



Kommunikation og digitale medier, 6. semester, Mediefag, Aalborg

Semesterbeskrivelse forår 2017

Oplysninger om semesteret

Skole: Skolen for Communication, Art and Technology (CAT)

Studienævn: Kommunikation og digitale medier

Studieordning:

http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/84/84311_studieordning_ba_ka_sidefag_mediefag_2013_hum_aau.pdf

Semesterets temaramme

Dette semester er præget af medieret formidling og kommunikation plus film- og medieanalyse.

Semestret bevæger sig mellem en bredere kommunikationsopgave, hvor de studerende skal løse en kommunikationsopgave (medieret strategisk kommunikation) og involverer samtidig et mere kompakt analytisk kursus af film og medier, som styrker de studerendes analytiske færdigheder (film- og medieanalyse).

Medieret strategisk kommunikation er et omfattende kursus, som berører væsentlige dele af den strategiske kommunikation, herunder rekvirentforståelse, konceptudvikling, modtagerforhold samt konkret anvendelse af kvalitative og kvantitative metoder. Hertil vægtes et audiovisuelt produkt som er direkte relateret til rekvirenten og således får et problemorienteret, kommunikativt formål. Et væsentligt læringsmål ved kurset består i, at de studerende skal være i stand til at identificere og formidle aktuelle kommunikationsopgaver til en defineret målgruppe.

Film- og medieanalyse er et mere konkret næranalytisk orienteret kursus, hvor de studerende skal være i stand til at foretage analyser af audiovisuelt indhold på tekstens niveau. Dvs. der er tale om næranalyse indenfor værkets rammer, og omfatter både film og tv. Kurset suppleres desuden med et genrebestemt, mindre kursus i Science fiction-genren. Læringsmålet er ved dette kursus er, at de studerende bliver i stand til at forholde sig til og identificere analytiske til mediernes udtryksmæssige komponenter, som kan anvendes i formidlingsmæssige sammenhæng, men som også kan anvendes i konkrete medieproduktionssituationer.

Semesterets organisering og forløb

Der er to prøver på semestret: 1. Medieret strategisk kommunikation 2. Film og/eller medieanalyse

Obligatorisk litteratur for 6. sem.: Rose & Christiansen: Analyse af billedmedier, Forlaget Samfundslitteratur, 2009 (2. ed.), ISBN-10 nr. 9788759314500, ISBN-13 nr. 9788759314500 Preben Sepstrup og Pernille Fruensgaard: Tilrettelæggelse af information, 4. udgave, Academica: København, 2010 (ISBN-10 nr. 9788776757601, ISBN-13 nr. 9788776757601)

Kurset Medieret strategisk kommunikation er grundlæggende en indføring i at løse en kommunikationsopgave vha. medier. Projektet består af en audiovisuel produktion samt en dertil knyttet projektrapport. Modulet medieret strategisk kommunikation foregår i samarbejde med eksterne rekvirenter.

Kurset Film og/eller medieanalyse introducerer til forskellige værkanalytiske teorier og metoder med tilknytning til film og medier. Endvidere vil filmens og mediernes særegne æstetik og narrative virkemidler blive introduceret i relation til specifikke film og mediegener.

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Ankerlærer: Thomas Mosebo Simonsen

Fagkoordinator: Jørgen Riber Kristensen

Sekretær: Jette Due

Modulbeskrivelse: "Medieret strategisk kommunikation"

"Medieret strategisk kommunikation"

20 ECTS svarende til 550 arbejdstimer

Placering

6. Semester

Studienævn Kommunikation og digitale medier, sidefaget mediefag

Modulansvarlig: Thomas Mosebo Simonsen

Type og sprog

Dansk

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om:

- kommunikations- og kampagnestrategi
- praktisk kommunikationsteori på et forskningsbaseret grundlag
- målgruppeteorier
- kvantitative og kvalitative undersøgelsesmetoder
- medieforståelse med et særligt fokus på nye medier
- audiovisuelle mediers anvendelsesmuligheder i relation til formål, genre, rekurrent og målgruppe.

