

---

IBEN BREDAHL JESSEN &

NICOLAI JØRGENSGAARD GRAAKJÆR (RED.)

---

# MEDIEÆSTETIK

Politik, hverdagsliv og forbrugskultur

---

MÆRKK – ÆSTETIK OG KOMMUNIKATION

NR. 09

---

Fotografi  
Karisma  
Selfie  
Ro  
Synlighed  
Facebook  
Tvetydighed  
Snapchat  
Mad  
Webshop  
Show  
Fascination  
YouTube  
Telefoner  
Opmærksomhed



---

IBEN BREDAHL JESSEN &  
NICOLAI JØRGENSGAARD GRAAKJÆR (RED.)

---

# MEDIEÆSTETIK

Politik, hverdagsliv og forbrugskultur

---

MÆRKK – ÆSTETIK OG KOMMUNIKATION

NR. 09

---

ANETTE GRØNNING  
NICOLAI JØRGENSGAARD GRAAKJÆR  
IBEN HAVE  
CHRISTIAN JANTZEN  
IBEN BREDAHL JESSEN  
STINNE GUNDER STRØM KROGAGER  
JONATAN LEER  
THOMAS MOSEBO SIMONSEN  
JØRGEN STIGEL

*MEDIAÆSTETIK – POLITIK, HVERDAGSLIV OG FORBRUGSKULTUR*  
Redigeret af Iben Bredahl Jessen & Nicolai Jørgensgaard Graakjær

Serie: MÆRKK – Æstetik og kommunikation 09

1. e-bogsudgave

© Aalborg Universitetsforlag, 2020

Hovedredaktør på serien MÆRKK – Æstetik og Kommunikation:

Nicolai Jørgensgaard Graakjær

ISBN: 978-87-7210-718-9

ISSN: 2245-2818

Udgivet af Aalborg Universitetsforlag | forlag.aau.dk

Bogen er udgivet med støtte fra MÆRKK – Institut for Kommunikation og Psykologi, Aalborg Universitet.



**FAGFÆLLE-  
BEDØMT**

Evt. rettighedsproblemer vedr. tekst og billeder (visuelle citater) henhører under den enkelte kapitelforfatters ansvar.

Alle rettigheder forbeholdes. Mekanisk, fotografisk eller anden gengivelse af eller kopiering fra denne bog eller dele heraf er kun tilladt i overensstemmelse med overenskomst mellem Undervisningsministeriet og Copydan. Enhver anden udnyttelse er uden forlagets skriftlige samtykke forbudt ifølge gældende dansk lov om ophavsret. Undtaget herfra er korte uddrag til brug i anmeldelser.

Vi dedikerer denne bog til Jørgen Stigel

*Iben B. Jessen & Nicolai J. Graakjær*



Forord	7
<i>Iben Bredahl Jessen &amp; Nicolai Jørgensgaard Graakjær</i>	
Medieæstetik i et teoretisk og mediehistorisk perspektiv – eksemplificeret ved et billede af en selfie	11
<i>Iben Bredahl Jessen</i>	
Selfie på farten. Politikere på Snapchat – en særlig æstetik?	41
<i>Anette Grønning</i>	
<i>I like Ike. Medieringen af karisma</i>	71
<i>Christian Jantzen</i>	
Fænomenet Trump: æstetiske implikationer	117
<i>Jørgen Stigel</i>	
Medieæstetiske træk på YouTube	141
<i>Thomas Mosebo Simonsen</i>	
Medieret og medialisert ro: <i>Slow Media</i> analyseret gennem en meditationsapp og en ASMR-video	167
<i>Iben Have</i>	
Ost på nettet – medieringens æstetiske virkemidler	189
<i>Iben Bredahl Jessen &amp; Stinne Gunder Strøm Krogager</i>	
Mad uden filter: æstetik og moral i Facebookgruppen 'Hvad skal vi ha' til aften i dag?'	207
<i>Stinne Gunder Strøm Krogager &amp; Jonatan Leer</i>	
Telefonhistorier – en medieæstetisk analyse af telefoner i tv-reklame gennem 30 år	231
<i>Iben Bredahl Jessen</i>	





