



# MEDIEMORAL

**STINA BENGTTSSON**



# DIGITAL MEDIEMORAL



Stina Bengtsson & Bengt Johansson

[HTTP://MEDIEMORALSBLOGGEN.BLOGSPOT.SE/](http://mediemoralsbloggen.blogspot.se/)



## VAD ÄR DIGITAL MEDIEMORAL?

- Digital: Medialisering
- Moral: Etik, värden, val, sociala normer, ect.
- Normer för social interaktion i en automatiserad och kommersiellt organiserad livsmiljö.
  
- **Vad får man göra mot andra?**
- Direkt interaktion
- Indirekt interaktion – i den medialiserade vardagen
  
- **Internet som miljö för social interaktion och vardagsliv**
- Varufiering av mig själv och andra
- Kommersialisering av aktiviteter/sociala relationer
- Automatisering av vardagens praktiker (privathet)



## Frågebatteri 1: Hövlighets- och anständighetsnormer

R1: -  
R2: 38  
R3: -  
R4: -

**F17 I vilken utsträckning anser du att följande beteenden är acceptabla respektive oacceptabla?**

	Helt acceptabelt	Delvis acceptabelt	Delvis oacceptabelt	Helt oacceptabelt	Ingen uppfattning
A Prata om sitt privatliv i mobil så att andra hör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B Använda mobilen medan man äter middag med sin partner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C Använda högtalartelefon utan att först be den man pratar med om lov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D Använda en påhittad identitet på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E Förbättra foton av sig själv innan man lägger ut dem i sociala medier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F Tagga eller checka in andra personer i sociala medier utan att först be om lov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G Använda bilder som andra laddat upp på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	5



## Frågebatteri 2: Att leva i en medialiserad/digitaliserad vardag

R1: -  
R2: 39  
R3: -  
R4: -

### F18 Vilken är din bedömning av följande påståenden?

		Instämmer helt	Instämmer delvis	Instämmer knappast	Instämmer inte alls	Ingen uppfattning
A	Det är fel att sprida reklam vidare till vänner eller följare i sociala medier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Det är okej att människor får betalt för att göra produktreklam i sina bloggar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Det är oacceptabelt att man får reklam på nätet som har att göra med vilka webbplatser man besöker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Det är inget problem att andra kan se i sociala medier vad man lyssnar på för musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		1	2	3	4	5



**Tabell 1. Synen på acceptabelt beteende i användandet av mobiltelefoner, internet och sociala medier (procent).**

	Helt acceptabelt	Delvis acceptabelt	Delvis oacceptabelt	Helt oacceptabelt	Procent	Antal svar	Balansmått
Prata om sitt privatliv i mobil så att andra hör	8	22	26	44	100	1588	<b>-41</b>
Använda mobilen medan man äter middag med sin partner	4	8	24	64	100	1650	<b>-76</b>
Använda högtalartelefon utan att först be den man pratar med om lov	5	10	22	63	100	1585	<b>-71</b>
Använda en påhittad identitet på internet	6	8	11	75	100	1520	<b>-72</b>
Förbättra foton av sig själv innan man lägger ut dem i sociala medier	14	19	20	47	100	1295	<b>-34</b>
Tagga eller checka in andra personer i sociala medier utan att först be om lov	5	13	16	66	100	1502	<b>-64</b>
Använda bilder som andra laddat upp på internet	5	19	22	54	100	1459	<b>-52</b>



