

VZŤAH PSYCHICKÝCH VLASTNOSTÍ A KONZUMÁCIE PORNOGRAFIE

Miroslava Bruncková

Doc. PhDr. Štefan Vendel, Csc.

Kľúčové pojmy.

-**pornografia** - zobrazenie sexuálneho aktu v jeho rôznych podobách - slovom, obrazom aj zvukom, ktorý je vytvorený za hlavným účelom sexuálneho vzrušenia či sexuálneho uspokojenia.

-**konzumácia pornografie** - aktívna apercepcia - chcené, účelovo zamerané vnímanie, ktoré je podmienené skúsenosťami a individuálnym záujmom



-psychické vlastnosti:

- extravertzia - introvertzia
- stabilita - labilita
- zmyslovost' - racionálnost'
- dominancia - submisivita
- aktivita - pasivita



Ciel' výskumu

- zistiť, či existuje vzťah medzi jednotlivými psychickými vlastnosťami a konzumáciou pornografie.
- zistiť, či sú rozdiely medzi jednotlivými skupinami konzumentov pornografie v meraných psychických vlastnostiach, ktorí boli rozdelení na základe frekvencie sledovania pornografie.
- zistiť, či existujú rozdiely v psychických vlastnostiach medzi skupinou ľudí, ktorí pornografiu vôbec nesledujú a tými, ktorí ju pozerajú denne.



Výskumná vzorka

- 381 respondentov
- 171 mužov a 210 žien
- vek účastníkov 18-67 rokov
- priemerný vek 24,67 roka

Realizácia výskumu

- február a marec 2009

Výskumné nástroje

- Osobnostný inventár KUD
- nami vytvorený dotazník na mapovanie konzumácie pornografie



Štatistické spracovanie dát

-programy -

SPSS 16.0

Microsoft Excel

-štatistické postupy- korelácie

one way ANOVU

T-test

Kategórie konzumentov pornografie

-kategórie-

nepozerám

pár krát ročne

mesačne

týždenne

denne



VÝSLEDKY
VÝSKUMU

Hypotéza 1: Predpokladáme, že frekvencia sledovania pornografie pozitívne koreluje s osobnostnou dimenziou „extraverzia - introverzia“. Čím sa teda u konzumenta pornografie prejaví vyššia miera extraverzie, tým bude pornografiu častejšie pozerat’.

konzumácia
pornografie

extraverzia –
introverzia (r)

konzumácia
pornografie

.033

extraverzia –
introverzia (rho)

