e. g. Hinrichs et al., 2021). Motivation is closely related to personality traits, so we were interested in the relation between hunting motives and personality traits in Czech hunters. Research was oriented to study which motivational tendencies are applied in the motivation for hunting and how they relate to each other. It was also examined whether there were differences between men and women in motivation. The crucial question was the relation between motives for hunting and personality traits. The sample consisted of 503 respondents, of whom 112 were women (22.27 %) and 391 were men (77.73 %). The

sample was obtained using snowball technique, self-selection, and occasional selection. The data were obtained by the original Scale of hunting motives (Scale HM) and the HEXACO questionnaire (Ashton & Lee, 2009). The introductory questions concerned demographics and information about hunting activities. The Scale of hunting motives consists of 30 items. Respondents answer on a five-point Likert scale. The questionnaire was inspired by the Volunteer Motivation Inventory (McEwin & Jacobsen-D'Arcy, 2002). The HEXACO questionnaire consists of 60 items. It measures six basic dimensions of personality (honesty-humility, emotionality, extraversion, agreeableness, conscientiousness, and openness to experience). The data was obtained electronically using Google forms. The analysis of principal components of Scale HM identified five motivational tendencies: appreciation (self-esteem); prestige (excitement); distraction (relaxation); aggression (hostility) and sharing (affiliation). Appreciation and sharing proved to be the dominant motives, while aggression was the weakest. The results show different relationships between motives and personality dimensions. Negative correlations are more common. The motive of prestige negatively correlates with honesty - humility, similarly to the motive of aggression, which also correlates with conscientiousness. The strongest positive correlations between distraction and emotionality. Other significant correlations can be observed, but most of them are weak. The findings showed significant differences in motives between men and women. Compared to men, women have stronger motives for sharing and relaxing. The men above score in the prestige motive. The connections between hunting motives and personality dimensions are mostly consistent with how the dimensions of the HEXACO model are characterized (Ashton et al., 2000; Ashton & Lee, 2007). But we observe rather weaker relations of the examined variables, pointing out that greater role in developing the motives of hunters can be attributed to other factors. Limits of the research is the use of Scale of hunting motives, which is in development and additional psychometric verification is required. The internal consistency of multiple subscales does not reach the optimal value. The sample was large, which is an indisputable advantage. On the other hand, it was not a random selection, and this reduces the possibility of generalization of the results.

Key words hunting, motives of hunting, personality traits.

Úvod

Myslivost jako organizovaná lovecká činnost datuje své počátky již od období pravěku. Evoluce vybavila člověka dispozicemi, které mu napomohly stát se jedním z největších predátorů. Během staletí se postupně proměňoval vztah člověka k přírodě a lovu směrem k výraznější akcentaci ochrany přírody. Na území České republiky je myslivost legislativně vymezena v Zákoně o myslivosti (č. 449/2001). Je chápána jednak jako činnosti prováděné v přírodě k volně žijící zvěři jako součásti ekosystému a jednak jako spolková činnost udržující myslivecké tradice jako součást národního kulturního dědictví. Myslivecké spolky svou činností směřují k ochraně přírody a udržování rovnováhy v přírodě.

Motivaci můžeme ve stručnosti definovat jako souhrn motivů, které ovlivňují chování, přičemž východiskem motivace je stav tenze, který pramení z pocitu nedostatku nebo naopak přebytku (Cakirpaloglu, 2012). Motivace a motiv se vztahují k vnitřním procesům, stavům a dispozicím, které „vysvětlují zaměřenost chování na dosažení určitého cíle, jeho intenzitu (energií, vynaložené úsilí)“ (Nakonečný, 2015, p. 16). Zahraniční studie zabývající se motivací chování lovců odhalily u specifických skupin rozličné motivy. Například pro rybáře jsou typické motivy vztahující se k společnosti, jídlu či přírodě a sportu (Beardmore et al., 2011; Finn & Loomis, 2001). Podobně u lovců velké zvěře (tzv. *Big-game hunters*) dominují motivy sociální, motivy vztahující se k pobytu venku, jídlu, ale také motiv vzrušení (Gigliotti & Metcalf, 2016). Lovci drobné zvěře zmiňovali především motivy vyjadřující návaznost na tradice (Guttery, 2011). Můžeme pozorovat, že styčným motivem všech výše zmíněných skupin, které v našem prostředí můžeme označovat jako myslivce, je především saturace potřeby afilice, tedy uspokojování, navazování a udržování pozitivních sociálních kontaktů.