**Tabell 2. Synen på olika aspekter av internets villkor  
(procent)**

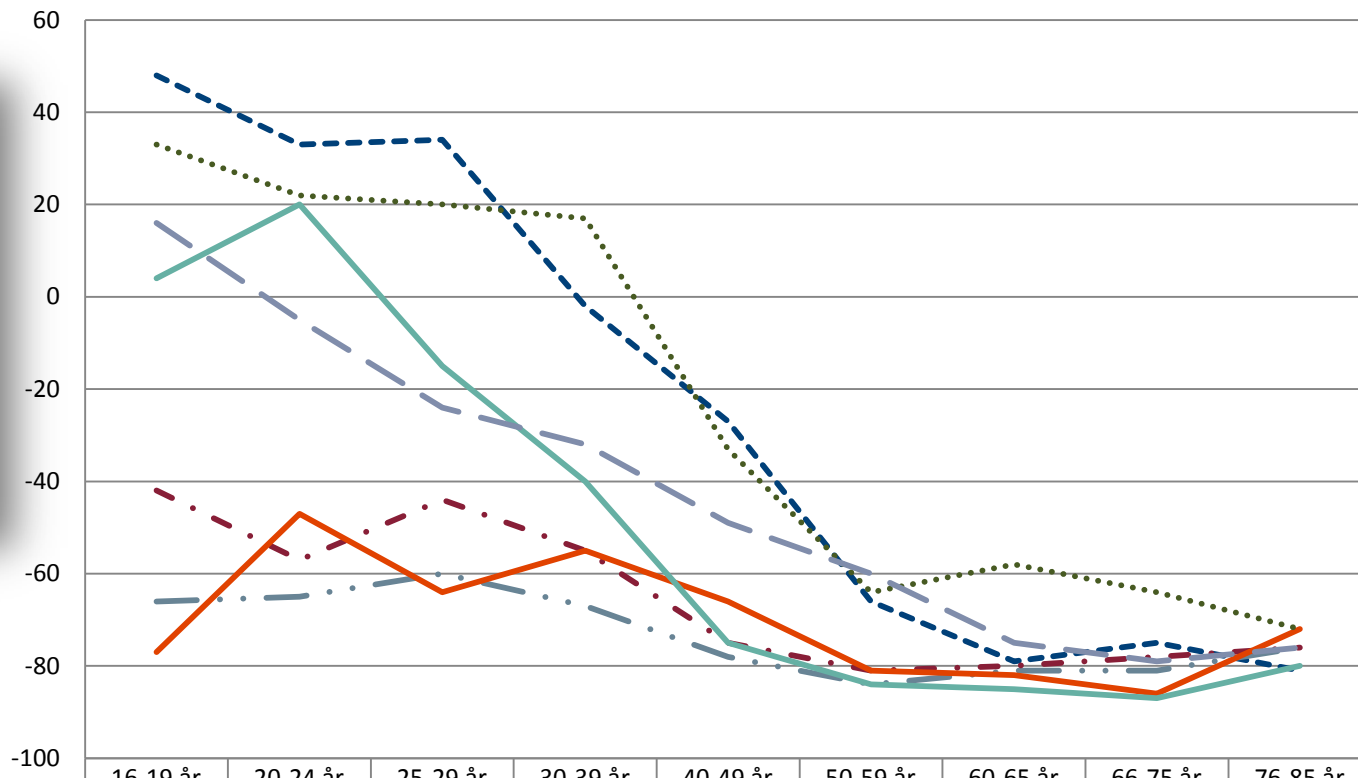
	Instämmer helt	Instämmer delvis	Instämmer knappast	Instämmer inte alls	Procent	Antal svar	Balansmått
Det är fel att sprida reklam vidare till vänner eller följare i sociala medier	37	33	17	13	100	1227	<b>40</b>
Det är okej att människor får betalt för att göra produktreklam i sina bloggar	21	38	16	25	100	1159	<b>18</b>
Det är oacceptabelt att man får reklam på nätet som har att göra med vilka webbplatser man besöker	45	33	14	8	100	1277	<b>56</b>
Det är inget problem att andra kan se i sociala medier vad man lyssnar på för musik	16	28	19	37	100	1204	<b>-12</b>



