



Fløde-tv og fællesskaber

En analyse af mediedækningen af det danske tronskifte

Laura Bønnelykke Andersen & Signe Bak Pedersen
Speciale i Medievidenskab
3. juni 2024

KA Dansk, Aalborg Universitet
Vejleder: Louise Brix Jacobsen
Antal tegn: 277.402



Abstract

This master's thesis will examine the media coverage of the Danish royal succession of the throne, which took place on January the 14th, 2024. In light of this event, a major affective community emerged. Many people showed up in Copenhagen to physically participate in the event and many others turned to Instagram to show their support and join the online affective community. In this thesis we will investigate how the mediation of the event plays a role in creating and reinforcing these affective communities.

The royal succession of the throne can be characterized as a media event with traits of a mega-event and is therefore in itself a media event that attracts a large audience. In the weeks leading up to and on January the 14th, the succession was comprehensively covered by the media and was furthermore spread across multiple platforms – this included live transmissions, documentaries, a tribute show to HM Queen Margrethe II and significant activity on the royal family's Instagram account. Furthermore, in this thesis we will investigate the two Danish public service institutions' live transmissions, as these were crucial for allowing many to follow the event. To investigate DR's live transmission, we will apply Gunn Enlis theory of mediated authenticity concluding that the live transmission appears authentic. This authentic aspect significantly enhances the viewer's sense of experiencing the event up close.

In this thesis, we will also investigate the perspective that the two public-service institutions, DR and TV2, had on the royal succession. Especially DR's transmission appears almost excessively positive and uncritical. Additionally, the documentaries about the new King as well as the tribute show that was produced to thank HM Queen Margrethe II also show a somewhat excessive positive portrayal.

Furthermore, the thesis investigates how this almost excessive positive perspective affects the community that emerges around the royal family. We conclude that there has always been a community around the Danish royal family, and that the succession of the throne reinforced this already existing community. Additionally, based on an analysis of the royal family's Instagram profile, we conclude that the media coverage of the event constituted new online affective communities. By investigating the activity on Instagram and applying affect theory, we discover that an affective environment could clearly be traced on Instagram. By using Mogens Olsens model of commentary types on social media, we investigate which types of comments dominate the royal

family's Instagram profile. This investigation reveals that it is primarily emotional and personal comments that dominate, clearly demonstrating that affect is present among the users.

This affective community will be examined more thoroughly to discover what it is made of, and to do this we apply theory of 'Danishness' and nationalism. Since the community seems to be based on more than just an interest in the royal family, we also consider other major events, including the Tour de France and the 2020 UEFA European Championship in men's football.

In the investigation of these communities, which emerge on the basis of other large media events, we conclude that a mix of Danishness, national pride and the simple desire to belong to a group are the key elements in these communities. In our analysis of the royal succession, we also discover that the event mediawise is similar to other mega-events. We therefore conclude that the media coverage to a large degree plays a defining role in enabling us to participate in affective communities during these major events.

Indholdsfortegnelse

INDLEDNING.....	1
METODE.....	2
RAMMESÆTNING OG AFGRÆNSNING	2
METODISKE OVERVEJELSER	3
KØREPLAN	5
TEORI	5
MEDIERET AUTENTICITET	5
<i>Når autenticiteten performs</i>	9
<i>Opsummerende</i>	11
LIVETRANSMISSIONER OG VÆRTENS ROLLE	12
MEDIA EVENTS OG MEGA-EVENTS.....	14
AFFEKTTEORI	18
<i>To ansuelser af affekt</i>	19
Den prækognitive tradition.....	19
Den performative tradition	22
<i>Medier og affekt</i>	23
NATIONALISME OG DANSKHED	27
ANALYSE.....	30
DR'S LIVETRANSMISSION	32
<i>Optakten</i>	32
<i>Selve tronskiftet</i>	42
Spor af affekt i DR's transmission.....	46
<i>Nedtakten</i>	50
<i>Er DR's transmission autentisk?</i>	53
Autenticitet som følge af live tv	56
<i>En sløjfe på DR's livetransmission</i>	58
AFFEKT OG AUTENTICITET PÅ SOCIALE MEDIER	59
<i>Det perfekte image</i>	60
<i>Affektive online fællesskaber</i>	64

Kommentarer, der vidner om affekt	64
Affekt på kongehusets Instagram-profil	72
Affektive fællesskaber	81
Affektivt fællesskab eller online crowd?	83
<i>En sløjfe på kongehusets Instagram-profil</i>	85
MEDIA EVENT ELLER MEGA-EVENT?	86
KOMPARATIV ANALYSE	88
ANALYSE AF DR'S DOKUMENTAR <i>FREDERIK X – KONGE AF DANMARK</i>	89
ANALYSE AF TV2'S DOKUMENTAR <i>DANMARKS NYE KONGE</i>	92
FORSKELLE OG LIGHEDER MELLEM DR OG TV2'S DOKUMENTARER	96
FORSKELLE OG LIGHEDER MELLEM DR OG TV2'S TRANSMISSIONER	98
ANALYSE AF DR OG TV2'S HYLDESTSHOW <i>DANMARKS DRONNING - DEN STØRSTE TAK</i>	100
EN SLØJFE PÅ ANALYSEN	103
DISKUSSION	104
HVILKEN ROLLE SPILLEDE MEDIERNE I DET AFFEKTIVE FÆLLESSKAB OMKRING TRONSKIFTET?	105
<i>Som at være der selv</i>	108
<i>Danskhed som fællesnævner?</i>	110
HVORFOR FØLGER VI MED I DISSE BEGIVENHEDER?	111
KONKLUSION	116
LITTERATURLISTE	119

Indledning

“Fuck, hvor er det vildt, det her,” lød det fra DR’s studie, mens der blev vist billeder af Dronning Margrethe II, der for sidste gang som Danmarks regent kørte gennem Københavns gader i karet. På trods af tommelfingerreglen om, at man ikke må bande på tv, røg ordene ud af kongehuseksperten Emma Paaske, da dronningen tog sin sidste karettur. Emma Paaskes udbrud beskriver meget godt dagen den 14. januar 2024, der i de fleste danskeres øjne blev en helt særlig historisk dag. Danmark skulle nemlig have en ny regent, og for første gang i mange århundreder skete tronskiftet ikke på baggrund af et dødsfald, og Danmark fik derfor en ny regent i glade og festlige omgivelser.

Disse glade og festlige omgivelser blev genstand for en massiv mediedækning, der endda varede flere uger. Danmarks to public service-kanaler DR1 og TV2 havde ryddet sendefloden og sendte live fra tronskiftet i over 12 timer, og efter de lange transmissioner fortsatte de to kanaler endda i tronskiftets tegn, da de begge sluttede dagen af med at sende hver deres spritnye dokumentar om den nye konge. De sociale medier bugnede af kommentarer med taknemmelighed for den afgangende dronning og lykønskninger til det nye kongepar. Denne massive mediedækning og aktivitet på de sociale medier vidner om et ekstraordinært fællesskab, der kom til syne i forbindelse med tronskiftet; Danmark emmede i sandhed af kærlighed, støtte og opbakning til kongehuset. Den 14. januar blev således en dag i fællesskabets tegn – et fællesskab, der kom til udtryk på mange måder.

DR og TV2 sørgede for, at danskerne og andre interesserede havde mulighed for at følge med i begivenheden og få det hele med på tæt hold. I dag kan vi nærmest ikke tale om disse store begivenheder og de fællesskaber, der ofte følger med, uden også at tale om medierne og deres rolle. De er altid på pletten, når der sker noget, vi andre skal høre om. I dette tilfælde havde medierne da også en stor betydning, og i ugerne omkring tronskiftet var det danske medielandskab gennemsyret af denne royale begivenhed. Men i hvor høj grad skal vi takke medierne for de fællesskaber, der ofte kommer til udtryk i forbindelse med store begivenheder som tronskiftet?

Begivenhedens historiske karakter i sig selv havde i høj grad potentiale til at vække nogle følelser af stolthed og fædrelandskærlighed i danskerne. De to public service-institutioner gjorde da også, hvad de kunne for at tydeliggøre dette fællesskab og spille på følelserne. I de mere end 12 timer lange transmissioner blev der ikke plads til mange andre perspektiver end ‘sikke en fantastisk dag’ og ‘hvor er det dog rørende’. Kongehuset og de royale blev fremstillet i et så positivt lys, at det for seeren blev

nærmest umuligt at sætte en finger på den nye konge. Men hvilken rolle spillede dette positive lys i det affektive fællesskab, der kom til syne i forbindelse med tronskiftet?

Det var i den grad tydeligt, at denne begivenhed kunne samle danskerne som intet andet. Københavns gader var fyldt til randen med danskere og folk, der var kommet langvejs fra, som ville fejre tronskiftet. Noget af det eneste, der kommer tæt på at ligne tronskiftet i forhold til mediedækning, er sportstriumfer som Jonas Vingegaards Tour de France-sejr i 2022, de danske håndboldherrers første VM-guld i 2019 og den euforiske EM-sommer i 2021. Disse store sportsbegivenheder samlede, ligesom tronskiftet, danskerne og understregede et dansk fællesskab, og alle disse begivenheder har én ting tilfælles, nemlig danskheden. Er det i virkeligheden danskheden, der samler danskerne om disse begivenheder?

På baggrund af alle disse spørgsmål sammen med vores overordnede interesse for mediernes rolle i det danske samfund har vi udarbejdet en problemformulering, der lyder således:

Hvordan vinklede DR og TV2 deres mediering af tronskiftet? Hvordan kommer affekt til udtryk i henholdsvis DR's transmission og på Instagram, og hvordan bidrager medieret autenticitet til at konstituere og forstærke det affektive fællesskab omkring tronskiftet? Hvilken rolle spiller medierne i dette affektive fællesskab, og hvorfor følger vi overhovedet med i store begivenheder som tronskiftet?

Metode

Rammesætning og afgrænsning

Vores overordnede interessefelt er medier, affekt og fællesskaber, og i dette speciale har vi derfor valgt at arbejde med det danske tronskifte, der fandt sted i januar 2024. Da tronskiftet var en stor og historisk begivenhed, var mediedækningen massiv og omfattende, og der blev produceret meget forskelligt materiale; blandt andet blev begivenheden transmitteret live, der blev produceret diverse dokumentarer, radioindslag, opslag på de sociale medier, nyhedsartikler og meget mere. Vi vil derfor behandle tronskiftet som en mediebegivenhed, og det vil således sætte den overordnede ramme for vores analyse.

Vores primære analysegenstande er DR's livetransmission og kongehusets Instagram-profil. Vi vil derudover inddrage TV2's transmission af tronskiftet, både DR og TV2's dokumentar om den nye konge samt hyldestshowet til Dronning Margrethe, som DR og TV2 gik sammen om at producere.

Vi har valgt at fokusere på DR's transmission, fordi DR er landets eneste hundrede procent licensfinansieret public service-institution; fordi deres transmission var mere omfattende end TV2's; og fordi DR havde flere seere (Uldall 2024). Desuden ligner de to transmissioner i høj grad hinanden, hvorfor vi vurderer, at en ligevægtig analyse af de to ikke ville have bidraget positivt til vores overordnede formål. Med analysen af DR's transmission ønsker vi at finde ud af, hvordan DR's vinkel på og mediering af tronskiftet spillede en rolle i det affektive fællesskab, der allerede eksisterede omkring kongehuset.

I forlængelse heraf har vi valgt at inddrage opslag fra Instagram med det formål at finde ud af, om dette affektive fællesskab kan spores online samt hvordan det kommer til udtryk på platformen. Vi har valgt primært at fokusere på kongehusets Instagram-profil, idet vi ønsker at inddrage en anden afsender end public service-institutionerne for at udvide vores analysefelt og få et overordnet billede af, hvordan kongehuset bliver fremstillet og fremstiller sig selv i medierne.

Vi ønsker desuden at undersøge, hvordan DR og TV2 generelt vinkler deres mediering af tronskiftet, da vi har en hypotese om, at de fremstiller kongehuset og de royale yderst positivt. Derfor har vi valgt at lave en komparativ analyse af de to public service-institutioners mediemateriale i forbindelse med tronskiftet.

Metodiske overvejelser

I vores analyse ønsker vi at gå i dybden med vores udvalgte materiale, hvorfor vi har valgt at have en kvalitativ tilgang. Ifølge Kim Schrøder er en kvalitativ metode "rettet imod at undersøge kommunikative fænomener i dybden, i bestemte situationelle og sociale kontekster" (Schrøder 2013), hvorimod en kvantitativ tilgang oftest undersøger hyppighed i et bredere perspektiv. En kvalitativ tilgang tillader os således at undersøge betydningen af det medieindhold, vi har valgt. I kraft af den kvalitative tilgang benytter vi en induktiv metode, hvor vi kigger nærmere på enkelte nedslag i mediedækningen af tronskiftet for på baggrund heraf at kunne udlede en overordnet forståelse for

mediebegivenheden. Foruden den kvalitative tilgang bruger vi den komparative metode til at sammenligne DR og TV2 og undersøge, om der tegner sig en tendens på tværs af de to institutioner.

For at kunne svare på vores fremlagte problemformulering vil vi inddrage forskellige teoretikere og deres teorier, og vi vil i dette afsnit præsentere den mest væsentlige teori. Vores overordnede rammesætning for analysen er som bekendt mediebegivenheder, hvorfor vi vil inddrage Dayan & Katz' teori om media events og blandt andre Kirsten Frandsens beskrivelse af mega-events. Herunder vil vi inddrage teori om livetransmissioner og live-elementet generelt, som det er beskrevet af blandt andre Palle Schantz Lauridsen, Anne Jerslev og Stephanie Marriott. Dertil vil vi ved hjælp af Gunn Enlis teori om medieret autenticitet undersøge, hvad DR selv aktivt gør for at give seeren en følelse af at kunne tage del i fællesskabet. Disse teorier supplerer hinanden godt, eftersom medieret autenticitet og teori om livetransmissioner tilsammen giver os redskaber til at undersøge, hvordan seeren kan blive en del af begivenheden via transmissionen.

For at undersøge, hvordan affekt kommer til udtryk i henholdsvis transmissionen og på Instagram, vil vi inddrage blandt andre Brian Massumi, Teresa Brennan og Sara Ahmed og deres teorier om affekt. For at undersøge de online affektive fællesskaber, der kom til syne ved begivenheden, vil vi anvende Camilla Restorff & Carsten Stages fire tilgange til affekt samt Mogens Olesens teori om kommentarer på sociale medier. Denne affektteori supplerer desuden Enlis teori om medieret autenticitet, eftersom følelsen af selv at være til stede ved begivenheden potentielt kan frembringe en affektiv reaktion hos seeren.

For at finde ud af, hvorfor vi følger med i store begivenheder som tronskiftet, vil vi inddrage teori om danskhed og nationalitet, som det er beskrevet af Benedict Anderson og Peter Gundelach. Denne teori vil vi anvende for at undersøge nationalitetsfølelsen og danskhedens rolle i det affektive fællesskab.

Alle disse teorier vil vi således bruge i samspil med hinanden gennem vores analyse, eftersom de supplerer hinanden på tværs og kan belyse forskellige aspekter af vores analysegenstande. Alle teorierne kan således bidrage til et svar på vores problemformulering.

Køreplan

Til at begynde med vil vi præsentere den mest væsentlige teori for vores projekt, og resten af teorien vil vi præsentere løbende i analysen med korte afsnit. I vores analyse vil vi først undersøge DR's livetransmission. Denne transmissionsanalyse deler vi op i tre dele efter en kronologisk orden, således at den første del hedder 'Optakten', anden del hedder 'Selve tronskiftet' og sidste del hedder 'Nedtakten'. I analysen af transmissionen vil vi komme med konkrete eksempler på live-elementets betydning; hvordan affekt kommer til udtryk; samt hvordan medieret autenticitet spiller en rolle for seeren. Herefter vil vi analysere kongehusets Instagram-profil ved blandt andet at undersøge kommentarsporet til deres forskellige opslag. I undersøgelsen af kommentarsporet vil vi danne os et billede af, hvordan fællesskabet ser ud, samt hvordan affekten smitter blandt brugerne. På baggrund af disse to analyser vil vi diskutere, hvorvidt tronskiftet kan karakteriseres som et media event eller mega-event. Dernæst vil vi lave en komparativ analyse, hvor vi vil undersøge, hvordan DR og TV2 præsenterer kongehuset i deres medieindhold. Vores analyse vil lægge op til en diskussion, der vil tage udgangspunkt i DR og TV2's overordnede præsentation af kongehuset. Dertil vil vi diskutere mediernes rolle i det affektive fællesskab, og slutteligt vil vi perspektivere tronskiftet til andre store mediebegivenheder, herunder blandt andet Tour de France.

Teori

Medieret autenticitet

I en virkelighed, hvor vi til dagligt får stort set alle nyheder og informationer fra enten det ene eller det andet medie, kan det være utroligt vigtigt at have kendskab til hvilke illusioner og midler, der er anvendt for at repræsentere virkeligheden. Hvorvidt noget fremstår troværdigt og ægte, handler ifølge professor Gunn Enli om, hvor autentisk det fremstår. Følgende afsnit handler om netop dette, og vi vil for at undersøge fænomenet *medieret autenticitet* anvende Enlis værk *Mediated authenticity. How the Media Constructs Reality* (2015). I værket undersøger Enli, hvilke illusioner vi som modtagere bør være opmærksomme på, når vi vurderer et medies fremstilling af verden. For på trods af at leve i et samfund, der er styret af medier og deres gengivelse af verdenen, kan vi aldrig være helt sikre på,

at dét, vi bliver præsenteret for, faktisk er sandt, ægte og umanipuleret. Enli mener derfor også, at der opstår et paradoks; på den ene side er vi afhængige af at stole på, at medierne beriger os med sandheder, og på den anden side er vi klar over, at alt medieret indhold på den ene eller anden måde er redigeret og manipuleret (Enli 2015: 1).

Enlis begreb medieret autenticitet drejer sig meget specifikt om, hvordan medierne fremstiller virkeligheden og er altså ikke et spørgsmål om, hvorvidt noget er fiktivt eller faktuel, men i højere grad et spørgsmål om hvilke midler og illusioner, der er anvendt fra producentens side for at fremme den autentiske følelse.

I den forbindelse nævner Enli tre forskellige dimensioner, vi bør være opmærksomme på for at vurdere, om et medie er autentisk: troværdighed, originalitet og spontanitet. Ifølge Enli fremstår et medie autentisk, når det er troværdigt. Nogle gange lærer vi igennem en sitcomserie, hvad der er socialt acceptabelt, og andre gange får vi igennem tv-avisen at vide, at landet er lukket ned på grund af coronavirus. I begge tilfælde har vi dels en tillid til og dels en afhængighed af, at dét, vi bliver præsenteret for i medierne, er troværdigt. Enli nævner samtidig også, at vi stadig er bevidste om, at det, vi ser, er vinklet og redigeret: "News journalism is never just about reporting facts but also about choosing an angle and creating a story" (ibid.: 5). Der opstår derfor en balance mellem at berette om faktuelle begivenheder og gøre det med en vinkel, der gør begivenheden spændende. Det bliver derfor også til en vis grad acceptabelt at lyve: "the lies are technically modest enough to win easy acceptance but still substantial enough to manipulate reality" (ibid.: 6). Ifølge Enli er det dermed graden af troværdighed, der gør, at det i sidste ende fremstår mere eller mindre autentisk.

Dernæst nævner Enli originalitet, som forbindes med noget nostalgisk og ægte og generelt har en meget positiv ladning. Enli nævner selv et turiststudie, hvor det viser sig, at vi generelt er mere tilbøjelige til at besøge og være fascinerede af det, der er originalt og ægte: "we search for authentic experiences and not a feeling of being a "tourist"" (ibid.: 9). Vi søger dermed at få en følelse af originalitet, og dette gælder både, når vi leder efter kulturelle steder, madoplevelser og meget andet. Graden af originalitet er således med til at afgøre, hvor autentisk en følelse vi efterfølgende sidder med.

Sidstnævnte af de tre dimensioner, spontanitet, henviser til de personer, vi ser i medierne. Opfører de sig naturligt og er 'sig selv', eller er de for stive og forudsigelige? "a sports commentator needs to seem surprised and spontaneous rather than calculated and prepared when the national football team wins" (ibid.: 10). Altså afgør graden af spontanitet, hvor autentisk vi finder et medie. Disse tre dimensioner vil vi have for øje, når vi analyserer DR's live transmission af tronskiftet og

vurderer, hvilken rolle den medierede autenticitet spiller. I det følgende vil vi undersøge Enlis teori nærmere og redegøre for, hvordan man kan bruge medieret autenticitet som et teoretisk værktøj, og hvilke komponenter man bør være opmærksom på, når man undersøger, hvorvidt et medie fremstår autentisk eller ej.

I sin beskrivelse af medieret autenticitet lægger Enli særligt fokus på tre komponenter: autenticitetsillusioner, autenticitetskontrakten og autenticitetsskandaler og -puzzles. Førstnævnte handler om de midler, der er anvendt for at skabe en illusion om, at det, man ser, er virkeligt. Enli nævner blandt andet produktionsteknikker som lyd- og lyseffekter som nogle af de illusioner, der gør, at mediet fremstår autentisk:

Mediated authenticity is achieved through production techniques and *authenticity illusions*, which range from minor adjustments such as lightning and sound effects to drastic post-production editing and photoshopping. In the process, raw material is manipulated so as to be compatible with the aim of reaching a large audience and fulfilling the media format's criteria (ibid.: 1).

Autenticitetsillusionerne er med til at manipulere repræsentationen af virkeligheden, og disse illusioner vil være forskellige alt afhængig af, hvilket medie man beskæftiger sig med. Autenticitetsillusioner i fiktive medietekster kan blandt andet være referencer til virkelige brands eller lokationsbilleder (ibid.: 15). I sitcomserien *Friends* er det altså både billeder af byen New York, caféen Central Perk, drikkevaren Coca-Cola og tøjmærket Nike, der er illusioner, som skaber et autentisk billede. I faktuelle genrer som nyhedsmedier, herunder avisartikler eller livetransmissioner, er illusionerne ofte øjenvidneinterviews eller on-the-scene reportere, som er med til at understrege sandheden i dét, der bliver vist (ibid.: 14). Som nævnt tidligere er det også her et spørgsmål om balancen mellem manipuleret og ikke-manipuleret repræsentation af virkeligheden, der afgør, om det er troværdigt, originalt og spontant. Enli skriver desuden:

I will underline that authenticity illusions in both fiction and factual genres are based on element of both fact-based and fiction elements, but that the claim to represent reality, and thus also closeness to empirical realism, is higher in the factual genres, and that this difference is manifested in the authenticity contract (ibid.: 16).

Derfor vil vi i analysen have et fokus på, hvordan disse autenticitetsillusioner kommer til udtryk i den faktuelle genre, i vores tilfælde en livetransmission.

I citatet ovenfor ser vi desuden, hvordan Enli nævner autenticitetskontrakten, og vi vil nu kigge nærmere på denne. Enli lægger vægt på, at det er afgørende for en vellykket medieret kommunikation, at der er en 'kontrakt' til stede mellem afsender og modtager. Hun argumenterer for, at medieteksten kun kan lykkes, hvis der er denne uskrevne overensstemmelse mellem producenten og seeren om, at begge parter er bevidste om, at medieteksten i større eller mindre omfang er manipuleret. Ifølge Enli er vi derfor som seere altid opmærksomme på, at den viden og de informationer, vi bliver præsenteret for, er tilrettelagt, konstrueret og til tider decideret forfalsket. Autenticitetskontrakten er i høj grad afhængig af genrekonventioner: "they turn to the *genre system* for guidance in their respective affairs. Genres can be seen as constituting a kind of tacit contract between authors and readers" (ibid.: 17). Ifølge Enli er genresystemet meget afgørende for den medierede autenticitet, da den hjælper seeren med at afkode det, der ses, og på samme tid hjælper producenten med at undgå misforståelser. Det betyder med andre ord, at vi som seere er bevidste om, at eksempelvis dåselatteren i sitcomserier ikke nødvendigvis stammer fra faktiske mennesker, der sidder og griner, mens serien filmes, men at det er noget, der blot kan tilføjes i redigeringsfasen (ibid.: 2). På grund af genrekonventionerne accepterer vi som seere, at der er blevet manipuleret med indholdet, men det bliver ikke mindre autentisk af den årsag.

Autenticitetskontrakten er altså baseret på genrekonventioner, og de forventninger, man har til en genre, kommer automatisk til at være en guide og vejledning for seeren. Det vil også sige, at når man ser en live tv-transmission, så vil man have forventninger til, hvordan den skal være, og disse forventninger vil være baseret på det, man tidligere har set i live tv-udsendelser.

Enli skriver desuden om, hvad der sker, når denne uskrevne kontrakt brydes, og der på den ene eller anden måde opstår en miskommunikation, når dét, som seeren forventede, ikke bliver indfriet. Det kan ifølge Enli både være i form af autenticitetsskandaler og autenticitetspuzzles. Skandalerne henviser til, at afsenderen misinformerer eller misleder modtageren, hvor puzzles henviser til, at der er en form for tvetydighed, hvor afsenderen i højere grad vil have seeren til at løse en opgave eller aktivt vurdere, hvilke informationer der er sande og falske. Da der i vores analysemateriale hverken er skandaler eller puzzles, vil vi ikke gå mere i dybden med disse. I stedet vil vi i følgende afsnit kigge nærmere på, hvad Enli beskriver som audiovisuel autenticitet.

Da radioen blev erstattet med tv'et, skete der et skift fra auditive til audiovisuelle medier. Det betød, at hvor man før kun kunne høre lyde i radioen og selv måtte forestille sig billeder, kunne man med tv'et få det hele med: "Tv is supported by visual evidence, and regarded as a mores complete presentation of reality, compared to radio" (ibid.: 51). Det gjorde derfor også, at blandt andet

nyhedsmedier fik mere tillid end de før havde haft, netop fordi billederne fungerede som bevismateriale. Derudover kunne man i tv'et se nyhedsværten, og fordi det ofte var et genkendeligt ansigt, blev det også med tiden til et troværdigt ansigt. Ved hjælp af det visuelle blev der skabt en illusion om en ansigt-til-ansigt interaktion, og dette hjalp i høj grad på tv'ets autenticitet (ibid.: 52). Ifølge Enli bygger tv's autenticitet på tre elementer: *ordinariness*, *repetitiveness* og *liveness*. I denne opgave vil vi benytte de danske oversættelser, som er almindelighed, gentagelse og liveness. Første element, almindelighed, bygger på, at det at se tv er en del af vores almindelige hverdag. Vi skal ikke foretage os noget særligt og ud af huset, og vi kan fortsætte vores almindelige hverdag med tv'et kørende i baggrunden. Andet element, gentagelse, beskriver hvordan tv's autenticitet bygger på, at vi følger med i et program igen og igen. Hvis der er noget serielt, vi kan følge med i, bliver vi mere engageret og investeret i det: "as a result, authenticity illusions in television are typically built up and strengthened through repetitiveness, and over a longer time stretch than for example movies" (ibid.: 53). Enli nævner selv fiktive serier, som sitcom-serier, som eksempler, men det gælder også den faktuelle genre, især når vi i vores tilfælde følger den samme begivenhed i adskillige programmer og på tværs af medieplatforme. Sidste element, liveness, giver næsten sig selv. De direkte transmissioner vidner om en umiddelbarhed: "for audiences live television offered unfolding and unpredictable audio-visual content and accordingly further increased their sense of immediacy and authenticity" (ibid.: 54). Det faktum, at vi både kan se og høre begivenhederne, mens de finder sted, er ifølge Enli en illusion, der gør, at det fremstår mere autentisk.

Både almindelighed, gentagelser og liveness er altså ifølge Enli alle illusioner, der gør, at tv-udsendelser og audiovisuelle medier fremstår mere autentiske end radioen eksempelvis gjorde. Vi vil i vores analyse bruge de tre begreber og have for øje, at vi med en tv-transmission arbejder med et audiovisuelt medie.

Når autenticiteten performes

Da vi i vores analyse ønsker at undersøge, hvordan kongehuset fremviser sig selv på deres Instagram-profil, vil vi nu kigge nærmere på, hvordan autenticiteten kan performes for at øge popularitet, og dertil hvordan man kan spore autenticitet på sociale medier. Enli skriver om, hvordan særligt politikere skal performe en autenticitet for at øge deres popularitet. Hun bruger Barack Obama som eksempel og lægger ofte vægt på, hvordan hans fremtræden på diverse medieplatforme gjorde, at han

fremstod autentisk og af den årsag fik flere stemmer, da der var valg. Selvom Enli lægger meget fokus på, hvordan en politiker hiver stemmer hjem, finder vi alligevel hendes observationer relevante, da det for kongehuset er fordelagtigt, at Frederik og de andre royale er populære blandt befolkningen. Selvom Frederik ikke skal have befolkningen til at stemme på ham, er det stadig vigtigt, at han bliver fremstillet i et godt lys, så han er respekteret og anerkendt. Derudover har politikerne og Frederik det tilfælles, at vi primært får informationer om dem og lærer dem at kende igennem det, vi ser på diverse medieplatforme. Derfor vil vi i følgende afsnit kigge nærmere på, hvordan en politiker ifølge Enli kan performe autenticitet.

Enli skriver, at de dygtige præsidenter gennem tiden har været gode til at udnytte de medieplatforme, der har været aktuelle på det givne tidspunkt. Det vil også sige, at når man skal performe sin autenticitet, skal man gøre det, så det passer til den givne medieplatform (Enli 2015: 109). I dag betyder det, at præsidenterne i høj grad skal være aktive på sociale medier. I den forbindelse nævner hun, at en politiker, for at fremstå autentisk, både skal være *spontan*, *intim* og *konsistent* (ibid.: 112). At være spontan beskriver Enli som at være personlig og improviseret frem for at være for formel og stiv i betrækket. Når det kommer til at være spontan på sociale medier, skriver hun, at små glimt af det private og billeder, der ikke er opstillet, er illusioner, der får det til at fremstå spontant og dermed autentisk. Hun nævner desuden, hvordan billeder, hvor politikerne ikke kigger direkte ind i kameraet, giver en følelse af at være fluen på væggen (ibid.: 122). Dernæst nævner Enli strategien om at fremstå intim. Den bygger på, at politikerne deler ud af sine personlige tanker og holdninger: “politicians need to be personal and seem truly committed to their arguments. They share their thoughts and even confess to their audience in the interests of presenting a genuine inner self and even the possibility of intimate acquaintance” (ibid.: 112). Sidst nævner Enli, at en autenticitetsstrategi kan være at være konsistent og stå ved sine holdninger og være sand mod sig selv. Et eksempel på dette kunne være, når en politiker på sociale medier bliver ved med at støtte op om den samme mærkesag og på den måde er konsistent og viser, hvad vedkommendes holdning er. Disse er ifølge Enli alle tre strategier, der kan bruges til at få en politiker til at fremstå autentisk på sociale medier.

I forlængelse heraf beskriver Enli desuden, hvordan også almindelige mediebrugere kan fremstå autentiske på sociale medier. Hertil tilføjer hun, at det på de sociale medier er blevet sværere at afkode, hvorvidt det, man ser, er en reel repræsentation af virkeligheden. Ifølge Enli udfordrer de sociale medier autenticitetskontrakten: “digital mediated communication is seemingly more dependent on authenticity illusions and a negotiated authenticity contract than face-to-face

communication” (ibid.: 89). I forlængelse af det nævner hun fire forskellige autenticitetsillusioner, man skal være opmærksom på, når man vil vurdere, hvorvidt en profil på et socialt medie fremstår autentisk. Første illusion er, hvad Enli beskriver som *authenticating feeling*. Med det mener hun, at der skal være en form for bevismateriale, der kan påvise sandheden og bekræfte følelser. Dette kan blandt andet gøres med billeder eller gennem sprog: “informal language and talk-like phonetic spelling is often used to signalize sincerity and to demonstrate that the text is authentic as a heartfelt expression” (ibid.: 91). Dernæst nævnes *self-disclosure*, og denne illusion går ud på, at afsenderen deler private ting, som man ikke bare fortæller til hvem som helst. En anden autenticitetsillusion på sociale medier er *support from networks*, som ifølge Enli går ud på, at ens opslag bliver delt og kommenteret på. Det, at andre mennesker deler opslag, gør, at de fremstår mere troværdige, og det bidrager således til, at de også fremstår autentiske. Slutteligt nævner hun *genre conventions*, som handler om, at det, vi ser, ligner det, vi normalt ser indenfor genren og medieplatformen (ibid.: 93). Det vil også sige, at vi på en Instagram-profil finder det mere troværdigt, når opslagene ligner hinanden, og profilen følger den samme stil. Ligesom på andre medieplatforme er det særligt disse autenticitetsillusioner, der er med til at skabe tillid og troværdighed på sociale medier.

Opsummerende

På baggrund af disse undersøgelser har Enli skabt en teori om medieret autenticitet. Her kigger hun som nævnt først på de tre overordnede komponenter autenticitetsillusioner, -kontrakten og -puzzles/skandaler. Herefter opstiller hun syv konkrete autenticitetsmarkører, der indikerer medieret autenticitet. Disse syv markører er, foruden at være grundlaget for teorien, nogle man bør være opmærksom på, når man vil undersøge, hvorvidt et medie fremstår autentisk. Den første markør er, hvad Enli kalder *predictability*, altså forudsigelighed. Når vi vurderer et medies troværdighed, gør vi det i høj grad ud fra de forventninger, vi har til mediet. Det vil også sige, at vi bruger de tidligere nævnte genrekonventioner til at vurdere, om medieteksten stemmer overens med det, vi forventer. Dernæst nævner Enli *spontanitet* som et kendetegn for, at et medie fremstår autentisk. Det spontane er med til at give en følelse af engagement, og idéen er, at eksempelvis nyhedsværter indøver spontanitet, så de ikke fremstår for stive og ‘perfekte’. Den tredje markør, *immediacy*, altså umiddelbarhed, hænger i høj grad sammen med den liveness, vi nævnte tidligere. Denne umiddelbarhed og her og nu-følelse, som både afsender og modtager er en del af, gør, at det fremstår mere autentisk. Hun nævner desuden *confessions*, bekendelser, som en autenticitetsmarkør. Når

personer i medierne afslører intime detaljer eller hemmeligheder, er det i høj grad med til at skabe autenticitet. Som nævnt tidligere lægger Enli også fokus på at *ordinariness*, altså almindelighed, er med til at skabe autenticitet. Det, at noget fremstår genkendeligt og simpelt, gør, at det bliver mere normalt frem for glamourøst, og det gør, at det i højere grad fremstår repræsentativt. Slutteligt nævner Enli *ambivalence* og *imperfection*, ambivalens og uperfekthed, som begge beskriver, hvordan den performance, vi ser, skal fremstå både let modstridende og uperfekt. Når der er usikkerheder og kontraster, fremstår det ifølge Enli mere autentisk (ibid.: 137). De syv markører er altså en opsummering af hendes undersøgelse af medieret autenticitet og kan bruges til at identificere medieret autenticitet. Vi vil i vores analyse bruge disse markører til at vurdere, hvordan både DR's tv-transmission og kongehusets fremtræden på sociale medier fremstår autentisk. Vi vil i projektet bruge de danske oversættelser.

Livetransmissioner og værtens rolle

For at kunne svare på vores problemformulering må vi kigge nærmere på live-elementet i forbindelse med tronskiftet, da dette er helt essentielt i oplevelsen og mediedækningen af tronskiftet. Derfor vil vi i dette afsnit redegøre for teori om livetransmissioner, hvor vi vil tage udgangspunkt i blandt andre Palle Schantz Lauridsen, Stephanie Marriott og Michael Bruun Andersen for at redegøre for emnet.

Det var i sin tid radioen, der udbredte livetransmissionen. I dag er mulighederne mange også indenfor tv og transmission af begivenheder: "En særlig del af tv's fascinationskraft og æstetik hidrører fra mediets muligheder for at dække begivenheder, mens de foregår live" (Lauridsen 2017: 238). Ifølge Andersen er en livetransmission en transmission af noget, der bliver sendt på samme tid, som det sker. Kun den minimale tidsforskydning, som uundgåeligt forekommer grundet den rent tekniske transmission over store afstande, står altså imellem seeren og selve begivenhedens realtid. Af den grund kan uventede elementer og tekniske fejl heller ikke redigeres ud på samme måde som ved optagelser, der ikke er live, og dét giver livetransmissionerne en særlig autenticitet og ægthed. De forbinder således seeren med virkeligheden (Andersen 2013).

Over tid er mulighederne naturligvis blevet flere, når det kommer til at transmittere en begivenhed live. I dag spiller mange forskellige elementer sammen i den samlede oplevelse af et live tv-program. Eksempelvis er det i dag muligt at udvide selve billedsiden på liveprogrammer, så flere billeder vises

samtidigt på samme skærm. Dette kalder man for tv's 'vindueæstetik', og det er ofte brugt i nyhedsudsendelser, hvis værten eksempelvis interviewer en eller flere, der ikke er med i studiet – således kan værten og den eller de, der interviewes, vises på skærmen på samme tid på trods af forskellige lokationer. Hertil kan tv i dag også bruge samspillet mellem forgrund og baggrund i billedet. I nyhedsudsendelser er der ofte en stor skærm bag værten, og denne skærm kan værten bruge til at vise levende eller faste billeder, der understøtter det sagte. Derudover tilføjer eksempelvis underholdningsprogrammer tilmed ofte en tekstside, der vises parallelt med lyd- og billedsiden. Det kan være tekstbokse med informationer eller opfordringer til at deltage i en sms-afstemning (Lauridsen 2017: 240).