Motivace úzce souvisí s osobnostními rysy, neboť se jedná o stabilní projevy osobnosti umožňující predikci chování (např. Kanfer & Haggstad, 1997; Kelsen & Liang, 2019; Komarraju et al., 2009). Rysy jsou zkoumány prostřednictvím lexikální i faktorové analýzy. Základním modelem, celostně postihujícím osobnostní aspekty, je model *Big Five* (Velká pětka). Struktura personologického systému osobnosti zahrnuje pět primárních faktorů – neuroticismus, extraverci, otevřenost vůči zkušenosti, přívětivost a svědomitost (Hřebíčková, 2011; Johnson, 2017). Avšak koncepce Velké pětky není všemi výzkumníky bezvýhradně přijímána. Někteří badatelé upozornili na omezení stávající struktury spočívající v opomenutí existence šestého faktoru, pojmenovaného jako poctivost – pokora (Ashton et al., 2000). Modifikovaný šestifaktorový model nese název HEXACO, poslední revidovaný inventář pochází z roku 2009. Dimenze modelu HEXACO tvoří – poctivost – pokora, emocionalita, extraverce, svědomitost a otevřenost vůči zkušenosti (Ashton & Lee, 2007). Přestože se zdá, že faktory odpovídají původnímu Big Five modelu a jsou pouze doplněny o šestou dimenzi, bližší specifikace reflektuje rozdíly především u faktoru přívětivosti, která zahrnuje hněv, nikoliv citlivost, a emocionality, která nahrazuje původní neuroticismus (Baumgartner & Kopuničová, 2016).

Výzkumný problém

Skutečnost, že tématu motivů k myslivecké činnosti dosud nebyla věnována v českém prostředí větší pozornost, byla jedním ze zdrojů volby výzkumného zaměření. Vzhledem k tradici myslivosti na našem území je to celkem překvapivé. Na druhou stranu není ani v zahraničí toto téma často předmětem empirického zkoumání. Tím spíše se jeví smysluplné se na tuto oblast zaměřit. Ve výzkumu jsme si položili několik otázek. První je zjišťování, které motivační tendence se uplatňují v motivaci k myslivecké činnosti. Dále bylo sledováno, jak vzájemně motivy k myslivecké činnosti souvisí. Vzhledem k tomu, že myslivost je spíše doménou mužů, jeví se zajímavé sledovat rozdíly v motivaci k myslivosti mezi muži a ženami. Klíčovou otázkou výzkumu pak bylo, jaký je vztah motivů k myslivecké činnosti a osobnostních charakteristik.

Metoda

Výzkumný soubor

Základní soubor tvořili myslivci působící v České republice. Podle dat Českého statistického úřadu je jejich počet necelých 90 000 a v čase spíše klesá (v roce 2009 se blížil k 95 000). Stoupá přitom průměrný věk myslivců, blíží se k hodnotě 60 let. Výběr byl uskutečněn nepravděpodobnostní kombinací metod sněhové koule, samovýběru a příležitostného výběru. Výzkumný soubor byl tvořen 503 respondenty, z čehož bylo 112 žen (22,27 %) a 391 mužů (77,73 %). V tabulce 1 je uvedeno rozdělení respondentů podle věku. Nejčetnější je kategorie 36 až 45 let. Převažují tedy spíše mladší myslivci, což neodpovídá rozložení v základním souboru myslivců. Tabulka 2 uvádí rozdělení podle praxe v myslivecké činnosti. Jak plyne z údajů, 303 myslivců uvádí praxi do 20 let, 200 osob nad 20 let. Co se týče vzdělání, 53,4 % respondentů má středoškolské vzdělání, 45,3 % vyšší odborné a vysokoškolské vzdělání a zbylých 1,2 % základní vzdělání.

Tabulka 1

Rozdělení respondentů podle věku

Interval	Počet	%	Kumulativní %
18–25 let	72	14,3 %	14,3 %
26–35 let	123	24,5 %	38,8 %
36–45 let	135	26,8 %	65,6 %
46–60 let	112	22,3 %	87,9 %
61 a více let	61	12,1 %	100,0 %

Tabulka 2

Rozdělení respondentů podle délky praxe v myslivecké činnosti

Interval	Počet	%	Kumulativní %
1–5 let	96	19,1 %	19,1 %
5–10 let	101	20,1 %	39,2 %
11–20 let	106	21,1 %	60,3 %
21 a více let	200	39,8 %	100,0 %

Použité nástroje

První část tvořil vstupní dotazník zjišťující informace převážně demografického charakteru (pohlaví, věk, dosažené vzdělání) a otázky směřující k myslivosti (praxe v myslivecké činnosti, hlavní důvod vykonávání myslivecké činnosti).