## Mediemoral en åldersfråga 1



Balansmätt

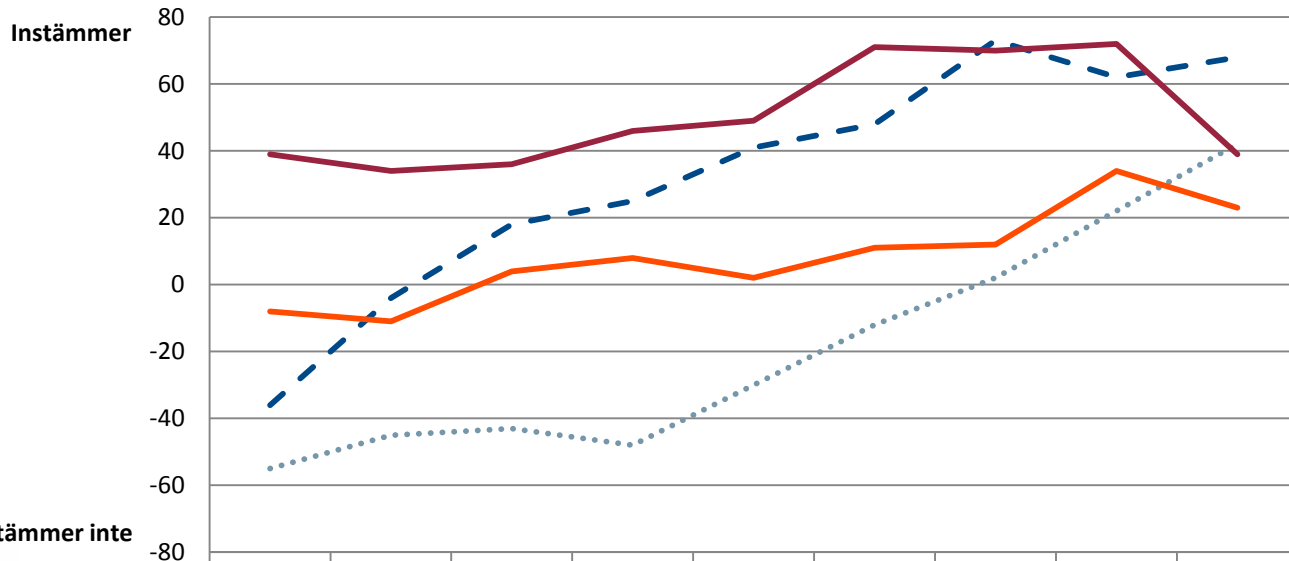


	16-19 år	20-24 år	25-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-65 år	66-75 år	76-85 år
Prata högt om privatliv i mobil	48	33	34	-2	-27	-66	-79	-75	-81
Använda mobilen på partnarmiddag	-66	-65	-60	-67	-78	-84	-81	-81	-76
Använda högtalartelefon utan att be om lov	-42	-57	-44	-55	-75	-81	-80	-78	-76
Använda en påhittad identitet på internet	-77	-47	-64	-55	-66	-81	-82	-86	-72
Förbättra foton av sig själv på sociala medier	33	22	20	17	-33	-64	-58	-64	-72
Tagga utan att först be om lov	4	20	-15	-40	-75	-84	-85	-87	-80
Använda andras bilder internet	16	-5	-24	-32	-49	-60	-75	-79	-76