.076

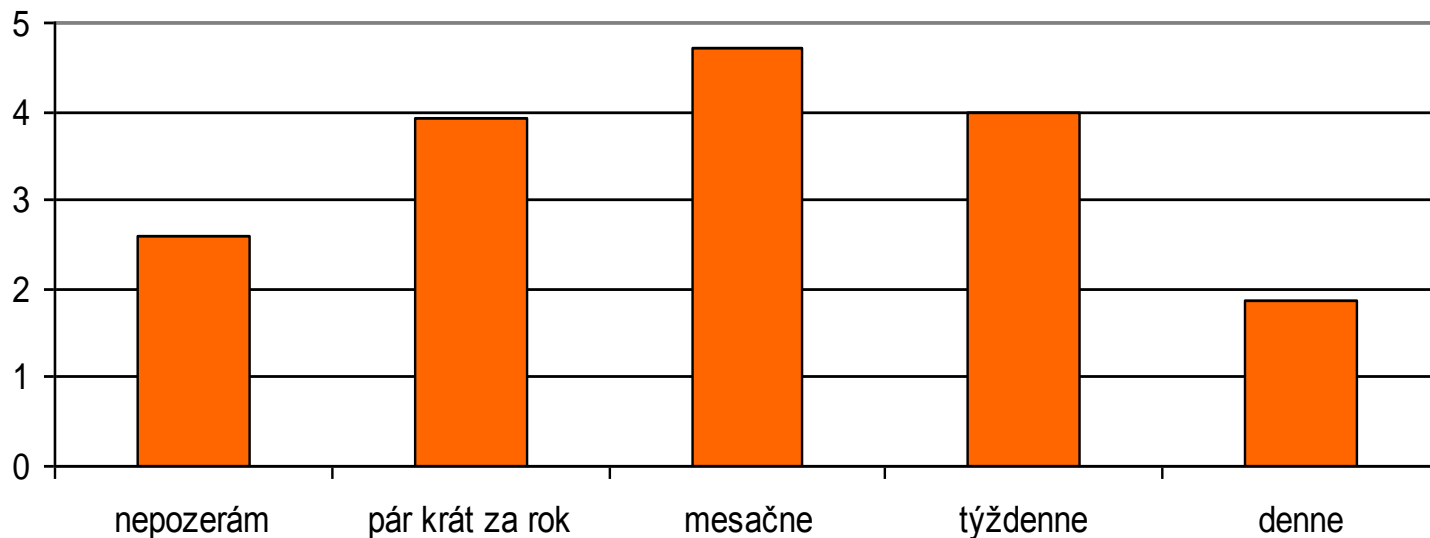
hypotéza sa nepotvrdila



Hypotéza 2: Predpokladáme, že jednotlivé skupiny konzumentov pornografie rozdelené podľa frekvencie jej sledovania, sa medzi sebou líšia v miere extravertzie a introvertzie.

	Suma			
	štvorcov	df	F	Sig.
Extraverzia – introverzia	257,42	4	7,44	.000

Extraverzia - introverzia



Hypotéza 3: Predpokladáme, že frekvencia sledovania pornografie negatívne koreluje s osobnostnou dimenziou „stabilita - labilita“. Čím sa teda u konzumenta pornografie prejaví vyššia miera lability, tým bude pornografiu častejšie pozerat’.

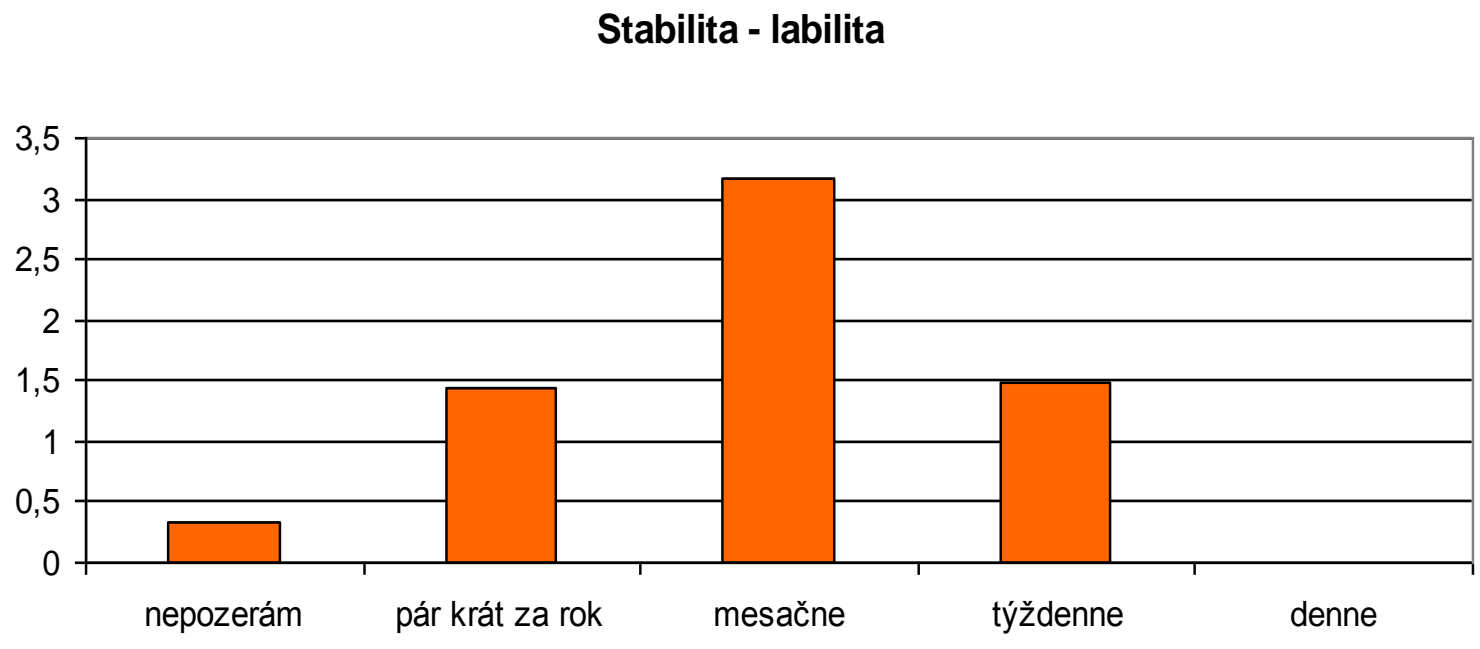
	konzumácia pornografie	stabilita – labilita (r)
konzumácia pornografie		.043
stabilita – labilita (rho)	.047	