Část druhou představoval nově vytvořený dotazník zaměřený na zjištění motivace k vykonávání myslivecké činnosti (Dotazník motivace k myslivosti). Sestavení tohoto nástroje bylo zvoleno kvůli absenci vhodné metody. Inspirací k vytvoření dotazníku byl *Volunteer Motivation Inventory* (McEwin & Jacobsen-D'Arcy, 2002) zjišťující motivy pro vykonávání dobrovolnické činnosti. Motivory zjišťované tímto dotazníkem se jeví aplikovatelnými pro výzkum myslivců. Jsou to: uznání, sdílení, reaktivita, sebeúcta, sociální interakce, ochrana, prestiž a agrese. Sestavená verze Dotazníku motivace k myslivosti byla podrobena pilotáži u osloveného malého souboru dvaceti myslivců. Účelem bylo zajistit dodržení mysliveckého slangu a získat zpětnou vazbu o zahrnutí potenciálních motivů myslivectví ve formulacích položek. Na základě toho došlo k úpravě znění některých položek. Dotazník se skládá ze třiceti výroků, přičemž respondenti vyjadřují míru svého souhlasu či nesouhlasu prostřednictvím pětibodové škály Likertova typu.

Poslední částí baterie byl Osobnostní inventář HEXACO-60 (Ashton & Lee, 2009) v českém překladu Zášková a Plháková (2012). Inventář měří šest bazálních osobnostních dimenzí: Poctivost – pokora, Emocionalita, Extraverze, Přívětivost, Svědomitost, Otevřenost vůči zkušenosti. Je tvořen celkem 60 výroky, přičemž každá z dimenzí je zastoupena 10 tvrzeními. Odpovídá se na pětibodové škále (souhlas – nesouhlas).

Průběh sběru dat a jejich zpracování

Sběr dat probíhal od listopadu do prosince roku 2020. Výzkum měl formu dotazníkového šetření, přičemž data byla získávána elektronicky pomocí Google formulářů. Distribuce proběhla prostřednictvím e-mailové komunikace, sdílením odkazu na sociálních sítích a na stránkách časopisu *Myslivost: Stráž myslivosti*. Pro statistické zpracování dat byly využity programy PSPP 1.4.1 a jamovi 1.8.

Výsledky

V položkách Dotazníku motivace k myslivosti bylo zahrnuto výše zmíněných osm motivačních kategorií. Se záměrem empiricky ověřit strukturu dotazníku byla použita explorační faktorová analýza. Konkrétně byla využita metoda hlavních komponent s rotací Varimax normalized. Tento postup vedl k odhalení pěti faktorů čili k menšímu počtu oproti očekávaným osmi dimenzím. Vyplynulo to ze sloučení obsahově blízkých motivů. Při stanovení počtu faktorů jsme se opírali o průběh sutinového grafu a obsah položek sytících faktory (0,4 a výše). Při vlastní hodnotě 1,5, pět faktorů vysvětluje 41,3 % celkového rozptylu. Se zřetelem k výše uvedené struktuře metody bylo pět faktorů nazváno uznání (sebeúcta), prestiž (soutěžení, vzrušení), rozptýlení (únik, reaktivita), agrese (hostilita) a sdílení (sociální interakce). Výsledky faktorové analýzy s označením položek náležících k faktorům obsahuje tabulka 3.

Tabulka 3

Analýza hlavních komponentů dotazníku motivace k myslivosti (rotace Varimax)