Nutidens teknologi tillader også seeren at komme helt tæt på: "Med tiden er direkte transmissioner af store begivenheder blevet intensiveret, således at vi seere får oplevelsen af at være overalt, når vi forsynes med billeder fra dusinvis af kameraer" (ibid.: 239). Her er det den såkaldte *flerkamerateknik*, der er tale om. Store begivenheder er blevet transmitteret live i mange år, men i de tidlige år var der kun få kameraer til at opfange stemningen og sende den videre ud til seerne. I løbet af årene er flere og flere kameraer kommet til, og en begivenhed bliver i dag dækket af mange kameraer med forskellige funktioner, så seeren får alting med (ibid.: 238). Et godt eksempel er livetransmissioner af sportsbegivenheder, eksempelvis en fodboldkamp. Tilbage i 1960'erne blev en fodboldkamp transmitteret blot via få overblikskameraer og dermed uden nærbilleder, billeder fra forskellige vinkler eller billeder i slowmotion. Om EM-slutrunden i herrefodbold i 2021 skriver UEFA på deres hjemmeside, at intet mindre end 36 kameraer var sat op på de forskellige stadioner, og hertil var yderligere otte kameraer med for at dække begivenhederne udenfor banen (UEFA 2021). I dag får seeren altså det hele med i en livetransmission:

En livetransmission skal give os fornemmelsen af, at vi er til stede ved begivenheden. (...) Livetransmissionen af sportsbegivenheder, konkurrencer og andre begivenheder med stort følelsespotentiale er med sine direkte nærbilleder af triumfens glæde og nederlagets tårer et af tv's stærkeste formater (Lauridsen 2017: 239-240).

Det er altså tydeligt, at der er sket en markant udvikling siden de første live tv-programmer så dagens lys.

I et live tv-program er der to nøgleelementer, der indikerer, at der er tale om en livetransmission; en direkte henvendelse til seerne bag skærmen og 'remoteness' (Marriott 2007: 43). En

livetransmission kan altså kendes ved, at værten taler direkte ind i kameraet til seeren hjemme i stuen – om det er en nyhedsoplæser, en vejrvært eller noget tredje. Ligeledes når der er materiale i udsendelsen fra en lokation udenfor selve tv-studiet, indikerer det liveness, hvilket nøgleelementet remoteness henviser til. I live tv er det desuden ikke unormalt, at værterne også joker med hinanden og driller hinanden under udsendelsen på tværs af lokationerne, uden at det er planlagt (ibid.: 43). I forlængelse af disse to nøgleelementer må også værtens rolle nævnes. I eksempelvis et talkshow, som også oftest er et live-program, er omdrejningspunktet selve samtalen, og det er værten eller værterne, der styrer den med de gæster, der er med i programmet. Værterne skal give det indtryk, at samtalen er spontan, så den fremstår så naturlig som muligt, på trods af at den er stramt struktureret af værten og redaktionen bag programmet. Af den grund bruger værten også uformelt sprog og gestik (Back 2021). Selve live-elementet og værterne spiller altså en stor rolle i live tv-transmissioner, og det gælder ikke mindst store begivenheder som media events eller mega-events. Disse to begreber vil vi redegøre for i det følgende afsnit, hvorunder vi også inddrager betydningen af live-elementet i en ny kontekst, hvor blandt andet sociale medier har en stor indflydelse.

Media events og mega-events

I dette afsnit vil vi redegøre for to forskellige begreber, der begge omhandler store begivenheder, hvor medierne spiller en betydelig rolle. Først vil vi redegøre for begrebet media events, som samfundsforsker Daniel Dayan og sociolog Elihu Katz beskriver det, og i forlængelse af det vil vi redegøre for begrebet mega-events. Til det vil vi inddrage blandt andre Kirsten Frandsen og Mogens Olesen, der begge skriver om mega-events i forbindelse med Tour de France. I det følgende vil vi desuden komme ind på live-elementet i forbindelse med media events og mega-events, eftersom det har en stor betydning for begge begreber. Her vil vi inddrage Anne Jerslev, der udvider Dayan & Katz' teori om liveness i forbindelse med media events.

Tilbage i 1990'erne præsenterede teoretikerne Daniel Dayan og Elihu Katz begrebet *media events*. I deres værk *Media Events. The Live Broadcasting of History* (1992) definerede de et media event som

those historic occasions – mostly occasions of state – that are televised as they take place and transfix the nation or the world. They include epic contests of politics and sports, charismatic missions, and the rites of passage of the great - what we call Contests, Conquests, and Coronations (Dayan & Katz 1992: 1).

Disse tre betegnelser, *contests*, *conquests* og *coronations*, kalder de tilsammen for media events. Om end disse tre former for begivenheder har deres forskelle, skriver Dayan & Katz, at eksempler på disse begivenheder fra virkelighedens verden har skabt en ny genre indenfor tv, hvori medierne kræver universal og simultan opmærksomhed for at fortælle om den pågældende begivenhed. Dayan & Katz bruger selv John F. Kennedys begravelse og De Olympiske Lege som eksempler på media events (ibid.).

Dayan & Katz lægger vægt på, at media events ikke skal forveksles med betegnelsen *great news event*, som ifølge dem opererer med katastrofer og breaking news. I modsætning til disse er media events ceremonielle og i forvejen planlagte begivenheder. Her bruger de igen John F. Kennedy som eksempel – selve mordet på Kennedy er et great news event, mens begravelsen er et media event. Great news events er således en genre for sig selv på samme måde som media events er det (ibid.: 9).

Dayan & Katz skriver, at forskellen mellem media events og andre former for broadcastings er, at media events per definition afbryder en rutine. Endda er de mest inkarnerede media events også monopolistiske forstået således, at alle kanaler afbryder deres normale program for at vise begivenheden. Media events er desuden ifølge Dayan & Katz organiseret udenfor medierne, og med 'udenfor medierne' mener de, at det ikke er på mediernes eget initiativ, at begivenheden sker, og at begivenheden ikke finder sted i mediets studie (ibid.: 5).

Hertil skriver Dayan & Katz, at et nøglebegreb ved media events er live-elementet. Media events transmitteres, mens de sker, og de er af den grund også uforudsigelige (ibid.). Dette live-element udforsker Anne Jerslev yderligere i sin artikel "Contemporary ceremonial media events – time and temporalities of liveness" fra 2022, hvor hun med afsæt i netop Dayan & Katz' værk om media events skriver om forskellige måder, et media event kan være live på (Jerslev 2022: 22). Jerslev beskriver, hvordan Dayan & Katz' teori siden 1992 er blevet udfordret og udviklet blandt andet på grund af sociale medier, der sidenhen er kommet til verden. Hun skriver dog, at uanset hvor mange slags medier, der spiller ind i et media event, så er live-elementet stadig relevant og gældende – dog må live-elementet gentænkes i nutiden, fordi den digitale verden har ændret sig:

Dayan and Katz (1992) argued that three temporal orientations were embedded in their three forms of ceremonial media events: contests were oriented towards the present, conquests towards the future, and coronations towards the past. (...) The liveness of contemporary media events is constructed by means of increasingly intertwined temporalities exceeding past, present, and future (ibid.).

Jerslev argumenterer for, at live-begrebet har ændret sig således, at flere medier, tv-broadcast som sociale medier, har hver deres *liveness*. Derfor argumenterer Jerslev for, at media events ikke længere er monopolistiske, som Dayan & Katz beskrev, men derimod at medielandskabet i forbindelse med media events er præget af konkurrence om seerne.

I sin artikel bruger Jerslev blandt andet Dronning Margrethes nytårstale fra 2020 som eksempel, og hun kalder nytårstalen for et 'traditionelt, ceremonielt media event i en ny hybrid mediekontekst' (ibid.). Om media events beskriver Jerslev i sin artikel desuden tre faser i livetransmissionen af et event, og hun bruger nytårstalen, som ifølge hende følger 'before-during-after'-strukturen, som karakteriserer ceremonielle begivenheder (ibid.: 21).

The before phase is a slowed-down sequence marked by a mood of anticipation, an atmosphere of waiting for the event to start, and contemplating what will happen (often reverentially commented upon by a host on- or off-screen). Then the event unfolds as it was (hopefully) planned, and finally, the after sequence is marked by a mood of relief and elevation (ibid.)

Dayan & Katz påpegede i deres værk, at liveelementet gav en risiko for, at noget kunne gå galt, og Jerslev påtaler i dette tilfælde seernes betydning ved livetransmissioner. Om nytårstalen skriver hun, at transmissionen gik som forventet, uden at de kommentarer, der kom fra seerne, forstyrrede transmissionen. Hun inddrager dog også et eksempel med Joe Bidens indsættelse som USA's præsident, hvor producenterne mistede kontrollen, fordi seernes kommentarer, der kom under selve livetransmissionen, forstyrrede begivenheden. Således kommer denne nye deltagende dimension ved livetransmissioner også med nye udfordringer.

I deres værk om media events kommer Dayan & Katz også ind på, hvordan seerne har en vigtig rolle ved media events:

From casual, tired, consumer-oriented, pleasure seekers we are transformed into expectant witnesses of a historic moment. But television cannot do this alone. Its call to prayer – if it is to succeed – must be echoed in the words of national leaders, by our friends, by the newspapers, by the schools that declare a recess, by employers who allow us to view on company time, by the flickering lights in all the neighbors (Dayan & Katz 1992: 120).

Dayan & Katz gør det altså klart, at et media event kun kan kategoriseres som et media event, hvis der også er elementer udover tv'ets broadcasting, der bakker op om begivenheden. Media events aktiverer seerne og “transform audiences from “routine viewers” to participants involved in the performance of the ritual” (Dayan & Katz 1992; i Jerslev 2022: 3). Det skal hertil understreges, at værket *Media Events. The Live Broadcasting of History* udkom i 1992, altså før de sociale mediers fremkomst. Alligevel er Dayan & Katz inde på seerens deltagelse i media eventet: “Often the audience is given an active role in the celebration. Figuratively, at least, these events induce people to dress up, rather than dress down, to view television” (Dayan & Katz 1992: 9). Her kan vi således drage paralleller til begrebet *mega-events*, som flere teoretikere har skrevet om. Et mega-event kan, ligesom et media event, tiltrække et stort publikum. Udover mediernes store indflydelse spiller også især turisme og økonomi en stor rolle ved mega-events. Kirsten Frandsen skriver i sit kapitel “Tour de France. The mediatization of a mega-event” i værket *Sport and Mediatization* fra 2020, at der ligger mange forskellige interesser bag dét at ønske at være vært for en stor sportsbegivenhed. Blandingen af en politisk interesse, en økonomisk interesse og interessen for at brande et bestemt geografisk sted er efterhånden dét, der definerer et mega-event (Frandsen 2020: 48).

En anden teoretiker er Mogens Olesen, der skriver om mega-events i artiklen “My sense of nationality goes totally berserk” fra 2023. Olesen skriver om mega-events i forbindelse med cykelløbet Tour de France, hvilket ifølge ham er et mønstereksempel på et mega-event. Olesen skriver: “Given the mobile nature of cycling, the Tour has always been particularly reliant upon media coverage” (Olesen 2023: 12). Tour de France er altså et godt eksempel på, hvordan et mega-event kan være decideret afhængig af mediernes dækning; fra de første år, hvor aviserne skrev om Touren, til radio og tv senere overtog mediedækningen, og til i dag, hvor også sociale medier har en stor indflydelse på cykelløbet og har tilføjet en ny, interaktiv dimension til Tour de France. Denne interaktive dimension er tilmed også kendetegnende for nutidens mega-events, eftersom flere teoretikere foreslår at gå væk fra forestillingen om et ‘mediated centre’, hvor der er tale om en form

for envejskommunikation fra tv til seer, hvilket Dayan & Katz skrev om (ibid.:13). Her kan begrebet ‘vortextuality’, eller vortex-effekten, inddrages. Vortextuality betegner dét, at mega-events tiltrækker et stort publikums opmærksomhed på en begivenhed, men at det *kun* er begivenheden, der er fællesnævneren – det kan nemt være et fragmenteret publikum, der giver begivenheden opmærksomhed: “Vortextuality describes how mega events attract everybody’s attention towards specific themes and affairs while still allowing for diverse and locally situated receptions, often expressed on and framed by social media platforms” (ibid.). Ifølge Olesen er sportsevents som Tour de France i dag blevet til ‘transmedia events’ – altså events, der udfolder sig på flere forskellige platforme – på grund af den interaktive dimension, hvor seere aktivt kan deltage via sociale medier.

Denne nye interaktive dimension ved media events og mega-events har ifølge Olesen også medført konsekvenser (ibid.). Eksempelvis skriver Olesen, at live-elementet i dag har en anden betydning, end det havde i 1992, da Dayan & Katz skrev om media events. Ifølge Olesen er vi i dag blevet vant til at følge begivenheder live, og dermed er live-elementet ikke længere hovedattraktionen ved media events. Derimod betyder denne udvikling et større publikumsengagement og mulighed for øget deltagelse for seerne (ibid.: 14). Senere i projektet vil vi inddrage Olesen igen i forbindelse med vores analyse af kongehusets Instagram-profil.

Affektteori

Da vi ønsker at undersøge, hvordan medieringen af tronskiftet har været med til at konstituere og forstærke et allerede eksisterende affektivt fællesskab, vil vi nu kigge nærmere på teori om affekt. Mange forskellige teoretikere har gennem tiden givet deres bud på, hvordan vi både kan forstå, men også spore affekt. I følgende afsnit vil vi blandt andet kigge nærmere på Brian Massumis, Teresa Brennans og Sara Ahmeds beskrivelser af fænomenet. Først vil vi dog starte med at adressere, hvordan begrebet forstås og bruges i daglig tale. For mange er ordet ‘affekt’ et synonym for emotioner og følelser, og forskellige fagdiscipliner har endda hver deres forståelse af disse tre begreber. Ens for dem alle er dog, at de på den ene eller anden måde beskriver, når der sker en kropslig forandring, når vi forholder os til noget.

Affektbegrebet er ikke nyt, og måden vi i dag forstår det på, læner sig op ad, hvad Baruch de Spinoza i 1600-tallet formulerede: “affekt er kroppens evne til at påvirke og lade sig påvirke” (Spinoza 1677; i Reestorff 2016). I dag fokuserer affektteoretikere særligt på, hvad der sker “i mødet

mellem kroppe, hvor energier stiger og falder, intensiveres og drænes” (Reestorff & Stage 2018: 315). Affektteorien beskæftiger sig dermed i høj grad med, hvordan vores kroppe reagerer, når vi på den ene eller anden måde interagerer med andre. Indenfor de sidste 25 år har fænomenet været genstand for et stort og hastigt ekspanderende forskningsfelt. Reestorff og Stage beskriver i deres kapitel “Medier og affektteori” (2018), hvordan der har været en ‘affektiv vending’. Der er kommet et øget fokus på kroppens påvirkning: “affektteorien insisterer på, at sprogligt orienterede analyser og teorier ikke kan forklare hele den menneskelige erfaring og sansning, og på at det derfor er nødvendigt også at fokusere på spontan kropslig sansning, relationer mellem kroppe og affektive intensiteter” (ibid.: 316). Det øgede fokus kom dels som et opgør mod poststrukturalismen og periodens store fokus på sprog og dels på grund af den teknologiske udvikling i et forsøg på at forstå forholdet mellem teknologien og kroppen (Reestorff 2016).

To anskuelser af affekt

Denne affektive vending blev delt i to forskellige traditioner: De som anser affekt og følelser som to forskellige ting, og de som ikke mener, at man kan adskille de to. I den første tradition, som kaldes den *prækognitive tradition*, finder man teoretikerne Brian Massumi og Teresa Brennan, mens Sara Ahmed repræsenterer den anden tradition, der kaldes den *performative tradition*.

Den prækognitive tradition

Den prækognitive tradition, hvor følelser og affekt adskilles, ser affekt som en ren fysiologisk reaktion i kroppen. Her er forståelsen, “at affekt er en ikke-bevidst oplevelse af intensitet, der ikke fuldt ud kan gribes eller forstås gennem sproget” (Reestorff & Stage 2018: 316). For Massumi og Brennan er affekt kroppens umiddelbare sansning, og følelser er den sproglige kategorisering, vi bruger til at beskrive denne umiddelbare sansning. Følelserne er dem, vi kan sætte ord på, som Teresa Brennan skriver: “I define feelings as sensations that have found the right match in words” (Brennan 2004: 5). Det er blandt andet derfor, at der i denne tradition skelnes mellem affekt og følelser. Traditionen beskrives som den *prækognitive* eller *før-sproglige* tradition, fordi affekten ikke er kommunikerbar, men derimod er noget, der sker i vores kroppe, inden vi selv egentlig er bevidste over, at det sker.

Massumi argumenterer særligt for, at affekten sker, når vi bevæger os fra én kropslig tilstand til en anden: “It is that a power to affect and be affected governs a transition, where a body passes from one state of capacitation to a diminished or augmented state of capacitation” (Massumi 2009: 2). For

Massumi er affekt altså ikke følelsen af glæde eller tristhed, men selve den overgang eller passage vi er i, når vi går fra at være glade til at være triste. Han beskriver affekt som et chok, der rammer kroppen: “it’s really more about microshocks, the kind that populate every moment of our lives” (ibid.: 4). Ifølge Massumi er affekt noget, vi mærker uden egentlig at registrere det; det kan være et skift i opmærksomhed, der gør, at vores puls stiger. Først efter man har overvejet, hvorfor der er sket en kropslig ændring, mærker man en følelse og kan sætte ord på den. Det, man formulerer som følge af denne kropslige reaktion, kalder Massumi *dampening* – eller på dansk *affektdamp* (Massumi 2002: 25). Sproget er således affektens damp, hvilket vidner om, at den talende har befundet sig i en affektiv tilstand.

Som nævnt tidligere tilhører Teresa Brennan ligeså traditionen, hvor affekt ses som en prækognitiv og udelukkende kropslig reaktion. Denne forståelse af affekt læner sig meget op ad William James & Carl Langes teori, der indenfor psykologien særligt beskæftiger sig med beskrivelsen af følelser og fysiologiske reaktioner. Teorien går kort sagt ud på, at følelser opstår på baggrund af en kropslig reaktion (Brennan 2004: 4). Det kunne eksempelvis være, at vi bliver kede af det, fordi vi græder, eller at vi bliver bange, fordi vores hjerte banker hurtigt. Dét, at vi er kede af det, er følelsen og dét, at vi græder, er den fysiologiske reaktion. Ifølge James & Lange kommer følelsen af at være ked af det altså først efter, at vi er begyndt at græde, ligesom at følelsen af at være bange først kommer, når vi har mærket sved på panden og vores hjerte galoperer. Den prækognitive tradition udspringer altså af denne teori.

Brennan beskriver desuden i hendes værk *The Transmission of Affect* fra 2004, hvordan denne kropslige reaktion i høj grad både kan være påvirket af andre, men også kan påvirke andre. Dette beskriver hun med udtrykket *transmission of affect*, som vi fremover vil oversætte til *affektsmitte*. Affektsmitten sker på baggrund af en interaktion med et miljø: “the “atmosphere” or the environment literally gets into the individual” (ibid.: 1). Ifølge Brennan kan vores individuelle affektive tilstand påvirke andre, og på den måde opstår affektsmitte. Det betyder derfor også, at vi ofte kan mærke andres følelser, og dette leder ofte til, at vi får medfølelse med dem. Når vi befinder os i en gruppe af mennesker, der alle er ramt af affekt, vil vi altså kunne mærke det og derefter selv blive ramt. Brennan beskriver, hvordan dette sker på baggrund af de energier, de enkelte kroppe afgiver: “I mean simply that the emotions or affects of one person, and the enhancing or de-pressing energies these affects entail, can enter into another” (ibid.: 3). I den forbindelse tilføjer hun, at man ikke nødvendigvis ender i den præcis samme affektive tilstand, som dem, der smittede en:

The point is that, even if I am picking up on your affect, the linguistic and visual content, meaning the thoughts I attach to that affect, remain my own: they remain the product of the particular his-torical conjunction of words and experiences I represent. The thoughts are not necessarily tied to the affects they appear to evoke. One may as well say that the affects evoke the thoughts (ibid.: 7).

Man kan meget vel blive smittet af en andens sorg eller glæde over noget, men det betyder ikke, at man mærker og forestiller sig præcis det samme som vedkommende, man bliver smittet af, gør. Sidder man eksempelvis sammen med én, der stråler af ren og skær forelskelse, kan man mærke den boblende glæde, med det betyder ikke, at man selv bliver forelsket eller befinder sig i den nøjagtige samme affektive tilstand som den forelskede. Dog kan man stadig selv blive smittet og mærke glæden, man vil blot forbinde denne glæde med en lignende glæde fra sit eget liv. Brennan skriver, at dette sker, fordi vores kroppe har forskellige historier, og vores affektive tilstand altid vil være farvet af vores krops historie. Også Massumi beskriver disse forskellige affektive responser. Han opererer med begrebet *different attunement*, som handler om, at selvom vi alle retter os mod det samme 'cue', som skal stemme os, vil vi ikke nødvendigvis komme i den samme affektive tilstand: "Since each body will carry a different set of tendencies and capacities, there is no guarantee that they will act in unison even if they are cued in concert" (Massumi 2009: 6). Ifølge Massumi bliver vi attunet, uanset om vi bliver smittet af den samme affektive tilstand eller ej. Different attunement henviser altså til, at vi reagerer affektivt forskelligt, selvom vi er blevet udsat for de samme 'cues'. Som vi senere i analysen vil demonstrere, vil et billede af en storsmilende Kong Frederik ikke afføde de samme affektive responser hos publikum, og det er netop her, at begrebet bliver interessant.

I den forbindelse nævner Brennan, at man på samme måde kan blive ramt af forskellige grader af affekt afhængig af, hvor alvorlig den pågældende situation er. Hun nævner selv et eksempel om, hvordan forældre kan føle skyld, hvis deres børn klarer sig skidt. Samme forældre kan dog også føle skyld over ikke at have taget skraldet ud – på den måde er der to forskellige grader af skyldfølelse. Den fysiske reaktion, kroppen bliver ramt af, er den samme, men fordi den forbindes med forskellige situationer og tanker, påvirker den vores følelser forskelligt: "It is as if the relevant emotions attach themselves with equal intensity to various thought; whether the source of anxiety is trivial or serious, the extent of the anxiety will remain the same" (ibid.: 7). Den kropslige reaktion man bliver ramt af, er altså den samme, men de følelser, der kommer til udtryk, kan være forskellige, og det er netop derfor, at Brennan skelner mellem tanker og følelser på den ene side og affekt på den anden.

Den performative tradition

Både Massumi og Brennan tilhører altså denne tradition, hvor man ser affekt som en udelukkende kropslig reaktion og derfor skelner de mellem affekt og følelser. Som nævnt tidligere er der indenfor affektforskningen en anden tradition, hvor man ikke skelner mellem de to – nemlig den performative tradition. Denne tradition sætter spørgsmålstegn ved, om man kan studere noget, man ikke kan se og som forsvinder, når der sættes ord på. Ifølge teoretikerne indenfor denne tradition er dette skel mellem følelser og affekt rent teoretisk, og derfor giver det for dem ikke mening at adskille de to. I denne tradition forstår man affekt som performativt og altså derfor også som noget, vi både kan se og spore. Indenfor denne forståelse af affekt finder vi blandt andre Sara Ahmed, som i sit værk *The cultural Politics of Emotion* fra 2004 beskriver, hvordan affekt er diskursiv og klæber til situationer og objekter.

Hun understøtter den performative forståelse af affekt: “Whether something is beneficial or harmful involves thought and evaluation, at the same time that it is ‘felt’ by the body” (Ahmed 2004: 6). Netop fordi overvejelsen, om hvorvidt noget er farligt, kommer på samme tid, som vi erfarer den kropslige følelse af hjertebanken, mener hun ikke, at vi bør adskille, hvad hun beskriver som ‘emotion’ og ‘bodily sensation’. Med denne anskuelse kan man derfor også se affekt i sprog, da affekttilstandene ikke kun er førsproglige, men erfares på samme tid, som der sættes ord på dem.

Ahmed lægger desuden stor vægt på, at følelser skal ses ud fra sociale sammenhænge og læner sig i den forbindelse op ad sociologen Émile Durkheims beskrivelse af individet. Han mener, at individet skal forstås og undersøges ud fra det sociale miljø, individet befinder sig i: “Most of our ideas and our tendencies are not developed by ourselves but come to us from without” (Durkheim 1966; i Ahmed 2004: 9). Ahmed tilføjer i den forbindelse, at Durkheim ligeledes anvender denne forståelse af individets emotioner til at danne en forståelse for individerne i en crowd: “it is assumed that the crowd *has* feelings, and that the individual gets drawn into the crowd by feeling the crowd’s feelings as its own” (Ahmed 2004: 9). Altså bliver vi i høj grad påvirket af det sociale miljø, vi befinder os i, hvilket minder om Brennans beskrivelser af affektsmitte. Det, at individer kan blive påvirket af en crowd, vil vi kigge nærmere på senere, når vi undersøger hvordan online crowds kan opstå.

Ahmed argumenterer desuden for, at affektive tilstande kommer på baggrund af vores krops historie og det, vi generelt erfarer som mennesker. Derfor mener hun også, at affekt kan klæbe til objekter, fordi vi ud fra erfaring knytter bestemte forestillinger til bestemte objekter. Hun nævner et eksempel med en bjørn og beskriver hvordan frygten, altså den affektive tilstand, opstår på baggrund

af en kognitiv kategorisering, og at vi derfor blot bliver bange, fordi vi forbinder bjørnen med noget frygtindgydende. På den måde har affekt klistret sig fast til et objekt. Hun tilføjer hertil:

It is not that the bear *is* fearsome, ‘on its own’, as it were. It is fearsome *to* someone or somebody. So fear is not in the child, let alone in the bear, but is a matter of how child and bear come into contact, unavailable in the present, which allow the bear to be apprehended as fearsome (ibid.: 7).

Bjørnen er dermed ikke i sig selv frygtindgydende, men frygten og reaktionen på mødet med bjørnen opstår derimod på baggrund af nogle sociale konventioner, der har lært os, at bjørnen er farlig. Ahmed forklarer uddybende, hvordan “Emotions are relational: they involve (re)actions or relations of ‘towardness’ or ‘awayness’ in relation to such objects” (ibid.: 8). I førnævnte eksempel er barnet subjektet, og bjørnen er objektet, og det er altså i mødet og relationen mellem de to, at affekt opstår. På samme måde vil affekter knytte sig til andre objekter, og det kan både relatere sig til negative og positive affekter. Som vi senere vil komme ind på, er der ligeledes affekter tilknyttet vores nuværende konge og kongehuset generelt.

De to traditioner, den prækognitive og den performative, virker umiddelbart meget forskellige, men de er dog enige om én ting – nemlig at affekt er formet af kroppens historie. Når det kommer til at anvende teorien i en analyse, er det ikke nødvendigvis relevant, om det er henholdsvis affekt eller følelse, vi kan spore. Vi vil derfor anvende de to anskuelser i samspil med hinanden og drage på de to forskellige traditioners styrker, da de supplerer hinanden godt.

Medier og affekt

Da vi nu har redegjort for den overordnede affektteori, vil vi kigge nærmere på, hvordan vi kan anvende teorierne til at undersøge affekt på digitale medier og sociale medieplatforme. Vi vil i det følgende afsnit derfor redegøre for blandt andet Camilla Møhring Reestorff og Carsten Stages fire tilgange til studiet af medier og affekt samt Stages syn på affekt på sociale medier. Reestorff & Stage nævner henholdsvis *differentieret attunement* (jf. Massumi), *affektive arkiver* og *feedbackloop*, *affektive retningsgivere* og *økonomier* samt *viralitet* og *online crowds* som tilgange, man kan have in mente, når man vil danne sig en forståelse af medier og affekt.

Den første tilgang, Reestorff & Stage nævner, er at have fokus på differentieret attunement, hvilket er et begreb af Massumi, som vi tidligere har beskrevet. Begrebet dækker over, at vi bør undersøge, hvordan et medie “‘attuner’ eller stemmer kroppe på særlige måder, og hvordan attunement ofte skaber både affektiv enhed og differens” (Reestorff & Stage 2018: 321). I en analyse vil det derfor være relevant at undersøge, hvordan mediet farver og stemmer modtageren til at have en bestemt affektiv reaktion.

Dernæst nævner Reestorff & Stage affektive arkiver og feedbackloops som væsentlige faktorer at kigge på. Et affektivt arkiv er en samling af billeder med det samme affektive potentiale. På eksempelvis Instagram kan brugere dele billeder og kommentere dels for at vise, hvad de laver her og nu, men også for at skabe en affektiv arkivsky af opslag. Idet opslag bliver gemt og er tilgængelige for andre, kan der opstå affektiv respons. Dette kan eksempelvis ske, hvis en bruger deler et opslag og andre brugere kommenterer på dette opslag. Disse kommentarer kan ligeledes afføde nye kommentarer, og på den måde opstår dette såkaldte feedbackloop, hvor brugerne igen og igen kan skabe nye affektive interaktioner (ibid.: 324).

Herefter skriver Reestorff & Stage, at man bør kigge på affektive retningsgivere og økonomier. Et eksempel på en affektiv retningsgiver kan være et smil – et smil peger os i retningen af glæde. En affektiv økonomi betegner den diskurs, der allerede eksisterer om et objekt. Som skrevet tidligere klæber affekt til objekter (jf. Sara Ahmed) og derfor kan der opstå en affektiv økonomi omkring en begivenhed. I en analyse ville man derfor kunne undersøge, hvordan et opslag på eksempelvis Instagram indskrives sig i allerede eksisterende diskurser eller udfordrer dem (ibid.: 327).

I sidstnævnte tilgang, viralitet og affektive crowds, lægger Reestorff & Stage særlig vægt på, at man kan undersøge, hvordan affekten står centralt, når ting går viralt. De nævner i den forbindelse, hvordan sociale medier er designet til at promovere indhold og begivenheder, som allerede trender, og hvordan der på baggrund af denne viralitet kan opstå en online affektiv crowd (ibid.: 328).

Dette leder os videre til at kigge nærmere på denne online crowd, og hvordan vi kan spore affekt på digitale og sociale medier. Britta Timm Knudsen & Carsten Stage skriver i deres forskningsartikel “Contagious bodies. An investigation of affective and discursive strategies in contemporary online activism” fra 2012, at kommunikationen via de sociale medier har skabt nye miljøer, hvor man som bruger kan blive smittet og påvirket af affektive fællesskaber: “the possibility of a high degree of immediacy and personal interactivity simply enable the making of new types of environments, where collective affective processes can be quite intense despite the lack of a common physical space” (Knudsen & Stage 2012: 149).

I den forbindelse nævner Knudsen & Stage tre elementer, hvor særligt sociale medier kan være med til at antyde og konstituere et affektivt fællesskab: *immediacy*, *loosening of spatial constraint* og *interactivity*. De skriver, hvordan sociale medier muliggør en umiddelbarhed og samtidighed, hvor brugerne kan reagere på det, de ser eller hører her og nu, mens begivenhederne finder sted. Derudover kan brugerne være en del af den samme online begivenhed, selvom de geografisk ikke befinder sig det samme sted, og sidst at brugerne kan interagere og kommunikere med hinanden (ibid.). Netop fordi brugerne kan dele dette nu, være fælles om en begivenhed og kommunikere med hinanden på tværs af landegrænser, skabes der et potentiale for, at brugerne kan smitte hinanden med affektive tilstande. Stage uddyber dette i en anden artikel, *The online crowd* (2013), hvori han beskriver, hvordan disse affektive tilstande kan spores på sociale medier.

I denne artikel undersøger han desuden, om det affektive fællesskab, der kan observeres online, kan defineres som en crowd, og ligeledes hvordan en crowd kan opstå online. Til dette tager han udgangspunkt i Gustave Le Bons og Gabriel Tardes beskrivelser af crowds. Ifølge Le Bon er en crowd “a certain type of affectively synchronized and therefore de-individualized gathering which is ‘little adapted to reasoning’, ‘quick to act’, and ‘a single being’ or ‘mental unity’” (Stage 2013: 2). Når vi befinder os i en crowd, deler vi altså de samme affektive processer og bliver til én mental enhed – vi er så at sige en samling af mennesker, der er affektivt forbundne af den samme begivenhed. Individernes egne tanker og bevidsthed drejes mod en fælles forståelse, og i en crowd bliver man derfor en del af et fælles syn og en fælles bevidsthed. I Le Bons beskrivelse af crowden står det desuden klart, at de enkelte individer i crowden mister deres egen rationalitet og fornuft og opsluges i stedet af crowdens affektive energi (ibid.).

På samme måde beskriver Tarde crowden som en fysisk forbundethed. Han lægger desuden stor vægt på, at der er en adskillelse mellem crowden og hvad han beskriver som ‘public’. En crowd kan ifølge Tarde kun opstå fysisk, mens ‘public’ snarere er en mental enhed med individer, der er fysisk spredt. I Tardes beskrivelse af crowden fokuserer han på den fysiske del, og ifølge ham kan en crowd ikke opstå online, da brugerne her har tid til at overveje sine handlinger i modsætning til at være fysisk sammen, hvor man bliver “Swept up in a crowd” (ibid.: 3). Stage argumenterer dog med udgangspunkt i Le Bons beskrivelse af crowden for, at crowds stadig kan opstå online. Han skriver: “However, the speed, immediacy, intimacy, and multimodality of online communication seem to put bodily connections and reactions at the center of this type of mediated exchange” (ibid.). Stage tilføjer hertil, at vi ikke nødvendigvis kan kontrollere os selv mere, fordi vi kommunikerer online. Han bruger

mobning som et eksempel på, hvordan vi ikke altid er velovervejede, blot fordi vi ikke fysisk er sammen og har tid til at tænke over vores respons. Stage definerer derfor 'the online crowd' således:

Following this, the 'online crowd' is used here to describe a certain type of online behavior where the participants of a public simultaneously (1) share affective processes and (2) come together on certain online sites (e.g. in relation to a blog post). In other words, 'online crowding' refers to the affective unification and relative synchronization of a public in relation to a specific online site (ibid.: 6).

Stages beskrivelse af en online crowd læner sig dermed op ad Le Bons beskrivelser af en crowd. Forskellen mellem de to er blot, at Stage argumenterer for, at den begivenhed, der binder folk sammen, primært foregår online.

Dertil skriver både Le Bon og Stage om, hvordan der altid er en leder, der styrer, spreder og faciliterer affekten i disse crowds: "A crowd 'is incapable of ever doing without a master'" (Le Bon 1895; i Stage 2013: 12). Stage beskriver, hvordan der både kan være en crowd *leader* og en crowd *facilitator*. Førstnævnte fungerer som en affektsmitter, der med sin kropslige energi og intensitet påvirker og kontrollerer crowden, og sidstnævnte faciliterer og motiverer crowden. Derfor argumenterer Stage på baggrund af sine undersøgelser for, at facilitator er et mere dækkende begreb for online-lederen, da denne ikke har den samme uovervindelige kraft som en crowd leader (Stage 2013: 13). I vores analyse vil vi derfor undersøge, om der opstår online crowds, og i det tilfælde, hvem der så faciliterer dem.

I sin artikel uddyber Stage desuden, hvordan man kan spore den affekt, der tyder på, at crowds kan opstå. Han skriver blandt andet, at man i en analyse af affekt på de sociale medier bør være opmærksom på tre komponenter: *indholdet*, *formen* og *simultane sammenkomster*. Førstnævnte betegner blandt andet opslag på sociale medier og de kommentarer eller anden form for interaktion, de afføder. Ofte vil den affektive tilstand kunne ses direkte ved, at den skrivende selv sætter ord på en kropslig følelse. Dette kunne eksempelvis være, at man som kommentar til et opslag skrev: "Det gør mig så glad, jeg bobler af glæde". Her kan affekten ses direkte i det skrevne. Desuden ville man kunne spore affekten ud fra formen af det skrevne, i dette tilfælde kan man kigge på, hvordan den skrivende formidler sig. Hvis det skrevne er gentagende, usammenhængende eller der er brugt versaler og specialtegn, tyder det ofte på, at den skrevne i større eller mindre grad har været påvirket af affekt. Sidst nævner Stage de simultane sammenkomster som betegner, hvordan det at et opslag

pludselig bliver delt meget og afføder spontane følelsesmæssige kommentarer kan være med til at antyde affekt (Stage 2013: 9). I vores analyse vil vi derfor være særligt opmærksomme på både formen, indholdet og de simultane sammenkomster, når vi undersøger det online affektive fællesskab.

Nationalisme og danskhed

I dette afsnit vil vi redegøre for teori om nationalisme og danskhed. Til dette vil vi bruge Benedict Andersons værk *Imagined Communities* fra 1983 – vi vil dog tage udgangspunkt i den danske oversættelse *Forestillede Fællesskaber* fra 2001 oversat af Lars Jensen. Herefter vil vi supplere med Peter Gundelach og hans værk *Det er dansk* (2002) for at kigge nærmere på specifikt den danske nationalitet.

I sit værk *Forestillede fællesskaber* fra 1983 skriver den britiske politolog Benedict Anderson om nationalitet som netop et forestillet fællesskab. Ifølge Anderson er et nationalt fællesskab forestillet, eftersom befolkningen i selv den allermindste nation ikke kan kende til hver enkelt person i nationen, og alligevel har befolkningen en følelse af et fællesskab. Derfor består et nationalt fællesskab af forestillinger om fælles værdier og en fælles historie og kultur. I forlængelse heraf skriver Anderson om tre karakteristika for en nation. Han skriver som det første karakteristikum, at alle nationer er forestillet begrænsede. Selv de største nationer “har endelige om end elastiske grænser, bag hvilke der ligger andre nationer. Ingen nation forestiller sig at skulle kunne rumme hele menneskeheden” (Anderson 2001: 50). Derudover skriver Anderson, at nationer er forestillede som suveræne, idet nation-begrebet kom til i en tid, hvor menneskenes religioner begyndte at blive konfronteret med viden og revolutioner. Nationer ønsker derfor at være frie og sikre, og en suveræn stat blev således et symbol på denne frihed og sikkerhed. Sidst er nationen forestillet som et fællesskab; uanset hvilke uenigheder der er internt i en nation, så opfatter befolkningen nationen som et fællesskab (ibid.).