Færdigheder i:

- at kunne undersøge og evaluere allerede eksisterende kampagner
- at kunne arbejde strategisk og innovativt i forhold til udvikling af mediekoncepter i bred forstand
- design og produktion af et audiovisuelt medieprodukt med henblik på strategisk kommunikation.

Kompetencer til:

- at kunne ideudvikle et koncept gennem velreflekterede strategiske valg og fravalg, der tager afsæt i en valgt kommunikationsstrategi
- refleksion over brug af metoder og teori i arbejdet med kommunikationsstrategi, projektstyring og konceptudvikling.

Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre

Strategisk medieret kommunikation indgår i mediefag, så dets kompetencer kan bruges i erhvervsliv og organisationer som formidler og kommunikationsmedarbejder, som vi har erfaringer med at en del af de studerende i fremtiden kommer til at arbejde med ligesom modulets praktiske, produktive metodik er uundværlig inden for ungdomsuddannelserne som underviser, hvor strategisk kommunikativ i stigende grad også ses anvendt. Modulet er en progression fra medieproduktion 1 og 2 i den forstand, at det audiovisuelle produkt nu indtræder i en kommunikationsproces, hvor både afsender og modtager skal indtænkes og således skærpes både de genre-mæssige og kommunikative krav ved produktet.

Film- og medieanalyse styrker de studerendes analytiske evner og lægger samtidig op til 8 sem. værkanalyse, hvor de næranalytiske elementer udbygges med en bredere analytisk og metodisk forståelse og således er et analytisk fundament for de studerende, som også kan anvende kurset i konkrete formidlingssituationer samt i fremtidige produktionsopgaver.

Omfang og forventet arbejdsindsats

550 arbejdstimer per studerende i alt, der udmøntes i kursusdeltagelse, forberedelse hertil, produktion, møder

med ekstern rekvisit, projektarbejde og eksamen.

Deltagere

Studerende på 6. sem. mediefag

Deltagerforudsætninger

5. sem. mediefags moduler:

- Medieproduktion 1: tv
- Medieproduktion 2: film

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

I tilknytning til modulet udbydes indenfor følgende områder

- Audiovisuel strategisk medieproduktion
- Projektstyring
- Manuskriptskrivning
- Målgruppeforståelse
- Kvalitative og kvantitative metoder
- Strategisk konceptudvikling
- Strategisk anvendelse af sociale medier – herunder audiovisuel viral markedsføring.
- Kommunikationsstrategisk design

Disse udmønter sig i følgende Kursusgange og workshops:

KURSUSGANGE:

1) Introduktionsforelæsning: Thomas Mosebo

Kursusgangen beskriver kursets konkrete formål og fokusområder og gennemgår desuden hvad der forstås ved medieret strategisk kommunikation. Der eksemplificeres desuden med eksempler fra tidligere projekter.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Mie Femø Nielsen (2014) Strategisk Kommunikation –kap. 1 (pp. 13-40)	28		x

Tidligere projekter via disse links:

[Formidlingsprojekt: Brain \(Formidling, 6. sem.\) Link til produktionen her](#)

[Formidlingsprojekt: Trygfonden \(6. sem.\) Link til produktionen](#) (password er i projektet)

Studieordningens § 12 Modulet "Medieret strategisk kommunikation" via linket: **BA- og KA-sidefag i Mediefag fra 2013**

2) Reklameproduktion og audiovisuel organisationskommunikation: Thomas Mosebo

Kursusgangen handler om de private virksomheders og de offentlige institutioners programformer og strategiske dagordener. De audiovisuelle og digitale medier inddrages i mange informations- og formidlingsopgaver, både inden for den private og den offentlige sektor. Her kortlægges formål, strategi og anvendelsessammenhænge inden for audiovisuel information og markedsføring. Kurset giver en overordnet forståelse af de genre-mæssige, strategiske og formsproglige karakteristika inden for feltet.