Znění položek	Faktor				
	1	2	3	4	5
Jsem myslivcem, díky tomu, že z toho mám dobrý pocit.	,31	,01	,08	-,34	,28
Jsem myslivcem, protože se těším na společenské akce, které s tím souvisí.	,07	,03	,11	-,10	,77
Myslivost mi pomáhá vypořádat se s vlastními problémy.	,08	-,04	,71	,03	,04
V mysliveckém spolku mám mnoho přátel.	,35	-,13	-,04	-,03	,50
Často dlouho váhám, než vystřelím.	,17	-,42	,20	-,09	-,09
Mám mnoho trofejí.	,19	,49	,08	,04	-,09
Do lesa často chodím, když se cítím podrážděný.	,02	,02	,76	,10	,07
Věnuji se myslivecké činnosti, protože je to dobrý únik od mých problémů.	-,04	,05	,83	,10	,08
Jsem myslivcem, protože se cítím užitečný.	,62	-,15	,12	-,05	,22
Kdybych mohl/a jet zadarmo na lov do exotických destinací, jel/a bych.	-,06	,65	-,01	,01	,13
Na čekanou chodím hlavně za účelem lovu.	-,09	,61	-,11	,10	-,12
Stal/a jsem se myslivcem, protože je to rodinná tradice (mí příbuzní jsou myslivci).	,38	,20	,20	-,11	,13
Jsem myslivcem, protože se rád účastním honů a dalších mysliveckých akcí.	,14	,09	,11	-,01	,74
Mít respekt od ostatních členů spolku pro mě není důležité.	-,11	,00	,01	-,05	-,24
Cítím, že je pro mě důležité získat od cizích lidí pozitivní zpětnou vazbu.	,56	,15	,13	,09	-,04
Do lesa si často chodím odpočinout od každodenních problémů.	,19	-,09	,67	-,13	,03
Jsem spokojený/á, když jsem při lovu úspěšný/á.	,18	,68	,16	-,16	-,03
Když se necítím dobře, častěji střílím.	-,06	-,05	,19	,63	-,03
Jsem myslivcem, protože se díky tomu cítím méně osamělý/á.	,22	-,05	,35	,52	,24
Stal/a jsem se myslivcem, protože i mí přátelé jsou myslivci.	,14	-,05	,08	,47	,44
Láká mě lov netypického zvířete (medvěd, los, jelen, kamzík).	,04	,73	,02	,13	,15

Vadí mi, když jsou ostatní členové spolku na honu úspěšnější než já.	,02	,10	,01	,59	,04
Ostatní lidé mě obdivují za to, že vykonávám mysliveckou činnost.	,50	,10	,03	,25	,14
Do lesa chodím častěji krmit než lovit.	,37	-,39	,12	-,26	,00
Pobyť v lese je pro mě odpočinkem.	,18	-,06	,20	-,48	,10
Cítím větší spokojenost, když ulovím trofejovou zvěř než škodnou.	,08	,29	-,05	,53	-,20
Na čekanou chodím nejraději sám/sama.	,30	-,11	-,11	,08	-,41
Je mi líto ulovené zvěře, i když se jedná o škodnou.	,20	-,23	,16	,07	-,26
Vadí mi, když o mně někdo řekne, že jsem „vrah“.	,57	-,08	-,02	,01	,01
Jsem hrdý/á, že jsem myslivec.	,61	,00	,00	-,24	,18

Pozn.: Komponenty (faktory) – 1: uznání, 2: prestiž, 3: rozptýlení, 4: agrese, 5: sdílení.

V následující tabulce 4 uvádíme statistické charakteristiky motivů k myslivosti. Z pohledu na průměry je zřejmé, že dominujícími motivy jsou uznání a sdílení. Naopak nejslabším je agrese. U ní je zároveň nejnížší variabilita a výraznější pravostranná asymetrie. Největší proměnlivost hodnot je u hledání rozptýlení. Míry šikmosti jsou s výjimkou agrese u všech škál mezi 0 až 1, resp. 0 až -1. Můžeme je tedy pojímat jako přibližně normální. Problematičtější jsou hodnoty Cronbachovy alfy jako ukazatele vnitřní konzistence. Pod 0,6 jsou až ve třech případech. Nad 0,7 je to jenom u škály rozptýlení. To implikuje opatrné posuzování dalších analýz. Cronbachova alfa celého dotazníku je 0,691. Odpovídá tedy akceptovatelné hodnotě 0,7.

Tabulka 4

Deskriptivní statistiky motivů k myslivosti

	Uzn	Pre	Roz	Agr	Soc
n	503	503	503	503	503
Průměr	3,627	2,704	2,868	1,544	3,315
Standardní odchylka	0,659	0,757	0,973	0,498	0,777
Šikmost	-0,718	0,035	0,184	1,522	-0,385
Vn. konz.	0,567	0,657	0,759	0,511	0,559

Pozn.: Uzn – uznání, Pre – prestiž, Roz – rozptýlení, Agr – agrese, Soc – sdílení, Vn. konz. – vnitřní konzistence (Cronbachova alfa).