Ifølge Anderson startede nation-idéen i Amerika med uafhængighedsbevægelserne i 1700-tallet:

Ud af den amerikanske, brogede forvirring kom disse forestillede virkeligheder: nationalstater, republikanske institutioner, fælles borgerskab, folkeligt herredømme, nationale flag og sange osv. og afviklingen af deres begrebslige modstykker: dynastiske

imperier, monarkistiske institutioner, enevælde, undersåtsstatus, arvelige adelsprivilegier, livegenskab, ghettoer osv. (ibid.: 132).

Senere hen kopierede folket i resten af verden 'modellen' fra Amerika og begyndte at forme nationer selv.

Ifølge Anderson opstod behovet for en national identitet i Europa som følge af religiøse samfunds fald. Han nævner meget konkret tre grundlæggende kulturopfattelser, hvis status svandt ind, i takt med at menneskene blev mere oplyst, hvilket banede vejen for idéen om en nation. Den første kulturopfattelse "var ideen om at et bestemt skriftsprog gav en privilegeret adgang til ontologisk sandhed" (ibid.: 82). Som den anden opfattelse nævner Anderson tanken om, at et samfund var centreret omkring en monark og et magtcenter – før i tiden troede folket på, at monarken var guddommeligt ophøjet over 'almindelige' mennesker. Som den tredje og sidste kulturopfattelse skriver Anderson om forståelsen af menneskenes og verdens oprindelse som værende identisk (ibid.). Disse tre kulturopfattelser bundede i religioner, og Anderson skriver, at mennesket altid har skullet forholde sig til barske og overmenneskelige emner som eksempelvis forholdet mellem liv og død, men at de religiøse fællesskaber før nationalismen mildnede disse hårde kendsgerninger ved at tale om liv efter døden og give en følelse af forbundethed og skæbnebestemthed. Ifølge Anderson har mennesket altid haft et stærkt behov for fællesskab og forbundethed, og dette behov blev før nationalismen opfyldt af disse religiøse fællesskaber. Efterhånden som de svækkedes og blev opløst af oplysningen og videnskaben, der indtog verdenen i 1700-tallet, søgte mennesket denne fællesskabsfølelse og tilhørsforhold andetsteds; nemlig i nationen.

Nationalitetsfølelsen blev således det nye sted for menneskene at søge forbundethed og mening: "Det er nationalismens magi at forvandle tilfælde til skæbne" (ibid.: 54). Han understreger dog i den forbindelse, at nationalismen ikke afløste de religiøse fællesskaber, men derimod blot at begrebet skal forstås på samme måde som religionsbegrebet.

Anderson fremhævede i dette paradigmeskifte sproget, bogtrykkerkunsten og kapitalismen som faktorer, der udviklede nation-idéen. Før i tiden havde latin været det dominerende sprog, men eksempelvis Martin Luther var med til at åbne døren for nye sprog – i hans tilfælde det tyske sprog. Efter bogtrykkerkunstens fremkomst begyndte menneskene at trykke bøger på disse nye forskellige sprog. Disse 'tryksprog' dannede ifølge Anderson grundlaget for en national bevidsthed, og de mange bøger udbredte således en fælles forestilling om nationerne. Kapitalismen var prikken over i'et:

Måske er der intet der i højere grad fremskyndede denne udvikling (søgen efter fællesskab red.), eller gjorde den mere frugtbar, end trykkapitalismen der gjorde det muligt for et voksende antal mennesker at tænke på sig selv og knytte sig til andre på grundlæggende nye måder (ibid.: 82).

Denne tankegang kan med gavn sammenlignes med nutidens medier og deres betydning for udbredelsen af en national identitetsfølelse, hvilket vi i dette projekt ønsker at undersøge.

Anerkender man Andersons teori, er den danske nationalfølelse altså en forholdsvis ny opfindelse og blot en forestilling om en fælles kultur og et fælles værdisæt. Denne teori anerkender Peter Gundelach i sit værk *Det er dansk* fra 2002. Gundelach skriver, at den mest almene måde at tænke en nation på i dag, er som tilknyttet et geografisk område, men at det ikke nødvendigvis har noget med geografi at gøre: “Man kan sagtens bo uden for Danmark og føle sig som dansker, dvs. føle sig som en del af det forestillede fællesskab som danskheden udgør” (Gundelach 2002: 59). Gundelach nævner blandt andet de danske sociale institutioner og opbygningen af det danske samfund som noget, der styrker den nationale identitet i Danmark ved hver dag at bekræfte eksistensen af den danske nationalitet.

Nationen indebærer oplevelsen af at tilhøre et fællesskab. Et fællesskab som man fødes ind i. Gennem sproget bliver nationen en virkelighed der følger en hele livet. Fællesskabet bekræftes gennem utallige symboler og ceremonier. Ikke alene sproget, men også uddannelsessystemet, nationale sange og fejringen af nationale begivenheder osv. bekræfter nationens eksistens (ibid.: 82).

I denne forbindelse nævner Gundelach teoretikeren Michael Billig og begrebet *banal nationalisme*. Banal nationalisme-begrebet handler om, hvordan nationalismefølelsen kommer til udtryk ved banale hverdagsting og brug af nationalistiske symboler i hverdagen, uden at det i momentet forbindes med nationalisme. Gundelach nævner her to eksempler på symboler, der har stor betydning for danskheden; vores sprog og vores flag. Det er ikke en selvfølge, at en nation har sit eget sprog, og “Selve dette at danskerne taler dansk er en måde at bekræfte danskheden på” (ibid.: 77). Herudover afspejler også selve brugen af sproget den banale nationalisme – eksempelvis findes der mange virksomheder og institutioner, som hedder noget med ‘Danmarks’ eller ‘dansk’. Her er institutionen DR et godt eksempel, eftersom det jo er en forkortelse for ‘Danmarks Radio’. Gundelach fremhæver

også især mediernes rolle og deres brug af sproget, som noget der bekræfter danskheden (ibid.: 76-78).

Som det andet symbol på banal nationalisme i Danmark er vores flag og den vanemæssige brug af det. Her nævner Gundelach den danske kolonihavekultur, hvor flaget spiller en stor rolle og opfattes som en naturlig del af kulturen samt sportsverdenen, hvor det danske flag efterhånden har fået en kommerciel rolle og bruges på alverdens merchandise. Danskernes brug af de nationale symboler er altså ikke et aktivt forsøg på at markere nationalisme, det er 'blot noget, man gør': "Når danskerne ved en fodboldkamp maler sig rød-hvide i hovederne er det ikke udtryk for nationalisme, men allerhøjest for en uskyldig, fredelig (måske endda sund) nationalfølelse" (ibid.: 80). Gundelach skriver, hvordan Billig forklarer, at nationalisme i virkeligheden normalvis forbindes med noget farligt og dramatisk, og at det derimod, teoretisk set, er den banale nationalisme, som danskerne ubevidst forbinder danskheden med (ibid.: 77).

I sit værk kommer Gundelach også omkring den danske mentalitet, som han skriver om på baggrund af diverse undersøgelser fra Europa og udtalelser fra udlændinge med et forhold til Danmark. Gundelach konkluderer blandt andet, at danskerne er mere lukkede i forhold til befolkningen i andre lande. Her kan sproget igen bruges som eksempel, da Gundelach kommer med en bemærkelsesværdig pointe: forskelle på udtale af sproget danskerne imellem kaldes for dialekter, mens forskellene i udlændinges udtale kaldes for accenter. Dette er et godt eksempel på, hvordan danskerne ser sig som en lukket nation med en tydelig grænse ud mod dem, der ikke er danske. Gundelach skriver, at danskerne søger sammenhold, og at det kræver loyalitet fra den enkelte at være med i det danske fællesskab, men at andre udefra ikke nødvendigvis nemt kan blive en del af fællesskabet (ibid.: 116-118).

Analyse

Søndag den 31. december 2023 annoncerede Dronning Margrethe II i sin nytårstale, at hun efter 52 år som Danmarks overhoved ville abdicere og overlade tronen til sin søn, Kronprins Frederik. Herefter fulgte to begivenhedsrige og travle uger – både for kongehuset, men i særdeleshed også for medierne. En begivenhed i en sådan størrelse skulle dækkes fra alle vinkler og kanter, og danskerne skulle ikke kunne gå glip af noget som helst fra den historiske dag. Således blev det en realitet, at

Danmarks elskede dronning søndag den 14. januar 2024 trådte tilbage, og vi fik en ny regent – og det hele kunne ses på tv.

Medierne spillede unægteligt en betydelig rolle ved tronskiftet i Danmark. I dette projekt vil vi derfor kigge nærmere på flere forskellige medier i forbindelse med tronskiftet. Vi vil begynde med at undersøge DR's livetransmission af selve dagen, hvor de sendte live fra flere forskellige studier og lokationer rundt i verden fra kl.07.00 til kl.20.00 – helt uden pauser. Analysen af transmissionen har vi opdelt i tre dele for at skabe en overskuelig og læsevenlig analyse; transmissionen er delt op efter Anne Jerslevs 'before-during-after'-struktur og er af den grund en kronologisk opdeling. Første del kalder vi "Optakten", og den varer fra transmissionens begyndelse til de kongelige bevæger sig fra Amalienborg til Christiansborg og tronskiftet egentligt begynder. Anden del kalder vi "Selve tronskiftet", og den indeholder, som det ligger i titlen, selve tronskiftet; fra de kongelige bevæger sig mod Christiansborg til statsminister Mette Frederiksens proklamation af kong Frederik fra balkonen på Christiansborg. Tredje og sidste del kalder vi "Nedtakten", og her kigger vi på alt det, DR sendte efter proklamationen og til livetransmissionens slutning.

I analysen af livetransmissionen vil vi især kigge på live-elementets betydning, samt om og i så fald hvordan affekt kan spores løbende i udsendelsen. Dertil vil vi i et separat afsnit undersøge graden af autenticitet, hvortil vi vil benytte Gunn Enlis begreber om medieret autenticitet. Vi vil desuden have for øje, hvordan DR iscenesatte selve dagen og satte kongehuset og de royale i et bestemt lys.

Udover DR's livetransmission vil vi også kigge nærmere på andre medier og platforme. Som analysen af transmissionen vil vise, spiller DR på følelserne og lægger op til, at seerne kan blive smittet af affekt. Vi ønsker at finde ud af, om dette faktisk er tilfældet, hvorfor vi i forlængelse af analysen af livetransmissionen vil undersøge det sociale medie Instagram, primært kongehusets egen profil, men også andre kendte personers opslag samt gængse danskeres kommentarer til opslag om tronskiftet. Her vil vi bruge den præsenterede affektteori til at undersøge, hvordan affektive fællesskaber omkring kongehuset blev konstitueret og styrket i forbindelse med tronskiftet på de sociale medier, og om der opstod eventuelle nye fællesskaber som følge af begivenheden.

Herefter vil vi udarbejde en komparativ analyse, hvori vi vil undersøge mediedækningen generelt, altså udover blot DR og Instagram. Her vil vi kigge nærmere på to dokumentarer, der begge udkom den 14. januar 2024 i forbindelse med tronskiftet – én fra DR og én fra TV2. Her vil vi sammenligne de to dokumentarers udtryk for at finde ud af, hvordan de to institutioner fremstiller kongehuset og de kongelige. Derudover vil vi inddrage TV2's transmission af tronskiftet, som vi tilmed vil sammenligne med DR's samt det store hyldestshow til dronningen. Slutteligt vil vi lægge

op til vores diskussion, hvor vi blandt andet vil undersøge, hvilken rolle medierne spiller i det affektive fællesskab, der allerede eksisterede omkring kongehuset.

DR's livetransmission

I dette tredelte afsnit vil vi analysere DR's livetransmission af tronskiftet. DR sendte live i 13 timer den 14. januar 2024, og det var DR-værterne Kåre Quist og Stéphanie Surrugue, der talte seerne gennem hele dagen. Hos dem i studiet sad de tre genkommende kongehuseksperter, Emma Paaske, Cecilie Nielsen og Thomas Larsen, løbende med i hele transmissionen. I løbet af transmissionen fik værterne besøg af alverdens forskellige gæster, der alle havde en forbindelse til de kongelige og kongehuset. Således fik Kåre og Stéphanie 13 timer til at gå med at tale med gæster og eksperter i studiet, se og gense højdepunkterne fra dagen, stille om til reportere i adskillige byer og lande og høre fra fremmødte danskere.

Optakten

Den 31. december 2023 tog Dronning Margrethe hele Danmark med bukserne nede, da hun i sin nytårstale annoncerede sin abdikation. Traditionen tro bliver danskernes nytårsfejringer landet rundt skudt i gang med nytårstalen på årets sidste dag klokken 18.00, og i disse taler appellerer dronningen til danskerne på en måde, som eksempelvis politikere ikke kan, idet hun går på tværs af diverse politiske holdninger – af den grund kan hun som ingen anden samle danskerne foran tv'et. Det er efterhånden blevet en tradition, og således ser man nytårstalen, fordi 'det har man altid gjort'. I og med alle danskerne ser med samtidigt, får dronningen også en betydelig rækkevidde, og i dette tilfælde gjorde det, at der blev sendt en bølge af chok, kærlighed og taknemmelighed gennem landet, da hun annoncerede sin abdikation. Nytårstalen satte således rammerne for de kommende uger, der skulle komme til at stå i tronskiftets tegn.

Dronningens melding om abdikation var i høj grad en begivenhed, vi kan beskrive som et såkaldt *great news event*, eftersom den kan karakteriseres som breaking news, og fordi det ikke var noget, medierne var kendt med i forvejen (jf. Dayan & Katz). Selve tronskiftet kan derimod karakteriseres som et *media event*, idet det var planlagt på forhånd, og fordi der i høj grad var tale om en ceremoniel begivenhed, der brød en rutine, og hvor medierne spillede en betydelig rolle. Denne rolle vil vi kigge nærmere på i det følgende afsnit.

Optakten til tronskiftet startede i teorien allerede, da Dronning Margrethe annoncerede sin abdikation i nytårstalen. I tiden fra den 31. december 2023 til den 14. januar 2024 fyldte tronskiftet i alle landets medier, og især de to public service-hovedkanaler, DR og TV2, havde travlt, da de begge sendte live hele dagen den 14. januar og generelt producerede meget indhold i forbindelse med tronskiftet.

DR's livetransmission af tronskiftet begyndte allerede kl.07.00, altså mange timer før tronskiftet i virkeligheden fandt sted. DR begyndte transmissionen med at vise en kort montagefilm på et minut og 20 sekunder, som indeholder billeder af dronningen og kronprinsen. Montagen er sammenklippet, så den fremstår kronologisk, og den begynder således med et klip fra daværende statsminister Jens Otto Krag's proklamation af Dronning Margrethe i 1972. Herefter vises der klip fra Dronning Margrethes tid som regent fra start til slut; der bliver vist utallige klip af en smilende dronning, der møder og hilser på forskellige personer, herunder også mange indflydelsesrige personligheder som eksempelvis den tidligere amerikanske præsident Barack Obama. Dernæst vises et klip fra et interview, hvor hun selv fortæller, at hun ønsker at blive husket som en, der gjorde sig umage, hvorefter der vises et særligt iøjnefaldende klip, hvor hun bryder ud i en hjertevarmende latter. Montagen lægger i høj grad op til, at seeren skal synes om dronningen, og at alle er enige om, at hun i dén grad har gjort sig umage.

Godt 30 sekunder inde i montagen vises et klip fra nytårstalen, hvori dronningen annoncerer, at hun træder tilbage som Danmarks dronning og fortæller, at hun giver tronen videre til sin søn, Kronprins Frederik. Herefter vises en række af klip fra Kronprins Frederiks barndom og opvækst sammen med Dronning Margrethe, og kronprinsens konfirmation, hvorfra billedet fader videre til en lidt ældre kronprins, der holder tale til dronningen ved hendes 50-års jubilæum som regent. I denne tale hører man ham fortælle, at han er klar til at overtage tronen, når hun skulle ønske det, og der vises klip af kronprinsen og dronningen sammen i forskellige anledninger – altid med smil eller grin på læben. Mod montagens slutning vises igen et klip fra nytårstalen, hvor dronningen slutter af med de efterhånden kendte og rørende ord: "Gud bevare Danmark. Gud bevare jer allesammen" (DR 2024a: 00:01:15). Herefter bliver montagen afløst af nedenstående billede (Billede 1), som i øvrigt får en seriel effekt, eftersom det optræder mange gange i løbet af livetransmissionen. Denne serielle effekt vil senere vise sig at skabe en sammenhæng gennem hele transmissionen.



Billede 1, DR 2024a: 00:01:48

Gennem hele montagen bliver billedsiden desuden understøttet af et storslået musikstykke, som skaber en særligt rørende og forventningsfuld stemning og kan sætte seeren i en affektiv tilstand. Montagen opsummerer således hele tronskiftet og understreger tilmed begivenhedens storslåede og følelsesmæssige engagerende karakter, hvorfor der allerede her bliver skabt et grundlag for, at et affektivt miljø kan opstå. Scenen og stemningen i DR's livetransmission blev på den måde sat fra start.

Da montagen slutter, fortsætter det bevægende musikstykke, mens der bliver vist et dronebillede oppefra af et mørkt og stille København, og man hører en af værternes stemmer, der begynder at tale. Herefter bliver seeren taget med i DR's studie, hvor værterne Kåre Quist og Stéphanie Surrugue sidder klar i deres pæne tøj. Værternes navne viser sig på skærmen skrevet i samme hvide farve på samme guldfarvede baggrund som på Billede 1, og i sekundet efter understreges studiets lokation, Christiansborg Slotsplads, i en tekstboks i øverste højre hjørne, også skrevet i hvidt på en guldfarvet baggrund. Allerede på dette tidspunkt fornemmer man et tema og en serialitet, eftersom de samme farver går igen.

Desuden siger valget af farver også noget om begivenheden. Guldfarven og selve stilen indikerer i sig selv noget ekstraordinært, hvilket også hænger sammen med begivenhedens karakter. Derudover er der løbende gennem transmissionen brugt et symbol af en kongekrone, blandt andet som på Billede 1, hvilket man i høj grad forbinder med kongehuset og noget royalt. På samme måde er der hele vejen igennem symboler, steder og genstande, som vi forbinder med noget royalt, følelsesladet og storslået.

Eksempelvis på Billede 1, hvor Frederik har uniform på, Margrethe har en smuk gallakjole på, og de begge bærer ordensmagter – de ser meget formelle og fornemme ud, hvilket er adjektiver, vi ofte forbinder med de royale. På den måde er der, allerede inden tronskiftet, ting, som knytter sig til kongehuset, og som vi seere forbinder med noget affektivt, og dét spiller DR i høj grad på ved eksempelvis at bruge symbolet for kongekronen løbende i transmissionen og for at understøtte denne fornævnte rørende stemning, der er præget af storslåethed.

Ved første øjekast er billedet fra studiet genkendeligt for de fleste – ved et bord sidder to værter i pænt tøj, de kigger lige ind i kameraet, og de er centreret i billedet. Denne opstilling giver associationer til flere andre former for livetransmissioner, eksempelvis nyhedsudsendelser og DR's folkekære aftenprogram, *Aftenshowet*. Allerede her bliver der skabt en form for troværdighed via genkendeligheden. Derudover er der flere indikatorer, der peger på, at det er live tv; eksempelvis det faktum, at værterne kigger ind i kameraet og taler direkte til seeren, er ifølge Stephanie Marriott en indikator for, at det er live tv.

Studiet, som værterne Kåre og Stéphanie sidder i, er placeret på Christiansborg, hvor den nybagte konge senere på dagen vil blive proklameret, og værterne begynder at fortælle om programmet for dagen, som de 'godt tør love bliver en enestående oplevelse'. Som Stéphanie siger: "Vi rapporterer selvfølgelig fra hele Danmark, vi har reportere i rigsfællesskabet, vi har vores udenrigskorrespondenter på plads. Man kan faktisk ikke gå glip af noget, hvis man holder sig til os" (DR 2024a: 00:02:30). Her lægger DR fra start selv op til, at man får den fulde oplevelse hos dem – altså på tv og ikke i virkeligheden eller hos andre kanaler.

Det viser sig også, at de har mange studier og reportere ude i marken, hvilket ifølge Marriott er endnu et tegn på, at transmissionen er live, idet remoteness-begrebet altså her kommer i spil. Kåre og Stéphanie begynder dagen med at tjekke ind hos deres DR-kolleger rundt i landet og verden, og seeren får således hurtigt en fornemmelse af, at Kåre og Stéphanies studie på Christiansborg er 'hovedstudiet'. Det første besøg ud af studiet er hos journalisten Johannes Langkilde, som sidder i et andet DR-studie ikke langt fra Christiansborg, nemlig på Amalienborg Slotsplads. Herefter stiller Kåre og Stéphanie om til journalisten Tina Müller, som står på Christiansborg Slotsplads, altså tæt på det studie, hvor Kåre og Stéphanie selv sidder. I løbet af den første time af udsendelsen kommer seeren med rundt til blandt andet Københavns Hovedbanegård, Bornholmerfærgen, Sydney i Australien, Hobart i Tasmanien og Valby – Kåre og Stéphanie kan altså løbende tjekke ind hos deres mange kolleger, som kan fortælle om dagen fra forskellige perspektiver (DR 2024a: 00:02:46). Med

denne start får seeren i høj grad fornemmelsen af, at DR er til stede overalt, og at Stéphanie har ret i sit udsagn; man kan ikke misse noget, hvis man holder sig til DR.

Det er altså tydeligt, at DR agtede at vise hvert eneste element af og perspektiv på tronskiftet, og de havde sågar ryddet hele søndagens sendeflade for at sætte fokus på tronskiftet. Jævnfør Dayan & Katz er der altså i høj grad tale om et media event. Der er ingen tvivl om, at det var en historisk og ekstraordinær begivenhed, der optog hele nationen og meget af verden. En af de tre slags begivenheder, som de to teoretikere tilsammen kaldte for media events, var netop *coronations*, altså kroninger. Der er da også mange faktorer ved dette tronskifte, der passer på Dayan & Katz' definition af et media event. Eksempelvis bryder tronskiftet med en rutine. Et tronskifte i Danmark er ikke set de seneste 52 år, og vi skal endnu længere tilbage for at finde et tronskifte, som ikke skete på baggrund af et dødsfald. Derfor er dette tronskifte i sandhed et brud med en rutine. Media eventet er endda også monopolistisk, hvilket også var et kendetegn for et media event – om end det blot var monopolistisk i nogen grad. Alle kanaler viste ikke tronskiftet, men Danmarks to hovedkanaler DR1 og TV2 havde ryddet sendefladen hele dagen for at vise de historiske billeder. I dag findes så mange forskellige kanaler, at det må være næsten umuligt for et media event at være monopolistisk i den forstand, som Dayan & Katz beskrev det, men det faktum at de to allerstørste kanaler i Danmark begge havde ryddet sendefladen giver en fornemmelse af monopolisme. Også det faktum, at DR og delvist TV2 er public service-kanaler, er her en vigtig pointe at have in mente, da public service-tv som bekendt skal oplyse og underholde seerne – der var således taget et aktivt valg af de to institutioner om, at danskerne skulle kunne følge med i tronskiftet.

Derudover var tronskiftet organiseret udenfor medierne, forstået således, at det ikke var på mediernes forespørgsel, at tronskiftet skete – Dronning Margrethe ville have abdiceret og videregivet tronen til den daværende Kronprins Frederik, uanset om medierne havde dækket det eller ej. Men en sådan begivenhed skulle naturligvis dækkes af medierne, og begivenheden blev dækket live, hvilket ifølge Dayan & Katz er endnu et kendetegn for et media event. De skriver som bekendt, at live-elementet gør eventet uforudsigeligt, og det er der også eksempler på i dækningen af tronskiftet. Eksempelvis da Kåre Quist vil stille om til sin kollega Mette Bluhme Rieck, der befinder sig på Frederiksborg Slot sammen med en portrætmaler, der skal male et portræt af den nye konge – her opstår der tydeligvis nogle tekniske problemer, eftersom billedet og lyden pludselig går i stå, mens Mette var ved at fortælle om 'Englesalen' på slottet (DR 2024a: 01:29:54). Efter 13 sekunder med et frossent billede uden lyd, skifter DR til en kort sammenklipning af videoer fra danskere, der takker og sender hilsner til den afgangende dronning; det tilbagevendende billede (Billede 1) vises igen på

skærmen, og Johannes Langkilde tager over i studiet på Amalienborg. Disse tekniske problemer er i høj grad uforudsigelige, om end det er noget, man også må forvente ved en mediedækning. Denne uforudsigelighed er som bekendt uundgåelig ved en livetransmission, men det er også noget af det, der er med til at gøre udsendelsen autentisk og ægte. Vi vender tilbage til det autentiske aspekt af transmissionen senere.

Kort efter stiller Kåre igen om til Mette Bluhme Rieck på Frederiksborg Slot og hentyder til de tekniske problemer: “For et øjeblik siden var der nogen, der stjal billedet, altså det billede man ser på her i fjernsynet. Mette, I skulle jo lige til at gå i gang med et andet billede, der skulle jo males kongeligt. Nu prøver I at få startet den der pensel op en gang til?” (DR 2024b: 00:00:25). Mens Kåre snakker, toner kollegaen Mette Bluhme Rieck frem på skærmen, så billedsiden deler sig i to – her er der således et godt eksempel på DR’s brug af den såkaldte ‘vindueæstetik’ (jf. Lauridsen). Selvom de to værter befinder sig to forskellige steder, bliver de begge vist på skærmen samtidigt, og på den måde er seeren med to steder på én gang, hvilket gør oplevelsen mere overskuelig (Billede 2).



Billede 2, DR 2024b: 00:00:38

Hertil svarer Mette Bluhme Rieck med et smil på læben: “Det gør vi nemlig. Der er meget, meget tykke mure her på Frederiksborg, så det bøvlede lidt med signalet før” (DR 2024b: 00:00:41). Jævnfør Marriott er dette således også et eksempel på, hvordan værterne på tværs af lokationer joker med hinanden, hvilket blot skaber en hyggelig og uformel atmosfære. På den måde får værterne italesat de tekniske problemer i en positiv tone. Effekten er, at det blot bidrager til en autentisk følelse, hvilket

giver seeren en følelse af at være en del af den hyggelige atmosfære, på trods af at vedkommende sidder hjemme i stuen.

Og danskerne hjemme i stuerne er da også på sin vis med i studiet. I starten af transmissionen popper en tekstboks op på skærmen, hvori der står, at man kan sende en hilsen til den afgangende dronning ved at sende en besked til et nummer, der vises på skærmen. Disse tekstbokse er ifølge Lauridsen noget, der oftest tages i brug ved eksempelvis underholdningsshow's til informationer eller sms-afstemninger, og i dette tilfælde har DR brugt tekstboksen til at give seerne en mulighed for at sende en tak eller en hilsen til den afgangende dronning, og senere i programmet også den kommende konge. På den måde interagerer DR med seerne direkte, og seernes hilsner bliver vist hele dagen i løbet af den lange transmission. Samtlige hilsner bærer præg af en taknemmelighed for kongehuset og de kongelige, og hilsnerne er i høj grad positive. Disse hilsner vidner altså om, at de seere hjemme i stuerne, der har skrevet ind, er ramt af affekt. Her er det interessant at understrege, at vi naturligvis ikke kan vide, om der også bliver sendt hilsner ind, hvori kongehuset og de kongelige bliver kritiseret. I så fald har DR udeladt disse og udelukkende vist de positive kommentarer formentlig for at skabe en god stemning og en positiv tone omkring kongehuset.

Tekstboksformatet er desuden et element, der går igen igennem hele udsendelsen. Tekstboksene falder tilmed ind i det overordnede tema med en hvid skrift på en guldfarvet baggrund, hvilket skaber en genkendelighed for seeren hele transmissionen igennem. Om end størstedelen af tekstboksene i løbet af transmissionen viser hilsner fra seerne, bliver de også brugt til at give informationer om programmet og det, de snakker om i studiet. Eksempelvis bliver gæsterne i studiets navne vist i en tekstboks, når de taler, og ordet 'abdikation' og dets latinske oprindelse bliver eksempelvis forklaret i en tekstboks, da de i studiet taler om Dronning Margrethes abdikation (Billede 3).



Billede 3, DR 2024a: 00:26:09

Derudover bliver dagens program løbende vist i tekstboksen markeret med et 'om lidt', som på den måde fortæller seeren, hvad det næste, der skal ske, er. Seeren skal ikke selv gøre noget for at kunne følge med, og således tager DR seeren i hånden hele vejen igennem transmissionen, så det bliver så nem en oplevelse som muligt for seeren at se med.

Tekstboksene med hilsner fra seerne er blot et ekstra lag i en transmission, der i forvejen i høj grad lægger op til at invitere seerne med indenfor i transmissionen. Et andet eksempel er de mange videohilsner, som folk har sendt ind til DR, og som bliver vist løbende i udsendelsen. Videohilsnerne er fra både kendte personligheder og almindelige danskere. Denne blanding af personer, der sender hilsner ind, vidner tilmed om en stor stolthed og taknemmelighed for kongehuset, der gælder for *alle* i landet, og på den måde forbinder DR danskerne – kendt som almindelig.

Denne forbundethed blandt danskerne bliver forstærket i løbet af hele transmissionen, og det er tydeligt, at DR vil sende et signal om, at alle danskerne er en del af denne historiske dag. Eksempelvis er flere 'almindelige' danskere inviteret ind i studiet for at fortælle om deres perspektiv på den historiske dag, og en af dem er niårige Valdemar. Han er på besøg i studiet på Amalienborg, hvor værterne Johannes Langkilde og Ulla Essendrop meget pædagogisk taler med Valdemar og hans far (DR 2024b: 00:05:18). Senere i udsendelsen besøger en reporter 92-årige Johanne, som har oplevet fire tronskifte i Danmark, og som følger med i begivenheden fra Aarhus (DR 2024e: 01:24:04). På den måde inddrager DR danskere i alle aldre og giver således alle seere nogen at spejle sig i. Hvis en

niårig dreng ser med hjemme fra stuen, kan han identificere sig med Valdemar, på samme måde som ældre danskere kan identificere sig med Johanne. Interviewet med Johanne er desuden et godt eksempel på, hvordan affekt kommer til udtryk i løbet af transmissionen, da Johanne under interviewet bliver rørt. Hun italesætter det selv, og det er tydeligt, at hun får tårer i øjnene. I løbet af dagen er der mange medvirkende i transmissionen, der fortæller, at de bliver rørt, og således kan danskerne hjemme i stuen identificere sig med eksempelvis Johanne, hvis de også sidder med tårer i øjnene hjemme i stuen. Johannes affektive reaktion kan således påvirke seerne hjemme i stuen.

Løbende interviewer DR's reportere på Amalienborg og Christiansborg også danskere, der er mødt op for at hylde de kongelige, og nogle af dem, der bliver interviewet, er endda klædt ud i dagens anledning. Mange har kongekroner på og danske flag med, andre har kongekåber og ordensbånd på, og nogle har australske, grønlandske eller færøske flag med (Billede 4). Det er altså tydeligt, at mange af de fremmødte er kommet for at fejre kongehuset og samtidig gerne vil markere, at de er en del af fællesskabet.



Billede 4, DR 2024b: 00:21:46

Alle interviewene er i høj grad præget af affekt; de fremmødte bliver spurgt, hvad Dronning Margrethe og kongehuset har betydet for dem, hvordan de tror Frederik bliver som konge, og hvordan de skal fejre den historiske dag. Spørgsmålene lægger således i sig selv op til, at den interviewede skal tilkendegive sine følelser, og med disse spørgsmål får danskerne mulighed for at sætte ord på

disse følelser. Eftersom mange af interviewene ligner hinanden på svarene, bliver der skabt en generel positiv diskurs omkring kongehuset, og et affektivt miljø kommer til syne.

Denne positive diskurs går igen i hele transmissionen. I løbet af den 13 timer lange transmission bliver der ikke på noget tidspunkt sagt noget decideret negativt om nogle af de kongelige eller kongehuset. Naturligvis må vi gå ud fra, at de, der er mødt op for at være en del af dagen, bare af sig selv er positivt stemt overfor kongehuset, men det kan heller ikke udelukkes, at DR har taget et aktivt valg om kun at vinkle denne dag positivt og derfor kun interviewer danskere, der er tilhængere af kongehuset og derfor vil snakke positivt om dem.

Også i studiet bærer samtalen og emnerne præg af denne positive diskurs om kongehuset og især Kronprins Frederik. Midt i optakten lægger de i studiet op til at skulle tale om de skandaler, som Frederik tidligere i sit liv har været involveret i, og til dette har DR inviteret kulturjournalist Chris Pedersen og brandingekspert Jacob Holst Mouritzen i studiet. Efter nogle dronebilleder over menneskemængden på Christiansborg Slotsplads kommer seeren igen med ind i hovedstudiet, hvor Stéphanie Surrugue byder velkommen til de to nye gæster og introducerer det næste samtaleemne:

Vi skal tale om nogle af sagerne, som man kan kalde det for. Hvordan har Danmarks kommende konge klaret skærene, når alt ikke nødvendigvis har været rosenrødt, men det har trukket op til ballade, enten hjemme hos mor og papa eller ude i pressen. Hvordan har han klaret skærene, hvilken form er han i, når det handler om krisekommunikation og styring af den slags? (DR 2024b: 01:48:57).

Dette siger Stéphanie i et yderst og nærmest overdrevent positivt leje, og ordet 'sagerne' i første linje siger hun i en komisk tone, hvor hun trækker den første stavelse ud. Derudover er det værd at bemærke, at hun siger 'sagerne' og ikke blot 'skandalerne'. Dette er højst sandsynligt et bevidst valg af DR og Stéphanie, eftersom ordet 'skandaler' er et meget negativt ladet ord, som konnoterer til noget dårligt og uansvarligt – og det er bestemt ikke sådan, DR vil fremstille den kommende konge på denne historiske dag. Derudover er også ordet 'ballade' ikke nødvendigvis et særligt kraftigt negativt ord, og derfor kan Stéphanie bruge ordet i denne kontekst uden at skabe negative konnotationer. Således får Stéphanie introduceret til samtaleemnet om skandalerne uden at forbinde Frederik med noget negativt. Det er tilmed værd at bemærke, at Kåre, inden de kaster sig over 'sagerne', begynder samtalen med at spørge brandingeksperten, hvad den kommende konges brand er. Jacob Holst Mouritzen beskriver herefter den kommende konge som den folkelige version af

Dronning Margrethe og fortæller, at det er en opgave, han har klaret til punkt og prikke. På den måde får DR inden samtalen om skandalerne slået fast, at kronprinsen har et positivt brand.

Herefter indleder kongehuseksperten Cecilie Nielsen samtalen således: “Når vi snakker om den her folkelighed og det han har, så er vi ligesom også nødt til at sige, jamen der har jo også været en del ups’ere” (DR 2024b: 01:52:30). Igen et meget positivt ladet udtryk for noget negativt. Gennem hele samtalen taler eksperterne om skandalerne, men får hele tiden vendt det til noget positivt – især pointen med, at skandalerne gør Frederik folkelig og identificerbar for danskerne, går igen. Eksempelvis remser Cecilie Nielsen skandalerne op, og da hun kommer til 2018, hvor Frederik var ‘stiv på Smukfest’, som hun siger, bryder Stéphanie ind og siger, at hun faktisk synes, den hører til på pluslisten (DR 2024b: 01:53:50). Således styrer værterne hele tiden samtalen og redder den, hvis den bliver for negativ. Hver gang det bliver for negativt, nævner Kåre eller Stéphanie en af hans succeser som Frømandskorpset og Royal Run, og på den måde drukner de negative historier i alt det positive. Denne samtale er det eneste tidspunkt i hele transmissionen, hvor eksperterne i studiet kommer ind på skandalerne. Resten af transmissionen er nærmest overdrevent positiv, og dette understøttes hele tiden af alle de interviewede danskere, der snakker positivt om kongehuset. Der tegner sig altså et billede af, at DR er meget positive og endda ligefrem ukritiske i deres transmission af tronskiftet. Generelt bærer transmissionen præg af, at begivenheden bliver forskønnet og romantiseret – der bliver i den grad hældt fløde på med guldfarver, kongekroner og overdrevne positive udtalelser.

I optakten bærer alle interviewene med de fremmødte og gæsterne i studierne altså overordnet set tydeligt præg af positivitet og en forventningsglæde. Ifølge Jerslev kan livetransmissionen af et media event som bekendt deles op i tre faser; før, under og efter. Før-fasen, som vi her har kaldt ‘Optakten’, er præget af et langsomt tempo og forventninger, og dette passer glimrende på Jerslevs beskrivelse. I det næste afsnit vil vi kigge nærmere på den midterste fase, hvor selve begivenheden ifølge Jerslev vil udfolde sig. Denne fase har vi kaldt ‘Selve tronskiftet’.

Selve tronskiftet

I dette afsnit vil vi dykke ned i DR’s transmission af selve tronskiftet, hvor vi især vil have fokus på, hvordan affekt kommer til udtryk. I denne del af transmissionen går meget af tiden med live billeder fra Københavns gader og den menneskemængde, der fylder dem. Seeren kommer også med i studiet, men ikke i lige så høj grad som i optakten. Det er i denne del, at alle de største højdepunkter sker;

selve tronskiftet, Mette Frederiksens proklamation af Kong Frederik og den nye konges første tale og valgsporg. Af den grund er fokuset i højere grad rettet mod selve tronskiftet, mens det sker, og der bliver vist flere billeder udenfor studiet i modsætning til optakten, hvor der blev vist flest billeder inde fra selve studiet, og hvor der var fokus på danskerne og forventningsglæden op til begivenheden.