Litteratur:

Litteratur

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Jørgen Stigel (2012) <i>Udviklinger i morskaben i dansk tv-reklame. I "Reklame eller hvordan man sætter svinger i bevidstheden"</i> . (pp. 17-48)	32		X
Christiansen, H.C (2014) <i>Reklameanalyse i Analyse af Billedmedier</i> (pp. 393-441)		49	
Peter Harms Larsen: "De levende billeders dramaturgi – TV", DR Multimedie 2003		20	

3) Metode #1: Kvalitative og kvantitative metoder: Thomas Mosebo

Kursusgangen introducerer kvalitative og kvantitative metodiske tilgange med hovedvægt på det kvalitative interview og spørgeskemaer. Hertil inddrages også kort målgruppeteorier.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Kvale, S. og S. Brinkmann. 2009. <i>Interview - introduktion til et håndværk</i> , kap 6-8 (pp.119-179).	61		x
Hansen, N.H., B. Marchmann og E.N. Nielsen. 2008. <i>Spørgeskemaer i virkeligheden</i> , kap 3-5 (pp. 41-92).	52		x

4) Metode #2: Undersøgellesdesign: Stinne Strøm Kroager

Kursusgangen introducerer til metodedesign og hvorledes enhver undersøgelse må være konsistent på tværs af ontologiske, epistemologiske og metodologiske perspektiver. Desuden bygges der videre på metode 1 og vi skal omkring interview, eksperimentelle metoder og spørgeskema.

Litteratur

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
John W. Creswell. 2009. <i>Research Design</i> . SAGE: London. Kap. 1. (3-21).	20		x
John W. Creswell. 2009. <i>Research Design</i> . SAGE: London. Kap. 5. (97-111).	15		

5) Metode #3: Publikumsforskning – Receptionsanalyse: Stinne Gunder Strøm Krogager

Kursusgangen introducerer til Receptionsanalyse. Traditionen kontekstualiseres historisk, teoretisk og metodisk, og der trækkes på både metode #1 og 2.

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Schrøder, Drotner, Kline & Murray (2003). <i>Researching Audiences</i> . Kap. 8 + 9 (pp. 121-170).	50		

6) **Medie- og kommunikationsteori:** Stinne Strøm Kroager

Kursusgangen introducerer overordnet til medie- og kommunikationsteori og de væsentligste forståelser af forholdet mellem modtager og kommunikationsprodukt gennem tiden.

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Sepstrup og Fruensgaard, Kommunikations – og kampagneplanlægning kap. 3. –	20		
Klaus Bruhn Jensen, Medier og Samfund, kap 1 + 5	37 21		

7 **Strategisk mediaplanlægning 1:** Allan Grutt Hansen

Kursusgangen har til formål at give den studerende en indsigt i strategisk mediaplanlægning. Den studerende vil opnå viden om virksomhedens mediaplanlægning. Herunder mediaplanlægningens strategiske niveauer, forskellige typologier samt taktisk mediavalg.

Kursusgangen består af en 2 timers lektion:

Der arbejdes med, hvordan man planlægger tilrettelæggelsen og udarbejdelsen af markedskommunikationsforslag og mediaplaner "løst" i en kombination af antagelser og opstilling af medieforslag. Der gennemgås og behandles en række temaer indenfor mediaplanlægning i praksis set ud fra et reklame-/mediabureau/annoncør-udgangspunkt. Hovedformålet er at give den studerende en indsigt i mediaplanlægning og i at tænke strategisk indenfor markedskommunikation.