## Mediemoral en åldersfråga 2

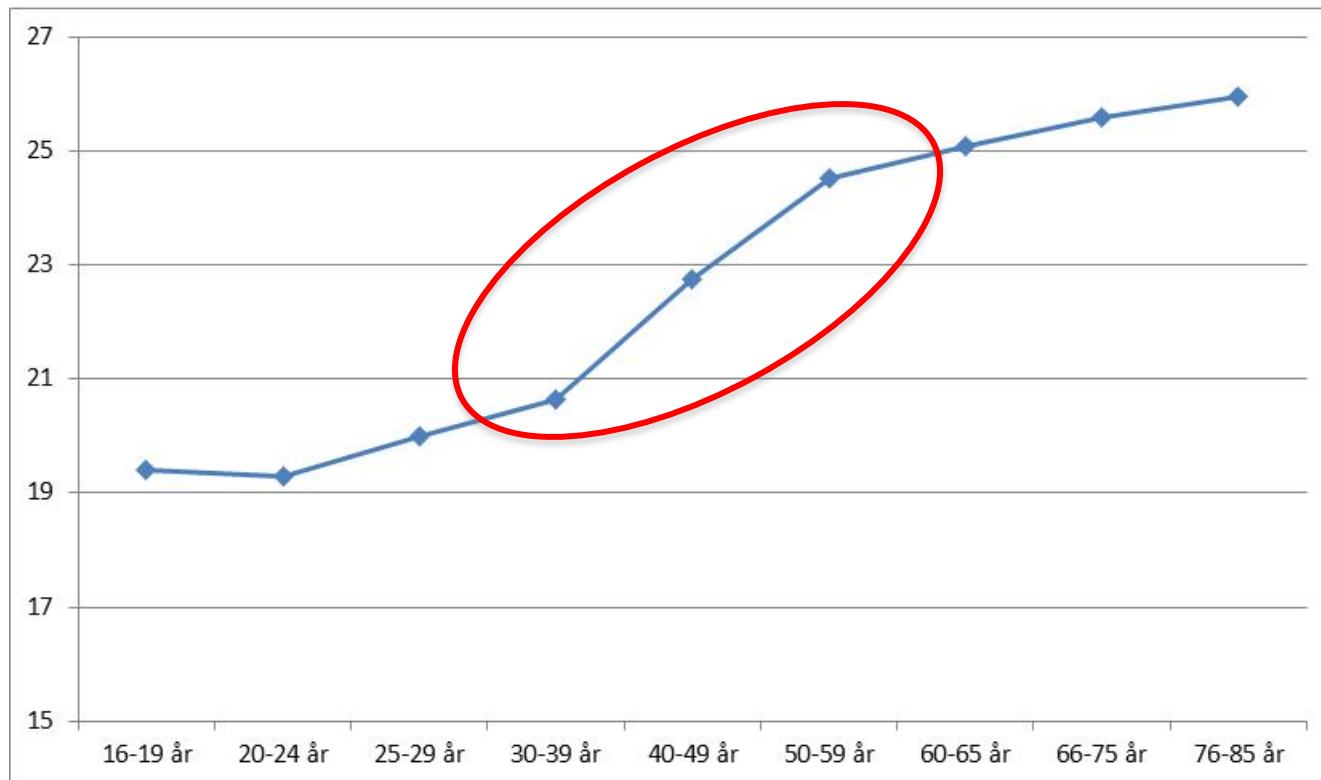


Åldersgrupp	16-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-65	66-75	76-85
— — — —	-36	-4	18	25	41	48	73	62	68
.....	-55	-45	-43	-48	-30	-12	2	22	42
— — — —	39	34	36	46	49	71	70	72	39
— — — —	-8	-11	4	8	2	11	12	34	23



## Generationsklyftor?

Medelvärde (högre värde=mer oacceptabelt att prata, tagga, snygga till mm)





## Tre generationer av mediemoral

- Generationsskillnaderna finns kvar även om man kontrollerar mot utbildningsnivå, kön, internetanvändning, hur mycket man använder sociala medier, mobiltelefonanvändning m.m.

### Den fördigitala generationen: födda före 1960

- Beaktar konsekvenser för närvarande andra. Ser problem med kommersialisering av relationer och arenor.

### Web 1.0-generationen: födda från ca 1960 till slutet av 1970-talet

- Formativa år ca mellan 1975-2000

### Web 2.0-generationen: födda från slutet av 1970-talet

- Bortser (mer) från konsekvenser för närvarande andra. Normaliserat automatiserade/kommersiella relationer och arenor (utom för dem själva)