Det er tydeligt, at DR forsøger at tage seeren i hånden for at gøre det så let som muligt at følge med. Derfor bliver de tidligere nævnte tekstbokse (jf. Lauridsen) især brugt i denne del til at gøre det meget tydeligt, hvad der sker. Eksempelvis på Billede 5, hvor tronskiftet har fundet sted, og DR tydeligt meddeler, at Frederik 10. nu er Danmarks konge.



Billede 5, DR 2024d: 00:15:50

Denne form for tekstboks går igen i hele transmissionen, og på den måde fortæller DR konstant, hvad der sker, eller hvad der skal ske lige om lidt. Tekstboksen på Billede 5 giver tilmed associationer til en 'breaking news'-bjælke fra nyhedsudsendelser, hvilket blot understøtter transmissionens liveness yderligere. Mens denne tekstboks er på billedet, vises der live billeder af Dronning Margrethe, der kører væk fra Christiansborg i en kronebil, og langs ruten står tusindvis af danskere med danske flag og hujer. Både denne tur, og da den afgående dronning og kronprinsparret bliver transporteret fra Amalienborg til Christiansborg i henholdsvis karet og bil, følger DR tæt med en masse kameraer. Hele første halvdel af denne midterste del af transmissionen er således præget af tv-billeder, der ligner

Billede 5, og eftersom der ikke sker meget andet, end at bilerne kører langsomt frem, bærer transmissionen generelt præg af et meget langsomt tempo – der sker i virkeligheden ikke særlig meget.

Billedet skifter hele tiden til det kamera, der kan se mest, så seeren får mest muligt ud af at se med hos DR, og seeren får tydeligvis meget mere at se end de, der er mødt op i København i kulden. I denne passage kan vi derfor drage paralleller til cykelløbet Tour de France, som Mogens Olesen skriver om i forbindelse med mega-events. Begivenhederne er naturligvis forskellige, men kigger vi på selve tv-dækningen af de to, er der en del ligheder. Dem, det hele handler om, skal fra A til B, og tusindvis af mennesker er mødt op for at se det. De mennesker, der er mødt op for at se begivenheden i virkeligheden, får kun et glimt af dem, det hele handler om, hvis de overhovedet får noget at se. Seerne hjemme i stuen får derimod det hele med, med nærbilleder, zoom og kameraer langs hele ruten. Således kommer flerkamerateknikken igen i spil, hvilket giver seeren en følelse af at være til stede overalt (jf. Lauridsen).

I optakten til tronskiftet undersøgte vi som bekendt også live-elementet, og det spiller stadig en stor rolle under selve tronskiftet – hvis ikke en endnu større rolle. Flere gange undervejs i transmissionen gør værterne seeren opmærksom på, at udsendelsen er live, og man får som seer således en fornemmelse af, at live-elementet i sig selv har en stor betydning ved denne begivenhed. Især fordi værterne også gør meget ud af at understrege, når det *ikke* er live-billeder. Selve statsrådet, hvor tronskiftet faktisk fandt sted, måtte ikke sendes på live tv, og DR fik således først bagefter lov til at sende billederne af det historiske øjeblik. Dette gør Kåre Quist seerne opmærksomme på:

En lille detalje er, at der er jo Ritzau til stede, så vi får billeder ud på et tidspunkt fra den famøse underskrift og så videre, men det er altså ikke levende billeder, og det er ikke live, det der foregår, men vi skal nok råbe op, når underskriften er sat, så snart vi får det at vide, og der vil også blive rig lejlighed til at se billeder af de historiske underskrifter (DR 2024d: 00:00:50).

Her bekendtgør Kåre, at de ikke kan vise statsrådet live, men hurtigt bagefter forsikrer han seerne om, at de skal nok vise dem, 'så snart de får det at vide'. Citatet vidner altså om, at live-elementet er ekstra vigtigt i denne transmission, og Kåre gentager da også oplysningen flere gange og understreger igen, at det ikke er live billeder, da DR endelig kan vise billederne fra statsrådet lidt senere.

Indtil DR kan vise billederne fra statsrådet, opstår en passage, der er præget af ventetid. Værterne i studiet skal naturligvis uanset hvad holde samtalen kørende med gæsterne, hvilket resulterer i, at nogle af samtaleemnerne bliver lettere irrelevante. Eksempelvis er et af samtaleemnerne Jens-Otto Krag's læsebriller. Her fortæller eksperter Cecilie Nielsen, at den tidligere statsminister, der proklamerede Dronning Margrethe i 1972, ikke var interesseret i at sige forkert, og at han derfor måtte tage sine læsebriller på til proklamationen. Denne lettere uvæsentlige samtale om Jens-Otto Krag's læsebriller er et godt eksempel på, at DR i den grad når rundt om alverdens emner, der har blot den mindste forbindelse til tronskiftet. I forlængelse heraf kan vi også diskutere, om denne ventepassage vidner om en decideret overmediering af begivenheden. Også fordi der gennem hele transmissionen er masser af gentagelser, eksempelvis netop billederne fra statsrådet bliver vist gentagne gange i resten af transmissionen. Derudover er der også tilfælde, hvor seeren fornemmer, at værterne og eksperterne ligefrem leder efter ting at snakke om. Eksempelvis da de venter på, at den nybagte konge skal proklameres af statsministeren, og en af gæsterne spørger værterne: "Skal vi sige lidt om salutter?" (DR 2024d: 00:51:55), hvorefter de i studiet begynder at tale om salutter. Denne søgen efter emner, gentagelserne og de lettere uvæsentlige samtaleemner kan give seeren en følelse af, at DR træder vande og blot forsøger at fylde de 13 timer ud med hvad de nu kan finde på af ting, der har noget med tronskiftet at gøre. Dette behøver dog ikke være en negativ faktor for de seere, der er store royalister og formentlig gerne vil have så meget som muligt med fra dagen.

Mens værterne og gæsterne i studiet taler om de forskellige emner og venter på billederne fra statsrådet, vises der billeder fra Københavns gader, der er fyldt med tusindvis af mennesker med danske flag. Her får værterne og eksperterne i studiet nærmest karakter af kommentatorer kendt fra sportens verden, da seeren kun ser billeder af Københavns gader og blot hører værternes stemmer fra studiet. Til tider kan vi dog også tale om, at live tv's vindueæstetik kommer i spil, eftersom skærmen deler sig i to – et stort og et lille billede – hvor det mindste billede viser studiet, og det største billede viser Københavns gader. Således får seeren en følelse af at få alting med fra begivenheden. Her kommer også flerkamerateknikken i spil, da menneskemængden i Københavns gader bliver filmet fra mange forskellige vinkler. Alt fra dronebilleder i fugleperspektiv af den store menneskemængde til nærbilleder af smilende danskere med flag og store jakker på. Derudover er der kameraer, der følger både karet og kronebiler, når de kører turen fra Amalienborg til Christiansborg og tilbage igen. Seeren kan altså få absolut alt med fra den store dag hjemme fra sofaen, hvilket ifølge Lauridsen er live tv's styrke.

Denne pointe bliver endda også italesat i transmissionen. Reporteren Nadia Kronborg interviewer den konservative borgmester i Rudersdal Kommune, Ann Sofie Orth, der er mødt op og har fundet en plads midt i menneskemængden for at se proklamationen. Nadia Kronborg spørger borgmesteren, hvad hendes reaktion på den nye konge er, hvortil hun svarer, at det er fantastisk, og at mængden af mennesker vidner om, at vi elsker vores land og den kongelige familie. Herefter spørger Nadia Kronborg, hvorfor borgmesteren ville ind i København, når nu billederne nok er bedre på tv – hertil svarer borgmesteren:

Jamen det handler jo om at mærke stemningen i Københavns gader, og den her fornemmelse af, hvor mange mennesker vi faktisk er, der alle sammen sætter pris på vores land og vores kongelige familie. (...) det er noget helt særligt at være her (DR 2024d: 00:40:33).

Selvom DR har gjort en stor indsats for at give seeren en følelse af at være til stede ved tronskiftet, er der alligevel ifølge Ann Sofie Orth noget, kameraerne ikke kan fange. Dog kan vi med afsæt i Brennan argumentere for, at den glade stemning, de mange smil og grin, og dermed den affektive tilstand, som Ann Sofie Orth og de mange andre fremmødte er i, potentielt kan smitte dem derhjemme bag skærmen, modsat hvad Ann Sofie Orth siger. Om dette er tilfældet, vil vi undersøge senere i projektet.

Spor af affekt i DR's transmission

Det danske kongehus har altid været forbundet med traditioner, og de royale begivenheder, danskerne normalt har fået lov at følge med i gennem medierne, har været store følelsesfulde begivenheder såsom bryllupper, begravelser, runde fødselsdage, jubilæer – og tronskifter. Tronskiftet lægger altså i sig selv op til, at der kan opstå et affektivt miljø, hvilket vi vil undersøge nærmere i dette afsnit. Affekten kan spores på mange forskellige måder, og det affektive miljø bliver skabt af en række forskellige forhold, og ofte en kombination af flere.

I selve tronskiftet kommer affekten også mere til syne sammenlignet med optakten og nedtakten. Eksempelvis da eksperterne i studiet får billederne fra statsrådet at se for første gang, fremstammer Cecilie Nielsen efterfølgende med et lille grin: “Det er- altså jeg er- tårer i øjnene og kuldegysninger, jeg er helt-” (DR 2024d: 00:20:59). Da Cecilie Nielsen siger denne sætning, kan seeren ikke se hendes ansigt, idet der i stedet bliver vist billeder af Dronning Margrethes bil, der kører væk fra

Christiansborg, men hendes stemme, dét, hun siger, samt måden hun siger det på, emmer af affekt; hun er tydeligvis rørt og glad.

Dagens helt store højdepunkt er Mette Frederiksens proklamation af den nye konge, og her er ligeledes meget affekt at spore. Den nybagte konge bliver mødt af et jubelbrøl, da han træder ud på balkonen, og her er det meget tydeligt for seeren, at han bliver rørt. Mens han vinker til folket, afslører hans ansigtsudtryk, at han forsøger at holde tårerne tilbage, og han må da også lige tørre en enkelt tåre væk på et tidspunkt (DR 2024d: 01:00:21). Alt dette får seeren at se på tæt hold, eftersom DR har kameraer over det hele, der filmer helt tæt på. Af den grund kan seeren blive smittet med affekt, idet man ser Kong Frederik fælde en tåre og være rørt.

Også i studiet er der masser af affekt at spore, idet værterne og gæsterne fortæller, at de bliver rørt. Eksempelvis lige efter proklamationen, da seeren hører Kåre Quist sige: "Hold nu op Stéph, Danmarks nye konge hilste på folket, og herinde er der duggede glas og briller og jeg ved ikke hvad, servietter og- hold nu op et manuskript, vi så folde ud her" (DR 2024d: 01:13:39). Mens Kåre siger dette, vises der endnu engang dronebilleder af menneskemængden på Christiansborg. Når Kåre tydeligt beskriver, at de er rørte i studiet, vidner det om affektdamp. Samtidig vidner selve måden, han siger det på, om et kontroltab, og at Kåres følelser har taget styringen, da han udtaler citatet. Selvom seeren ikke kan se dem med tårer i øjnene, får man alligevel en fornemmelse for den affektive tilstand, de er i, både på grund af hans kontroltab, og fordi Kåre beskriver det med ord. En af eksperterne i studiet siger endda: "Altså man må sige, man skulle være gjort af sten, hvis man ikke reagerer på det her, det var virkelig følelsesmæssigt, det var emotionelt, og den mand, der træder frem på balkonen der, han mærker jo den her massive tillid og opbakning" (DR 2024d: 01:15:26). På den måde beskriver de hele tiden i studiet, hvordan de oplever dagen, og deres beskrivelser bidrager til en generel glædesfuld stemning og et positivt og følelsesfuldt udtryk. I løbet af transmissionen er der da også en klar overvægt af positivt ladede adjektiver og udtryk som 'fantastisk', 'historisk', 'rørende', 'smukt' og 'helt vildt'.

En ting, der dog er værd at bemærke i denne forbindelse, er, at gæsterne og eksperterne i DR's studie alle er personer, der støtter kongehuset. Cecilie Nielsen, Emma Paaske og Thomas Larsen er de tre genkommende eksperter, der er med hele dagen, og det er tydeligt, at de tre har en særlig interesse i kongehuset, både professionelt og personligt. Af den grund er de naturligvis også meget begejstrede for tronskiftet, og denne begejstring kan smitte af på seeren. Deres særlige interesse for kongehuset er ikke nødvendigvis repræsentativ for den gennemsnitlige dansker, og her er altså endnu et eksempel på, at DR kun fremviser positive ting ved tronskiftet. DR kunne have valgt at vise 'begge

sider' af sagen og eksempelvis invitere en kongehuskritiker i studiet, men dette er som bekendt ikke tilfældet. Således bliver hypen stor i studiet, hvorfor seeren derhjemme kan blive smittet af den affektive tilstand, de store kongehusfans i studiet ender i. Dette er dog ikke nødvendigvis et kritikpunkt af DR, men blot et interessant valg af DR – et valg, vi vil kigge nærmere på i vores diskussion.

Dét, de siger i studiet, bliver tilmed hele tiden understøttet med billederne af den store menneskemængde i København. Disse billeder af tusindvis af mennesker, der alle er mødt op med flag for at fejre de kongelige, vidner om et stort fællesskab. Seeren hører tilmed de fremmødte huj, klappe, råbe hurra og spontant synge den danske nationalsang, og alle disse udbrud vidner om, at de mange mennesker er ramt af affekt simultant. Ifølge Ahmed klæber affekt til objekter, og i dette tilfælde kan vi argumentere for, at der er en affektiv tilstand af stolthed over at være dansker, der klæber til det danske flag. Derudover forbinder de fleste også nationalsangen med dansk stolthed og fædrelandskærlighed, hvorfor der overordnet set bliver skabt et affektivt miljø på slotspladsen. Der opstår altså en crowd, eftersom de mange fremmødte retter sig mod samme begivenhed og bliver til én mental enhed. Senere i analysen vil vi undersøge, om denne crowd også kan findes online.

Generelt er episoden på balkonen interessant at kigge nærmere på. For det første giver selve tv-dækningen af episoden seeren en følelse af at være til stede, eftersom vedkommende får alt med; kameraerne viser både Kong Frederik helt tæt på, de viser menneskemængden oppefra og fra flere forskellige vinkler. For det andet bidrager netop denne massive tv-dækning til, at seeren kan blive ramt af affekt, eftersom det er tydeligt, at kongen er rørt til tårer.

Det er dog ikke nødvendigvis alle seere, der kommer i samme affektive tilstand. Helt i begyndelsen af optakten bliver en ny Epinion-måling vist i studiet – en måling, der viser, at 79 procent af danskerne bakker op om Kronprins Frederik (DR 2024a: 00:30:06). Det må derfor også betyde, at 21 procent *ikke* bakker ham op eller er neutrale (Billede 6).



Billede 6, DR 2024a: 00:30:06

I dette tilfælde kan vi tale om, at affekten klæber til kongehuset, som Frederik er repræsentant for. Med det in mente er det ikke nødvendigvis alle seere, der bliver rørt. Her kan vi nemlig inddrage begrebet different attunement. Hvis en seer hjemme i stuen er blandt de 21 procent, der måske ikke bakker op om den kommende konge og måske endda synes, at kongehuset skal afskaffes, vil vedkommende højst sandsynligt ikke blive rørt, eftersom personen er attunet anderledes end dem, der støtter kongehuset, og derfor ikke forbinder det med noget positivt. Måske disse seere, hvis de da overhovedet ser med, kommer i en affektiv tilstand præget af vrede og irritation, fordi de forbinder Frederik og kongehuset med noget negativt. Denne side af historien bliver slet ikke italesat i transmissionen, end ikke da de præsenterer Epinion-målingen – til det siger Stéphanie Surrugue blot, at målingerne viser, at kongeparret ligger ‘helt i top’ (DR 2024a: 00:24:59). Det skal dog i denne forbindelse også understreges, at det åbenlyst er høje tal, der i sig selv vidner om en generel opbakning til kongeparret. Vi finder det dog stadig interessant på baggrund af hele transmissionens generelle udtryk, at der ikke bliver nævnt noget negativt, hvilket bidrager til DR’s overordnede ukritiske udtryk.

Affekten kommer altså til udtryk på mange forskellige måder i løbet af transmissionen. Kombinationen af begivenheden og dens storslåede karakter i sig selv; værterne, der udtrykker affekt i dét, de siger, samt det kontroltab, der sker, når de siger det; dronebilleder af de mange tusind danskere, der er mødt op på slotspladsen med flag og synger nationalsangen; billeder af de interviewede danskere, der fortæller, at de er rørte; og nærbilleder af dagens hovedperson, Frederik, der tydeligvis er rørt. Således skaber DR en mulighed for, at seerne hjemme i stuen kan blive ramt af affekt.

Nedtakten

Ifølge Jerslev er denne sidste del af en begivenhed, som vi i dette tilfælde har kaldt ‘Nedtakten’, karakteriseret af lettelse og en ophøjet stemning. Denne beskrivelse passer da også godt på nedtakten. Helt lavpraktisk bliver der løbende mørkere udenfor studiet, fordi klokken bliver mange, og de tusindvis af mennesker drager hjem, hvorfor der opstår et mere roligt miljø omkring DR’s studier.

Overordnet set ligner nedtakten i høj grad resten af transmissionen. DR følger alt, hvad der sker, tæt med mange kameraer, og på samme måde som i optakten og selve tronskiftet er transmissionen af den grund præget af ventetid og et langsomt tempo. Der er dog små forskelle i selve medieringen, eksempelvis det serielle billede af kronprinsen og Dronning Margrethe, som DR i nedtakten har skiftet ud med et billede af den nye konge (Billede 7).



Billede 7, DR 2024f: 00:13:21

Farverne og stilen er det samme, hvilket understreger det serielle og skaber en sammenhæng gennem hele transmissionen, og billedet symboliserer, at Frederik nu er i fokus. Således markerer DR, at tronskiftet har fundet sted, og at det nu handler om kongen.

Nedtakten er i høj grad præget af gentagelser. Både statsrådet og proklamationen bliver vist gentagne gange. Når disse klip vises, markeres de med en lille guldfarvet tekstboks i øverste højre hjørne, hvor der står ‘Tidligere’. Her bliver vigtigheden af live-elementet altså understreget på en ny måde, eftersom DR markerer, at billederne ikke er live. Derudover bliver der skabt en metadimension, eftersom værterne påtaler selve livetransmissionen i udsendelsen. Eksempelvis da Stéphanie skal

præsentere nye gæster i studiet, vrøvler og derefter siger til gæsterne i studiet: “Undskyld, jeg siger det lige, vi har sendt live i over ti timer, så hvis jeg glider lidt ordene, så må I altså bære over med mig, det skal jeg beklage” (DR 2024e: 01:47:39), mens de andre i studiet griner med hende. Denne metadimension giver seeren en fornemmelse af at komme med bag kulissen. Det er et af de forhold, der fremmer den autenticitet, der er karakteristisk for udsendelsen.

Et af nedtaktens højdepunkter er statsminister Mette Frederiksens besøg i hovedstudiet. Mette Frederiksen blev naturligvis spurgt til hendes tanker om dagen, men der blev også plads til politiske spørgsmål. Regeringen havde kort forinden tronskiftet lovet flere penge til kongehuset, hvilket er et emne, som ofte kan splitte danskerne (TV2 News 2024). Da Stéphanie spørger ind til emnet, formulerer hun sig endnu engang nærmest strategisk positivt:

Vi har hørt, at du og regeringen jo vil afsætte flere penge til kongehuset, det er der nogen, som synes lyder som en fornuftig idé, fordi der er slotte, der skal vedligeholdes, og der er en stor familie nu i spidsen for foretagendet, og så er der dem, der synes at nok må i den grad være nok. Hvorfor skal den danske kongefamilie have flere penge? (DR 2024f: 00:29:08).

Inde i selve spørgsmålet formulerer Stéphanie altså argumenter for, hvorfor kongehuset skal have flere penge, og ikke hvorfor de *ikke* skulle have flere penge. På den måde vinkler Stéphanie sagen positivt, og herefter får Mette Frederiksen lov til at forsvare regeringens forslag på bedste politikervis:

Ja, faktisk af de grunde, du selv giver her. Ét er vedligehold af slottene, som jo er vores fælles kulturarv, som er noget, vi ønsker at overtage, det er en opgave, der i dag ligger hos kongehuset, den vil vi gerne som samfund påtage os set med regeringens briller (DR 2024f: 00:29:30).

Mette Frederiksen bruger her Stéphanies egne ord til at svare på spørgsmålet, og hun bruger blandt andet udtrykket ‘vi som samfund’ og taler således på vegne af danskerne. Derudover bruger hun præsuppositionen ‘jo’, hvorfor hun altså antager, at danskerne er af samme holdning. På den måde kan hun med et politikersvar overbevise seeren om sin holdning – altså at kongehuset skal have flere penge. Seeren får således kun præsenteret argumenter for, at forslaget er en god ide, hvilket bidrager til den generelle positive tone, der er omkring kongehuset i transmissionen.

Mens Mette Frederiksen er i studiet, viser DR endnu engang klippene fra statsrådet og proklamationen, og Kåre og Stéphanie spørger til statsministerens oplevelse af begivenheden. Hertil beskriver Mette Frederiksen, hvor rørende, fantastisk, fin, stor, højtidelig og smuk en dag, det har været. I nedtakten er der overordnet set også meget affekt at spore. DR's reportere interviewer igen fremmødte danskere, og i stedet for at spørge, eksempelvis hvad kongehuset betyder for dem, som de gjorde i optakten, spørger de nu om, hvordan det var at opleve det store øjeblik. Eksempelvis interviewer reporteren Solaf Masoud en familie med to børn – Solaf Masoud spørger det ene barn: "Hvordan føles det i kroppen for dig at stå og opleve den her kæmpe historiske begivenhed?", hvortil barnet svarer, at det var meget rørende (DR 2024d: 01:20:24). Således er der tegn på affekt i nedtakten, og DR vil tydeligvis gerne have følelserne i fokus.

Også hjemme i stuerne bliver følelserne sat i centrum. Eksempelvis hjemme hos Kisser Winther, der har samlet en flok venner for at fejre dagen sammen (Billede 8).



Billede 8, DR 2024e: 00:25:15

Da reporteren taler med Kisser om begivenheden, siger hun, at hun kan høre, at Kisser bliver rørt, når hun taler om det. Kisser indrømmer blankt og veninderne griner i baggrunden. Således bliver det tydeligt, at reporteren gerne vil have, at Kisser taler om, hvor rørt hun er, og der bliver skabt et affektivt miljø præget af glæde og rørstrømskhed. Gennem hele transmissionen er der altså spor af affekt, og det er tydeligt, at DR vil have følelserne i fokus.

Er DR's transmission autentisk?

For at undersøge, om DR's transmission er autentisk, vil vi inddrage Gunn Enlis teori om medieret autenticitet. Enli skriver som bekendt om flere ting, man kan kigge på, når man skal undersøge, om et medie fremstår autentisk. Blandt andet skriver hun om autenticitetsillusioner og autenticitetskontrakten og dertil om syv overordnede autenticitetsmarkører for medieret autenticitet. Disse begreber vil vi inddrage i den følgende del af analysen for at undersøge, hvor autentisk DR's transmission fremstår.

Autenticitetskontrakten handler som bekendt om, hvordan der er en uomtalt kontrakt mellem afsender og modtager om, at modtageren er bevidst om, at det medierede materiale, de ser og hører, i et omfang er manipuleret. Som nævnt tidligere er denne kontrakt baseret på genrekonventioner, og derfor afkoder vi programmet ud fra de forventninger, vi har til genren. Det betyder derfor, at vi i høj grad er bevidste om, at selvom tronskiftet er en faktuel begivenhed, og at der sendes live, er transmissionen i mere eller mindre grad manipuleret og tilrettelagt. Netop fordi man allerede har en forventning om og et kendskab til, hvordan livetransmissioner kan se ud, accepterer man, når man eksempelvis kan se små tekstbokse i bunden af skærmen eller der vises ikke-live klip i løbet af udsendelsen. På grund af genrekonventionerne ved vi, at disse små manipulationer ikke gør programmet mindre autentisk. Dertil accepterer vi desuden de mange gentagelser af klip, fordi vi ved, at det blot hører med til denne type af udsendelse.

Foruden autenticitetskontrakten er autenticitetsillusionerne dem, der er med til at få et medie til at fremstå autentisk. Vi nævnte tidligere, hvordan autenticitetsillusioner i faktuelle begivenheder kunne være øjenvidneinterviews og kilder, der kunne bekræfte virkeligheden. I løbet af DR's transmission er der rigtig mange små interviews med folk på gaden, og disse er alle eksempler på autenticitetsillusioner. I analysedelen ovenfor blev det klart, at mange af de interviewede danskere beskriver den stemning, der er i København og på slotspladsen. Netop derfor mærker man som seer denne stemning, og det giver således en følelse af, at man får det hele med. De store folkemængder, man ser billeder af, vidner desuden om et sammenhold og en stor støtte til kongehuset. Omvendt er disse mange billeder af store folkemængder også en autenticitetsillusion, der bekræfter det, de interviewede fortæller. Derudover er det faktum, at der er rigtig mange kameraer placeret rundt omkring i København og særligt omkring Amalienborg og Christiansborg ligeledes en autenticitetsillusion der gør, at seeren tydeligt kan se de kongelige, når de bliver fragtet frem og tilbage mellem Christiansborg og Amalienborg. Alle de forskellige vinkler man ser af balkonen under proklamationen, de nære billeder af Frederik samt billeder af folk på slotspladsen er tilrettelæggelser,

DR har gjort for at seeren kunne få det hele med. Dertil er panoramabillederne og billederne i fugleperspektiv af København i transmissionen autenticitetsillusioner, der giver seeren et klart indtryk af, hvor det hele foregår.

Udover disse autenticitetsillusioner er også det faktum, at studiet er lyst op, og at der er mikrofoner, så lyden går klart igennem til seeren, med til, at transmissionen fremstår autentisk. Alle disse tiltag vidner altså om autenticitetsillusioner, idet det er tiltag, som DR bevidst har gjort med det formål at få transmissionen til at fremstå autentisk og give seeren en følelse af at være med til det hele.

Udover disse autenticitetsillusioner, der er skabt på baggrund af produktionsteknikker, kan man desuden se flere af de tidligere præsenterede markører ved medieret autenticitet. Som nævnt tidligere opsummerer Enli hendes undersøgelser af medieret autenticitet til de syv overordnede markører: forudsigelighed, spontanitet, umiddelbarhed, bekendelser, almindelighed, ambivalens og uperfekthed. Vi vil i det følgende kigge nærmere på, hvilke af disse markører, der kan spores i løbet af transmissionen, samt hvordan de kommer til udtryk. Som vi allerede har været kort omkring, har vi på baggrund af genrekonventioner nogle forventninger til transmissionen, som i dette tilfælde bliver indfriet, eftersom det er værterne, der styrer showet, at der er små tekstbokse og at der er mange klip, der går igen. Således er Enlis markør forudsigelighed i spil.

Dertil ses der mange eksempler på planlagt spontanitet, blandt andet da Stéphanie Surrugue på et tidspunkt udbryder:

Jeg vil lige sige, vi får meldinger en gang imellem fra seere- det er godt, I er vågne, og det er meldinger fra Californien, Australien og Danmark om, at man kan altså se, at I bruger telefonerne, og der vil jeg bare sige, men det gør vi, fordi det er et arbejdende studie, vi holder øje med nyhederne, og der er sørme tikket en ind fra Sverige (DR 2024b: 01:09:58).

Herefter fortæller Cecilie Nielsen om det telegram, der 'netop' er tikket ind fra det svenske kongehus. Fordi Stéphanie lægger vægt på, at det er lige nu, at dette telegram er kommet ind, fremstår øjeblikket meget spontant. Telegrammet er formentlig ikke tikket ind lige i det sekund, Stéphanie siger det, men hun udnytter situationen, da hun akkurat har påtalt seernes beskyldninger om, at de bruger deres telefoner. Hun får det således til at fremstå spontant og som noget, der er sket lige nu og her, mens virkeligheden formentlig er lidt anderledes. Samtidig giver citatet ovenfor en forestilling om, at værterne og gæsterne i studiet er ligestillede med seeren derhjemme, idet de også er nødsaget til at

følge med i nyhederne undervejs. Denne ligestilling gør, at transmissionen af tronskiftet afviger fra andre klassiske programmer som eksempelvis nyhedsudsendelser, hvor nyhedsværten blot videregiver nyheder til seeren. I en nyhedsudsendelse er forløbet meget mere præcist planlagt, og nyhedsværten kender nyhederne på forhånd og kan derfor videreformidle dem til seeren med autoritet. Således har denne transmission af tronskiftet en ekstra dimension af spontanitet. Den planlagte spontanitet gør, at det fremstår autentisk, og på grund af live-elementets store betydning opstår denne ekstra dimension af spontanitet. Citatet ovenfor er tilmed et eksempel på en umiddelbarhed, idet Stéphanie gør det klart, at seeren deler det samme nu og der opstår på grund af denne liveness en fornemmelse af et sammenhold mellem seerne og værterne.

I løbet af transmissionen er der mange eksempler på, hvordan både folk på gaden, derhjemme og i studiet bekender deres følelser og holdninger til tronskiftet, hvilket ifølge Enli er en autenticitetsmarkør. Blandt andet ser man reporteren Kristian Almblad spørge en dansker i Rio, hvordan dagen har været for ham. Den adspurgte, Michael, svarer, at der har været følelser over det hele, især da de så Frederik gå ud på balkonen. Michael må stoppe sig selv undervejs og udbryder: “ja nu begynder jeg altså igen at græde” (DR 2024e: 01:20:40). Det er tydeligt, at Michael er berørt og drevet af følelser og spontanitet, og netop det får klippet til at fremstå meget autentisk. Det er med stor sandsynlighed et bevidst valg af DR, at de gerne vil fremvise så mange følelser de kan og på grund af disse mange autentiske klip af folk, der bliver rørte og bekender deres følelser, bidrager det i høj grad til, at seeren derhjemme kan tage del i og identificere sig med det, de ser. På den måde lægger DR op til, at seeren kan være med til det hele. Klippet er tilmed et eksempel på, hvordan vi er med overalt, da reporteren befinder sig i Rio – endnu en autenticitetsmarkør som går igen.

Netop fordi DR så ofte forsøger at repræsentere den gængse danske og deres følelser og holdninger til tronskiftet, kommer det også til at fremstå meget almindeligt. Som bekendt er almindelighed en af Enlis autenticitetsmarkører, og netop fordi der fra DR's side aktivt bliver lagt fokus på at vise alle disse ‘almindelige’ danskere, bidrager det til et autentisk udtryk. Dog er det vigtigt at understrege, at begivenheden i sig selv slet ikke er almindelig. Værterne og gæsterne i studierne siger om og om igen, hvor fantastisk, historisk og ekstraordinær en dag det er. I dette tilfælde bliver denne autenticitetsmarkør derfor et paradoks, eftersom dagen er særlig og historisk og derfor ikke almindelig. Samtidig forsøger DR dog at gøre dagen spiselig for almindelige mennesker ved at inddrage så mange ‘almindelige’ danskere i deres transmission – både i studiet og i interviews, men også via de mange hilsner, man i løbet af dagen kan se på skærmen. Fordi der er så mange andre autenticitetsmarkører og illusioner, giver det dog et overordnet udtryk af medieret autenticitet.

Derudover kommer seeren ofte med bag kulissen i den forstand, at værterne og reporterne løbende selv italesætter selve programmet og dets liveness, og der bliver på den måde skabt en form for metadimension. Eksempelvis da der bliver stillet om til Timm Vladimir i hans studie i Valby, hvor han står med fire deltagere fra programmet *Den store Bagedyst*, der har bagt en kage til henholdsvis den afgående dronning og den kommende konge. Her italesætter Timm Vladimir live-elementet direkte, da de fire bagedystdeltagere skal præsentere deres færdige kager til ham og seerne. Han fortæller, at deltagerne fik opgaven for blot to dage siden og siger: "Og vi skal altså lige huske, at det her det er foregået live, det er ikke sådan noget, vi har optaget for fire måneder siden, og så har vi kunnet redigere i det og alt muligt" (DR 2024c: 00:39:21). Denne italesættelse af live-elementet er genkommende i løbet af hele transmissionen, og værterne minder ofte seeren på, at det er live tv. Det er i høj grad også live-elementet, der gør, at transmissionen bliver autentisk, idet liveness ifølge Enli er en faktor, der skaber autenticitet.

Opsummerende kan det derfor siges, at transmissionen fremstår medieret autentisk, fordi der er autenticitetsmarkører, herunder spontanitet, umiddelbarhed og bekendelser, samt autenticitetsillusioner, herunder de mange kameraer, øjenvidneinterviews og lokationsbilleder. Dertil er livetransmissionens formål at give seeren en følelse af at være der selv, og alene på grund af det er der i høj grad tale om medieret autenticitet. Der opstår derfor også et interessant paradoks, for i dette tilfælde kan det diskuteres, hvorvidt man i virkeligheden får mere ud af at se transmissionen i tv end man havde gjort af at være der i virkeligheden.

Autenticitet som følge af live tv

Udover at transmissionen fremstår medieret autentisk, er der også mange eksempler på, at transmissionen blot er autentisk som følge af, at det er en live tv-udsendelse. Generelt fremstår værterne meget spontane og naturlige. De griner sammen med gæsterne, bruger uformelt sprog og gestik, og de joker med hinanden på tværs af de forskellige lokationer. Eksempelvis da der igen bliver stillet om til Timm Vladimir i hans studie. Da der skal stilles tilbage til hovedstudiet, deler billedet sig igen i to, så seeren både kan følge med hos Kåre Quist og Stéphanie Surrugue i hovedstudiet og Timm Vladimir i Valby. Her er det tydeligt, at der er en forsinkelse på lyden, og de tre værter kommer til at tale i munden på hinanden. Kåre og Stéphanie forsøger at få kontakt til Timm Vladimir for at spørge ham, om han vil komme ind i deres studie med kagerne, fordi 'Kåre sidder med sin kaffe og mangler noget', som Stéphanie siger. Her taler de med hinanden på tværs af lokationerne i en

drillende tone, og de joker med hinanden om, at Timm Vladimir, grundet de mange mennesker i København og omkring hovedstudiet, bare kan løfte kagerne over hovedet for at komme ind til Kåre og Stéphanie (DR 2024c: 00:40:00). Denne slags drillerier værterne imellem giver programmet et udtryk af spontanitet, og det bidrager i høj grad til et autentisk udtryk. Denne korte episode er således også et godt eksempel på, at selvom et program er nøje planlagt, så tilføjer live-elementet denne uforudsigelige dimension, hvor det kan ske, at to værter kommer til at snakke i munden på hinanden.

Dertil sker der flere små tekniske fejl undervejs, blandt andet da Kåre og Stéphanie har radioværten Alex Nyborg Madsen i studiet, og han fortæller om et særligt radioprogram, som kronprinsen deltog i. I radioprogrammet spillede kronprinsen mundharpe på et musiknummer, og det nummer vil Alex spille for de andre i studiet og seerne. Da han vil afspille nummeret, virker højttaleren ikke, og Alex italesætter problemet: "Hov, nu er den slukket, vi har ventet for længe (...) I må lige vise nogle billeder imens, for den (højttaleren red.) skal lige fange den igen" (DR 2024b: 01:23:10). Dette lille problem vidner om en form for uperfekthed, da den ideelle situation havde været, at højttaleren bare havde afspillet sangen uden problemer. Det er ikke en uperfekthed, der er planlagt og tilrettelagt for at få det til at fremstå autentisk, men i stedet en 'konsekvens' ved det at sende live tv. Klippet er altså et tegn på, at der opstår små fejl undervejs i transmitteringen, og disse fejl vidner om en autenticitet.

Et andet eksempel på denne form for uperfekthed opstår, mens der sendes live fra Fredensborg Slot, hvor reporteren Mette Bluhme Rieck fortæller om malerierne på slottet. Her går hun rundt i slotssalen foran det, der tydeligvis er et håndholdt kamera, og stopper pludseligt op midt i en sætning for med et smil at sige til kameramanden: "Pas lige på du ikke går ind i noget her" (DR 2024b: 00:02:15). Her kommer seeren med bag kulissen så at sige, og denne lille, uplanlagte hændelse bidrager til den overordnede autentiske følelse.

Er DR's transmission så autentisk? Set ud fra Enlis perspektiv kan man på grund af de mange autenticitetsmarkører og autenticitetsillusioner i høj grad argumentere for, at transmissionen fremstår medieret autentisk. Dertil bidrager de mange små fejl, der opstår, fordi programmet bliver sendt live, til at programmet ender med at have et overordnet autentisk udtryk.

En sløjfe på DR's livetransmission

DR's 13 timer lange livetransmission er altså i høj grad autentisk. Ikke blot ifølge Gunn Enlis begreber om medieret autenticitet, men også helt uplanlagt bliver transmissionen autentisk på grund af live-elementet og det, der medfølger dette element af udfordringer og tekniske fejl.

Hele transmissionen igennem er præget af et langsomt tempo med meget ventetid, og dagens højdepunkter bliver vist adskillige gange. Denne ventetid og det langsomme tempo vidner om en decideret overmediering af begivenheden, og igen viser live-elementet sig vigtigt ved denne begivenhed, eftersom det formentlig ikke er en tv-udsendelse, som vil blive genudsendt, og som nogen vil se igen.

Vi kan derudover argumentere for, at vinklen gennem hele transmissionen er positiv. DR har tydeligvis taget et aktivt valg om at fokusere på alt det gode og kun hurtigt og med strategiske formuleringer tale om de negative sider af kongen og kongehuset. På den måde fremstår DR i virkeligheden yderst ukritisk overfor kongehuset. Vi vil dog i vores diskussion senere i projektet diskutere, hvorvidt DR kan tillade sig at være ukritisk på en særlig dag som denne, hvor en begivenhed kan samle hele landet.