Litteratur

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
<p>Belch G.E., Belch M.A. (2009): Advertising and Promotion. "An Integrated Marketing Communications Perspective", Boston: McGraw-Hill International Editions, eighth edition:</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse af kommunikationsprocessen, kap. 5 i Belch & Belch, s. 142-170• Kampagne mål, . kap. 7 i Belch & Belch, s. 206-24• Mediaplanlægning og strategi, kap. 10 i Belch & Belch, s. 314-347• Målinger og medie effekt, kap. 19 i Belch & Belch, s. 612-644	29 19 34 33		
<p>De Pelsmacker P., Geuens M., Van den Bergh J. (2004): Marketing Communications. "A European Perspective", FT Prentice Hall Financial Times: Pearson Education Limited, second edition, kap. 18.</p>		25	

8) **Strategisk mediaplanlægning 2:** Allan Grutt Hansen

Kursusgangen er en fortsættelse af 7.kursusgang – litteraturen som i KG7.

9) **Workshop** – Øvelse i strategisk mediaplanlægning – Allan Grutt Hansen

10) Kommunikationsplanlægning 1 – Tem Frank Andersen

Med udgangspunkt i Preben Sepstrup og Pernille Fruensgaards bog "Tilrettelæggelse af information" introduceres metoder til strategisk og praktisk løsning af informations- og kampagneopgaver. Endvidere præsenteres begrebet "personas" som en brugerfokuseret metode til definering af specifikke målgrupper.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Preben Sepstrup og Pernille Fruensgaard: "Tilrettelæggelse af information - kommunikations- og kampagneplanlægning", Academica 2010. (Kapitlerne 12, 13, 14 ,15)	46		
Nielsen, Lene (2011). Personas - User Focused Design. Springer. (Kapitlerne Introduction + 5, online tilgængelig via AUB).	45		

11) Kommunikationsplanlægning 2 - Tem Frank Andersen

Med udgangspunkt i bogen "DIAMANTEN - en model til kommunikations-planlægning" af Thomas Hestbæk Andersen og Flemming Smedegaard introduceres til strategiske, praktiske og etiske spørgsmål i forbindelse med løsning af kommunikationsopgaver. Endvidere præsenteres eksempler på professionelt tilrettede medieplaner.

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Thomas Hestbæk Andersen & Flemming Smedegaard: "DIAMANTEN - en model til kommunikationsplanlægning". Samfundslitteratur 2012. Kap. 3	69		

--	--	--	--

12) Viral marketing - Ole Ertløv Hansen

Med udgangspunkt i en mediemæssig forståelse for audiovisuelle viralers produktion og distribution diskuteres forskellige faktorer for viralers spredning. Disse faktorer er primært funderet i en emotionsteoretisk forståelse af hvordan viralerne opleves af brugerne og hvordan denne indsigt kan blive del af en viral kampagnestrategi.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
<i>Online videoer - på sociale medieplatforme.</i> Red. Ole Ertløv Hansen og Lennard Højbjerg. Aarhus: Systime Academic, 2013. (p.5-12 & 113-135)	31		
Botha, e. m. (2014): contagious communications: the role of emotion in viral marketing (p.149-183) http://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:745835/FULLTEXT01.pdf	35		

13) Branding og Brugergeneret indhold på digitale medieplatforme – Thomas Mosebo Simonsen

Kursusgangen fokuserer på den strategiske anvendelse af bruger-genereret indhold på digitale medier –herunder personlig branding, brandchannels og sponsorerede videoer på YouTube, som uddybes via unboxing-genren som case.

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Kim, J. (2012). The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. <i>Media, Culture & Society</i> , 34 (1), 53-57	4		
Marsh, J. (2016). 'Unboxing' videos: co-construction of the child as a cyberflâneur. <i>Discourse Studies in the Cultural Politics of Education</i> . 369-380	12		
Morreale, J. 2014. From homemade to store bought: Annoying Orange and the professionalization of YouTube. <i>Journal of Consumer Culture</i> , 14(1), 113–128	16		
Smith. A. et al. (2012). How Does Brand-related User-generated Content Differ across YouTube, Facebook, and Twitter?. <i>Journal of Interactive Marketing</i> 26, 102–113	12		

14) Opsamlende spørgetime: Thomas Mosebo Simonsen

Hertil 2 planlagte Produktionsworkshops ved Thomas Busk

- Lyssætning –
- Avanceret klippekursus –

Eksamen

Prøve 4

En ekstern mundtlig prøve i: "Medieret strategisk kommunikation" (Mediated strategic communication). Prøven tager udgangspunkt i en af én eller flere studerende udarbejdet medieproduktion, der indgår i en strategisk kommunikationsopgave, og en dertil knyttet projektrapport.