hypotéza sa nepotvrdila



Hypotéza 4: Predpokladáme, že jednotlivé skupiny konzumentov pornografie rozdelené podľa frekvencie jej sledovania, sa medzi sebou líšia v miere stability a lability.

	Suma štvorcov	df	F	Sig.
Stabilita – lability	326,21	4	5,96	.000



Hypotéza 5: Predpokladáme, že frekvencia sledovania pornografie pozitívne koreluje s osobnostnou dimenziou „zmyslovosť - racionálnosť“. Čím sa teda u konzumenta pornografie prejaví vyššia miera zmyslovosti, tým bude pornografiu častejšie pozerat’.

	konzumácia pornografie	zmyslovosť – racionálnosť (r)
--	---------------------------	----------------------------------

konzumácia pornografie zmyslovosť – racionálnosť (rho)	.143**	.181**
---	---------------	---------------

** $p < .01$

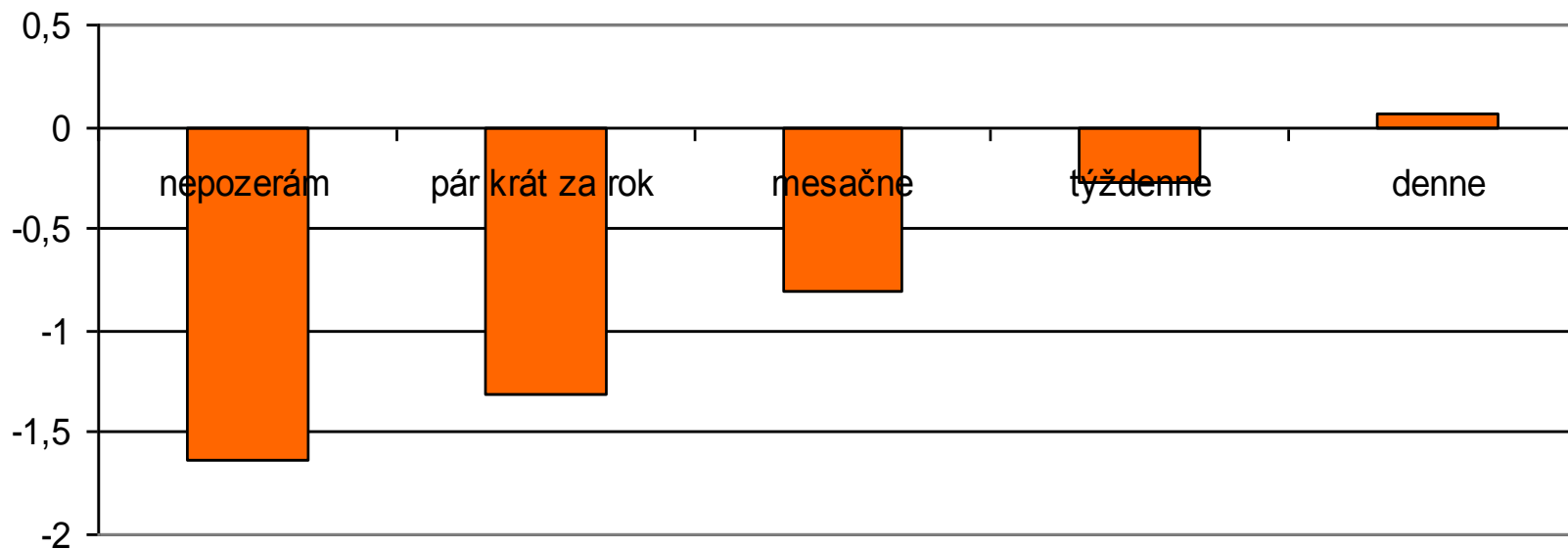
hypotéza sa potvrdila



Hypotéza 6: Predpokladáme, že jednotlivé skupiny konzumentov pornografie rozdelené podľa frekvencie jej sledovania, sa medzi sebou líšia v miere zmyslovosti a racionálnosti.

