

Viraler og memer

Jørgen Riber Christensen, lektor
Institut for Kommunikation og Psykologi, Aalborg Universitet

Besvar de to opgaver i grupper på ca. 3 personer.

[AAU Play](#) / august 2020



AALBORG UNIVERSITET



Viraler

- ▶ Korte videoer på sociale medier.
- ▶ Distributionen vokser ekspositionelt som en smittefarlig virus. Og mellem venner.
- ▶ Viraler giver modstridende følelser hos aflæserne.
- ▶ Afsenderen er labil med forskellige identiteter.
- ▶ Viraler overskrider gængs moral og politisk korrekthed.
- ▶ Viraler viser brudflader i kultur og samfund.





Memer

- ▶ Memer er foranderlige, de genbruges i aktuelle sammenhænge.
- ▶ Memer er spin-offs af viraler.
- ▶ Mindre spredning end en viral.
- ▶ Folkeeventyrenes motiver.





Opgave 1: VisitDenmark og Do it for Denmark

Sammenlign de to virale reklamer:

- Hvordan præsenterer afsenderne sig?
- Diskuter om reklamerne er ok eller om de er anstødelige?

Brug QR-koderne eller find videoerne på YouTube : "visitdenmark karen" og "do it for denmark".

VisitDenmark



Do it for Denmark



VisitDenmark

SENESTE NYT < > Red Barnet: Undskyld til grønlandske børn

TIP OS INDHOLD SØG

Dansk Kvindesamfund: Fup-video er forkastelig



▲ "Karen" på videoen siger at hun søger faderen til lille August, som er undfanget under en våd tur med en udlænding i Nyhavn. Foto: YouTube

Afsløringen af, at en ung mors jagt på internettet efter faderen til sin søn i virkeligheden er et reklamestunt, vække vrede og harme.

Mandag den 14. september 2009, 10:00

Videoen med en dansk kvinde, der søger faderen til sin søn, greb mang hjerter. Men den er i virkeligheden en reklame for turistorganisationen VisitDenmark.

Hos Dansk Kvindesamfund kalder forkvinde Karen Hallberg reklamen for "forkastelig".

- Danmark skal ikke sælges på, at kvinder er nemt tilgængelige. Jeg vil afgjort opfordre VisitDenmark til at finde på en anden form for reklame, siger Karen Hallberg.

Den falske mors hjemmeside svømmer nu over med vrede kommentarer fra mennesker, der føler sig snydt. Og vrede danskere kimer den statsstøttede turistorganisation VisitDenmark, der står bag reklamen, n med harmdirrende kommentarer.

Print Send Del
Modtag nyhedsbreve
Mobilnyheder
Breaking news på mobilen



Forkvinden for Dansk Kvindesamfund Karen Hallberg. Arkivfoto: Mogens Flindt

SENESTE NYT FRA DANMARK

ØRKENENS SØNNER

Køb din billet
KLIK HER

Det handler om
at være tyk!

LYT MED HER

Management Agency.dk

PÅ BERLINGSKE.DK LIGE NU

- Seneste nyt Meest populære - 3 timer
- Ingen panik i kriseramte zoologiske haver (12:13)
 - Ploven standser ikke for en døende mand (12:00)
 - Fredens fjender rører på sig (11:43)
 - Lokal magtesløshed over for saudi-ambassade (11:43)
 - DF åbner for kommuner på lomme penge (11:30)
 - Blackwater stadig på USA's lønningsliste (11:22)
 - Kobbervve løb med strømmen i Næstved (11:05)
 - Thor P: Vi behandler ikke veteraner godt nok (11:01)
 - Ekspert vil fjerne overforbrug med kvoter (11:00)
 - Kidnappet dansk-tyrker flygter til Danmark (10:59)
 - Clinton: Sidste chance for fred (10:19)
 - København vil udnytte tomme kommunekasser (10:00)
 - Festdeltager død i villabrand (09:45)
 - Grafik: P-anlæg ved den kollektive trafik (09:45)

Nyhedsoversigt Berlingske RSS

annonce

Mød en kvinde i aften!!!
Begynd din erotiske eventyr på C-Date lige nu. Klik her!
www.c-date.dk

Høje afkast på solenergi
Høje årlige udbyttebetalinger i A/S selskaber. 15-20% årligt i 20 år.
www.obton.com/solenergi

OpenAdExchange



Can sex save Denmark's future??

Denmark faces a crisis. Our birthrate is at a 27 year low. At Spies we're concerned. Fewer Danes mean fewer to support the ageing population - and tragically, fewer holidaying with us. Research shows that Danes have 48% more sex on city holidays and since more sex equals the chance of more kids, we are prescribing a romantic city holiday to save Denmark's future. [Let's save the future of Denmark with romance!](#)



Do it for Denmark



Opgave 2: Find den meme eller viral I synes bedst om for tiden

- ▶ Del linket med hinanden og svar på disse spørgsmål:
 - ▶ Hvorfor den appellerer til jer.
 - ▶ Er den anstødelig, sjov, sød, fræk, politisk ukorrekt eller hvad?
 - ▶ Hvordan er den distribueret? Instagram, Facebook eller hvor?



Læs videre om memmer og viraler:

- ▶ Jørgen Riber Christensen. [The Star Wars Kid and the Bedroom Intruder - Panopticon or Subversion?](#) *Akademisk kvarter* nr. 3, 2011, 135-146.
- ▶ Jørgen Riber Christensen. [Viral markedsføring - hvad, hvordan og hvorfor?](#) i *Samson* #1, april 2011, pp. 8-10.
- ▶ Jørgen Riber Christensen. Virale reklamevideoer Transgression, markedsføring og sociale medier i *Reklame - eller hvordan sætter man sving i bevidstheden?*, red. Jørgen Stigel, Systime, Aarhus, 2012, pp. 203-231
- ▶ Jørgen Riber Christensen. Viral kommunikation og sentimentalitet: Hadde du gitt jakken din til Johannes?. I [Dansk Noter nr. 3, September 2014, s. 18-23.](#)
- ▶ Jørgen Riber Christensen. *Viraler og memmer*, Aalborg Universitetsforlag, 2020, 78 sider.