På baggrund af transmissionen kan vi desuden karakterisere tronskiftet som et media event, som Dayan & Katz definerede det i 1992. Der er tale om en stor, historisk begivenhed, som afbrød en rutine og blev sendt live på de to public service-kanaler i Danmark, hvorfor vi kan argumentere for, at eventet var monopolistisk. Live-elementet havde desuden en stor betydning for begivenheden, og tronskiftet var større end bare transmissionerne på dagen – begivenheden fyldte generelt meget i mediebilledet i ugerne op til og efter.

Også de sociale medier var en vigtig faktor at have in mente i forbindelse med tronskiftet. De sociale medier og særligt kongehusets egen Instagram-profil var og er med til at tegne et billede af kongehuset, og dette aspekt vil vi undersøge nærmere i det næste afsnit.

Affekt og autenticitet på sociale medier

Som vi i løbet af opgaven har været omkring, var tronskiftet en stor begivenhed, der fik rigtig meget opmærksomhed fra medierne. Der er blevet produceret blandt andet livetransmissioner, dokumentarer, nyhedsartikler og opslag på sociale medier, og vi vil i denne del af analysen kigge nærmere på sidstnævnte. Som vi indtil nu har gjort klart, var tronskiftet en begivenhed, der samlede mange mennesker. På billeder fra transmissionen var det tydeligt, at der opstod et fællesskab på slotspladsen og rundt omkring i København. Som vi desuden har gjort det klart, spiller det autentiske aspekt en stor rolle for, at seeren derhjemme får en følelse af, at de kan tage del i det fællesskab, der vises på tv-skærmen. Vi ønsker nu at undersøge, hvordan dette fællesskab kommer til syne på Instagram. Derfor vil vi i følgende afsnit anvende den tidligere præsenterede affektteori til at undersøge, om og i så fald hvordan der kan spores affektive fællesskaber på Instagram. Vi vil dertil inddrage Stages syn på online crowds og diskutere, hvorvidt fællesskabet kan beskrives som en crowd. Vi vil primært tage udgangspunkt i opslag på kongehusets egen Instagram-profil og vil i den forbindelse ligeledes kigge på profilens autenticitetsgrad. Vi vil desuden kigge på opslag og kommentarer fra kendte såvel som gængse danskere. Da vi i dette afsnit ønsker at undersøge materiale, der kommer fra Instagram, vil vi starte med at lave en kort introduktion af platformen og dens affordances.

Instagram er et socialt netværksmedie, der giver brugerne mulighed for at dele indhold med et netværk. Om sociale netværksmedier skriver Lisbeth Klastrop i bogen *Sociale Netværksmedier* (2016), at de “tillader onlinebrugere at interagere med hinanden omkring brugerpubliceret indhold” (Klastrop 2016: 9). Sociale netværksmedier giver dermed en mulighed for, at vi kan kommunikere med folk online og kan interagere med hinanden på baggrund af opslag og kommentarer fra andre brugere. Sociale netværksmedier giver os desuden mulighed for at transmittre og reproducere indhold fra andre medier. Knudsen & Stage skriver blandt andet, at “we are witnessing a media cultural shift toward co-production and participation due to technological developments making it very easy for each individual to produce and disseminate media material to a wider audience” (Knudsen & Stage 2012: 149). Som vi i denne del af analysen vil vise, kan både private brugere og offentlige institutioner være med til dette.

En ting er, at vi kan dele billeder og videoer og på den måde være med til at co-producere indhold, en anden er, at vi på sociale netværksmedier kan interagere og kommunikere med hinanden via likes og kommentarer. På Instagram er det muligt både at like, kommentere og repost opslag.

Det er desuden muligt at like og kommentere på andre brugeres kommentarer, og derfor kan der hurtigt opstå interaktion mellem mange forskellige mennesker.

Instagram skiller sig som socialt netværksmedie ud, ved at brugere ikke nødvendigvis behøver at være venner for at følge med i hinandens aktivitet. Som Klastrop skriver, behøver interessen ikke at være gensidig, og vi kan derfor følge folk, som ikke følger os tilbage (Klastrop 2016: 34). Det gør derfor også, at man ofte på Instagram følger folk, man ikke kender personligt, og derfor får man mulighed for at interagere med mennesker, man aldrig har mødt. Platformen lægger altså op til, at der kan opstå en form for fællesskab blandt brugerne, og vi vil i det følgende undersøge, hvordan disse kommer til udtryk. Først vil vi dog kigge nærmere på, om og i så fald hvordan kongehusets Instagram-profil fremstår autentisk.

Det perfekte image

Som nævnt ønsker vi at undersøge, hvordan kongehuset præsenterer sig selv, og vi vil derfor først kigge nærmere på deres Instagram-profil @detdanskekongehus. Vi vil i den forbindelse anvende Gunn Enlis beskrivelse af medieret autenticitet og undersøge hvilke midler og illusioner, der er med til at få profilen til at fremstå autentisk.

Ved første øjekast er det tydeligt, at profilen er administreret af en professionel SoMe Manager. Profilen indeholder billeder i god kvalitet af hele kongefamilien, og afsenderen er derfor ikke et af kongehusfamiliens medlemmer, men derimod en der er ansat til at styre profilen. Dette kan man blandt andet se, idet billedbeskrivelserne er skrevet i tredje person, og at det desuden er hele familien, der bliver præsenteret og ikke blot én person. Afsenderen er derfor kongehuset som institution og ikke en privat familie. Derudover har profilen omkring en million følgere, men følger ikke selv nogen profiler tilbage (Billede 9).



Billede 9: Screenshot d.11.04.24 af @detdanskekongehus

Profilen fremstår derfor umiddelbart som en rent informativ profil, hvor der ikke fra profilens side er den store interaktion med andre profiler. Ud fra ovenstående beskrivelse af Instagram som platform er profilen derfor en smule atypisk. Ved nærmere undersøgelse af de forskellige opslag står det desuden klart, at der ikke bliver delt holdninger eller private ting, og profilen fremstår derfor ikke personlig eller intim. Både intimitet og self-disclosure er to illusioner, der ifølge Enli er med til at skabe autenticitet på sociale medier, og på baggrund af hendes syn på medieret autenticitet kan dette upersonlige og ikke-holdningstagende element derfor siges at være tegn på, at profilen ikke fremstår autentisk.

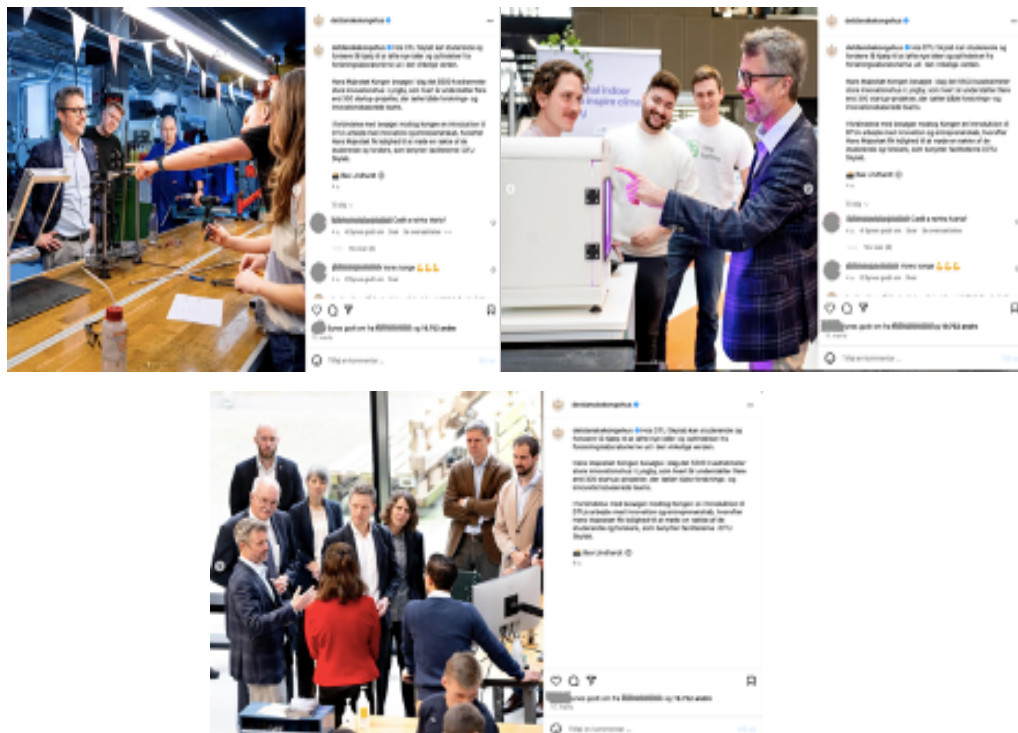
Dog ser vi også illusioner, der vidner om det modsatte. På stort set alle profilens opslag bliver billeder og videoer blandt andet brugt som dokumentation og bevismateriale for at vise, hvad kongefamilien har lavet. Billederne er en god blanding af at være tydeligt opstillede billeder og mere spontane billeder, hvor henholdsvis Dronning Mary og Kong Frederik ikke kigger direkte ind i kameraet, men nærmere er fanget midt i et spontant øjeblik. Nedenfor ses et eksempel på et sådant opslag (Billede 10). Opslaget er en karruselrække af billeder, der viser, at kongeparret har været på besøg på Amalienborgmuseet.



Billede 10: Screenshot d.11.04.24 af @detdanskekongehus' opslag fra d. 31.03.24

På billedet til venstre er det tydeligt, at kongeparret stiller op for at få taget et billede. Billedet fremstår mindre spontant og mere planlagt. Billedet til højre fremstår derimod mere spontant, de stiller sig ikke op for at få taget et billede og kigger desuden ikke i kameraet, fordi de i stedet kigger på udstillingerne. Som modtager får man derfor en følelse af at være fluen på væggen og får indsigt i deres hverdag. Da opslaget både fremstår spontant og ikke opstillet, er det dermed illusioner, der ifølge Enli gør, at det fremstår autentisk.

Derudover er disse billeder med til at dokumentere sandheden, hvilket Enli beskriver som authenticating feeling. Et andet eksempel på dette ses på billederne nedenfor (Billede 11). Billederne er fra et karuselopslag, der viser, at Frederik var på besøg hos DTU Skylab.



Billede 11: Screenshot d.11.04.24 af @detdanskekongehus' opslag fra d.11.03.24

På billederne ser man, hvordan Frederik storsmiler og er engageret i mødet med de studerende. Dette fremstår autentisk, fordi vi som modtagere af opslaget igennem billederne får bekræftet og bevist, at Frederik er engageret og positiv over for DTU Skylabs arbejde. Med opslaget maler kongehusets Instagram således et positivt billede af vores konge, og fordi det netop fremstår autentisk, er vi mere tilbøjelige til at tro på, at det er den rigtige og autentiske Kong Frederik, vi ser.

Dertil nævner Enli, hvordan genrekonventioner er en illusion, der medvirker til at give et autentisk udtryk. Profilen har en gennemgående stil, hvor mange af opslagene ligner hinanden. Der findes mange karruselopslag, hvor man ser en række forskellige billeder fra den samme dag, hvor billedbeskrivelsen fortæller om, hvad der er foregået den pågældende dag. Ovenstående to eksempler er blot få af ellers mange opslag, der ligner hinanden, og de kan derfor ses som repræsentative for profilen. Dertil er der reels på profilen, altså små sammensatte videoer med dertilhørende lydspor. Disse reels fremstår mere spontane end de opstillede billeder, da man som seer her i den grad får følelsen af at være fluen på væggen. Overordnet set har profilen dermed det samme udtryk igennem opslagene, og dette er ifølge Enli altså en autenticitetsillusion.

Desuden følger profilen i høj grad de genrekonventioner og forventninger, man har til platformen. Instagram er en platform, hvor brugere kan dele indhold fra deres hverdag. Selvom den hverdag, vi får præsenteret på kongehusets Instagram-profil, er langt fra vores egen, så stemmer den alligevel overens med, hvad vi forventer fra en kongefamilie.

Dog er profilen en smule atypisk, da den ikke på samme måde interagerer med andre brugere, som man normalt ville forvente og som andre profiler gør. Dertil er det såkaldte selfie ofte at forbinde med Instagram, og denne type billeder er ikke at se på profilen. Man kan derfor argumentere for, at kongehusets Instagram-profil både stemmer overens med, hvad vi forventer at se fra den kongelige familie, men samtidig ikke helt stemmer overens med, hvad vi forventer af platformen.

Sidst nævner Enli begrebet support from networks som en autenticitetsillusion og ved at kigge på profilens følgere, likes og kommentarer til opslag, ser vi tydeligt, hvordan profilen har opbakning fra netværket. Et eksempel på dette ses på billedet nedenfor (Billede 12), hvor fodboldklubben AGF's officielle profil blandt andet har kommenteret et opslag.



Billede 12: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24.

Desuden ser vi også denne support from networks ved de mange brugere, der poster opslag vedrørende kongehuset. Vi vil senere i analysen kigge nærmere på opslag fra andre profiler og undersøge, hvordan hashtagget #tronskifte trendede den 14. januar 2024. Det, at andre mennesker deler eller kommenterer på opslagene, er ifølge Enli en autenticitetsillusion, og derfor er det endnu et argument for, at profilen fremstår autentisk. Profilens overordnede funktion er at give brugerne et indblik i, hvad kongefamilien laver. Dertil skaber profilen en mulighed for, at folket kan samles – det kommer vi ind på i følgende afsnit.

Affektive online fællesskaber

I denne del af vores analyse ønsker vi at undersøge, om der opstår online effektive fællesskaber på baggrund af medieringen af tronskiftet. Dertil ønsker vi at undersøge, hvor og hvordan der kan spores affekt på kongehusets Instagram-profil, og vi vil derfor kigge på både opslag og kommentarer.

Kongehuset lagde intet mindre end 18 opslag op i dagene mellem den 13. og 15. januar, og de handlede alle om tronskiftet. Blandt disse 18 opslag er der både enkeltstående billeder, karruselopslag og videoer. Til alle opslagene er der i skrivende stund mellem 80.000 og 576.000 likes og mellem 300 og 8000 kommentarer. Ud af disse op mod 8000 kommentarer er der en tydelig overvægt af positive kommentarer, der lykønsker det nye kongepar og udviser taknemmelighed for kongehuset. Alene dette vidner altså i høj grad om, at folk har søgt til kongehusets Instagram-profil for at følge med i tronskiftet og tage del i fællesskabet. I det følgende vil vi kigge nærmere på, hvordan affekten kommer til udtryk, og hvordan der i kommentarsporet kan spores et fællesskab.

I denne del af analysen vil vi primært tage udgangspunkt i Reestorff & Stages fire tilgange til studiet af medier og affekt. I den forbindelse vil vi desuden inddrage Stages beskrivelse af online crowds for at vurdere, om dette fællesskab kan kategoriseres som en online crowd. Først vil vi dog anvende dels Stages syn på, hvordan man konkret kan spore affekt på sociale medier og dels Mogens Olesens syn på opslag og kommentarer på sociale medier.

Kommentarer, der vidner om affekt

Først vil vi undersøge, om og i så fald hvordan man kan spore affekt på Instagram som følge af tronskiftet. For at undersøge, hvordan affekten kommer til udtryk, vil vi primært kigge på kommentarer, som brugere har lavet til forskellige Instagram-opslag lagt op af det danske kongehus.

Som nævnt tidligere skriver Stage, at vi kan spore affekten gennem indholdet og formen. Vi vil derfor først kigge på indholdet af de forskellige kommentarer, der er til forskellige opslag – hvoraf det første vi kigger nærmere på, er den video, kongehuset lagde op sidst på dagen den 14. januar. Videoen er et samlet overblik over dagen og viser derfor klip fra allerede inden Frederik blev udråbt som konge, selve proklamationen, karetturen tilbage til Amalienborg og billeder af menneskemængden på slotspladsen. Videoen er i sig selv præget af affekt, da man ser billeder af, at Frederik tørrer tårer væk fra øjnene og kys og kram mellem kongeparret. Nedenfor er et par eksempler på kommentarer, der er til videoen (Billede 13).



Billede 13: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til '@detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

I kommentarerne er det tydeligt, at folk decideret beskriver affektive tilstande. En bruger skriver blandt andet, at han fælder en tåre af at se videoen. En anden skriver, at de elsker at se følelserne fra kongeparret på balkonen. Med Massumis forståelse af affekt in mente vil vi derfor argumentere for, at disse sproglige ytringer er affektdamp, der vidner om, at vedkommende, der har skrevet kommentaren, har befundet sig i en affektiv tilstand. Dertil kan man knytte Brennans syn på affektsmitte, da det ud fra kommentarerne står tydeligt, at de brugere, der har skrevet kommentarerne, er blevet påvirket af de affektive tilstande, der kom til syne i videoen. Kommentarerne vidner desuden

om, at brugerne ikke bare bliver smittet af videoen, men også hinandens kommentarer. Indholdet i disse kommentarer vidner derfor om, at de skrivende har befundet sig i en affektiv tilstand.

Dertil skriver Stage, at man kan spore affekt ud fra formen af det skrevne og i den forbindelse kigge på, *hvordan* den skrivende formidler sig. Nedenfor ses et eksempel (Billede 14) på et kommentarspor til et andet opslag, der består af seks billeder, som alle viser balkonøjeblikket fra de kongeliges synspunkt.



Billede 14: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Ud fra disse kommentarer kan vi se, hvordan både emotikoner, versaler og gentagelser underbygger, at de skrivende har været ramt af affekt. Eksempelvis skriver en bruger følgende:

Kan man være andet end stolt med jer på tronen? I gør det SÅ godt ❤️ Jeg har den største tro på jer og jeg er sikker på at jeg taler for største delen af Danmarks befolkning, når jeg siger I gør det SÅ godt. Vi er SÅ heldige at have jer som Danmarks repræsentanter. ❤️🙏
Tak for jer og stort tillykke. 🙌🥳 (Anonymiseret bruger på Instagram)

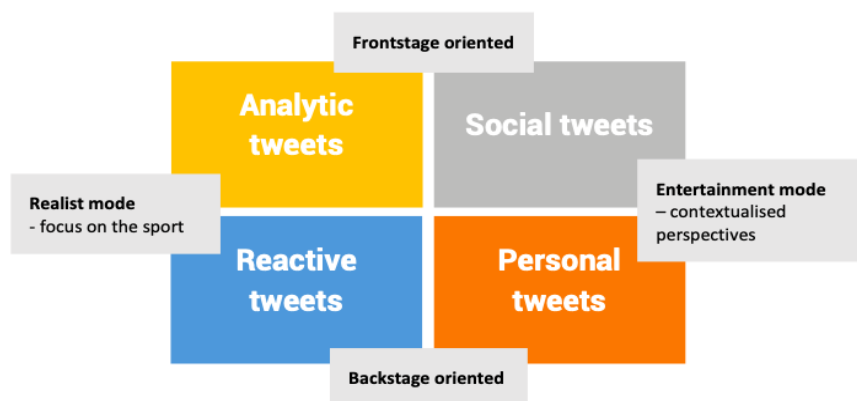
Udtrykket 'I gør det så godt' er gentaget og dertil er 'så' skrevet med versaler. Derudover er der i kommentaren anvendt emotikoner – herunder et rødt hjerte, klappende hænder, bedende hænder og

en smileyemoji med hjerter omkring hovedet. Ud fra formen af denne kommentar er det altså tydeligt, at den skrivende har været i en affektiv tilstand, da kommentaren blev skrevet.

På grund af både sproglige ytringer, der beskriver affektive tilstande, samt brugen af emotikoner og versaler, står det dermed tydeligt, at der kan spores affekt i kommentarsporet. Vi vil senere anvende denne viden til at undersøge, om der opstår et affektivt fællesskab og hvordan det i så fald kommer til udtryk. Først vil vi dog kigge nærmere på hvilke typer af kommentarer, der dominerer de opslag, kongehuset lagde op den 14. januar.

Til at undersøge kommentarerne nærmere vil vi igen anvende Mogens Olesens artikel “My sense of nationality goes totally berserk” (2023), hvori han også skriver om aktivitet på sociale medier i forbindelse med store mediebegivenheder. Dette gør vi, da vi ønsker at finde ud af, hvilke typer af kommentarer, der dominerer på kongehusets Instagram-profil. Olesens undersøgelser er som bekendt lavet på baggrund af Tour de France og ikke et tronskifte. Dertil undersøger han primært platformen X og tweets samt kommentarer til tweets. Dog finder vi stadig hans observationer og gennemgående metode yderst anvendelig, når det kommer til at undersøge tronskiftet og aktiviteten på Instagram som følge deraf. Da tronskiftet som bekendt er et media event, ligner det som mediebegivenhed et mega sports-event, og derfor analyserer vi tronskiftet på samme måde, som vi ville behandle en stor sportsbegivenhed. Olesens teori kan anvendes til at danne et overblik over, hvordan forskellige typer af kommentarer kan kategoriseres, og på baggrund af disse kategorier kan vi udlede den stemning, der er i kommentarsporet. Netop derfor vil vi anvende hans tilgang til at undersøge opslag og kommentarer på Instagram, så vi kan finde ud af, hvilke typer af kommentarer der dominerer på kongehusets Instagram-profil.

I artiklen fremviser Olesen en model over typer af tweets, og denne model kalder han *The four main discursive modes of sports audience tweets* (Figur 1).



Figur 1: “The four main discursive modes of sports audience tweets” (Olesen 2023: 15)

Modellen består af fire forskellige kategorier, der adskiller forskellige typer af tweets. Kategorierne er henholdsvis *analytic*, *reactive*, *social* og *personal* tweets – i det følgende vil vi bruge de danske oversættelser: analytiske, reaktive, sociale og personlige. Udover de fire kategorier i modellen beskriver han, hvordan der er en øvre og nedre dimension. Den øvre kalder han for *frontstage oriented*, og denne dimension er karakteriseret ved, at tweetsene fremstår velovervejede og strategiske. Modsat dette er den nedre dimension, som han kalder *backstage oriented*. Denne dimension er karakteriseret ved, at tweetsene er mere umiddelbare, afslørende og ofte præget af affekt (Olesen 2023: 16).

I den venstre side af modellen er de analytiske tweets. Ifølge Olesen har de et journalistisk udtryk, hvor brugeren udviser indsigt, kompetence og entusiasme og kommenterer som en professionel sportskommentator ville have gjort det. De analytiske tweets ligger i den øvre dimension, og de bærer derfor præg af at være mere velovervejede. De reaktive tweets, som også er at finde i venstre side, står i modsætning til dette – de er mere impulsive og drevet af glæde og begejstring og er ofte associeret med fan-opførsel. Denne type tweets ligger i den nedre dimension og er derfor mere afslørende og præget af affekt. Både de analytiske og de reaktive tweets retter sig direkte mod begivenheden. I tilfældet med Tour de France vil det sige, at disse typer af kommentarer retter sig direkte mod cykelløbet og kommenterer på faktuelle ting, der sker i begivenheden (ibid.).

I den anden side af modellen er de sociale tweets, som beskriver kulturelle aspekter. Dette kunne være et billede eller en kommentar, der vidner om, at man fulgte med. Olesen skriver hertil, at der inden for den sociale kategori er underkategorier. Blandt andet hvad han kalder *mood building* og *communality* tweets. Han beskriver de ‘stemningsopbyggende’ tweets som nogle, der udtrykker begejstring og forventning, og de ‘fællesskabsorienterede’ tweets som nogle, der udtrykker sig positivt over atmosfæren og menneskemængden (ibid.: 17). De sociale tweets ligger i den øvre dimension og er derfor præget af at være mere velovervejede.

Sidste kategori, de personlige tweets, retter sig i højere grad mod det private. De kan blandt andet beskrive, hvad den enkelte bruger lavede eller følte under begivenheden, og det er derfor deres unikke perspektiv. Denne type tweets er ofte mere følelsesladede, fordi de netop retter sig mod det personlige. De ligger i den nedre dimension, og tweetsene fremstår derfor mere umiddelbare og præget af affekt. Både de sociale og personlige tweets beskriver alt det omkringliggende ved begivenheden og er i stedet for at være direkte gengivelser eller beskrivelser af det skete, fortolkninger af begivenheden (ibid.:16). Olesen lægger i sin beskrivelse af de fire kategorier desuden

vægt på, at et tweet godt kan tilhøre mere end blot én kategori (ibid.: 18). Som vi i det følgende afsnit vil demonstrere, gælder det samme for kommentarer og opslag på Instagram.

Der er generelt rigtig stor aktivitet i kommentarsporene til kongehusets opslag fra den 14. januar, og med et hurtigt blik på diverse opslag kan vi se, hvordan alle fire typer af kommentarer er til stede. Nedenfor er et eksempel på et par kommentarer, der beskriver selve begivenheden (Billede 15). Den ene beskriver den tale, Kong Frederik holdt efter proklamationen, og den anden beskriver det øjeblik, Dronning Margrethe underskrev abdikationen.



Billede 15: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Billederne er eksempler på kommentarer, der tilhører den analytiske kategori og den øvre dimension – de er altså frontstage orienterede. Kommentarerne fremstår derfor velovervejede og er ikke i voldsom grad præget af affekt, og de beskriver hver deres konkrete situation, der udfoldede sig på dagen. Der findes få af denne type kommentarer, og de er derfor ikke dominerende.

Udover disse analytiske kommentarer kan man også se reaktive kommentarer. Ligesom de analytiske kommentarer beskriver disse ligeledes konkrete situationer, der fandt sted i løbet af dagen. Eksempler på denne type kommentarer kan ses nedenfor (Billede 16).



Billede 16: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

I modsætning til de analytiske kommentarer er disse dog i langt højere grad karakteriseret af at høre til i den nedre dimension af modellen, og de er dermed backstage orienterede. Dette kan man se ud fra deres beskrivelser af umiddelbare responser og det faktum, at de i højere grad afslører affektive tilstande. Blandt andet skriver den ene bruger, at ‘det kostede et par Kleenex’, hvilket indikerer, at vedkommende har fældet en tåre eller to. Dertil er det tydeligt i begge kommentarer, at de udtrykker begejstring over henholdsvis talen og øjeblikket, hvor abdikationen blev underskrevet, hvilket også vidner om, at de tilhører den reaktive kategori. Der er flere af denne type kommentarer, men det er stadig ikke de mest dominerende.

Kigger vi i stedet på de kommentarer, der ikke beskriver selve tronskiftet, men i stedet er folks egne fortolkninger af dagen, kan vi se, hvordan der både er en del sociale men også personlige kommentarer. Billederne nedenfor er eksempler på sociale kommentarer, der er henholdsvis stemningsopbyggende og fællesskabsorienterede (Billede 17).



Billede 17: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Begge kommentarer giver udtryk for, at brugerne var til stede på Christiansborg Slotsplads, da proklamationen fandt sted. De beskriver dagen som historisk og speciel, og den ene giver udtryk for, at det er en oplevelse, vedkommende ikke ville have været foruden. Kommentarerne bærer derfor tydeligt præg af at være deres udlægning og syn på begivenheden og ikke, som vist tidligere, konkrete beskrivelser af situationen. Derudover ligger disse kommentarer i den øvre dimension af modellen. De er velovervejede, og selvom de til en vis grad er præget af følelser, er det ikke affekten, der kommer mest til udtryk.

Netop affekt er dog i høj grad det, der er kendetegnende for de nedenstående kommentarer, som er eksempler på personlige kommentarer (Billede 18).



Billede 18: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

I kommentarerne ovenfor kan man se, hvordan adskillige affektive tilstande bliver beskrevet. Blandt andet skriver den ene bruger, at vedkommende får både kuldegysninger og græder, når de ser den lille sammensatte video, der opsummerer dagen, som kongehuset har lagt op. Den anden beskriver, hvordan vedkommende er stolt af at være dansker og bevæget over at kunne følge med. Begge kommentarer er udtryk for brugernes personlige opfattelse af dagen, og de udtrykker tilmed umiddelbare sansninger og er afslørende i den forstand, at de tilkendegiver personlige følelser.

De personlige kommentarer er sammen med de sociale kommentarer nogle af de mest dominerende. Det er disse typer kommentarer, der er flest af og også disse typer af kommentarer, der oftest er vævet sammen med andre typer. Et eksempel på en sådan kommentar kan man se nedenfor (Billede 19).



Billede 19: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

På det ovenstående billede kan man se, at alle fire kategorier af kommentarer er repræsenteret. Kommentaren udviser både en kompetence, da der refereres til Frederiks bryllupstale til Mary, et

engagement, da vedkommende udviser en følelsesmæssig interesse, en beskrivelse af, hvordan vedkommende fortolkede begivenheden og sidst en tydelig personlig deling af følelser.

Dertil er der en del kommentarer, der både hører under den sociale og personlige kategori. Et eksempel på dette ses nedenfor (Billede 20).



Billede 20: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Som vi kan se i kommentarerne, er de med til at skabe en stemning, da de vidner om at brugerne så med, og på samme tid er de med udtryk som 'stolt af at være dansker', versaler og emotikoner i høj grad med til at antyde affekt. Ovenstående kommentar er blot én af ellers mange lignende, og det vidner derfor om, at det i høj grad er de sociale og personlige kommentarer, der er flest af.

Alle de ovenfor viste eksempler vidner desuden om, at kommentarerne til kongehusets Instagram-opslag er en blanding af at være frontstage og backstage orienterede, samt at det primært er de kommentarer, der beskriver det omkringliggende og publikums egne fortolkninger af begivenheden, der er dominerende. Dette tyder derfor på, at der i den grad kan spores et affektivt miljø blandt Instagram-brugerne. I næste afsnit undersøger vi nærmere, hvordan dette affektive miljø generelt kan spores på kongehusets Instagram-profil.

Affekt på kongehusets Instagram-profil

Som skrevet tidligere nævner Reestorff og Stage fire forskellige tilgange, man kan have, når man undersøger medier og affekt, og vi vil i følgende afsnit derfor anvende disse fire tilgange til at undersøge det affektive potentiale. Vi vil på baggrund af den tidligere præsenterede teori kigge på, hvordan vi bliver attunet; hvordan feedbackloops og arkivet ser ud; hvilken affektiv økonomi, der

allerede eksisterer og hvordan denne udfordres; samt hvordan begivenheden gik viralt og skabte online fællesskaber. Da vi ønsker at undersøge det affektive miljø, der blev skabt på baggrund af tronskiftet, vil vi primært kigge på opslag, der er lagt op den 14. januar 2024.

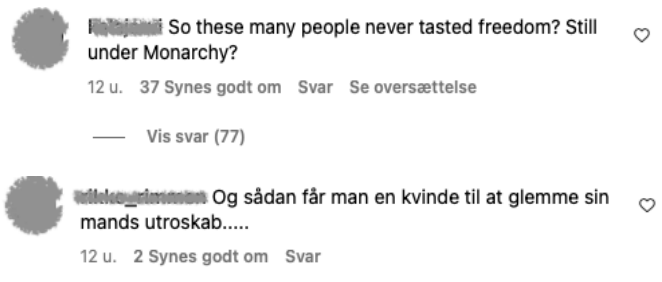
Reestorff og Stage skriver, at et medie attuner os på den ene eller anden måde. Vi vil derfor nu kigge nærmere på et opslag fra det danske kongehus' Instagram-profil og undersøge, hvordan modtageren af billederne bliver attunet. Nedenfor ses et billede af Kong Frederik og Dronning Mary stående på balkonen lige efter, at Frederik er blevet udråbt som konge (Billede 21).



Billede 21: Screenshot af @detdanskekongehus d.14.01.24

Billedet viser et smilende kongepar, der vinker til folket. Modtageren af billedet kan derfor blive 'stemt' til at have en affektiv reaktion. Som nævnt tidligere smitter affekt (jf. Teresa Brennan), og derfor er der potentiale for, at de fleste, der ser dette billede, kan blive ramt af en lignende affektiv tilstand. Lige så snart vi kommer i kontakt med et affektivt miljø, vil vi ubevidst på en eller anden måde blive påvirket af dette affektive miljø. Billedet kan derfor attune modtageren, og med den prækognitive forståelse af affekt in mente kan vi argumentere for, at blot dét, at vi ser Frederik og Mary stå på balkonen og smile, kan være med til at sætte os i et godt humør og dermed i en affektiv tilstand. Kongehuset forsøger altså med deres Instagram-opslag at rette brugere til at have en bestemt følelse. Denne attunement kan også ses i kommentarsporet. Her giver flere brugere udtryk for, at de er glade og sender lykønskninger til kongehuset. Det er altså tydeligt, at de folk, der kommenterer, er blevet attunet af billedet.

Dog ser vi også i kommentarsporet til dette opslag, hvordan folk udtrykker modstand og utilfredshed mod opslaget og dermed kongehuset. Nedenfor er eksempler på nogle af disse negative kommentarer (Billede 22).



Billede 22: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Billederne ovenfor viser, at nogle kommentarer vedrører et rygte om, at Frederik skulle have været Mary utro, og andre gør grin med, at vi danskere stadig befinder os i et monarki og 'ikke har nogen frihed'. Kommentarerne er eksempler på, hvordan vi, selvom vi retter os mod det samme 'cue', reagerer forskelligt – hvad Massumi beskriver som different attunement. Det er dermed tydeligt, at der er forskellige affektive responser, og selvom der ikke er enighed i kommentarsporet, bliver der alligevel skabt et affektivt miljø, fordi folk både udtrykker glæde og frustration.

Vi ønsker tilmed at undersøge, hvordan der den 14. januar 2024 opstod et følelsesarkiv og et efterfølgende feedbackloop. Som skrevet tidligere er dette arkiv et udtryk for, at vi blandt andet på sociale medier kan arkivere nutiden. Kongehuset lagde som bekendt selv 18 opslag op, der alle handlede om tronskiftet, og billedet nedenfor viser et udklip af, hvordan deres Instagram-profil så ud omkring den 14. januar 2024 (Billede 23).



Billede 23: Screenshot d.17.04.24 af @detdanskekongehus

Som det ovenstående billede viser, lagde kongehuset en del forskellige billeder op i løbet af dagen. Billederne fungerede dengang i høj grad som en måde at involvere brugere i, hvad der skete her og nu. I dag fungerer billederne i højere grad som et følelsesarkiv, der minder både dem selv og os modtagere om de affektive tilstande, vi befandt os i på dagen. På den måde er der altså samlet en del nutidsoplevelser, som på én og samme tid fungerer informerende, men også følelsesfremkaldende. Disse opslag på sociale medier viser en anden side af begivenheden, end DR og TV2 gør, og derfor er der også et andet affektivt arkiv forbundet med kongehusets opslag. Det, at opslagene er på Instagram og stadig er tilgængelige, gør, at de bliver synlige og sanselige for flere personer over en længere periode. Netop derfor opstår der et feedbackloop, hvor brugere kan blive ved med at like, kommentere og dele både selve opslaget, men også de andre brugeres kommentarer. Billedet nedenfor er et eksempel på dette feedbackloop (Billede 24).



Billede 24: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

På billedet ser vi, at en bruger har kommenteret på et opslag lavet af det danske kongehus, og kommentaren har i skrivende stund fået 67 likes og fire svar-kommentarer. Opslaget afføder altså nogle kommentarer, som med tiden kan afføde endnu flere kommentarer, og på den måde opstår dette feedbackloop. I eksemplet ser vi desuden, hvordan brugerne, der har svaret på kommentaren, alle er attunet ens, da de alle udtrykker en stor glæde og taknemmelighed for kongeparret.

Dette feedbackloop kan dog også se ud som på billedet nedenfor (Billede 25).



Billede 25: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til '@detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

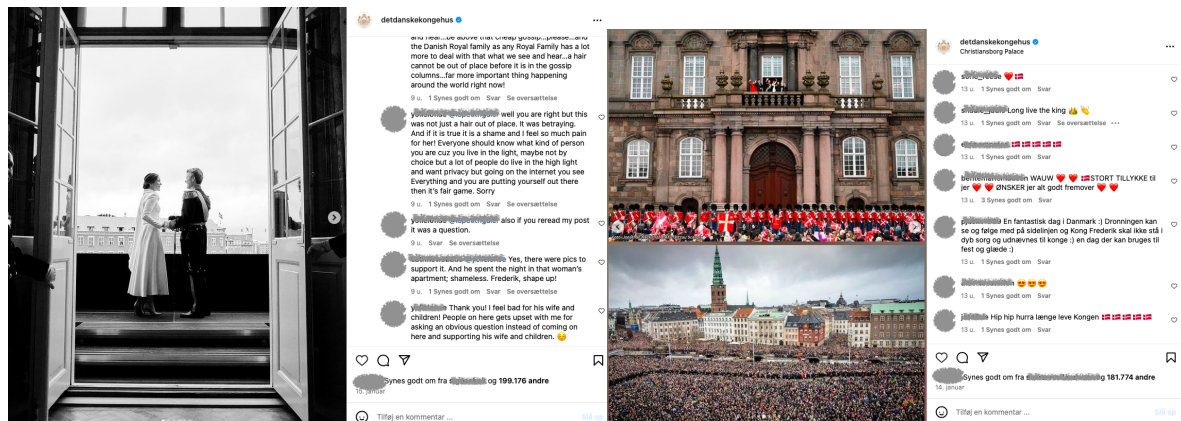
Her ser vi, hvordan en bruger har lavet en negativ kommentar om statsminister Mette Frederiksen, og hvordan dette attuner nogle til at have samme følelse, men også hvordan der på samme tid opstår differentieret attunement. Dette vidner om, at både selve opslaget, men også, som i dette tilfælde, de dertilhørende kommentarer, kan attune og stemme folk til at have visse overbevisninger og være i bestemte affektive tilstande. Det vidner dertil om, at der på baggrund af disse forskellige affektive tilstande kan opstå diskussioner, og dette er derfor endnu et tegn på, at der er et affektivt miljø i kommentarsporet, og at brugerne smitter hinanden med affektive tilstande.