	Suma štvorcov	df	F	Sig.
zmyslosť - racionálnosť	122,57	4	3,21	.013

Zmyslosť - racionálnosť



Hypotéza 7: Predpokladáme, že frekvencia sledovania pornografie pozitívne koreluje s osobnostnou dimenziou „dominancia – submisivita“. Čím sa teda u konzumenta pornografie prejaví vyššia miera dominancie, tým bude pornografiu častejšie pozerat’.

konzumácia
pornografie

dominancia –
submisivita (r)

konzumácia
pornografie
dominancia –
submisivita (rho)

.233**

.251**

** $p < .01$

hypotéza sa potvrdila

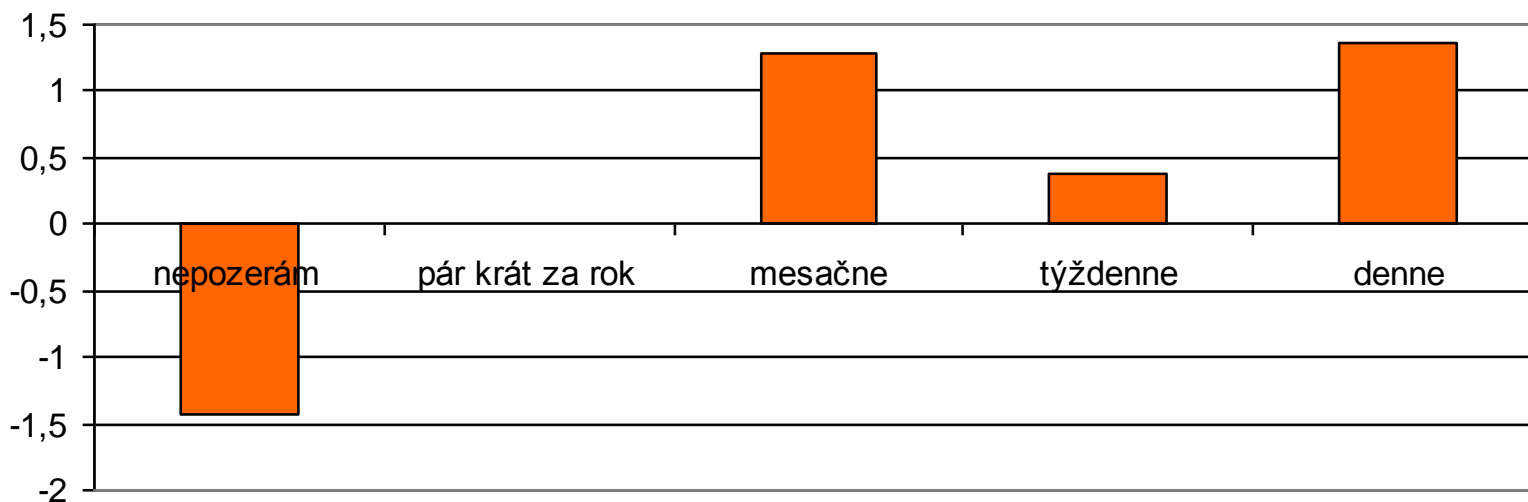


Hypotéza 8: Predpokladáme, že jednotlivé skupiny konzumentov pornografie rozdelené podľa frekvencie jej sledovania, sa medzi sebou líšia v miere dominancie a submisivity.