Prøvetiden er normeret til 20 minutter pr. studerende og 10 minutter pr. gruppe, dog højst i alt 2 timer ved store grupper og 30 minutter i alt ved individuel studerende. Sidetal pr. studerende er minimum 15 sider og maximum 20 sider (dog maximum 30 sider ved individuel studerende).

Bedømmelsesform: en karakter efter 7-trinsskalaen.

Omfang: 20 ECTS-point.

Medieproduktionen, der fremvises til eksamenen, projektrapporten og den mundtlige præstation skal demonstrere, at den studerende opfylder de faglige mål beskrevet ovenfor.

Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende indløser ovenstående krav/kompetencer på en fyldestgørende, selvstændig og overbevisende måde.

Modulbeskrivelse: "Film- og medieanalyse"

"Film- og medieanalyse"

10 ECTS svarende til 275 arbejdstimer

Placering

6. Semester

Modulansvarlig

Ole Ertløv Hansen

Type og sprog

Obligatorisk Modul
Dansk

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om:

- værkanalytiske teorier og metoder med tilknytning til film og medier
- centrale genrer inden for de forskellige billedmedier.

Færdigheder i:

- at gennemføre selvstændige analyser og foretage vurderinger af mediers æstetiske og narrative virkemidler under iagttagelse af elementære perceptuelle, kognitive og interaktive grundvilkår samt kunne begrunde og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller.
- at kunne formidle faglige problemstillinger og løsningsmodeller til både fagfæller og ikke-specialister.

Kompetencer til:

- at forholde sig analytisk-begrebsligt til såvel medieprodukters udtryksmæssige bestanddele som relationerne imellem dem: tale, billedforløb, lyd, tekst (organisering, opbygning, grafik, layout).

Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre

Dette modul indgår i mediefag så dets færdigheder og kompetencer danner et solidt grundlag for medieanaly-sarbejdet. Kurset vil gennem en række forelæsninger introducere til forskellige værkanalytiske teorier og me-toder med tilknytning til film og medier. Endvidere vil filmens og mediernes særegne æstetik og narrative vir-kemidler blive introduceret i relation til specifikke film og mediegener.

Omfang og forventet arbejdsindsats

235 arbejdstimer per studerende i alt, der udmøntes i kursusdeltagelse, forberedelse hertil, øvearbejde og en 7-dages hjemmeopgave.

Deltagere

Studerende på 6. sem. mediefag

Deltagerforudsætninger

5. sem. mediefags modul: Filmhistorie

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

I tilknytning til modulet udbydes undervisning inden for følgende områder:

- en introduktion til de æstetiske og narrative virkemidler, der kendetegner film og medier i både digital og ana-log form
- centrale dokumentar-, fiktions- og hybridgenrer og programtyper
- værkanalytiske teorier og metoder med tilknytning til film og medier.

Emner: Fortolkning og evaluering som disciplin. Strukturel narratologi, neoformalisme og kognitiv narratologi. Post-theory (opgøret med 'overfortolkning'), postmodernisme, filmiske fortælleformater (klassisk film, kunstmilm, montagefilm, avant garde, multiplot, dogme m.m.), fakta og dokumentarfilm. Filmfortælling og subjektivitet, fiktive virkeligheder og virkelige fiktioner, interaktive medier, ludologi og 'lucidografi'.