V následující tabulce 5 jsou uvedeny hodnoty součinné korelace mezi motivy k myslivosti. Součinná korelace byla upřednostněna díky převažující symetrii rozdělení hodnot proměnných. Statisticky průkazná je středně silná korelace uznání a sdílení. K hodnotě korelace 0,3 se blíží vztahy uznání a rozptýlení a také prestiže a agrese. Slabší, i když signifikantní jsou vztahy sdílení a rozptýlení a rovněž agrese a rozptýlení. Ostatní výsledky ukazují na nezávislost motivů.

Tabulka 5*Interkorelace motivů k myslivosti*

		Uzn	Pre	Roz	Agr
Pre	Pearsonovo r	0,037	—		
	p-hodnota	0,409	—		
Roz	Pearsonovo r	0,289	0,001	—	
	p-hodnota	<,001	0,978	—	
Agr	Pearsonovo r	0,021	0,246	0,130	—
	p-hodnota	0,637	<,001	0,004	—
Soc	Pearsonovo r	0,313	0,060	0,189	-0,054
	p-hodnota	<,001	0,179	<,001	0,223

Pozn.: Uzn - uznání, Pre - prestiž, Roz - rozptýlení, Agr - agrese, Soc - sdílení.

Tabulka 6 se věnuje srovnání mužů a žen v síle motivů k myslivosti. Nevýhodou je nestejně zastoupení. Nicméně výsledky ukazují statisticky významné rozdíly ($p < 0,001$, $p < 0,01$) v třech případech. Větší jsou u sdílení, ve které výše skórují ženy a v motivu prestiže, kde vyšší průměr zaznamenáváme u mužů. O něco menší je rozdíl u rozptýlení, které je více preferováno ženami. K hranici signifikance ($p < 0,05$) se blíží rozdíl u agrese. Podobně jako u motivu prestiže i v tomto případě výše skórovali muži. U nejsilnějšího motivu uznání se průměry liší jen velmi málo. Hodnoty Cohena d ukazují na střední sílu efektu u všech tří signifikantních výsledků.

Tabulka 6*Porovnání mužů a žen v motivech k myslivosti*

Motivy	Skup.	n	AM	SD	t	p	Cohenovo d
Uzn	Muž	391	3,617	0,654	0,594	0,553	-0,064
	Žena	112	3,659	0,679			
Pre	Muž	391	2,768	0,740	3,579	<,001	0,384
	Žena	112	2,481	0,776			
Roz	Muž	391	2,808	0,956	2,631	0,009	-0,282
	Žena	112	3,080	1,009			
Agr	Muž	391	1,566	0,488	1,896	0,059	0,203
	Žena	112	1,465	0,526			
Soc	Muž	391	3,243	0,767	3,918	<,001	-0,420
	Žena	112	3,565	0,763			

Pozn.: Uzn - uznání, Pre - prestiž, Roz - rozptýlení, Agr - agrese, Soc - sdílení.

Tabulka 7 zaznamenává souvislosti motivů myslivosti a osobnostních dimenzí modelu HEXACO. Ve většině jsou korelace nízké, kolem hodnoty 0,1. Vzhledem k rozsahu souboru jsou statisticky průkazné. Větší pozornost si zaslouží ty, kde hodnota Pearsonovy korelace poukazuje na střední silný vztah ($r > 0,3$) anebo se k ní blíží. Nejsilnější jsou negativní souvislosti motivů prestiže a agrese s dimenzí poctivost - pokora. Agrese dále negativní souvisí se svědomitostí, naopak pozitivně s emocionalitou. Pozitivní souvislost vidí-

me také u vztahu rozptýlení a emocionality. Celkem se souvislosti jeví jako smysluplné z pohledu pojetí dimenzí modelu HEXACO.

Tabulka 7

Korelace motivů k myslivosti a osobnostních dimenzí

		Poct	Emoc	Extr	Privet	Sved	Otevr
Uznání	r	-0,045	0,164	0,126	0,042	0,085	-0,029
	p-value	0,311	<,001	0,005	0,346	0,057	0,520
Prestiž	r	-0,371	-0,124	0,023	-0,178	-0,117	-0,101
	p-value	<,001	0,005	0,615	<,001	0,009	0,024
Rozptýlení	r	-0,074	0,224	-0,165	-0,021	-0,051	-0,151
	p-value	0,096	<,001	<,001	0,643	0,255	<,001
Agrese	r	-0,275	0,204	-0,188	-0,040	-0,268	-0,168
	p-value	<,001	<,001	<,001	0,365	<,001	<,001
Sdílení	r	0,015	0,059	0,113	0,097	-0,052	-0,033
	p-value	0,743	0,190	0,011	0,030	0,247	0,464

Pozn.: Poct – poctivost-pokora, Emoc – emocionalita, Extr – extraverteze, Privet – přívětivost, Sved – svědomitost, Otevr – otevřenost vůči zkušenosti.