Da vi nu har undersøgt, hvordan forskellige billeder og kommentarer attuner folk samt hvilket arkiv og feedbackloop opslagene skaber, vil vi nu undersøge, hvordan den affektive økonomi, der allerede eksisterede om kongehuset, bliver bekræftet og udfordret. Som nævnt tidligere i teoriafsnittet opstår disse affektive intensiteter ikke ud af det blå, men kommer fra en allerede eksisterende affektiv diskurs. Derfor vil vi nu kigge på et par eksempler, hvor opslag og kommentarer sætter en retning og samtidig både bekræfter og udfordrer den allerede dominerende diskurs og affektive økonomi omkring kongehuset.

Der har gennem årene været stor debat om, hvorvidt vi i Danmark overhovedet skulle have et kongehus, da nogle danskere mener, at vi bruger for mange penge på en 'lige gyldig, forældet

institution'. Dertil har der før i tiden været meget fokus på, hvorvidt Frederik var en værdig konge for Danmark, da han indtil videre som kronprins har været involveret i en del skandaler (Trolle 2024; Simonsen 2024). På den anden side af denne modstand mod kongehuset står dem, der i mange år har støttet op om og været stolte af den danske kongefamilie. Blandt andet vores statsminister Mette Frederiksen, som op til flere gange offentligt har udtrykt sin store taknemmelighed for, hvordan kongehuset har været en god repræsentant for Danmark ude i verden og er et samlingspunkt for danskerne (Statsministeriet 2024).

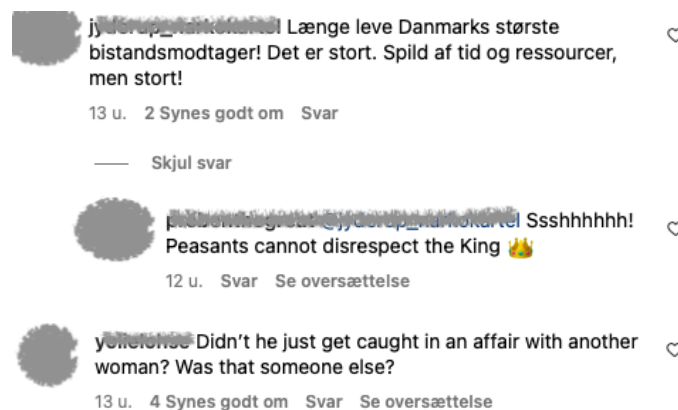
Der eksisterer dermed allerede en affektiv økonomi omkring både kongehuset i det hele taget, men også om Frederik selv. Nedenfor er to eksempler (Billede 26) på, hvordan kongehuset med deres Instagram-opslag skaber et miljø og på den måde forsøger at pege affekten i en bestemt retning.



Billede 26: Screenshot af @detdanskekongehus fra d.15.01.24 og d.14.01.24

På billedet til venstre ser vi Frederik og Mary stående hånd i hånd på balkonen og kigge hinanden i øjnene. Billedet til højre er todelt og viser øverst kongefamilien vinke ud til folket og nederst folkesamlingen på slotspladsen. Billederne viser altså en kærlig og folkelig konge, og på den måde får billedet en affektiv retning. Billedet til venstre kunne være et forsøg på at mane rygterne om utroskab til jorden, og billedet til højre giver en klar fornemmelse af, at mange støtter op om kongehuset. På den måde forstyrrer disse billeder det negative ry, kongehuset og Frederik for nogle har – et muligt forsøg fra kongehusets side til at give den negative opfattelse en ny retning. Netop dét, at de smiler, vinker og holder i hånd, virker som en affektiv retningsgiver. Billederne retter sig mod et bestemt emotionelt register – nemlig, at vi bør være glade for vores nye konge.

Dertil kan vi i kommentarsporet til de to billeder se, hvordan modtagerne både bekræfter den allerede eksisterende diskurs, men også hvordan affekten får flere retninger. På Billede 26 kan man se, hvordan folk udviser deres støtte, blandt andet ved at skrive ‘tillykke’ og ‘længe leve kongen’. Eksemplerne nedenfor (Billede 27) viser dog, hvordan nogle af disse kommentarer væver sig sammen med de negative diskurser, der allerede eksisterer om kongehuset.



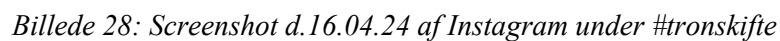
Billede 27: Screenshot d.19.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Som vi kan se på de to forskellige kommentarer, skriver de sig ind i den negative affektive økonomi, der allerede eksisterer om kongehuset. Sammen med de tidligere viste kommentarer og opslag (Billede 26), der bekræfter den positive økonomi, er det derfor et tegn på, at affekten spreder sig i forskellige retninger.

I disse kommentarer er det desuden tydeligt, hvordan affekten klæber sig fast til objekter (jf. Ahmed). Danskerne har i forvejen nogle følelser om Frederik og kongehuset generelt, og disse affekter fortsætter med at klæbe fast, indtil den affektive økonomi ændrer sig. Det betyder derfor også, at når vi eksempelvis ser billeder af kongehuset og Frederik, vil de flestes umiddelbare respons ofte være forbundet med den dominerende positive diskurs, der allerede eksisterer. I tilfældet med kongehuset betyder det, at mange, men ikke nødvendigvis alle, per automatik bliver ramt af glæde, stolthed og en national følelse, fordi der allerede eksisterer en affektiv økonomi om kongehuset, der er positiv.

Den sidste tilgang, som Reestorff og Stage nævner, er viralitet og crowds, og vi vil derfor nu undersøge, hvordan begivenheden gik viralt, og hvordan der på baggrund af det opstod online

Instagram har den funktion, at man under sit opslag kan tage forskellige hashtags. Når et opslag er lagt op under et hashtag, vil det ryge ind under en samling af opslag, som alle har det samme hashtag. Ved at klikke på hashtagget kan man således se alle de billeder, der er lagt op med samme hashtag, og på den måde kan vi få et billede af, hvor mange der i forbindelse med tronskiftet lagde et opslag op på Instagram. Tager vi hashtagget '#tronskifte' som eksempel, kan vi se, at der er lagt over 4000 opslag op med dette hashtag (Billede 28).



80

opslag med hashtagget vidner om, at begivenheden gik viralt på Instagram – i hvert fald i Danmark. Som skrevet tidligere står affekten som regel meget centralt, når begivenheder går viralt, og vi vil derfor nu kigge nærmere på, hvordan der på baggrund af både selve begivenheden, men også aktiviteten på sociale medier, blev skabt online affektive fællesskaber.

Affektive fællesskaber

I forlængelse af det er de cirka 4000 mennesker, der delte billeder i løbet af dagen, tilmed et tegn på, at der kan spores et affektivt online fællesskab. Udover de opslag, vi kunne se under hashtagget, kan vi desuden se, hvordan kendte personligheder ligeledes tog del i dette fællesskab. Blandt andet lagde astronaut Andreas Mogensen et opslag op fra rummet, hvor han sendte lykønskninger til det nye kongepar. Derudover delte internetpersonligheden Anders Hemmingsen ligeså et billede for at hylde den nye konge – opslagene kan ses herunder (Billede 29).

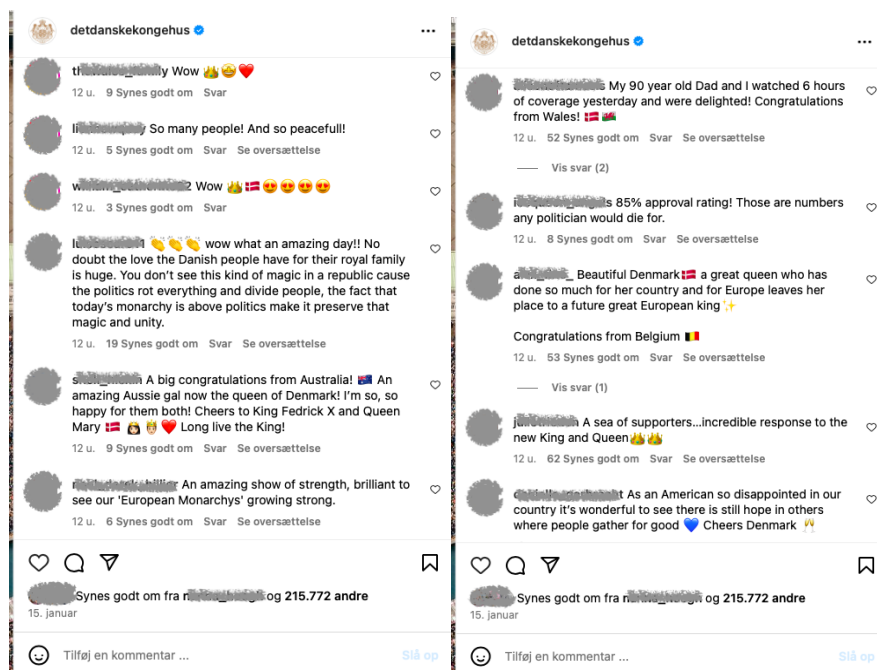


Billede 29: Screenshot d.16.04.24 af @astro_andreas og @andershemmingsendk's opslag fra d.14.01.24

Billederne og de dertilhørende kommentarspor vidner om, at rigtig mange både større og mindre Instagram-profiler tog del i at udtrykke taknemmelighed og vise sin støtte til den nye konge. Disse mange forskellige opslag om den samme begivenhed er, hvad Stage beskriver som simultane sammenkomster og er derfor et tegn på, at der på baggrund af tronskiftet opstod et online affektivt fællesskab.

Vi beskrev tidligere, hvordan henholdsvis immediacy, loosening of spatial constraint og interactivity er tre faktorer, der muliggør, at affektive fællesskaber kan opstå online. Mange af de

opslag, kongehuset selv delte, blev lagt op i løbet af dagen, i takt med at begivenheden udfoldede sig den 14. januar. Netop derfor var der en høj grad af umiddelbarhed, fordi folk løbende kunne kommentere på begivenheden, mens den udfoldede sig. Som det igennem analysen har stået klart, bærer mange af kommentarerne præg af, at brugerne, der har skrevet dem, har været ramt af affekt, mens kommentaren blev skrevet. Netop derfor opstår der generelt et affektivt miljø i kommentarsporet, og dette vidner derfor også om et affektivt fællesskab. Derudover giver Instagram muligheden for, at brugerne kan være en del af den samme begivenhed, selvom de ikke befinder sig det samme sted. Som nedenstående eksempel viser, er det ikke kun folk fra Danmark, der gik til tasterne (Billede 30).



Billede 30: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

I kommentarsporet kan man se, hvordan folk fra både USA, Belgien og Australien skrev kommentarer til det danske kongehus' Instagram-opslag, og dette vidner altså om, at opbakningen også kommer langvejs fra. Sociale medier som Instagram spiller en afgørende rolle for, at dette kan lade sig gøre. Det er ikke muligt for alle at møde op og vise deres støtte i København, og derfor kan man se, hvordan de, som bor langt væk, får muligheden for at dele deres følelser, støtte og engagement igennem

kommentarer til Instagram-opslag. Netop på grund af kommentarer som disse, tegner der sig et billede af, at fællesskabet er stort, og at denne udgave af fællesskabet kun eksisterer online.

Slutteligt kan det affektive fællesskab opstå igennem interactivity – det, at vi kan interagere med folk online. Alene det, at opslagene har så mange likes og kommentarer, er et tegn på, at folk i høj grad reagerer på kongehusets opslag. Derudover ser vi, at mange af kommentarerne er liket, og at der er svaret på nogle af kommentarerne. Et eksempel på dette kan ses nedenfor (Billede 31).



Billede 31: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Det, at folk interagerer med hinanden og særligt i dette tilfælde, hvor de beskriver deres affektive respons, vidner om, at der er flere, der deler den samme affektive tilstand. Kommentarerne er tilmed eksempler på, hvordan affekten spredte sig og smitter mellem de enkelte brugere. Samtidigheden, interaktiviteten og det, at kommunikationen opstår på tværs af landegrænser, er derfor i høj grad et tegn på, at der opstår et geografisk spredt online affektivt fællesskab.

Affektivt fællesskab eller online crowd?

Dette online fællesskab vil vi nu undersøge nærmere, og vi vil i den forbindelse anvende den tidligere præsenterede crowdteori til at vurdere, hvorvidt dette online fællesskab kan beskrives som en online crowd. Det er karakteristisk for en crowd, at alle individerne i crowden deler de samme affektive processer og på den måde bliver én mental enhed – i en crowd er folk altså affektivt forbundne via den samme begivenhed. Det betyder derfor også, at folk i en crowd mister sin egen rationelle tankegang og i stedet følger med den affektive tilstand, der eksisterer i crowden. Stage skrev desuden

på baggrund af Le Bons syn på crowden, at dette godt kunne lade sig gøre online. Han definerede derfor en online crowd som et rent online affektivt synkroniseret fællesskab.

Vi har i ovenstående konkluderet, at der i adskillige forskellige kommentarspor til forskellige opslag opstår et affektivt miljø. Vi har dertil vist, at der til tider kan observeres et fællesskab, og vi vil nu komme med et eksempel på, at der derudover også kan observeres en online crowd. Nedenfor ses endnu et eksempel på et kommentarspor til et opslag lavet af det danske kongehus (Billede 32). I dette kommentarspor er det tydeligt, at brugerne er affektivt forbundne over begivenheden.



Billede 32: Screenshot d.11.04.24 af kommentar til @detdanskekongehus' opslag d.14.01.24

Brugerne beskriver de samme affektive tilstande – de er rørte, taknemmelige og de har kærlighed til kongehuset. Der opstår altså denne mentale enhed, hvor det i langt højere grad er crowdens affektive energi, der skinner igennem og ikke blot de enkelte individers egne personlige følelser. Netop derfor vil vi argumentere for, at der på baggrund af det danske kongehus' aktivitet på Instagram kan observeres en online crowd.

Men hvem faciliterer så denne crowd? På Instagram har mange forskellige brugere mulighed for at dele opslag og skrive kommentarer til hinandens opslag. Derfor er det også interessant at undersøge, hvem der styrer disse crowds. Når mennesker mødes fysisk og er mentalt forbundet over den samme begivenhed, står det ofte mere klart, hvem man kigger op mod, når man skal tilpasse sig

crowden. Eksempelvis på Christiansborg Slotsplads var det meget tydeligt, at Kong Frederik og de andre på balkonen blev den fysiske crowds facilitator. Dette er ikke helt tilfældet, når crowden samles online. Der er ingen tvivl om, at denne online crowd ikke var kommet til syne på samme måde, hvis ikke det var for den SoMe Manager, der styrer kongehusets Instagram-profil. Det danske kongehus' Instagram-profil bliver på grund af deres måde at byde velkommen ind i et affektivt miljø derfor én ud af flere facilitatorer til denne online crowd. Udover denne SoMe Manager er det ofte Frederiks og Marys ansigter vi ser på billederne, og derfor kan man også argumentere for, at de faciliterer crowden. Dog er det, som vist ovenfor, heller ikke altid kun på grund af kongehusets Instagram-opslag, at fællesskabet kommer til syne. Både Anders Hemmingsen og Andreas Mogensen bliver på deres profiler facilitatorer af de fællesskaber, der kommer til syne der. Derudover er mange af brugerne selv med til at facilitere crowden. Uden de mange kommentarer til opslagene, havde der ikke været nogen start på fællesskabet. Da der er mange, der er med til at både styre og sprede affekten, vil vi derfor argumentere for, at der også er mange facilitatorer. Dog kommer vi ikke udenom, at det danske kongehus' egen Instagram-profil må være den, der har størst potentiale til at sprede affekten og facilitere crowden, da følgerne af denne profil må have en interesse for kongehuset.

En sløjfe på kongehusets Instagram-profil

Ud fra analysen af kongehusets Instagram-profil kan vi konkludere, at det danske kongehus' Instagram-profil fremstår delvist autentisk ud fra Enlis beskrivelse af medieret autenticitet. Profilens opslag bærer præg af at fremstå spontane, almindelige og i overensstemmelse med, hvad vi forventer af kongehuset. Mange af opslagene virker som bevismateriale på, hvad kongehuset foretager sig ude i landet, og dertil giver opslagene et indtryk af, at vi har et engageret kongepar. Det faktum, at profilen fremstår autentisk, bidrager i høj grad til, at brugerne på Instagram får en følelse af, at de er med, hvor der sker noget, og på den måde ikke går glip af, hvad kongehuset foretager sig.

Dertil kan vi konkludere, at der tydeligt kan spores affektive fællesskaber på kongehusets Instagram-profil. Ved at kigge på enkeltstående kommentarer til opslagene fandt vi ud af, at der kan spores affekt i kommentarerne. Dertil fandt vi ud af, at den dominerende type af Olesens kommentarer var de personlige, men at disse også ofte er vævet sammen med henholdsvis sociale og reaktive kommentarer. Dertil kunne vi se, at flere brugere kommenterer på hinandens kommentarer, og på den måde kan vi via kommentarsporet se, hvor affekten smitter. Disse mange affektive kommentarer vidner altså om et fællesskab.

I tilfældet med Instagram bidrager den medierede autenticitet og det faktum, at kongehuset selv lægger så mange billeder op, til at forstærke det affektive fællesskab, der allerede eksisterede omkring kongehuset. Aktiviteten på Instagram og andre sociale medier skabte således grundlaget for, at et online fællesskab opstod på baggrund af tronskiftet, og derfor er den autentiske Instagram-profil medskaber af dette fællesskab. Denne store aktivitet på Instagram vidner desuden om en transmedialitet, og i det følgende afsnit vil vi undersøge, hvad dette transmedielle aspekt gør for kategoriseringen af begivenheden.

Media event eller mega-event?

Vi har i analysen af transmissionen fremvist eksempler på, at tronskiftet kan karakteriseres som et media event. Det kan det, blandt andet fordi begivenheden var historisk, monopolistisk, ryddede sendefladen og blev sendt live. Begivenheden tiltrak et stort og engageret publikum, hvor seerne havde en aktiv rolle. Denne aktive rolle kan blandt andet ses ud fra det faktum, at nogle folk klædte sig ud og andre bagte særlige kager med royale udtryk til dagen. Det var altså ikke alene tronskiftet, der udgjorde begivenheden, men også det faktum, at seeren engagerede sig i det, de så. Derudover er begivenheden organiseret uden for medierne, og den ville derfor også have fundet sted uden mediernes bidrag. Dertil bruger Dayan & Katz selv kroninger som et eksempel på et media event, og på mange måder er det derfor oplagt at kategorisere tronskiftet som et media event.

I analyseafsnittet om kongehusets Instagram-profil viste det sig dog, at aktiviteten på særligt Instagram spiller en stor rolle i at fremvise tronskiftet og dertil være en platform, hvor fællesskaber opstår. Dayan & Katz skriver ikke noget om, hvordan media events breder sig til sociale medier, så på trods af at tronskiftet er et mønstereksempel på Dayan & Katz' media event, er der også ting, media event-begrebet ikke kan forklare. Begrebet har efterhånden nogle år på bagen og derfor fylder nyere platforme som sociale medier ikke i media event-betegnelsen, som Dayan & Katz beskrev den. Som skrevet i vores teoriafsnit om mega-events, forholder det sig anderledes her. Ved mega-events har de i dag mange eksisterende platforme og medier en stor betydning for, at et mega-event kan brede sig ud og ramme så mange mennesker, som de gør. Eksempelvis Tour de France, som efterhånden er decideret afhængig af medierne (Olesen 2023: 12). Med de sociale medier kan seerne blive en del af fællesskabet, som bliver meget større, end hvis det kun blev vist på tv. De sociale medier muliggør, at fans kan interagere med hinanden, like og kommentere på opslag fra

hovedpersonerne eller andre fans, og måske endda selv poste noget fra begivenheden og på den måde vise sit engagement. Mega-events har altså en interaktiv dimension, som media events ikke har.

Som vores analyse af kongehusets Instagram viste, var det også i den grad tilfældet ved tronskiftet, da mange tusinde mennesker kommenterede og likede opslag fra kongehuset og på den måde tog del i et online fællesskab. Den store aktivitet på Instagram med både mange kommentarer og rørende billeder fra dagen blev genstand for, at affektive fællesskaber kunne opstå, og det vidner derfor om, at begivenheden i høj grad blev spredt og voksede i størrelse på grund af det transmedielle aspekt. Dertil vidner den store aktivitet på sociale medier om, at begivenheden ikke længere kun centrerer sig om en live-transmission, hvad Olesen beskrev som vortex-effekten. Vortex-effekten beskriver, hvordan live-elementet ikke på samme måde spiller en afgørende rolle for mega-events, netop fordi begivenhederne også breder sig ud til andre platforme og derfor tiltrækker et bredere publikum, end hvis det kun havde været vist på flow-tv. En tydelig forskel mellem media events og mega-events er altså, at live-elementet er afgørende for media events, men ikke mega-events. Det faktum, at kongehuset med deres Instagram-opslag var med til at sprede begivenheden ud på andre platforme, vidner derfor om, at begivenheden har træk fra mega-events.

Ved et mega-event spiller også elementer som turisme og økonomi en stor rolle, eftersom værtsrollen ofte har en stor påvirkning på det pågældende land. Eksempelvis slutrunder i fodbold eller De Olympiske Lege trækker et enormt publikum med sig til værtslandet, og derudover kan landet også profitere på den massive opmærksomhed, som hele verden pludselig har rettet mod det. Sammenligner vi tronskiftet med Tour de France, ligner de to begivenheder i høj grad hinanden, men der er også væsentlige forskelle, der gør, at de passer bedst til hver deres begreb. Tour de France kan betegnes som et mega-event, eftersom det er en omfattende mediebegivenhed, der samler et stort antal tilskuere, hvor publikum via sociale medier bliver medproducenter af begivenheden. Ved Tour de France fylder det økonomiske aspekt og turismeaspektet tilmed meget, da cykelløbet tiltrækker et fysisk publikum i de pågældende værtslande. Den store medieopmærksomhed, det transmedielle aspekt og tiltrækningskraften gør derfor, at Tour de France kan betegnes som et mega-event.

Ved tronskiftet derimod har medierne ene og alene en helt afgørende rolle, og turisme og økonomi har en nærmest ubetydelig rolle. Netop fordi en af de afgørende forskelle mellem de to betegnelser er turismen, økonomien og det transmedielle, kan vi argumentere for, at tronskiftet i højere grad kan karakteriseres som et media event. Fordi det dog ikke er kendetegnende for et media event at brede sig til de sociale medier og indeholde det transmediale aspekt – naturligvis grundet teoriens alder – har vi behov for at inddrage disse træk fra mega-eventet for at kunne kortlægge

tronskiftet fuldt ud. Derfor vil vi overordnet set kategorisere tronskiftet som et media event, der har træk fra et mega-event.

Komparativ analyse

Vi har i analysen ovenfor undersøgt både DR's transmission af tronskiftet og det danske kongehus' aktivitet på Instagram i dagene omkring den 14. januar. Analysen af DR's transmission viste, at DR i høj grad maler et glansbillede af kongehuset ved udelukkende at fokusere på de positive ting og ikke skabe plads til en nuanceret diskussion om kongehuset og Frederik. Vi vil derfor nu kigge mere bredt og inddrage flere af DR's medieproduktioner i forbindelse med tronskiftet samt TV2's mediering af tronskiftet for at undersøge, om denne positive vinkel er en generel tendens, der går igen i andet mediemateriale og hos andre afsendere. I følgende afsnit vil vi derfor kigge nærmere på både DR's dokumentar *Frederik X – Konge af Danmark* (2024), TV2's dokumentar *Danmarks nye konge* (2024), TV2's transmission af tronskiftet samt det store hyldestshow *Danmarks dronning – den største tak* som DR og TV2 gik sammen om at producere og sende. I den forbindelse vil vi kigge nærmere på forskelle og ligheder mellem DR og TV2's måde at portrættere kongen og tronskiftet på. Til at undersøge dokumentarerne vil vi anvende Ib Bondebjergs og Anne Jerslevs definition og beskrivelser af dokumentarer.

Jerslev skriver i kapitlet "Dokumentaren – kreative bearbejdnings af virkeligheden" (2017), at man, når man analyserer en dokumentar, dels bør undersøge "*hvordan virkeligheden sættes i scene*" (Jerslev 2017: 152) og dels "*hvilket argument eller syn på virkeligheden, dokumentaren fremfører*" (ibid.). Hun skriver desuden, at der findes mange forskellige definitioner af genren, men at den mest udbredte er udarbejdet af den engelske teoretiker John Grierson. Grierson beskrev dokumentaren som en 'kreativ bearbejdning af virkeligheden', og derfor er dokumentaren altså ikke en direkte gengivelse af virkeligheden, men i stedet en kunstnerisk bearbejdning, der i større eller mindre grad er manipuleret (ibid.: 153). Netop derfor ønsker vi at undersøge, hvordan de to dokumentarer fra henholdsvis DR og TV2 er blevet bearbejdet for at give et bestemt udtryk, samt hvilket syn på virkeligheden dokumentarerne fremviser.

Analyse af DR's dokumentar *Frederik X – Konge af Danmark*

Først vil vi kigge nærmere på DR's dokumentar *Frederik X – Konge af Danmark*. Dokumentaren blev sendt på DR1 den 14. januar, lige efter transmissionen af tronskiftet var afsluttet, og det er et portræt af den nye Kong Frederik. Portrættet viser Frederiks udvikling fra barn til voksen og er opbygget kronologisk, således man først ser ham som lille dreng, dernæst som teenager og op gennem voksenlivet til den mand, han er i dag. Som nævnt ønsker vi at undersøge det overordnede udtryk og finde ud af, hvad DR vil sige med denne dokumentar. Vi vil derfor i det følgende kigge nærmere på dokumentarens stil samt hvilke virkemidler, der er anvendt for at fremstille Kong Frederik i et bestemt lys.

Dokumentaren starter med en introduktion, hvor man først ser en række klip af en ung Frederik. I baggrunden kan man høre et lydclip af den tale, Frederik holdt for sin mor, da hun havde 50-års jubilæum som regent. Samtidig med dette lydclip kan man høre en stille og meget opmuntrende baggrundsmusik, og klippet slutter af med et videoklip af historikeren Cecilie Nielsen, der fortæller: "Danmarks konge hedder nu Frederik X (...) Men hvem er det egentlig, der sætter sig på den danske trone?" (DR 2024g: 00:40). Helt fra start får seeren altså et indblik i, hvad det er for et program, de skal til at se, og der bliver på grund af billederne af en glad dreng, baggrundsmusikken og Frederiks ord sat en positiv stemning. I denne introduktion bliver vi desuden præsenteret for den norske Kronprins Haakon og den svenske Kronprinsesse Victoria, alt imens Cecilie Nielsen fortæller, at de begge kender til den opgave, Frederik netop har fået, og at de tre royale står hinanden utroligt nær. Både Haakon og Victoria fortæller, hvordan Frederik har forberedt sig på denne nye titel hele sit liv, og at han er klar til at varetage opgaven. I løbet af de første to minutter står det altså klart, at Cecilie Nielsen, der er kongehuskorrespondent, er fortælleren, og at det syn på Frederik, vi skal præsenteres for, kommer fra nogen, der står ham nær.

Ud fra Ib Bondebjergs beskrivelser af forskellige dokumenttyper kan vi definere portrættet som en autoritativ dokumentar. Om den autoritative dokumentar skriver Bondebjerg, at den er faktabaseret og underlagt en autoritativ stemme. Han skriver desuden, at den ofte behandler emner som er af offentlig interesse, og at den fremstår samfundskritisk og til tider ønsker at skabe debat. Den autoritative dokumentar har dertil en styrende stemme i form af en voiceover, der er ofte interviews med ekspertkilder, og derudover fremstår den journalistisk og bruger billeder som dokumentation (Bondebjerg 2008: 112).

I dokumentaren kommer Cecilie Nielsen til at fungere som den autoritative stemme og styrende voiceover. Derudover er der i dokumentaren flere forskellige interviews med folk, der på den ene eller anden måde har haft noget med Frederik at gøre, og disse fremstår som ekspertkilder. Blandt andet fortæller kongehuseksperter Thomas Larsen om flere forskellige episoder i Frederiks liv. Her er det interessant at bemærke, at både Thomas Larsen og Cecilie Nielsen er to ud af de tre eksperter, som DR også havde med i deres livetransmission af tronskiftet. I analysen af transmissionen blev det klart, at kongehuseksperterne også var kongehusfans og derfor meget begejstrede for tronskiftet, og med den viden in mente kan vi allerede her opstille en hypotese om, at dokumentaren også er positivt stemt. Dokumentaren er i høj grad faktabaseret, da den tager udgangspunkt i et virkeligt menneske og hans fortid som kronprins. Dertil er den af offentlig interesse, da den drejer sig om landets konge. Den fremstår dog ikke samfundskritisk og den eneste måde, hvorpå den lægger op til debat, er hvis man skulle være uenig med den måde, DR fremstiller kongen på. Dokumentaren består tilmed primært af ældre videoklip fra Frederiks barn- og ungdom samt videoklip af eksperter, der fortæller om hans liv. Billederne bliver i høj grad brugt som dokumentation til at støtte op om det, der bliver fortalt. Et eksempel på dette ser vi, da Kronprins Haakon fortæller om, hvordan han og Frederik som børn kørte i pedalbiler, mens der bliver vist en video af dette (DR 2024g: 04:45). Både den autoritative stemme, ekspertinterviews og de mange videoklip er alle træk fra den autoritative dokumentar, og de er derudover med til at give dokumentaren et autoritært udtryk, der er med til at overbevise seeren om budskabet.

Netop det faktum, at det er andre royale og kongehuseksperter, der er med til at tegne dette billede af Frederik, gør, at det bliver meget ordentligt og formelt. Dertil er baggrundsmusikken, den generelle varme farve og de hyggelige rum, som de forskellige eksperter sidder i, med til at skabe en positiv stemning. Denne positive stemning går igen igennem store dele af dokumentaren og kommer blandt andet til udtryk igennem de mange videoklip fra Frederiks barndom. Eksempelvis ser man et klip, hvor Dronning Margrethe står med en ung Frederik i armene og danser (DR 2024g: 03:35). Ud over disse klip, der vidner om en glad dreng, ser man desuden mange klip af, hvordan kongefamilien bliver hyldet i diverse sammenhænge. Der er blandt andet både videoklip af en fyldt slotsplads på Frederiks 18-års fødselsdag, hans studentertid og hans bryllup med Mary. De mange positive billeder er altså med til at skabe en generel positiv stemning. Der er dog også få steder i dokumentaren, hvor denne stemning ændrer sig. Blandt andet opstår en sørgmodig stemning, da der vises videoklip af Dronning Margrethes proklamation og fortællingen om, hvordan hun med sin dengang nye titel ikke kunne være den mest tilstedeværende mor. Baggrundsmusikken ændrer sig, og i stedet for at se

videoklip af en glad dreng, ser man nu klip af en ulykkelig dreng sammen med sin barnepige. Et eksempel på dette ses nedenfor (Billede 33).



Billede 33, DR 2024g: 08:00

På samme tidspunkt fortæller Cecilie Nielsen: “De to prinser så ikke deres travle forældre meget (...) og deres opdragelse var baseret på strenge, franske principper” (DR 2024g: 08:00). Med både billederne, baggrundsmusikken og Cecilies ord bliver det tydeligt, at DR vil have seeren til at have ondt af denne meget unge Frederik. Dog ændrer dette sig hurtigt igen, da Thomas Larsen fortæller, at vi nok i virkeligheden bør give familien ære for at have været så ærlige om de udfordringer, de havde. Hans kommentar fungerer som et forsvar på det angreb, man kunne have haft på dem som familie og den opvækst, Frederik har fået.

Denne form for forsvar ser vi en del gange i løbet af dokumentaren. Blandt andet da Thomas Larsen begynder at fortælle om de skandaler, Frederik igennem tiden har været involveret i. Lige inden et udpluk af skandalerne bliver vist, fortæller Thomas Larsen, at Frederik havde det svært, da han var ung, fordi han ikke følte sig tilpas i sin rolle, og hvordan det skyldes, at hans forældre ikke havde forberedt ham nok på opgaven. Han tilføjer hertil:

Det er jo nogle utroligt stive, gammeldags og formelle rammer, som han tydeligvis ikke befinder sig godt i (...) Det må jo også være et helt enormt pres for så ungt et menneske. Altså at stå i den situation, hvor man bare føler sig helt fremmedgjort (DR 2024g: 15:15).

Derefter fortæller han om, hvordan Frederik som ung blandt andet var involveret i et biluheld, vilde fester, promillekørsel og at der generelt bare fulgte en årrække af dårlige sager. Fordi disse skandaler bliver præsenteret lige efter, at man har fået en følelse af, at man nok i virkeligheden skal have lidt ondt af Frederik og udvise forståelse for hans situation, giver det et indtryk af, at vi som seere ikke bør lægge for meget fokus på disse sager. Dertil skal det nævnes, at ud af dokumentarens 60 minutter udgør fortællingerne om skandaler kun fem minutter, og der bliver desuden udelukkende nævnt skandaler fra Frederiks ungdom, selvom der også har været skandaler i nyere tid. Det tegner altså et billede af, at DR springer let hen over disse skandaler, hvilket gør, at man som seer får præsenteret et meget positivt syn på kongen.

Efter denne korte gennemgang af nogle af Frederiks skandaler som ung, skifter stemningen, og der kommer igen et fokus på en glad og engageret ung mand. Der bliver brugt meget tid på at snakke om hans tid i Frømandskorpset og hans store engagement indenfor sportsverdenen. Dernæst vises der en del klip fra tiden, hvor han mødte Mary og klip fra deres bryllup. Alle disse videoklip lægger op til at vække gode, kærlige og rørende følelser hos seeren. Dét, at vi ser dem være meget glade og rørte, og dét, at vi generelt forbinder positive følelser med bryllupper og kærlighed, gør, at vi potentielt kan blive smittet af affekten. De mange klip af en glad, engageret og kærlig kronprins gør, at man som seer sandsynligvis sidder med en meget positiv følelse omkring ham.

Som skrevet tidligere ønsker vi at undersøge, hvordan virkeligheden bliver sat i scene og hvilket syn på virkeligheden dokumentaren viser. Overordnet set fremstår dokumentaren ukritisk. Den sætter virkeligheden i scene ved kun at fremvise en meget bestemt side af vores konge. DR fremviser med deres dokumentar et meget positivt syn på Frederik og fremstår altså ikke kritisk. Som bekendt kommer dokumentaren kort omkring hans skandaler, men fordi de bliver italesat og vist på den måde, de gør, sammen med det faktum, at de kun nævner skandaler fra hans ungdom, gør, at virkeligheden er blevet kreativt bearbejdet til at sætte vores nye konge i et yderst positivt lys.

Analyse af TV2's dokumentar *Danmarks nye konge*

Vi har indtil nu beskæftiget os meget med DR's medieproduktioner i forbindelse med tronskiftet, men da vi ønsker at danne os et mere overordnet billede af, hvordan tronskiftet generelt blev medieret, og hvordan kongehuset bliver portrætteret som følge af det, vil vi nu kigge nærmere på TV2's

dokumentar om Kong Frederik. Dokumentaren *Danmarks nye konge* blev sendt på TV2's hovedkanal den 14. januar efter deres transmission af tronskiftet var afsluttet, og den er ligesom DR's dokumentar et portræt af den nye Kong Frederik. Dokumentaren er ligesom DR's dokumentar opbygget kronologisk således, at vi følger Frederik igennem hans liv fra spædbarn til voksen og den mand, vi ser i dag. Den starter med en introduktion, hvor man først ser et panoramabillede af København, dernæst en stor samling af mennesker på slotspladsen, alt imens man kan høre et lydclip af Dronning Margrethes nytårstale, hvor hun annoncerer sin abdikation. Indimellem disse klip ser man kongehuskommentator Jakob Steen Olsen sætte sig i et mørkt rum, mens han meget dramatisk fortæller: "Nytårstalen forløber, som den plejer, og pludselig. Hun gør det! (...) Jeg var i chok!" (TV2 2024a: 00:55). Samtidig kan man høre et dramatisk og spændingsopbyggende musikstykke i baggrunden. Derefter ser man klip af både journalist Ulla Terkelsen og journalist og forfatter Gitte Redder, og i løbet af de første par minutter står det klart, at det portræt, vi skal til at se, primært bliver fortalt af nogle, der ikke er bange for at gå kritisk til sagen – altså et lidt andet udgangspunkt end i DR's dokumentar.

Herefter følger en kort introduktionsvideo, der er fyldt med billeder og videoklip fra Frederiks liv, mens man hører et opløftende og storslået musikstykke i baggrunden. Efter introduktionsvideoen kommer et billede frem af Thorup Strand, hvor der hen over billedet er skrevet: "Et sted i kongeriget" (TV2 2024a: 03:05). Her bliver man introduceret til Jesper og Bo Olsen, som er fiskere ved Thorup Strand og realitydeltagere fra TV2-programmet *Gutterne på kutterne*. Jesper og Bo fortæller om deres opfattelse af Kong Frederik og siger med en tydelig vestjysk dialekt: "Min fornemmelse er, han er meget vellidt ude i det danske land" (TV2 2024a: 03:30). Herefter følger en række klip fra rundt omkring i kongeriget, og flere realitydeltagere fra forskellige TV2-programmer kommer til syne. Blandt andet møder man Kirsten og Jørgen fra *Landmand søger kærlighed*, Fjolle-Keld og Susanne fra *Balladen om kolonihaven* samt Anders og Torben fra programmet *Anders og Torben*. Derudover vises der klip af både gængse danskere og danskere, der i højere grad repræsenterer landets yderkanter. Med denne store variation af folk fra forskellige sociale klasser og forskellige landsdele, der alle taler meget positivt om den nye konge, tegner TV2 et billede af, at den nye konge er vellidt hele landet over.