Suma štvorcov	df	F	Sig.
---------------	----	---	------

dominancia – submisivita	302,99	4	9,21	.000
--------------------------	--------	---	------	-------------

Dominancia - submisivita



Hypotéza 9: Predpokladáme, že frekvencia sledovania pornografie pozitívne koreluje s osobnostnou dimenziou „aktivita - pasivita“. Čím sa teda u konzumenta pornografie prejaví vyššia miera aktivity, tým bude pornografiu častejšie pozerat’.

konzumácia pornografie	aktivita – pasivita (r)
---------------------------	-------------------------

konzumácia pornografie	
aktivita – pasivita (rho)	

.174**

.195**

** p < .01

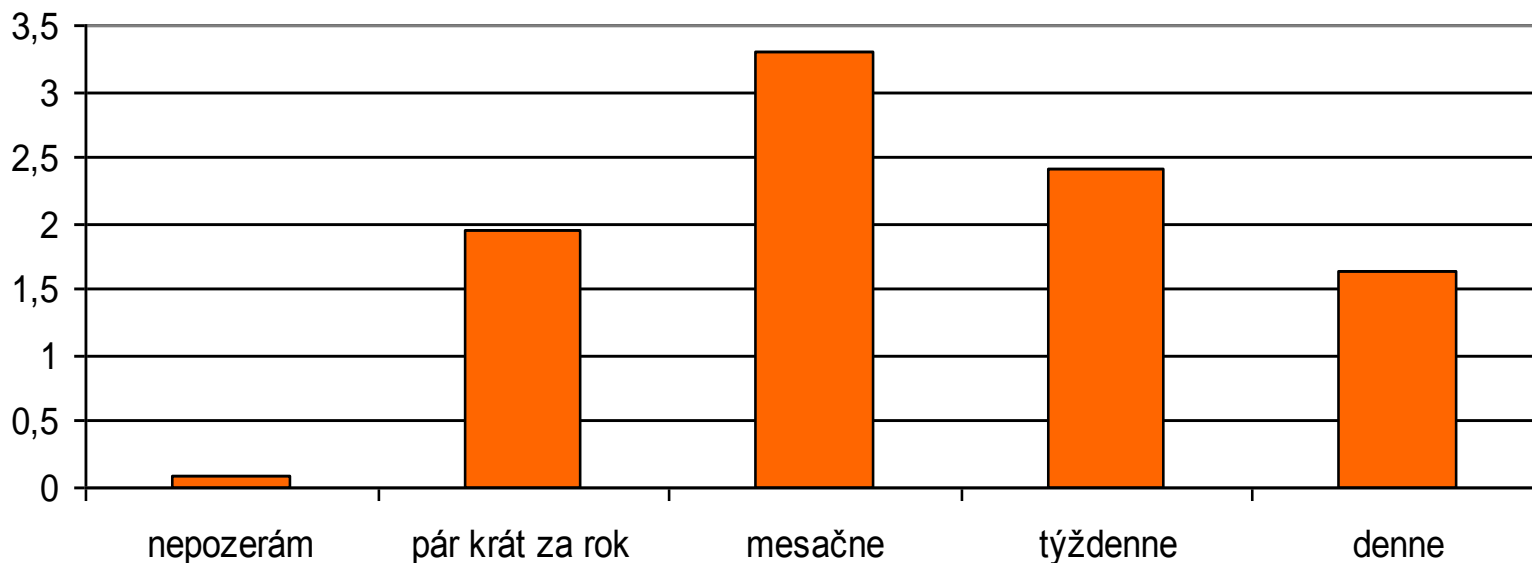
hypotéza sa potvrdila



Hypotéza 10: Predpokladáme, že jednotlivé skupiny konzumentov pornografie rozdelené podľa frekvencie jej sledovania, sa medzi sebou líšia v miere aktivity a pasivity.