Diskuse

Myslivost lze považovat za formu volnočasové aktivity (Slepičková, 2000), jejíž podoba se v průběhu evoluce vyvíjela. Výzkumy evolučních antropologů zmiňují lov za účelem uspokojení primárních potřeb, úspěšní lovci tedy měli větší pravděpodobnost přežití a předání genetické informace (Lee & De Vore, 1968). V současnosti se však jako podstatnější jeví spíše motivy sociální (Beardmore et al., 2011; Gigliotti & Metcalf, 2016; Hinrichs et al., 2021). Realizovaný výzkum se zaměřil na zjišťování motivů k myslivectví, jejich vzájemných souvislostí a také souvislostí s osobnostními rysy. Ve shodě s výše uvedeným, zjišťované motivy v popisovaném výzkumu představují sociální motivaci. Nástrojem pro jejich zjišťování je dotazník vlastní konstrukce, který byl zvolen z toho důvodu, že zatím není etablován žádný dotazník k měření motivace k myslivectví. Vzhledem k tomu, že myslivecká činnost představuje volnočasovou aktivitu, inspirovali jsme se dotazníkem motivů trávení volného času. S využitím faktorové analýzy bylo odvezeno pět motivů myslivectví, a to uznání, rozptýlení, sdílení, prestiž a agrese. Výsledky ve výzkumném souboru prokázaly preferenci motivu uznání a sdílení. Toto zjištění je v souladu s jinými výzkumy (Decker et al., 1984, as cited in Guynn, 2015; Benson & Decker, 2001, as cited in Guynn, 2015). Středně silná korelace těchto dvou motivů je blízká poznatkům uváděným v literatuře (např. McEwin & Jacobsen-D'Arcy, 2002; Van Doesum et al., 2020).

Soustředili jsme se dále na porovnání motivace mužů a žen. Jako pro řadu dalších outdoorových volnočasových aktivit, tak i pro myslivectví platí, že je převážně doménou mužů. Nicméně se podíl žen – myslivkyň postupně zvyšuje. Je jen málo výzkumů, které by byly specificky zaměřeny na srovnávání rozdílů v motivaci k myslivectví u žen a mužů. Jejich výsledky přitom nejsou jednoznačné. Starší výzkum Deckera et al. (1984, as cited

in Guynn, 2015) poukázal na silnější motiv afiliace u žen a u mužů zase silnější motiv soutěžení. Ve shodě s tím jsou výsledky našeho výzkumu, kdy u žen ve srovnání s muži je silnější motiv sdílení, u mužů je to motiv prestiže. Přes odlišná označení odpovídají obsahově motivům uváděným Deckerem et al. (1984, as cited in Guynn, 2015). Na druhou stranu existují výzkumy, které žádné výraznější rozdíly nezjistily (např. Guynn, 2015). Jestli se díváme na myslivectví jako na volnočasovou aktivitu, z této optiky je nahlíženo na možné rozdíly motivace žen a mužů z pohledu etiky péče (Henderson & Hickerson, 2007). To implikuje očekávání větší péče o druhé u žen, a tedy sdílení, afiliaci jako motiv. Bude zajímavé realizovat další výzkumy v této oblasti.