Portrættet er en autoritativ dokumentar, da den er faktabaseret, i høj grad er af offentlig interesse og lægger op til samfundsdebat. Dokumentaren har ikke én styrende voiceover, men bliver i stedet styret af tre ekspertkilder, der på skift fortæller ind over videoklippene. Dertil bliver billeder og videoklip brugt som bevismateriale og dokumentation til at understøtte det, eksperterne fortæller om.

Blandt andet fortæller Jakob Steen Olsen om, at Frederik ikke så meget til sin mor, da han var barn. Herefter ser man et ældre interview, hvor en ung Frederik siger netop dette (TV2 2024a 07:00). Udover at ekspertkilderne fortæller om Frederiks liv, hører man altså også en håndfuld danskere berette om deres opfattelse af kongen. Denne kombination af gamle videoklip, ekspertkilder og almindelige danskere giver et indtryk af, at det, der bliver vist, stemmer godt overens med virkeligheden. Modsat DR's dokumentar virker det langt mere troværdigt at høre disse positive ord om kongen fra nogen, som seeren i højere grad kan identificere sig med. Jævnfør Jerslev sættes virkeligheden i scene med brugen af disse mange forskellige videoklip og ekspertkildernes udsagn, og det er med til at male et bestemt billede af Kong Frederik.

I undersøgelsen af, hvilket argument eller syn på virkeligheden dokumentaren fremfører, vil vi kigge nærmere på den måde, Frederik bliver fremstillet. Blandt andet ser man tidligt i dokumentaren et klip af en meget ung Frederik, der er bange for at skulle ride på en hest. I klippet kan man se, at Frederik græder, og at hans far, Prins Henrik, fortæller ham, at han bare skal op på hesten igen og udviser ikke meget forståelse for den utryghed, den unge Frederik tydeligvis føler (Billede 34).

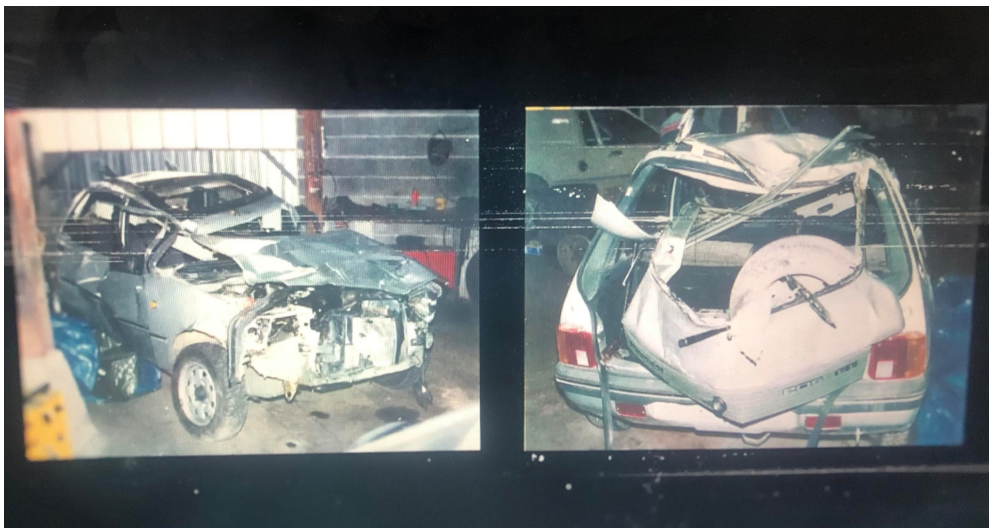


Billede 34, TV2 2024a: 08:45

Man får derfor en fornemmelse af, at vi som seere skal have lidt ondt af Frederik. At det er synd for ham, at han som barn ikke har fået den omsorg fra sine forældre, som han skulle. Lige efter dette klip vises en lang række klip med en glad, ung Frederik, og Gitte Redder fortæller i baggrunden, at der

også var mange gode stunder med forældrene. Her fremstår dokumentaren forholdsvis neutral – dog stadig mere positiv end negativ.

Generelt viser dokumentaren både positive og negative vinkler på Frederik, og skiftevis i dokumentaren vægter det mellem det positive og ukritiske og det negative og kritiske. Den kritiske vinkel kommer særligt til syne, da de snakker om Frederiks skandaler gennem tiden. De tre eksperter går meget i detaljer, da de beskriver episoden med biluheldet i Frankrig, og mens de fortæller, og der vises nærbilleder af gamle avisartikler og den ødelagte bil, hører man et meget dramatisk stykke baggrundsmusik (Billede 35). Både eksperternes beskrivelser, billederne og musikken er altså i høj grad med til at antyde dramatik og spænding.



Billede 35, TV2 2024a: 17:12

Om disse episoder siger Ulla Terkelsen: “Endnu en skandale. Det tyder på mangel af dømmekraft” (TV2 2024a 19:55). Der er altså ikke lagt skjul på, at der rettes en kritik mod den unge Kronprins Frederik. Dog ændrer dette sig hurtigt igen, da der lige efter beskrivelserne af disse episoder sker et skifte i fokus til, at der nu fortælles om Frederiks deltagelse i Copenhagen Marathon i 1992. Alle tre eksperter lægger meget vægt på, at det var på grund af alle disse skandaler, at Frederik besluttede sig for at skulle deltage i løbet – at det var et vendepunkt. På den måde får TV2 hurtigt vendt dette ellers negative syn på Frederik til noget positivt.

Derfra viser store dele af dokumentaren en meget positiv vinkel på kongen. Der vises mange positive billeder af ham som en engageret kronprins, der både tager en uddannelse, bliver frømand,

engagerer sig for sport og bliver ægtemand og familiefar. Dokumentaren maler altså et billede af en mand, der har gennemgået en stor udvikling, som tør at tage ansvar for sine handlinger, er modig, tager svære beslutninger og som vi trygt kan overlade tronen til. Dette meget positive syn på Frederik ændrer sig dog hen mod slutningen, da vi igen skal høre om uheldige episoder – denne gang dog langt nyere og mere aktuelle skandaler. Jakob Steen Olsen fortæller blandt andet om, hvordan Frederik i 2015 kørte over en ellers lukket Storebæltsbro og siger i den forbindelse: “Broen var lukket, men det respekterede kronprinsen ikke. Det går jo ikke! Dels er det ulovligt, og dels er det et forkert signal at sende til danskerne om, at ‘jeg benytter mig af mine privilegier’” (TV2 2024a 47:20). Herefter vises der et videoklip af adskillige journalister, der spørger både Dronning Margrethe og Kronprins Frederik ind til rygterne om utroskab med den mexicanske kvinde Genoveva Casanova. Hertil tilføjer Ulla Terkelsen: “Den type fejl kan slet ikke undskyldes” (TV2 2024a: 49:00). Dokumentaren slutter altså af med en kritisk tone og lader det være op til seeren, hvor meget vægt de vil lægge på skandalerne.

Som seer sidder man derfor tilbage med en blandet følelse af, at Frederik er en god mand, som har brugt sine skandaler til at forbedre sig, men samtidig også, at han er en mand, der stadig begår fejl. Overordnet set fremstår dokumentaren langt mere positiv end negativ, og derfor vil vi argumentere for, at selvom de beskriver hans skandaler i detaljer, så maler det stadig et billede af ham som en god mand og en god konge for Danmark. TV2’s dokumentar fremstår altså delvist ukritisk, fordi den kritik, de selv lægger på bordet, hurtigt falder til jorden igen. I den nedenstående afsnit vil vi kigge nærmere på dette ukritiske udtryk og sammenligne DR og TV2’s dokumentarer.

Forskelle og ligheder mellem DR og TV2’s dokumentarer

På mange måder ligner de to dokumentarer hinanden. De starter begge med en introduktion, hvor seeren får præsenteret, hvis syn på kongen de skal til at se – altså henholdsvis andre kongelige og tre journalister. Dertil har de begge en lille introduktionsmontage, hvor der vises billeder af Frederik som både barn og voksen, og de er begge bygget kronologisk op således, at man først ser ham som spæd, op igennem barndommen, som ung voksen og til sidst som den mand, danskerne kender i dag. De gør brug af mange af de samme videoklip; blandt andet viser både DR og TV2 det samme gamle interview med Frederik, hvor han fortæller om Margrethes manglende tilstedeværelse i hans

barndom, og derudover vises det samme udklip af Frederiks tale til forældrenes sølvbryllup. Dertil har begge dokumentarer til formål at give et indblik i, hvilken konge der den 14. januar satte sig på tronen. Blandt andet på grund af den samme kronologiske opbygning, det faktum, at der bliver vist mange af de samme klip samt at begge dokumentarer handler om Frederiks liv, gør, at de ligner hinanden. Forskellene mellem dem er dog det udtryk, de hver især har, og det lys de sætter kongen i.

Som bekendt er DR's dokumentar primært fortalt af de to kongehuseksperter, Cecilie Nielsen og Thomas Larsen. Dertil er det den svenske Kronprinsesse Victoria og den norske Kronprins Haakon, der fortæller om, hvem Frederik er, og hvorfor han nok skal blive en god konge. DR's dokumentar fremstår altså meget formel, og det er svært at forestille sig, at Haakon eller Victoria ville sige noget negativt om Frederik, da de tydeligvis har en god relation. Det er derfor vigtigt at bemærke, at den svenske kronprinsesse og den norske kronprins begge kan siges at være prædestineret til at præsentere kongen og kongehuset fra dets bedste side. DR's dokumentar fremstår derfor partisk, og det billede, vi får af Frederik, er tydeligt farvet af dem og deres forhold til ham og kongehuset.

Dertil er det i TV2's dokumentar primært realitydeltagere, der fortæller om deres holdning til Frederik. Derudover er det i TV2's dokumentar som bekendt journalisterne Ulla Terkelsen og Gitte Redder samt kongehuskorrespondent og journalist Jakob Steen Olsen, der fortæller. I TV2-dokumentaren er der altså i højere grad lagt op til, at der ikke allerede er taget parti, men i stedet er der en forventning om, at man får præsenteret et mere nuanceret billede af Frederik – fordi man som regel forventer, at journalister er kritiske og undersøgende. Fordi TV2 viser udsagn og klip med mere gængse danskere, får de Frederik til at fremstå mere folkelig. Dertil viser TV2 en del flere klip af Frederik sammen med sin familie og lægger meget vægt på hans rolle som familiefar. De to dokumentarer sætter altså virkeligheden i scene på forskellige måder, og de får derfor hver deres udtryk, om end de i høj grad minder om hinanden.

Som nævnt tidligere fremstår begge dokumentarer overordnet positive overfor den nye konge. Der er dog forskel på, hvor henholdsvis kritiske og ukritiske de hver især er. Begge dokumentarer kommer omkring nogle af de skandalehistorier, der igennem tiden har været om Frederik. Ens for begge dokumentarer er, at skandaledelen ikke fylder mere end seks-syv minutter ud af henholdsvis 50 og 60 minutter, og alene derfor er der en overvægt af positive billeder og fortællinger i begge dokumentarer. Dertil er der i begge dokumentarer et stort fokus på at beskrive, hvordan det var svært at være ham i den periode, der ledte op til de fleste af skandalerne, og på den måde har både DR og TV2 forsvaret ham, inden de begynder at rette opmærksomheden mod skandalerne. Derudover lægges der i begge dokumentarer vægt på, at disse skandaler var årsagen til, at han begyndte at blive

voksen og engagere sig for både sport og uddannelse. Både DR og TV2 gør altså meget ud af at forsvare disse skandaler og får på den måde vendt det ellers negative syn på ham til noget positivt.

En forskel mellem de to dokumentarer er dog, at TV2 går langt mere i detaljer i deres beskrivelse af disse skandaler. Som nævnt tidligere er der både dramatisk musik og billeder af en totalt smadret bil, og det er i høj grad med til at opbygge en stemning. Udover dette præsenterer TV2 også flere forskellige skandaler og ikke kun dem fra hans ungdom. Som nævnt tidligere slutter dokumentaren af med at rette opmærksomheden på nyere skandaler og lader det på den måde ud fra det præsenterede være op til seeren selv at vurdere, hvad de synes om kongen. Man kan derfor se endnu en forskel på de to dokumentarer. DR forsøger at overbevise seeren om, at Frederik bliver en god konge, og TV2 forsøger at få seeren til selv at tage stilling til det, der bliver præsenteret. Overordnet står det derfor klart, at DR's dokumentar fremstår meget ukritisk, og at TV2's dokumentar fremstår mere neutral, men stadig med et overordnet positivt syn på kongehuset og Frederik.

Forskelle og ligheder mellem DR og TV2's transmissioner

Vi har indtil nu kigget meget på DR's transmission af tronskiftet, men DR var ikke de eneste, der havde ryddet sendefloden for at vise alt fra den begivenhedsrige dag. Ligesom DR sendte TV2 også live tv fra morgen til aften, og fordi vi ønsker at danne et overordnet billede af, hvordan tronskiftet blev medieret, vil vi nu kigge nærmere på TV2's transmission og undersøge, hvilke forskelle og ligheder, der er imellem de to public service-kanalers transmissioner.

Overordnet set ligner TV2's transmission DR's utroligt meget. Den er inddelt på samme måde, således at der først er en optakt, der introducerer os til og varmer os op til den store begivenhed, dernæst selve tronskiftet, hvor man ser papirerne blive underskrevet og proklamationen fra balkonen og sidst nedtakten, der samler op på hele dagen. Ligesom hos DR starter optakten hos TV2 med, at man ser en kort montagefilm som indeholder billeder af både Dronning Margrethe og Kong Frederik. Montagen slutter med et billede af Margrethe, Frederik og Mary der står sammen, og hen over billedet står der skrevet "Tak, dronning Margrethe – Velkommen kong Frederik" (TV2 2024c: 00:01:30). Efter denne montagefilm ser man dagens værter Natasja Crone og Troels Mylenberg sidde i et studie på Amalienborg, og derfra er optakten i gang. Kort herefter ser man klip fra rundt omkring i byen, hvor forskellige reportere står klar til at vise hvert et gadehjørne i København, så seerne derhjemme

kan få alt med fra den store dag. Ligesom DR har TV2 også reportere rundt omkring både i Danmark og verden; der bliver blandt andet vist klip fra Australien, Grønland og Færøerne. Hos både DR og TV2 står det altså klart, at man som seer får det hele med og ikke går glip af noget, hvis bare man holder tv'et tændt.

I transmissionen af selve tronskiftet ligner de to kanaler også i høj grad hinanden. Det er de samme billeder, der bliver vist fra underskriften, da det kun var Ritzau, der fik lov at filme under statsrådet, og ligesom hos DR bliver der også hos TV2 gjort meget ud af at snakke om og vise det øjeblik, hvor papirerne blev skrevet under. Begge kanaler viser det samme fra proklamationen på balkonen, og det er de samme billeder, man ser af en rørt Frederik og en kæmpe folkesamling på slotspladsen. Ligeså ligner nedtakten DR's, da man også her ser, hvordan begivenheden langsomt stilner af, og dertil bliver mange af de samme klip, som man har set i løbet af dagen, vist igen.

Udover at transmissionernes opbygninger ligner hinanden, har de også det samme overordnede udtryk. I TV2's transmission bliver der lagt meget vægt på, at det er en festlig og glad dag, og at der ikke må være noget negativt, der ødelægger den. Både værterne i studiet og reporterne rundt omkring i landet gør meget ud af at stille strategiske spørgsmål til deres gæster, så de kun kan komme med et positivt svar. Blandt andet stiller reporteren Ditte Haue en familie et ledende spørgsmål: "Hvad synes du om, at de står her og vinker, var det fedt at du kunne vinke tilbage til dem?" (TV2 2024d: 00:33:40). Derudover kan man også se, hvordan Natasja Crone hurtigt får rettet den tidligere chef for vagtkompagniet, da han siger, at dagen både har været glad og sørgmodig. Inden han når at tale færdig, afbryder Natasja og siger, at det jo ikke rigtigt er sørgmodigt, fordi det er så anderledes, end det var for 52 år siden (TV2 2024d: 01:06:45). Han får altså ikke lov til at synes, at der også er noget sørgmodigt over dagen, og det står derfor tydeligt, at der generelt bliver gjort meget fra TV2's side for at opretholde den gode stemning.

Dog er der også steder, hvor de to transmissioner er forskellige. TV2 har ét primært studie på Amalienborg, et lille studie på Christiansborg og dertil en række reportere rundt i landet. DR har derimod planlagt flere forskellige arrangementer i løbet af dagen. Blandt andet bagedystdeltagerne, der bager royale kager, og portrætmaleren Benjamin Abana, der maler et 'live' portrætteri af den nye konge. Dertil har DR langt flere forskellige gæster med i studiet. Blandt andet har de besøg af en tidligere garder og bruger lang tid på at snakke med ham under livgardernes vagtskifte. Modsat dette snakker TV2 blot kort med en tidligere garder på gaden. Det giver derfor et indtryk af, at DR har gjort mere ud af det og faktisk forsøger at lave en form for underholdende TV, hvor TV2 derimod blot følger det officielle program.

En anden ret tydelig forskel i det udtryk, de hver især har, er, at TV2 ikke siger noget negativt om hverken kongen eller kongehuset. Som nævnt tidligere kommer DR kort omkring nogle af de skandaler Frederik gennem tiden har været involveret i. Selvom de meget hurtigt forsvarer dem og ender med overordnet at have et positivt udtryk, så har de alligevel valgt at have det med for at udvise en bevidsthed om, at Frederik heller ikke altid har været perfekt. TV2 vælger derimod fuldstændig at gå uden om denne form for negativitet. Det eneste tidspunkt, de kommer tæt på at kunne sige noget negativt, er, da de taler om kongens tale. Her bider Jakob Steen Olsen, som er gæst i TV2-studiet, særligt mærke i, at Frederik siger, at han glæder sig til opgaven som konge. Jakob kommenterer på, at det ikke altid har været sådan, men tilføjer også hurtigt, at det er dejligt, at det ikke længere er sådan (TV2 2024d: 19:15). På den måde fremstår TV2 næsten overdrevent positive og ukritiske i deres transmission. Fælles for begge transmissioner er desuden fornemmelsen af overmediering. Både DR og TV2 sendte live hele dagen, og begge udsendelser er derfor i høj grad præget af et langsomt tempo med mange gengivelser.

Analyse af DR og TV2's hyldestshow *Danmarks dronning – den største tak*

Op til tronskiftet havde Danmarks to public service-institutioner som bekendt travlt – blandt andet fordi de gik sammen om at lave hyldestshowet *Danmarks dronning – den største tak*. Fredag den 12. januar 2024, altså to dage før det historiske tronskifte, gav de to institutioner mulighed for, at danskerne kunne sige en kollektiv tak til den afgangende Dronning Margrethe. Hyldestshowet varede 90 minutter, og det var DR-vært Stéphanie Surrugue og TV2-vært Natasja Crone, der styrede slagets gang som aftenens værter. Showet foregik på Kongens Nytorv i København og blev sendt live på både DR1 og TV2.

Hyldestshowet begynder, ligesom de to transmissioner af selve tronskiftet, med en introvideo. Her ser man først den famøse nytårstale, hvori dronningen annoncerede sin abdikation, og herefter deles skærmen i tre lodrette søjler, så hver søjle associerer til det sociale medie Snapchat. Her vises danskernes – primært yngre danskeres – reaktion på annonceringen i Snapchat-formatet, hvilket den sorte linje med tekst på billedet nedenfor indikerer, og alle reaktionerne vidner om, at abdikationen

kom som en stor overraskelse for de fleste (Billede 36). Denne intro understreger således begivenhedens unikke karakter, hvorfor en storslået stemning bliver sat fra start.



Billede 36, TV2 2024b: 00:01:10

Hyldestshowet består af optrædener fra alverdens kunstnere; alt fra musikoptrædener og dans til en catwalk med teaterkostumer designet af dronningen kunne opleves live på den store scene, og derudover blev der sågar plads til klip af Smadremanden (en karakter af Søren Østergaard red.), Ørkenens Sønner, Cirkusrevyen og Linie 3. Det er da også den folkekære trio, Anne, Sanne og Lis, der starter showet ud med sangen *Smuk og dejlig*, og herefter kommer flere forskellige kunstnere på scenen, heriblandt Mads Langer, Scarlet Pleasure, Pil, Caroline Henderson og Jesper Binzer.

Indimellem disse optrædener bliver flere forskellige små klip og montager vist, som er filmet på forhånd og derfor ikke er live. Eksempelvis blev der i en montage vist forskellige klip fra interviews med Dronning Margrethe igennem årene. Alle klippene er kendetegnet ved, at hun bliver vist i et meget positivt lys. Der er blandt andet interviews, hvor dronningen viser sin humoristiske side frem – eksempelvis vises der et klip, hvor hun siger: “Man ville ikke dø af min mad, men jeg er ikke sikker på, man ville overleve min kørsel”, hvorefter hun bryder ud i en hjertevarm latter (TV2 2024b: 00:21:15). Denne hjertevarme latter kan endda høres i flere forskellige klip, hvorfor hun generelt i montagen bliver fremstillet som et yderst tiltalende, hjertevarmt og humoristisk menneske.

I dette tilfælde er det naturligvis værd at understrege, at et hyldestshow i kraft af sin genre er positiv af karakter, da det ikke ville give mening at lave et hyldestshow, der var negativt ladet. Men alligevel er det et aktivt valg, de to public service-institutioner har taget om at stable showet på benene, og derfor understøtter det kun vores pointe. I hyldestshowet er det naturligvis Dronning Margrethe, der er i fokus, hvorimod Frederik er lige så meget, og hvis ikke mere, i centrum til søndagens tronskifte, og Dronning Margrethe har meget få skandaler, der er kendt af medierne. Også af den grund fremstår hun som et forbillede, et godt menneske og en god dronning, og det bliver kun understøttet af hyldestshowet *Danmarks dronning – den største tak*.

Udover klippene med Dronning Margrethe bliver der også vist små klip, hvori forskellige personer siger tak. Heriblandt er eksempelvis folk med handicap, balletdansere, folk fra rigsfællesskabet og udlændinge, der nu bor i Danmark. Disse små film tager alle udgangspunkt i en af dronningens nytårstaler, hvori hun taler om et bestemt emne og nævner nogle bestemte befolkningsgrupper.

I disse små film får en eller flere personer således taletid og fortæller, hvad det betød for dem, at dronningen italesatte det pågældende emne, der vedrører dem. Samtlige personer, der får taletid i disse små film, udviser taknemmelighed og siger udelukkende positive ting om dronningen. Den eller de pågældende personer i filmene fungerer tilmed som repræsentanter for en gruppe af lignende personer, og på den måde bliver mange forskellige personer repræsenteret i *den største tak*. Eksempelvis bliver den 22-årige Kia Holmberg repræsentant for de unge og ensomme danskere. Hun fortæller i en lille film, at hun særligt husker den nytårstale, hvor dronningen talte om ensomhed, og at det betød meget for hende, at dronningen italesatte emnet, da hun selv følte sig ensom. Herefter sender hun en tak til dronningen (TV2 2024b: 00:14:11). Et andet eksempel er en lille film, hvori beredskabet, forsvaret, sundhedsvæsenet og politiet siger en tak tilbage til dronningen, efter hun i efterhånden mange nytårstaler har sendt en hilsen til dem. I denne film fortæller repræsentanter fra de fire grupper, hvad dronningen har betydet for vedkommende, og de siger alle, at dronningen har betydet meget for dem. Til sidst siger repræsentanterne tak til dronningen (TV2 2024b: 00:36:30).

På samme måde kan flere lignende klip findes i løbet af showet. Bag klippene er der lagt baggrundsmusik, der understøtter den stemning, seeren gerne skal komme i, når klippet vises; et finurligt klovneassocierende stykke musik blev spillet under en lille film, hvor danske komikere fik lov at sige tak, og et mere neddæmpet og alvorligt stykke musik blev spillet, da Kia Holmberg talte om ungdom og ensomhed.

Som vi viste i analysen af DR's transmission, gjorde DR meget ud af at involvere danskerne i begivenheden, og det er bestemt også tilfældet her. Hele showets eksistens beror på danskerne, idet formålet med showet var at give dem mulighed for at sige tak for 52 år. Der bliver ofte vist nærbilleder af enkeltpersoner eller grupper blandt publikum, samt dronebilleder i fugleperspektiv af den store menneskemængde – generelt er der mange kameraer, der filmer hele showet fra flere vinkler. De mange tusind mennesker, der mødte op en kold fredag aften for at hylde dronningen, vidner tilmed om det fællesskab og den affektive økonomi, der eksisterer omkring kongehuset.

Selve eksistensen af *Danmarks dronning – den største tak* er tilmed endnu et argument for, at hele tronskiftet kan betegnes som et media event. Showet blev hurtigt stablet på benene og vist i forbindelse med tronskiftet, og således kan vi argumentere for, at showet var en del af mediedækningen af tronskiftet. Generelt bidrager dette show med dets stil og eksistens i sig selv til vores overordnede tese om, at der aktivt bliver malet et positivt billede af kongehuset.

En sløjfe på analysen

I vores analyse har vi nu været omkring DR's livetransmission af tronskiftet, kongehusets Instagram-profil samt et udpluk af den generelle mediedækning af tronskiftet, som indebar to dokumentarer, TV2's transmission og hyldestshowet til dronningen. Ved at kigge på DR's transmission fandt vi ud af, at den generelt er præget af et langsomt tempo og ventetid, hvilket i høj grad vidner om en overmediering. Derudover kan der spores rigtig meget affekt, og dette bliver blandt andet tydeligt via de viste billeder af Frederik, der bliver rørt, samt de sproglige ytringer fra både værter, gæster og interviewede, der beskrev dagen. Dertil kan vi konkludere, at DR's transmission fremstår autentisk, både fordi DR aktivt har gjort nogle tiltag, der gør, at seeren får en følelse af selv at være til stede, men også fordi transmissionen i høj grad bærer præg af at være live tv med små tekniske fejl undervejs. I denne del af analysen kom vi desuden frem til, at tronskiftet som begivenhed kan kategoriseres som et media event med træk fra et mega-event.

Dette er den store aktivitet på Instagram også med til at bekræfte. Analysen af kongehusets Instagram-profil viste, at profilen fremstår medieret autentisk, og at det i høj grad er med til at forstærke det affektive fællesskab, der allerede eksisterede omkring kongehuset samt konstituere et nyt online affektivt fællesskab, der opstod på baggrund af tronskiftet. I vores undersøgelse af diverse

opslag og kommentarspor fra den 14. januar 2024 fandt vi ud af, at der kan spores et affektivt miljø på kongehusets Instagram-profil. De mange positive kommentarer, man kan se til kongehusets opslag, vidner desuden om, at der på baggrund af tronskiftet er opstået et affektivt fællesskab, der ovenikøbet kan kategoriseres som en online crowd.

Dertil fandt vi igennem den komparative analyse ud af, at både DR og TV2 fremlægger et meget positivt billede af kongehuset. DR's dokumentar forsøger at overbevise seeren om, at Frederik nok skal blive en god konge, hvorimod TV2's dokumentar i højere grad lader seeren selv tage stilling ud fra det præsenterede. Ens for dem begge er dog, at de har et overordnet positivt udtryk. Det samme kunne vi se i sammenligningen af DR og TV2's transmission af tronskiftet. I TV2's transmission nævner de intet negativt, og der bliver aktivt gjort meget for at opretholde en god stemning. Selvom DR kommer kort omkring nogle af de skandaler, Frederik gennem tiden har været involveret i, har transmissionen stadig et næsten overdrevent positivt udtryk. Dette overordnede positive udtryk bliver desuden kun bekræftet, når man kigger på DR og TV2's hyldestprogram til dronningen. Derfor kan vi ud fra hele analysen konkludere, at de to public service-institutioner i høj grad maler et positivt billede af Frederik og kongehuset, og at der bliver konstitueret og forstærket et nyt både online og fysisk affektivt fællesskab.

Diskussion

Vi har nu konkluderet, at de to public service-institutioner fremstiller kongehuset i et næsten overdrevent positivt lys. Men hvilken rolle spillede dette positive lys i det affektive fællesskab, der kom til syne i forbindelse med tronskiftet? Det vil vi nu diskutere i det følgende afsnit, og hertil vil vi også diskutere mediernes generelle rolle i de fællesskaber, der ofte følger med store begivenheder som tronskiftet. I den forbindelse vil vi inddrage og perspektivere til andre store begivenheder, herunder Tour de France og EM i herrefodbold i 2021.

Hvilken rolle spillede medierne i det affektive fællesskab omkring tronskiftet?

I vores analyse er vi kommet frem til, at især DR, men også TV2, maler et nærmest overdrevent positivt billede af kongehuset og de royale. Det afslører deres generelle mediedækning i forbindelse med tronskiftet, både hyldestshowet, transmissionerne og dokumentarerne. Hertil kommer også kongehusets egen Instagram-profil, hvor de også selv får de kongelige til at fremstå positivt. Generelt bliver kongehuset altså sat op på en piedestal, og dem, der følger med, får i høj grad præsenteret et glansbillede af kongehuset og de royale.

I kølvandet på showet *Danmarks dronning – den største tak* blev DR og TV2 kritiseret for det store hyldestshow. Journalist Mikkel Lind Sorgenfrey udtrykte i TV2's program *Presseløgen* den 21. januar 2024 en kritik overfor TV2 News' chefredaktør Anne Mette Svane: "De manipulerer med virkeligheden i stedet for at gøre det, som de skal – nemlig at dække virkeligheden, så befolkningen selv kan tage stilling til, om de kan lide monarkiet" (Tofte 2024). Anne Mette Svane afviser i programmet kritikken: "Vi er helt åbne omkring, at vi skaber begivenheden, men TV 2 er ikke kun et kritisk nyhedsmedie, vi er også en tv-station, der er der, hvor danskerne er" (ibid.). Der er altså forskellige holdninger til dette hyldestshow. Desuden kom vi i vores analyse frem til, at DR og TV2 var nærmest overdrevent positive i deres vinkling generelt, og derfor vil vi for det første gerne diskutere, om DR og TV2 i kraft af deres public service-status kan tillade sig at vise dette næsten overdrevne positive billede af kongehuset, eller om de skal forholde sig mere neutrale. Helliger formålet metoden? Hvis formålet blot er at samle danskerne om en begivenhed, skabe et fællesskab og et grundlag for, at danskerne kan være stolte af deres lille land, kan vi nemt argumentere for, at det er et nobelt formål, der gavner mange. Og så er det måske ligefrem at ønske, at de sætter et positivt lys over begivenheden?

Det er naturligvis svært at vide, præcis hvilket formål DR og TV2 havde i tankerne. Men kigger vi på DR, er det mest karakteriserende ved dem som institution, at de er Danmarks eneste public service-institution, der er hundrede procent licensfinansieret. Det vil sige, at det er danskerne selv, der betaler for, at DR kan lave tv, og derfor er der også stillet visse krav til DR og det indhold, de producerer. I den gældende public service-kontrakt for DR står der blandt andet:

Public service skal samle danskerne omkring et fælles udgangspunkt i dansk kultur, samfund og historie. (...) DR skal løfte sin demokratiske opgave ved at give alle borgere fri adgang til

et mangfoldigt og alsidigt indhold, der upartisk understøtter borgernes handleevne i det danske folkestyre og styrker dansk kultur og sprog (Kulturministeriet 2023).

Det står altså i DR's kontrakt, at de skal samle danskerne om den danske kultur og historie. Tager man dette in mente, lever DR med deres mediedækning af tronskiftet i høj grad op til deres kontrakt – danskerne blev i den grad samlet om begivenheden.

På den ene side har DR altså hjemmel for at udføre en massiv mediedækning samt producere et hyldestshow, eftersom formålet var at samle danskerne. På den anden side er det også DR's pligt at være upartiske, og det kan diskuteres, hvorvidt de var upartiske i forhold til dækningen af tronskiftet. En upartisk mediedækning havde måske været mere neutral og havde måske inviteret en kongehuskritiker ind i studiet for at vise flere perspektiver på sagen, men det var som bekendt ikke tilfældet. Her er det dog værd at understrege, at genren i sig selv ikke lægger op til, at de skulle være decideret kritiske eller negative i transmissionen. Med det in mente giver det mening, at DR var positivt stemte for at være med til at skabe en god og festlig dag, men det interessante opstår ved, at de er *overdrevent* positive i deres vinkling.

Således blev danskerne kun præsenteret for et glansbillede af kongehuset og især Frederik, hvilket ikke kan siges at være en upartisk dækning. Dette er ekstra interessant, da DR selv på deres hjemmeside skriver, at de vil "være et kritisk, uafhængigt og fair medie, som faciliterer en national samtale på tværs af befolkningen. For DR er netop for alle" (DR 2024h). I og med DR selv bekendtgør, at de vil være et kritisk medie, kan vi sætte spørgsmålstegn ved deres mediedækning af tronskiftet.

Det bliver dog i dette tilfælde en paradoksalt diskussion. DR skal ifølge deres public service-kontrakt både samle danskerne om historie og kultur og samtidig være upartiske og oplysende. Ved tronskiftet er det paradoksalt, da de to krav ikke let kan forenes. Hvis DR havde inviteret en kongehuskritiker i studiet, haft mere fokus på skandalerne og på den måde malet et mere neutralt og realistisk billede af den nye konge, havde udsendelsen været mere kritisk og upartisk. På samme måde kunne DR have valgt andre 'ekspertkilder' end to af Frederiks tætte relationer i deres dokumentar, hvilket ville have givet dokumentaren et mere upartisk udtryk. Desuden er hyldestshowet i sig selv et eksempel på, at DR tog parti, da showet kun blev til med det formål at hylde en magtinstitution. Havde DR valgt denne upartiske vinkel, havde de formentlig ikke samlet danskerne på samme måde. Seeren ville sandsynligvis ikke have samme følelse af glæde og fædrelandskærlighed, hvis DR's

mediedækning på denne måde havde været neutral og kritisk, og det ville på sin vis også have været ærgerligt.

I den forbindelse kan vi også diskutere, hvad vi mister ved, at DR og TV2 vælger denne overdrevne positive vinkel. Er det i virkeligheden så slemt? Naturligvis skal journalistik som bekendt være kritisk og undersøgende, men der er vel heller ikke noget galt i at skabe glæde blandt danskerne og minde dem om, at de faktisk har noget at være stolte over. Desuden er der også et klart argument for, at DR jo har ramt plet med både hyldestshowet i samarbejde med TV2 og transmissionen: Flere tusind mennesker mødte op til hyldestshowet fredag aften, hvor TV2 ovenikøbet måtte flytte det folkekære program *X Factor* (Nygaard 2024), og over tre millioner så med på enten DR1 eller TV2 søndag, da tronskiftet fandt sted (Uldall 2024). Disse ekstremt høje tal vidner i høj grad om en efterspørgsel på netop det, DR og TV2 leverede. Derudover deltog en hel masse seere i DR's transmission ved at sende hilsner og videoer ind, som løbende blev vist på skærmen, hvilket også vidner om, at danskerne aktivt fulgte med og ønskede at være en del af fællesskabet. Så på trods af, at DR og TV2 tog et valg på vegne af danskerne, ser det ud til, at det valg faldt i god jord. Alt dette sammen med overvægten af de positive kommentarer på Instagram og den generelle opbakning til kongehuset tyder altså på, at kritikerne i dette tilfælde er i undertal.

Om end kritikerne er i undertal, har de, med Mikkel Lind Sorgenfrey som repræsentant i dette tilfælde, ret i én ting: DR og TV2 skabte selv hyldestshowet *Danmarks dronning – den største tak* og dækkede det som en nyhed. Helt lavpraktisk har de altså brugt danskernes licenspenge til et stort show, hvor de kunne sige tak til dronningen og vise hende respekt – ligesom de også kunne gøre det to dage senere, da selve tronskiftet fandt sted, og DR som bekendt gav seeren mulighed for at sende personlige hilsner ind. På trods af at størstedelen af danskerne bakker op om det nye kongepar ifølge de Epinion-målinger, som DR viste frem i deres transmission, er der stadig folk derude, som ikke støtter op om kongehuset, og deres licenspenge er nu alligevel gået til et stort hyldestshow for dronningen. Men hvis ikke de to public service-kanaler skulle stable et show på benene, hvem skulle så? Netop DR og TV2 kan som landsdækkende medier nå ud til alle hjørner af Danmark og samle danskerne om at sige tak til den afgående dronning. Derudover kan vi argumentere for, at denne begivenhed er så sjælden og historisk, at det nærmest var oplagt, at public service-institutionerne skulle bruge det som en mulighed til at samle danskerne. Således er der mange vinkler på denne diskussion, og svaret afhænger af, hvem man spørger. En kongehussupporter ville formentlig synes, at de royale er værd al den skærmtid, de får, og de penge, der bliver brugt på dem, mens en kongehuskritiker ville synes det modsatte.

Vi mener dog, at de høje seertal til selve tronskiftet søndag den 14. januar 2024 samt de mange fremmødte til hyldestshowet indikerer, at danskerne overordnet set var optagede af DR og TV2's massive mediedækning, og at det ikke havde været det samme, hvis de havde været mere kritiske. Det var en begivenhed, som det denne gang var muligt at fejre i festlige rammer, eftersom den ikke kom på baggrund af et dødsfald, og vi kan argumentere for, at det i den grad skabte et grundlag for, at danskerne kunne samles i et affektivt fællesskab.

Netop også derfor kan vi diskutere, om det ligefrem blev en fordel, at DR og TV2 malede dette glansbillede af kongehuset. Der er ingen tvivl om, at medierne generelt spiller en yderst betydelig rolle ved begivenheder som tronskiftet, og i kraft af denne betydelig rolle får de helt automatisk også en vis magt i forhold til at påvirke seerne. Den vinkel, som medierne tager på et emne, er den vinkel, seerne får præsenteret. I dette tilfælde var det kun de to public service-institutioner, der transmitterede begivenheden, og dermed havde danskere kun mulighed for at følge med hos dem. Eftersom både DR og TV2 havde valgt denne næsten overdrevne positive vinkel, kunne seerne ikke komme udenom den, hvis de ville følge med i begivenheden.