## Forord

Menneskets frembringelser af æstetiske udtryk er uløseligt forbundet med medier. Det ved vi fra kunstens verden og fra studier af sang, drama, billeder og skrift. Uden for kunstens område kommer æstetik til udtryk i bl.a. massemediernes og digitale mediers fremstillingsformer gennem bestræbelser på at skabe sansemæssigt nærvær på trods af afstand. Betegnelser som radioæstetik, tv-æstetik og digitale mediers æstetik peger på en opmærksomhed mod mediers særegne 'æstetikker' og medieringens betydning for måder at fremstille og opleve verden på. Medier indeholder forskellige muligheder for at udtrykke sig æstetisk, som dels er betinget af det enkelte medies udtryks- eller produktionsvariable, dels er formet socialt og kulturelt gennem konventioner (fx genrer og stilarter) såvel som af institutionelle forhold. Denne antologi sætter fokus på medieæstetiske potentialer og virkemidler uden for kunstens område og mere specifikt inden for politik, forbrugskultur og hverdagsliv. Bogens sigte er at præcisere og demonstrere forskellige dimensioner af, hvordan medieæstetik kan forstås og analyseres med inddragelse af aktuelle fænomener inden for de nævnte domæner.

Medieæstetik er ikke et nyt vidensområde. Der findes talrige æstetisk orienterede analyser af medier og mediers fremstillingsformer, der ikke nødvendigvis definerer sig som 'medieæstetiske', men som forholder sig til medieringens betydning for sansning og erfaring. Medieæstetik optræder undertiden under en række andre betegnelser end lige 'medieæstetik' og udfoldes i bl.a. forskellige for-

mer for tekstanalyser, kulturanalyser, sociologiske analyser og i designtilgange. Formålet med bogen er på denne baggrund at eksplicite det medieæstetiske perspektiv og vise relevansen og betydningen af æstetik i undersøgelser af medier og medieringer. Bogens kapitler har mediet eller medieringen som udgangspunkt for undersøgelser af æstetikens rolle i konkrete kommunikative sammenhænge. Emnemæssigt omhandler bogens kapitler medieæstetik i relation til politisk kommunikation (politikeres iscenesættelse), forbrugskultur (fremstillinger af produkter og forbrug) og hverdagslivets medier (brug af apps og sociale medieplatforme til afslapning, underholdning og kommunikation). Disse domæner er imidlertid også overlappende. For eksempel involverer hverdagslivets mediebrug også forbrug, herunder forbrug af medier, ligesom politisk kommunikation er sammenvævet med mediers kommercielle logikker. Fællesnævneren for bogens kapitler er, at de alle eksemplificerer medieæstetik som et analyseperspektiv på et aktuelt mediefænomen. Bogen inddrager i den forbindelse en række nutidige cases, men også mediehistoriske eksempler, der kan belyse aktuelle problemstillinger.

I det indledende kapitel “Medieæstetik i et teoretisk og mediehistorisk perspektiv – eksemplificeret ved et billede af en selfie” undersøger Iben Bredahl Jessen medieæstetik i relation til mediets materielle, udtryksmæssige samt kulturelle og samfundsmæssige aspekter. Et omdiskuteret pressefoto af en selfiesituation fra 2013 danner i samspil med Walter Benjamins essay *Lille fotografihistorie* fra 1931 afsæt for kapitlets refleksion over, hvad medieæstetik er, og hvordan medieæstetik mere generelt har relevans for forståelsen af menneskers måder at bruge medier på. Kapitlet udmønter sig i en overordnet rammesætning, der kan være behjælpelig for analytikeren, der skal præcisere det medieæstetiske perspektiv i en analyse.

Selfien er ligeledes omdrejningspunkt i Anette Grønnings kapitel “Selfie på farten. Politikere på Snapchat – en særlig æstetik?”. Kapitlet omhandler Snapchat som et medie, også politikere har taget til sig, og analysen fokuserer særligt på selfiebaserede ‘snaps’ som et nyt udtryk i den digitale samtale mellem politikere og vælgere. I kapitlet diskuteres betydningen af selfiesnapsenes æstetiske udtryk i den politiske kommunikation, og hvordan snapsene fungerer som en brobygning til andre medieoptrædener.