Souvislosti motivů k myslivectví a osobnostních dimenzí ve většině odpovídají tomu, jak jsou charakterizovány dimenze modelu HEXACO (Ashton et al., 2000; Ashton & Lee, 2007). Týká se to zejména dimenze extraverte, u které pozorujeme pozitivní korelace s motivy uznání a sdílení, naopak negativní s agresí a rozptýlením. Z dalších dimenzí lze zmínit emocionalitu se statisticky významným vztahem s většinou motivů k myslivosti. Kladné vztahy s uznáním, rozptýlením a agresí a protikladný vztah s prestiží naznačuje odlišnost pojetí emocionality a neuroticismu (v modelu Velké Pětky). Pozorujeme přitom spíše slabé vztahy zkoumaných proměnných, signifikance tedy vyplynula z velikosti výzkumného souboru. Vymykají se z toho středně silné negativní souvislosti poctivosti – pokory s motivy prestiže a agrese. Ze zjištění celkově plyne, že podstatnější roli v utváření motivů myslivecké činnosti lze nejspíš připsat jiným činitelům. Na dosažené výsledky se můžeme podívat i v konfrontaci s výzkumy sledujícími vztahy osobnostních dimenzí a volnočasových aktivit. Lze se zaměřit na činnosti zaměřené na tělesnou aktivitu, aktivity venku nebo činnosti spojené se sociální interakcí. Do tohoto rámce je možné myslivectví řadit. Zjištění poukazují zejména na vztahy extraverte a otevřenosti vůči zkušenosti k preferenci volnočasových aktivit z uvedených okruhů (Kirkcaldy & Furnham, 1991; Sander et al., 2021; Speaks, 2013; Stephan et al., 2014). V případě extraverte byly v našem výzkumu zjištěny souvislosti s motivy k myslivecké činnosti pozitivní i negativní, v případě otevřenosti však pouze negativní. To však bezprostředně nevypovídá o vztahu dimenzí osobnosti k preferenci myslivectví jako volnočasové aktivity.

K limitům a omezením realizovaného výzkumu patří použití dotazníku zjišťujícího motivaci k myslivecké činnosti, který je ve vývoji a vyžaduje důkladnější psychometrické ověřování. Vnitřní konzistence většiny subškál je nižší než požadované hodnoty. Rozlišení motivačních tendencí tímto faktem mohlo být ovlivněno. Můžeme také předpokládat, že motivace k myslivectví obsahuje kromě vědomé i nevědomou složku, kterou použitím dotazníku nelze zachytit. Výzkumný soubor byl celkem rozsáhlý, jednalo se však o nenáhodný výběr, a to snižuje možnosti zobecňování výsledků. Omezením výzkumu je dále skutečnost, že je to oblast zatím málo prozkoumaná, proto není moc zdrojů, se kterými by bylo možno výsledky srovnávat. Jedním ze zaměření příštích výzkumů může být sledování motivačních preferencí myslivců podle toho, na jaký druh zvěře se zaměřují (pokud se jedná o lov i další myslivecké činnosti).

Reference

- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review*, 11(2), 150–166. <https://doi.org/10.1177/1088868306294907>
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2009). The HEXACO–60: A short measure of the major dimensions of personality. *Journal of Personality Assessment*, 91(4), 340–345. <https://doi.org/10.1080/00223890902935878>
- Ashton, M. C., Lee, K., & Son, C. (2000). Honesty as the sixth factor of personality: correlations with machiavellianism, primary psychopathy, and social adroitness. *European Journal of Personality*, 14(4), 359–368. [https://doi.org/10.1002/1099-0984\(200007/08\)14:4<359::AID-PER382>3.0.CO;2-Y](https://doi.org/10.1002/1099-0984(200007/08)14:4<359::AID-PER382>3.0.CO;2-Y)
- Baumgartner, F., & Kopuničová, V. (2016). Psychometrické charakteristiky osobnostného dotazníka HEXACO-60. In Pitel, L. (Ed.), *Sociálne procesy a osobnosť 2016*, 30–37. Ústav experimentálnej psychológie, Centrum spoločenských a psychologických vied SAV.
- Beardmore, B., Haider, W., Hunt, L. M., & Arlinghaus, R. (2011). The Importance of trip context for determining primary angler motivations: are more specialized anglers more catch-oriented than previously believed? *North American Journal of Fisheries Management*, 31(5), 861–879. <https://doi.org/10.1080/02755947.2011.629855>
- Cakirpaloglu, P. (2012). *Úvod do psychologie osobnosti*. Grada.
- Finn, K. L., & Loomis, D. K. (2001). The Importance of catch motives to recreational anglers: the effects of catch satiation and deprivation. *Human Dimensions of Wildlife*, 6(3), 173–187. <https://doi.org/10.1080/108712001753461275>
- Gigliotti, L. M., & Metcalf, E. C. (2016). Motivations of female black hills deer hunters. *Human Dimensions of Wildlife*, 21(4), 371–378. <https://doi.org/10.1080/10871209.2016.1157714>
- Guttery, M. R. (2011). *Ecology and management of a high elevation southern range Greater Sage-Grouse population: vegetation manipulation, early chick survival, and hunter motivations*. [Doctoral dissertation, Utah State University]. Digitalcommons.
- Guynn, S. T. (2015). *Exploring and Measuring the Benefits of Hunting*. [Doctoral dissertation, Clemson University]. TigerPrints.
- Henderson, K. A., & Hickerson, B. (2007). Women and leisure: premises and performances uncovered in an integrative review. *Journal of Leisure Research*, 39(4), 591–610. <https://doi.org/10.1080/0022216.2007.11950124>
- Hinrichs, M. P., Vrtiska, M. P., Pegg, M. A., & Chizinski, C. J. (2021). Motivations to participate in hunting and angling: a comparison among preferred activities and state of residence. *Human Dimensions of Wildlife*, 26(6), 576–595. <https://doi.org/10.1080/10871209.2020.1858208>
- Hřebíčková, M. (2011). *Pětifaktorový model v psychologii osobnosti: přístupy, diagnostika, uplatnění*. Grada.
- Johnson, J. A. (2017). Big-Five model. In V. Zeigler-Hill & T. K. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–16. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1212-1
- Kanfer, R., & Heggestad, E. D. (1997). Motivational traits and skills: a person-centered approach to work motivation. In B. M. Staw & L. L. Cummings, *Research in Organizational Behavior*, 19, 1–56. JAI Press, Inc.
- Kirkcaldy, B., & Furnham, A. (1991). Extraversion, neuroticism, psychoticism and recreational choice. *Personality and Individual Differences*, 12(7), 737–745. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(91\)90229-5](https://doi.org/10.1016/0191-8869(91)90229-5)
- Kelsen, B. A., & Liang, H-Y. (2019). Role of the Big Five personality traits and motivation in predicting performance in collaborative presentations. *Psychological Reports*, 122(5), 1907–1924. <https://doi.org/10.1177/0033294118795139>
- Komaraju, M., Karau, S. J., & Schmeck, R. R. (2009). Role of the Big Five personality traits in predicting college students' academic motivation and achievement. *Learning and Individual Differences*, 19(1), 47–52. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2008.07.001>