Deres positivisme kunne dog i høj grad påvirke seerne til også at have en positiv attitude over for kongehuset og tronskiftet. Således kan vi tale om, at DR og TV2's positive vinkel skaber grundlag for, at disse tidligere nævnte affektive fællesskaber kan spire ud fra det eksisterende fællesskab om kongehuset. Medierne har altså et enormt talerør, og derfor kan vi også argumentere for, at det ligefrem blev en fordel, at DR og TV2 var så positive igennem transmissionerne.

Som at være der selv

Dertil spiller også det autentiske aspekt en stor rolle i skabelsen af disse fællesskaber. Et af formålene med en livetransmission er at give seeren en følelse af, at de selv er til stede ved den begivenhed, der bliver vist på tv. Ud fra vores analyse af DR's transmission kan vi konkludere, at transmissionen fremstår autentisk – både fordi DR har manipuleret repræsentationen af virkeligheden, men også fordi transmissionen bærer præg af at være live tv. Netop den måde, hvorpå transmissionen er tilrettelagt, gør, at seerne kan få en følelse af, at de selv havde været til stede på slotspladsen. Der opstår derfor også et paradoks; hvorfor møde op på slotspladsen, hvis man i virkeligheden får mere med ved at sidde derhjemme og tænde for tv'et? Det bliver et paradoks, fordi det er to forskellige former for nærhed, som henholdsvis seerne og de fremmødte får lov at opleve. Seerne får en følelse af nærhed, fordi de får det hele med og kommer tæt på begivenheden og hovedpersonerne. De fremmødte får

ikke det hele med eller kommer tæt på hovedpersonerne, men de får derimod mulighed for at opleve den anden form for nærhed, nemlig at blive en del af den crowd, der opstår på slotspladsen. Begge former for nærhed og følelsen af at være med er afgørende for det fællesskab, der var og stadig er omkring kongehuset samt det nye fællesskab, der blev skabt på baggrund af selve tronskiftet. Alene det, at seeren får muligheden for at følge med, selvom man ikke befinder sig der, hvor det sker, skaber altså et potentiale for, at man kan tage del i det fællesskab, der bliver vist på tv.

I vores analyse fandt vi frem til, at tronskiftet kan karakteriseres som et media event med træk fra mega-events. Det mest væsentlige træk fra mega-eventet er det transmediale aspekt, og det transmediale aspekt kan bidrage til at kortlægge, hvordan dette fysiske affektive fællesskab, der blev vist på tv, spredte sig til de sociale medier. Det affektive fællesskab på Instagram, som vi belyste i vores analyse, spillede ligeledes en stor rolle i dette affektive fællesskab. Det var særligt i kommentarsporerne til kongehusets Instagram-opslag, at dette fællesskab kom til syne. Det faktum, at der var så stor aktivitet fra kongehuset, skabte altså et sted, hvor folk kunne samles og dele deres tanker om tronskiftet. På den måde spillede Instagram en afgørende rolle for, at fællesskabet kunne brede sig og nå den størrelse, det gjorde. Helt konkret har vi i analysen af de affektive fællesskaber på Instagram kunnet observere, at folk dels tog del i fællesskabet der var, men også hvordan forskellige brugere smittede hinanden med affektive tilstande.

Dertil var det store fokus på følelser i løbet af transmissionerne med til at skabe et potentiale for, at dem, der så med derhjemme, blev smittet af de affektive tilstande, der blev vist på skærmen. Vores analyse viste, at de særligt i DR's transmission gjorde meget ud af at vise både store folkemængder, men også hvordan folk samledes i både store og små flokke hjemme i det private. Disse mange billeder af affektive fællesskaber illustrerede for seeren det fællesskabsskabende potentiale ved begivenheden, og de kom således til at fungere som en opfordring til at deltage i fællesskabet.

Der er altså ingen tvivl om, at mediernes rolle ved tronskiftet var uvurderlig. Både de to public service-institutioners transmissioner og medieindhold samt aktiviteten på Instagram skabte et grundlag for, at affektive fællesskaber kunne blomstre. I denne forbindelse er det interessant at diskutere, hvor stor betydning tronskiftet faktisk havde for det allerede eksisterende fællesskab omkring kongehuset. Hvordan ville fællesskabet have set ud, hvis *ikke* tronskiftet var blevet medieret? Det er naturligvis svært at svare på hypotetiske spørgsmål, men det er interessant at undersøge, hvilket fællesskab der nu kan observeres efter tronskiftet. Vi kommer ikke udenom, at det danske kongehus i rigtig mange år har haft en stor opbakning. Blandt andet viser en måling lavet af Epinion, at cirka 70 procent af de adspurgte danskere i målingen mener, at monarkiet bør bevares,

mens kun 17 procent mener, at det skal afskaffes (Pedersen 2023). Dertil viser andre målinger, at det nye kongepar har stor opbakning (Holm 2024). Den store opbakning vidner desuden om et fællesskab – med op til 70 procents enighed står man altså ikke alene som tilhænger af kongehuset. På baggrund af dette kan vi derfor argumentere for, at der allerede eksisterede et stærkt fællesskab om kongehuset inden medieringen af tronskiftet.

Danskhed som fællesnævner?

Vi kan desuden argumentere for, at dette allerede eksisterende fællesskab bunder i en nationalfølelse. Det har altid været kongehusets opgave at repræsentere Danmark i udlandet, og derfor er den støtte, der er til kongehuset, i høj grad forbundet med dansk stolthed. Ligesom sportsstjerner rejser til slutrunder for at repræsentere Danmark i deres respektive sportsgrene, rejser de kongelige ud for at repræsentere Danmark i udlandet på statsbesøg og så videre. Ifølge Gundelach er både danske sociale institutioner og opbygningen af det danske samfund noget, der er med til at styrke den nationale identitet i Danmark ved hver dag at bekræfte eksistensen af den. Man kan i høj grad argumentere for, at det danske kongehus som institution bekræfter eksistensen af den danske nationalitet, og derfor vil vi argumentere for, at der allerede eksisterede et nationalt affektivt fællesskab omkring kongehuset med rødder i en danskhedsfølelse.

Hvis vi går ud fra denne antagelse om, at der allerede eksisterede et nationalt fællesskab på grund af kongehuset og danskhedsfølelsen, kan vi argumentere for, at medierne ikke konstituerer et nyt fællesskab, men derimod i højere grad blot forstærker og støtter op om det affektive, danske fællesskab, der allerede eksisterede. Men denne observation kan ikke alene beskrive det fællesskab, der kom til syne. Som vi beskrev i analyseafsnittet om kongehusets Instagram, er det ikke kun danskere, der kommenterer og tager del i fællesskabet. I kommentarsporerne er der blandt andet kommentarer fra Belgien, USA og Australien, og derudover er mange af kommentarerne skrevet på engelsk. Det vidner altså om, at fællesskabet ikke kun opstår på baggrund af danskhed og national stolthed. For nogle handler det om at kunne få lov til at være en del af en historisk begivenhed, og for andre handler det om at vise deres støtte til Danmark og danskerne. Danmark er trods alt et af de lande med det ældste eksisterende monarki, og derfor er det ikke underligt, at så mange fra andre nationer finder det spændende og følger med. På samme måde er det også et blandet publikum, der følger med i eksempelvis store sportsbegivenheder. I fodboldfællesskaber følger nogle med, fordi de er store fodboldfans og kan lide at følge med i selve spillet, og andre følger med for at mærke, at man

står sammen som nation. Sådan forholder det sig også ved tronskiftet, hvor kommentarerne på kongehusets Instagram-profil vidner om, at nogle følger med, fordi de faktisk har en reel interesse i kongehuset og måske ovenikøbet vil betegne sig selv som royalister, mens andre følger med blot for at føle en national stolthed og samhørighed.

I forlængelse af det er det desuden vigtigt at understrege, at det ikke er alle, der deltager i dette fællesskab, som udviser den samme form for entusiasme for kongehuset. Nogle er næsten overdrevent begejstrede, og andre er bare glade for, at tronskiftedagen kunne være festlig og glad. Ens for alle dem, der deltager i dette store fællesskab, er dog, at de alle er positivt stemte over kongehuset. Her kan vi naturligvis kun spekulere, men der er i høj grad belæg for at tro, at DR og TV2's positive transmissioner og generelle mediedækning har meget at sige i danskernes positive tilgang til tronskiftet, eftersom over tre millioner danskere fulgte med i tronskiftet via de to kanaler (Uldall 2024).

Så hvad gør medierne for dette fællesskab? Der er ingen tvivl om, at vi kan takke medierne for, at fællesskabet kunne vokse sig så stort, som det gjorde. Havde det ikke været for den autentiske DR-transmission og det generelle store mediemæssige fokus på begivenheden, havde fællesskabet været begrænset af, at det kun var de, som mødte op på slotspladsen, der kunne tage del i fællesskabet. Det autentiske aspekt og følelsen af selv at være til stede bidrager altså i høj grad til, at fællesskabet kunne sprede sig over hele landet og verden og ikke kun lige dér på Christiansborg Slotsplads, hvor tronskiftet faktisk fandt sted. Dertil skabte Instagram som platform mulighed for, at brugerne kunne smitte hinanden med affektive tilstande og interagere med hinanden således, at der opstod et online affektivt fællesskab. Det nationale affektive fællesskab centreret om kongehuset eksisterede dog allerede og blev i høj grad forstærket af medierne – uden den massive mediedækning havde fællesskabet aldrig nået den størrelse, det har i dag.

Hvorfor følger vi med i disse begivenheder?

En begivenhed som et tronskifte i Danmark er i sig selv unik af karakter. Det sker meget sjældent, og det har stor betydning for mange danskere, da den nye regent bliver Danmarks ansigt udadtil. I dette tilfælde kan vi endda tale om, at begivenheden blev endnu mere unik end for 52 år siden, da Dronning Margrethe blev proklameret som dronning, eftersom dette tronskifte som bekendt ikke skete på baggrund af et dødsfald. Det tillod derfor også danskerne at fejre dagen i glade og festlige rammer.

Fejringen og ikke mindst mediedækningen af tronskiftet kender vi dog også fra andre begivenheder. Store sportstriumfer som Jonas Vingegaards Tour de France-sejre, EM-guldet i 1992 og diverse guldmedaljer til de danske håndboldherrer har affødt en lignende fejring og tilhørende mediedækning. Eksempelvis mediedækningen af fejringen af Jonas Vingegaards første Tour de France-sejr i sommeren 2022 havde mange ligheder med dækningen af tronskiftet. Ligesom den nye kongefamilie blev Jonas Vingegaard hyldet på en balkon foran tusindvis af fremmødte mennesker med danske flag. Ligesom Frederik, Mary og den afgående dronning blev transporteret fra Amalienborg til Christiansborg og retur, blev Jonas Vingegaard transporteret fra Københavns Lufthavn og til Rådhuspladsen i midten af København. Også her var gaderne fyldt med danskere, der stod langs ruten for at få et glimt af sejrherren og fejre ham (Billede 37).



Billede 37: Danskerne fejrer Jonas Vingegaard (Petersen 2022)

Faktisk ligner den rent tekniske mediedækning af disse to begivenheder i høj grad hinanden. Tempoet er langsomt, fordi køretøjerne helt lavpraktisk kører langsomt gennem gaderne med de mange mennesker, og der sker ikke meget mellem højdepunkterne. Der er et hav af kameraer sat op langs ruten og på henholdsvis Christiansborg og Rådhuspladsen, så seeren kan få alting med hjemme fra stuen. Således at man faktisk får mere med ved at blive hjemme og se begivenhederne på tv end at dukke op i virkeligheden, hvilket man ellers umiddelbart ville tænke gav den bedste oplevelse.

Derudover er der eksperter i studierne, som taler seeren igennem dagen, og deres store engagement smitter naturligt af på seeren.

Udover at fejringen af tronskiftet rent mediedækningsmæssigt ligner fejringen af andre store begivenheder, finder vi også ligheder mellem tronskiftet og andre mega-events. I analyseafsnittet vedrørende media events og mega-events skrev vi, at tronskiftet har ligheder med Tour de France. I det følgende vil vi kigge nærmere på disse ligheder, samt hvordan fællesskaber kommer til syne på baggrund af medieringen af store begivenheder. I den forbindelse vil vi desuden kigge nærmere på EM-slutrunden i herrefodbold i 2021 og vil til slut trække de tre mediebegivenheder sammen for at kunne sige noget overordnet om, hvorfor vi følger med i denne type mediebegivenheder.

Cykelløbet Tour de France har igennem årene udviklet sig en del og er i dag i høj grad et medieskabt event. Tour de France er et mønstereksempel på et mega-event, hvor medieringen spiller en afgørende rolle for, at folk kan følge med i begivenheden. Havde det ikke været for medieringen ville det kun være de folk, der mødte op i vejkanterne, der ville kunne se rytterne og dertil ville selv dem, der mødte op, kun være i stand til at se en lille brøkdel af cykelløbet. Selve transmissionen af cykelløbet er altså til for, at seeren kan få det hele med.

Tour de France har ligesom mange andre mediebegivenheder evnen til at samle folk både fysisk, men også online. I en analyse af Tour de France 2022 som mega-event konkluderer Mogens Olesen, at det fællesskab, der kunne observeres langs vejkanterne, også i høj grad kunne observeres på Twitter. Olesen skriver dertil, at fællesskabet, der kunne ses på Twitter, udtrykte en national stolthed, og derfor at begivenheden var med til at styrke en følelse af fællesskab og national identitet (Olesen 2023: 26).

En lignende konklusion kom vi selv frem til, da vi i vores bachelorprojekt analyserede slutrunden EM 2020 i herrefodbold. Efter en analyse af både transmissionen af Danmarks åbningskamp mod Finland, hvor Christian Eriksen faldt om på banen af et hjertestop, samt aktiviteten på Twitter og Instagram fandt vi ud af, at medieringen af kampen i høj grad var med til både at konstituere nye affektive fællesskaber og forstærke det affektive fællesskab, der allerede eksisterede om herrelandsholdet (Andersen & Pedersen 2022: 45). Mediebegivenhederne ligner dermed hinanden, blandt andet fordi mediernes rolle i alle tre begivenheder er afgørende for, at affektive fællesskaber opstår og forstærkes.

Udover disse ligheder har vi dog også tidligere konkluderet, at tronskiftet ikke på samme måde som Tour de France kan kategoriseres som et mega-event. Foruden det faktum at tronskiftet hverken vinder noget på turisme og økonomi, hvilket mega-events som regel gør, er tronskiftet også

grundlæggende forskelligt i og med, at der ved sportsbegivenheder er et naturligt element af spænding og uvidenhed. Hvad end det er en fodboldkamp eller en etape i et cykelløb, så kender seeren ikke på forhånd til resultatet af begivenheden. Dette gælder ikke på samme måde for tronskiftet, da det eneste ukendte her var, hvilket tøj de kongelige ville have på, hvordan Frederik ville klare sin tale og dertil hvad hans valgsprog ville være. Vi har tidligere antydnet, at transmissionerne af tronskiftet virkede overmedieret, og dette hænger i høj grad sammen med det faktum, at der i virkeligheden, sammenlignet med andre transmissioner af store begivenheder, ikke sker meget i løbet af den 13 timer lange transmission. Ved både Tour de France og EM i fodbold bidrager konkurrenceelementet til at skabe spænding og værdi, og fordi der ikke er den store spænding i løbet af transmissionen af tronskiftet, kan det hurtigt komme til at virke som om, at både DR og TV2 trækker tiden ud. På baggrund af det kan vi derfor argumentere for, at tronskiftet til en vis grad fremstår overmedieret.

Men hvorfor er det så, at vi følger med i denne type begivenheder? Fælles for alle tre begivenheder er, at nogle følger med, fordi de har en reel interesse i det, der bliver vist – hvad end de så er fodboldfans, går op i cykling eller er royalister. Men som vi også kan se ud fra både vores analyse af kommentarsporerne på kongehusets Instagram-profil, Olesens analyse af cykelfællesskaber på Twitter og vores tidligere analyse af fodboldfællesskaber på både Twitter og Instagram, så bygger fællesskaberne på noget andet end bare en interesse for begivenheden selv.

Ved alle begivenhederne, tronskifte som sportstriumfer, er der tre ting, der går igen: det danske flag, nationalmelodien og de røde og hvide farver. Dette vidner om den forbindelse, der er mellem så forskellige begivenheder som et tronskifte og eksempelvis en landskamp – nemlig danskheden. Ifølge Gundelach er de mange flag og nationalsangen, som seeren får med i transmissionerne af disse begivenheder, noget, der bekræfter eksistensen af det danske nationalitetsfællesskab. Det faktum, at så mange mennesker medbringer flag og synger med på nationalsangen, bekræfter altså danskheden både overfor seeren og dem, der er fysisk til stede, hvad enten det er et tronskifte eller en landskamp. Gundelach skriver som bekendt også, at 'danskerne søger sammenhold, og at det kræver loyalitet fra den enkelte at være med i det danske fællesskab' (jf. teoriafsnittet 'Nationalisme og danskhed'). Det kan være en forklaring på, hvorfor så mange mennesker møder op i København til disse begivenheder, ser med på tv eller deltager i fællesskabet på sociale medier. Hvis man mødte op på dagen til tronskiftet, blev man en del af det fællesskab, der blev skabt på slotspladserne, og hvis man fejrede det hjemmefra, kunne man stadig blive en del af fællesskabet via DR, der i høj grad inddrog seerne med blandt andet den tidligere nævnte mulighed for at sende hilsner og videoer ind.

Derudover er fejringen af nationale begivenheder ifølge Gundelach også noget, der bekræfter en nations eksistens, hvorfor hele denne tronskiftssøndag i sig selv bekræfter den danske nationalitet. Dertil er det også interessant, at mange af de fremmødte og sågar nogle af dem hjemme i stuerne som bekendt var klædt ud i dagens anledning. Mange havde royale accessories som ordensbånd, kongekroner og kongekåber på, og dette vidner om, at de gerne ville være en del af det danske fællesskab, der blev synligt under tronskiftet. På samme måde tropper mange fodboldfans op i en spillertrøje, vikingehjelme og med flag på kinderne, når der er landskamp. Således tyder det på, at danskerne gerne vil identificere sig med hovedpersonerne i den pågældende begivenhed, og disse hovedpersoner kommer da også til at fungere som forbilleder for danskerne. Den nye Kong Frederik blev ved tronskiftet Danmarks nye overhoved og ansigt udadtil, og sportsstjernerne, der kommer hjem med guldmedaljer om halsen, har allerede repræsenteret Danmark på fornemste vis i udlandet. Disse hovedpersoner bliver på den måde et symbol på det, vi kan være stolte over i Danmark. Når vores lille land bliver bemærket i udlandet, bliver vi danskere stolte og vil gerne vise frem. Derfor klæder vi os ud som en kongelig eller en landsholdsspiller for at føle, at vi er en del af fællesskabet. Hvis man har en landsholdstrøje på, når man er ude og se Danmark spille kamp, fortæller det andre omkring en, at man går op i fodbold og ønsker at støtte op om fællesskabet. På samme måde viser man, at man er royalist og vil støtte op om kongehuset, hvis man mødte op til tronskiftet i for eksempel en kongekrone og en kongekåbe. De røde og hvide farver, flaget og nationalsangen, som går igen ved alle begivenhederne, vidner om, at man er stolt af Danmark som land og gerne vil vise det frem.

I forlængelse af det vil vi inddrage Anderson og hans teori om det forestillede fællesskab. Ifølge Anderson har vi mennesker altid haft behov for at føle os som en del af et fællesskab og føle os forbundet til andre. Efter de religiøse fællesskabers sammenfald, søgte menneskene som bekendt dette behov i nationen (jf. teoriafsnittet 'Nationalisme og danskhed'), og det er tydeligt, at det stadig er tilfældet i dag – DR lægger her i hvert fald et solidt grundlag for, at danskerne kan samles over denne begivenhed. Derudover skriver Anderson om, hvordan vi igennem nationen søger forbundethed og at det nationale fællesskab består af forestillinger om fælles værdier og en fælles historie og kultur. Ud fra dette syn kan vi derfor argumentere for, at fællesskabet opstår på baggrund af det, kongehuset forbindes med – netop historie og kultur.

I vores demokratiske Danmark har vi mange forskellige emner, som danskerne har lige så mange forskellige holdninger til. Vi er uenige om mange ting, store som små. Men én ting, som mange danskere kan blive enige om, er at vi skal værne om den danske kultur. Når vi følger med i tronskiftet,

er det altså i lige så høj grad fordi det giver os muligheden for at samles om en fælles agenda. Det giver os muligheden for at søge tilhør og nærhed på tværs af vores interessefelter.

I indledningen stillede vi os selv et spørgsmål, der lød således: Er det i virkeligheden danskheden, der samler danskerne om disse begivenheder? På baggrund af Gundelachs syn på danskhed kan vi i høj grad argumentere for, at det netop kan være danskheden, der samler danskerne, eftersom denne er fællesnævneren for alle begivenhederne. Men tager vi Andersens teori om det forestillede fællesskab med i betragtning, behøver det ikke være danskheden alene, der ligger til grund for fællesskabet; fællesnævneren kan således også blot være et dybere behov for at føle tilhør.

Konklusion

Vores overordnede interesse, som dette projekt bygger på, er medier, affekt og fællesskaber. I vores indledning stillede vi nogle undrende spørgsmål, som vi ønskede at finde svar på ved at benytte det danske tronskifte, der fandt sted den 14. januar 2024, som case. Tronskiftet var en stor begivenhed, der blev genstand for en massiv mediedækning, og derfor behandlede vi det som en mediebegivenhed. I den forbindelse ønskede vi at finde ud af, hvordan DR og TV2 vinklede deres mediering af tronskiftet, samt hvilke fællesskaber der kom til syne under tronskiftet blandt andet som følge af medieringen. Dertil ønskede vi at undersøge de sociale mediers betydning for disse fællesskaber. Denne generelle undren blev grundlaget for vores problemformulering, som lyder:

Hvordan vinklede DR og TV2 deres mediering af tronskiftet? Hvordan kommer affekt til udtryk i henholdsvis DR's transmission og på Instagram, og hvordan bidrager medieret autenticitet til at konstituere og forstærke det affektive fællesskab omkring tronskiftet? Hvilken rolle spiller medierne i dette affektive fællesskab, og hvorfor følger vi overhovedet med i store begivenheder som tronskiftet?

Generelt har DR's transmission af tronskiftet et nærmest overdrevent positivt udtryk. Al negativitet og snak om skandaler bliver nedtonet af værterne, der gennem hele udsendelsen holder stemningen og udtrykket positivt og festligt. Der er i høj grad fokus på følelserne, både i studiet og ude i marken, hvor DR's reportere spørger de fremmødte danskere ind til deres oplevelse af dagen, og hvad det

betyder for dem. Alt det negative drukner i fest, glæde og rørstrømskhed. Transmissionen fremstår desuden autentisk, eftersom vi kunne observere adskillige af Enlis autenticitetsmarkører i udsendelsen. Eksempelvis har DR kameraer overalt, der filmer begivenheder fra samtlige vinkler, hvilket bidrager til en autentisk følelse. Derudover er transmissionen også blot autentisk i sig selv grundet live-elementet, der også har en generel stor betydning. Dette autentiske aspekt sammen med live-elementet gør, at seeren kan få en følelse af selv at være til stede ved begivenheden.

DR's store fokus på følelserne giver desuden mulighed for, at seeren kan blive smittet af den affekt, der bliver vist på tv, og dette beviser den store aktivitet på kongehusets' Instagram-profil. Kongehuset lagde selv mange billeder op fra tronskiftet på dagen, og mange af disse billeder kom til at fungere som affektive retningsgivere. I kommentarsporet til disse billeder var der en overvægt af personlige og sociale kommentarer, og de mange kommentarer til kongehusets opslag den 14. januar 2024 vidner altså om et nyt online affektivt fællesskab, der blev konstitueret på baggrund af tronskiftet. Folk kommenterede og likede hinandens kommentarer, og derfor kan vi se tegn på affektsmitte. På baggrund af kommentarsporet kan vi desuden konkludere, at der opstod en online crowd, eftersom de mange brugere delte de samme følelser og derfor blev til én mental enhed. Dette nye affektive fællesskab kom dog ikke ud af det blå; der var i forvejen et affektivt fællesskab om kongehuset, som blev forstærket i forbindelse med tronskiftet.

Al denne aktivitet på Instagram vidnede dertil om et transmedialt aspekt, hvorfor vi kan kategorisere tronskiftet som et media event med træk fra mega-events. Det er et media event, fordi det var en historisk begivenhed, som afbrød en rutine, og som samlede seere i Danmark og resten af verden foran tv'et. Derudover var tronskiftet monopolistisk i den forstand, at de to største kanaler i Danmark ryddede sendefloden på grund af begivenheden. Dertil var begivenheden organiseret udenfor medierne, og seeren kunne følge med i begivenheden live. Det transmediale aspekt gør dog, at media event-begrebet ikke alene kan kortlægge tronskiftet som begivenhed, og derfor kategoriserer vi tronskiftet som et media event med træk fra mega-events.

I vores komparative analyse fandt vi ud af, at både DR og TV2 har et generelt overdrevent positivt udtryk i deres medieindhold. Begge transmissioner, dokumentarerne samt det store hyldestshow vidner om en ukritisk mediedækning af kongehuset. Uanset om man så med hos DR eller TV2 for at følge med i tronskiftet, fik man således et positivt billede præsenteret af kongehuset. I kraft af de to institutioners public service-status diskuterede vi, hvorvidt det måske blev en fordel, at de var overdrevent positive, hvis resultatet var, at det skabte bedre muligheder for at samle

danskerne om begivenheden. Her kom vi frem til, at formålet helliger metoden. DR og TV2 skabte altså med deres positive vinkel grundlag for, at der kunne opstå affektive fællesskaber.

Vi ønskede desuden at undersøge mediernes generelle rolle i de affektive fællesskaber, der opstår i forbindelse med begivenheder som tronskiftet, og hertil inddrogede vi Tour de France og EM 2020. Vi kan konkludere, at medierne spiller en meget værdifuld rolle i disse fællesskaber, der opstår ved store begivenheder. Uden medierne kan seeren ikke følge med hjemme fra stuen og på den måde blive en del af fællesskabet, ligesom at man uden de sociale medier ikke kan interagere med hinanden og smitte hinanden med affekt, hvilket i sidste ende gør, at affektive fællesskaber kan opstå.

Vi ønskede desuden at undersøge, hvorfor vi danskere overhovedet følger med i begivenheder som tronskiftet. Her fandt vi ud af, at danskheden er en fællesnævner for de tre begivenheder, og at den derfor kan siges at skabe grobund for, at fællesskaberne kan opstå. Dog kom vi også frem til, at selve følelsen af at føle tilhør, hvilket danskheden også bundet i, også kan siges at være fællesnævneren for begivenhederne. Følelsen af tilhør danner således selve grundlaget for, at fællesskaberne kan opstå, fordi vi mennesker helt automatisk søger efter fællesskaber. Derfor kan vi konkludere, at danskhed i høj grad har betydning for disse fællesskaber, men at følelsen af tilhør spiller en lige så stor, hvis ikke større, rolle.

Alt i alt kan vi altså takke medierne for, at disse fællesskaber overhovedet kunne opstå. Medierne muliggjorde således, at danskerne kunne samles i et varmt fællesskab på en ellers kold januardag.

Litteraturliste

- Ahmed, Sara, 2004: "Introduction: Feel Your way" i *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Andersen, Michael Bruun, 2013: "Live" i *Medie- og kommunikationsleksikon*, Samfundslitteratur, Frederiksberg. Sidst besøgt 14.03.24:
<https://medieogkommunikationsleksikon.dk/live/>
- Andersen, Laura Bønnelykke & Pedersen, Signe Bak, 2022: *Fodboldfeber. En ny pandemi*. Aalborg Universitet, Aalborg
- Anderson, Benedict, 2001: *Forestillede Fællesskaber. Refleksioner over nationalismens oprindelse og udbredelse*. Roskilde Universitetsforlag, Frederiksberg
- Back, Tobias Boelt, 2021: "Talkshow" i *Medie- og kommunikationsleksikon*, Samfundslitteratur, Frederiksberg. Sidst besøgt 14.03.24:
<https://medieogkommunikationsleksikon.dk/talkshow/>
- Brennan, Teresa, 2004: "Introduction" i *The transmission of affect*. Cornell University Press, Ithaca
- Bondebjerg, Ib, 2008: "Autentisk kreativitet: en ny genreteori for dokumentarismen" i *Virkelighedens fortællinger. Den danske tv-dokumentarismes historie*. Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Dayan, Daniel & Katz, Elihu, 1992: "Defining Media Events: High Holidays of Mass Communication" i *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press, Cambridge
- DR, 2024a: "Tronskifte: Danmark vågner til en historisk dag", optagelse på *dr.tv*.

- DR, 2024b: “Tronskifte: Danskerne varmer op til tronskiftet, og verden følger med”, optagelse på *dr.tv*
- DR, 2024c: “Tronskifte: H.M. Dronningen og kronprinsparret kører mod Christiansborg”, optagelse på *dr.tv*
- DR, 2024d: “Tronskifte: H.M. Kong Frederik 10. udråbes til konge af Danmark”, optagelse på *dr.tv*
- DR, 2024e: “Tronskifte: Kongeparret kører i karet gennem København, og de kongelige faner overføres på Amalienborg”, optagelse på *dr.tv*
- DR, 2024f: “Tronskifte: Danmark har fået ny konge”, optagelse på *dr.tv*
- DR, 2024g: “Frederik X – Konge af Danmark”, dokumentar på *dr.tv*. Sidst besøgt 13.05.24: https://www.dr.dk/drtv/program/frederik-x-_-konge-af-danmark_431973
- DR, 08.04.24h: “DR – kort fortalt”, infoside på *dr.dk*. Sidst besøgt 19.05.24: <https://www.dr.dk/om-dr/organisationen/dr-kort-fortalt>
- Enli, Gunn, 2015: *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. Peter Lang Publishing, New York
- Frandsen, Kirsten, 2020: “Tour de France. The mediatization of a mega-event” i *Sport and Mediatization*. Routledge, London
- Gundelach, Peter, 2002: “*Det er dansk*”. Hans Reitzels Forlag, København
- Holm, Christian, 12.01.24: “Ny måling viser bred opbakning til det nye kongepar: 'Så er der næsten også kun én mulig udvikling'”, artikel på *dr.dk*. Sidst besøgt 15.05.24: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/ny-maaling-viser-bred-opbakning-til-det-nye-kongepar->

[saa-er-der-naesten-ogsaa-kun-en](#)

- Jerslev, Anne, 2017: “Dokumentaren – kreative bearbejdninger af virkeligheden” i Schantz Lauridsen, Palle & Svendsen, Erik (red.): *Medieanalyse*. Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Jerslev, Anne, 2022: “Contemporary ceremonial media events – time and temporalities of liveness” i *Nordic Journal of Media Studies*. Nordicom, Göteborg
- Klasttrup, Lisbeth, 2016: “Hvad er sociale medier?” i *Sociale netværksmedier*. Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Knudsen, Britta Timm & Stage, Carsten, 2012: “Contagious bodies. An investigation of affective and discursive strategies in contemporary online activism” i *Emotion, Space and society*. Elsevier, Amsterdam
- Kulturministeriet, 14.06.23: “DR’s PUBLIC SERVICE-KONTRAKT FOR 2024-2026”, kontrakt på *kum.dk*. Sidst besøgt 13.05.24:
https://kum.dk/fileadmin/_kum/2_Kulturomraader/Medier/DR/Public_service-kontrakt_for_DR_2024-2026.pdf
- Lauridsen, Palle Schantz, 2017: “Tv – fra broadcasting til streaming” i Lauridsen, Palle Schantz og Svendsen, Erik (red.): *Medieanalyse*. Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Marriott, Stephanie, 2007: “The Meaning of Live” i *Live Television. Time, Space and the Broadcast Event*. SAGE Publications, London
- Massumi, Brian, 2002: “The autonomy of affect” i *Parables for the virtual: Movement, Affect, Sensation*. Duke University Press, London
- Massumi, Brian, 2009: “Of Microperception and Micropolitics. An Interview with Brian Massumi.” i *Inflexions: A Journal for Research-Creation*

- Nygaard, Laura Rode, 12.01.24: “Derfor er 'X Factor' flyttet i aften”, artikel på *tv2.dk*. Sidst besøgt 19.05.24: <https://underholdning.tv2.dk/2024-01-10-derfor-er-x-factor-flyttet-i-aften>
- Olesen, Mogens, 2023: “My sense of nationality goes totally berserk” i *MedieKultur*. SMID
- Pedersen, Marie Lagoni, 30.12.23: ”Ny måling viser høj opbakning til kronprinsparret”, artikel på *dr.dk*. Sidst besøgt 15.05.24: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/ny-maaling-viser-hoej-opbakning-til-kronprinsparret>
- Petersen, Jacob Qvirin, 27.07.22: “Se alle de bedste billeder fra hyldesten”, artikel på *tv2.dk*. Sidst besøgt 29.05.24: <https://sport.tv2.dk/cykling/2022-07-27-se-alle-de-bedste-billeder-fra-hyldesten>
- Reestorff, Camilla Møhring, 2016: “Affekt” i *Medie- og Kommunikationsleksikon*. Samfundslitteratur, Frederiksberg. Sidst besøgt 19.11.21: <https://medieogkommunikationsleksikon.dk/affekt/>
- Reestorff, Camilla Møhring & Stage, Carsten, 2018: “Medier og affektteori”, s. 312-329 i Lauridsen, Palle Schantz & Svendsen, Erik (red.): *Medieteor*i. Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Schrøder, Kim, 2013: “Kvalitative og kvantitative metoder” i *Medie- og Kommunikationsleksikon*. Samfundslitteratur, Frederiksberg. Sidst besøgt 24.05.24: <https://medieogkommunikationsleksikon.dk/kvalitative-og-kvantitative-metoder/>
- Simonsen, Amalie Rokkedal, 08.01.24: “Kongehuset er en forestilling indhyllet i tryllestøv, mener kritiker – og det skal vi gøre op med”, artikel på *dr.dk*. Sidst besøgt 17.04.24: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/kongehuset-er-en-forestilling-indhyllet-i-tryllestoev-mener-kritiker-og-det-skal-vi>
- Stage, Carsten, 2013: “The Online Crowd: A Contradiction in Terms? On the potentials of Gustave Le Bon's crowd psychology in an analysis of affective blogging” i *Distinktion*. Routledge, London

- Statsministeriet, 01.01.24: “Statsminister Mette Frederiksens nytårstale den 1. januar 2024”, tale på *statsministeriet.dk*. Sidst besøgt 10.05.24:
<https://www.stm.dk/statsministeren/taler/statsminister-mette-frederiksens-nytaarstale-den-1-januar-2024/>
- Tofte, Lars Keinicke, 21.01.24: “TV 2 og DR beskyldes for manipulation i dækningen af tronskiftet”, artikel på *tv2.dk*. Sidst besøgt 13.05.24: <https://nyheder.tv2.dk/samfund/2024-01-21-tv-2-og-dr-beskyldes-for-manipulation-i-daekningen-af-tronskiftet>
- Trolle, Jakob Slyngborg, 14.01.24: “Når vi snakker om Frederiks folkelighed, så er vi også nødt til at sige, at der har været en del ups'ere”, artikel på *dr.dk*. Sidst besøgt 17.04.24:
<https://www.dr.dk/nyheder/indland/naar-vi-snakker-om-frederiks-folkelighed-saa-er-vi-ogsaa-noedt-til-sige-der-har>
- TV2, 2024a: “Danmarks nye konge”, dokumentar på *TV2 play*. Sidst besøgt 13.05.24:
<https://play.tv2.dk/afspil/34f4fd2c-5e75-486d-8947-38b125e6495c>
- TV2, 2024b: “Danmarks dronning - den største tak”, optagelse på *TV2 play*. Sidst besøgt 13.05.24: <https://play.tv2.dk/serie/danmarks-dronning-den-stoerste-tak-tv2>
- TV2, 2024c: “En historisk dag er i vente”, optagelse på *TV2 Play*. Sidst besøgt 14.05.24:
<https://play.tv2.dk/afspil/11cda50a-9184-43e6-afd3-6b6eac44ad02>
- TV2, 2024d: “Kongeparret kører i karet gennem København”, optagelse på *TV2 Play*. Sidst besøgt 14.05.24: <https://play.tv2.dk/afspil/96b7942d-2a31-4a56-a7c1-465a0c985117>
- TV2 News, 12.01.24: “Regeringen vil afsætte flere penge til kongehuset”, nyhed på *TV2 News*. Sidst besøgt 08.05.24:
<https://nyheder.tv2.dk/video/dXJuOnR2MjpbXM6YnJpZ2h0Y292ZTp2aWRlbzo2MzQ0NzQwMDk1MTEy>

- UEFA.com, 03.07.21: “In numbers: the UEFA EURO 2020 International Broadcast Centre”, artikel på *uefa.com*. Sidst besøgt 07.03.24: <https://www.uefa.com/returntoplay/news/026b-12aac44296ed-e5a911ee145e-1000--in-numbers-the-uefa-euro-2020-international-broadcast-centre/>
- Uldall, Rosa, 15.01.24: “Over tre millioner fulgte tronskiftet på DR og TV2”, nyhed på *dr.dk*. Sidst besøgt 09.05.24: <https://www.dr.dk/nyheder/seneste/over-tre-millioner-fulgte-tronskiftet-paa-dr-og-tv2>
- @detdanskekongehus, u.å. Sidst besøgt 02.06.24: <https://www.instagram.com/detdanskekongehus/?hl=da>