	Suma štvorcov	df	F	Sig.
aktivita – pasivita	377,43	4	8,42	.000

Aktivita - pasivita

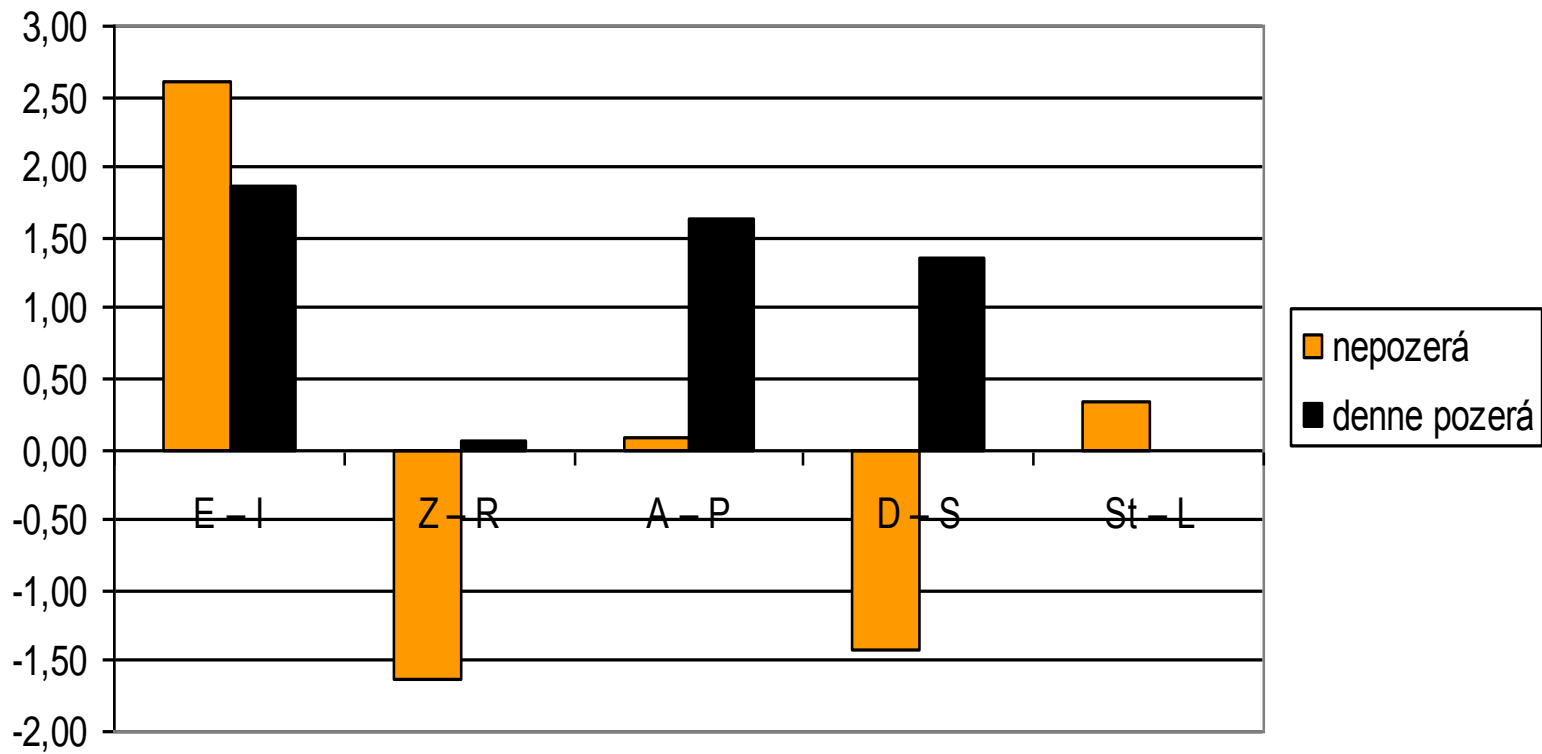


Hypotéza 11: Predpokladáme, že skupina ľudí, ktorí nesledujú pornografiu a skupina konzumentov, ktorí pozerajú pornografiu denne, sa budú navzájom líšiť vo všetkých skúmaných osobnostných dimenziách - v dimenzii aktivita - pasivita, stabilita - labilita, dominancia - submisivita, zmyslovosť - racionálnosť, extravergia - introverzia.

osobnostné dimenzie	F	t	df	Sig.
extravergia – introverzia	2,82	1,17	96	.096
zmyslovosť – racionálnosť	8,64	-2,65	96	.004
aktivita – pasivita	0,14	-2,11	96	.670
dominancia – submisivita	11,94	-4,49	96	.001
stabilita – labilita	1,87	0,43	96	.175

N=98





Záver

-výskumne sa nám podarilo dokázať, že:

-dimenzie „zmyslovosť - racionálnosť“
„dominancia - submisivita“ a „aktivita -
pasivita“ korelujú s konzumáciou pornografie.

-existujú rozdiely medzi jednotlivými
skupinami konzumentov vo všetkých
skúmaných psychických vlastnostiach.

-nekonzumenti pornografie a jej každodenní
konzumenti sa líšia od seba len v miere
dominancie a submisivity a v miere
zmyslovosti a racionálnosti.



ĎAKUJEM!