- Lee, R. B., & De Vore, I. (Eds.). (1968). *Man the hunter*. Aldine Publishing Company.
- McEwin, M., & Jacobsen-D'Arcy, L. (2002) *Developing a scale to understand and assess the underlying motivational drives of volunteers in western Australia: final report*. Lotterywest & CLAN WA.
- Nakonečný, M. (2015). *Motivace chování*. Triton.
- Sander, J., Schumann, P., Richter, D., & Specht, J. (2021). Leisure activities as a driver of personality development? A random-intercept cross-lagged panel model across 13 years in adulthood. *Collabra: Psychology*, 7(1), 23473. <https://doi.org/10.1525/collabra.23473>
- Slepičková, I. (2000). *Sport a volný čas*. Karolinum.
- Speaks, S. Z. (2013). *Explaining leisure interests, personality, work centrality, and vocational interests*. [Honors College Thesis, University of Southern Mississippi]. Aquila.
- Stephan, Y., Boiché, J., Canada, B., & Terracciano, A. (2014). Association of personality with physical, social, and mental activities across the lifespan: findings from US and French samples. *British Journal of Psychology*, 105(4), 564–580. <https://doi.org/10.1111/bjop.12056>
- Van Doesum, N. J., de Vries, R. E., Blokland, A. A. J., Hill, J. M., Kuhlman, D. M., Stivers, A. W., Tybur, J. M., & Van Lange, P. A. M. (2020). Social mindfulness: prosocial the active way. *The Journal of Positive Psychology*, 15(2), 183–193. <https://doi.org/10.1080/17439760.2019.1579352>
- Zákon č. 449/2001 Sb. *zákon o myslivosti*. (2021). Retrieved October 27, from <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-449?citace=1>
- Zášková, T., & Plhánková, A. (2012). Sociální inteligence ve vztahu k šesti dimenzím osobnosti. In D. Heller, J. Kotrlová & I. Sobotková (Eds.), *Psychologické dny 2012*, 477–489. Univerzita Palackého v Olomouci.

Korespondenční autor: František Baumgartner, Katedra psychologie, Filozofická fakulta, Ostravská univerzita, Reální 5, 701 03 Ostrava, Česká republika.
Email: frantisek.baumgartner@osu.cz

Baumgartner, F., & Krakovská, M. (2022). Motivace k myslivecké činnosti ve vztahu k osobnostním rysům. *Psychologie a její kontexty*, 13 (1), 2022, 63–74.
<https://doi.org/10.15452/PsyX.2022.13.0005>