De 7 forelæsninger vil forsøge at holde følgende progression:

1. **Værkanalyse som disciplin** (Rose: "Værkanalyse" kap 1 in Rose & Christiansen 2014, Grodal 2007, kap.10, Bordwell & Thompson 2008 appendix, kap 11)
2. **Værkanalyse fortsat samt indledende om billedanalyse og de levende billeders æstetik** (Rose: "Billedanalyse" kap 3 in Rose & Christiansen 2014, Bordwell & Thompson 2008 kap.4 & 5 (The shot: mise-en-scene, The shot: Cinematography), Grodal 2007 kap. 1)
3. **Filmanalyse** (Haastrup: "Filmanalyse" kap 4 in Rose & Christiansen 2014, Christiansen, Rose & Sibbesen: "Filmanalyse – teori og metode" kap 3 in Christiansen & Rose 2011, Bordwell & Thompson 2008 kap.2, 3, 6 & 8 (The Significance of Film Form, Narrative as a Formal Sys-tem, The Relation of Shot-to-shot editing, Summary: Style as a Formal System), Grodal kap. 4)
4. **Filmanalyse fortsat** (Bordwell & Thompson 2008 kap. 10 (kun: Documentary, Experimental), Grodal 2007 kap. 8)
5. **Tv-analyse** Poulsen: "TV og uformel læring – brikker til en TV-pædagogik" kap 6 in Christian-

sen & Rose 2011 (p.170-191)(sup: Rose & Christiansen 2014, kap 5)

6. **Medieanalyse** May & Walther: "Alt er spil – om computerspil og nye mediefortællinger" kap 7 in Christiansen & Rose 2011 (sup: Walther 2012 kap 2 & kap 6)
7. **Opgaveseminar: godkendelse af emner – spørgsmål og svar** Rose: "Analyse og opgaveskrivning" kap 8 in Rose & Christiansen 2014

Litteratur(kapitler specificeret ovenfor):

Rose & Christiansen: *Analyse af billedmedier. Det digitale perspektiv*, Forlaget Samfundslitteratur, 2014 (3. ed.) (eller nyere) (298 normalsider)

Christiansen & Rose: *Læring med levende billeder*, Samfundslitteratur, 2011 (2.ed.) (103 normalsider)

Bordwell & Thompson: *Film Art – An Introduction*, MC Graw Hill (2008) (8. ed.) (eller en af de andre udgaver) (463 normalsider)

Grodal: *Filmoplevelse*, Forlaget Samfundslitteratur, 2007 (2.ed.) (131 normalsider)

Supplerende:

Walther: *Computerspil og de nye mediefortællinger*, Samfundslitteratur, 2012 (ca. 50 sider)

•Forelæsninger TBA:

Medieprodukter vi vil kigge på (hvis vi når det):

Black Rain (Scott 1989)

Kongekabale (Arcel 2004)

Notting Hill (Michell 1999)

Reservoir Dogs (Tarantino 1992)

Die Hard 4.0 (Wiseman 2007)

Playtime (Tati 1967)

Delicatessen (Jeunet & Caro 1991)

Betty Blue (Beineix 1986)

Fahrenheit 9/11 (Moore 2004)

AFR (Kaplars 2007 - trailer)

Riget (Trier 1994)

SKAM (NRK 2015-)

Bedrag (DR 2016)(intro)

<https://vimeo.com/142867037>

- Ballet Mecanique
- <https://vimeo.com/84465156>
- 26 Bathrooms
- <http://vimeo.com/66720845>
- <http://www.youtube.com/watch?v=4FMjBtvsv2o>
- Found-footage – (mash-up anno 1958)
- Surrealisme
- <http://vimeo.com/12872502>

<http://molleindustria.org/>

Samt en bunke stills og screen shots.

Eksamen

Prøve 5

En intern skriftlig prøve i: "**Film- og medieanalyse**" (**Film and Media Analysis**).

Prøven har form af en 7-dages hjemmeopgave om et emne inden for film- og/eller andre audiovisuelle medier. Emnet godkendes på forhånd af vejleder/eksaminator.

Opgavebesvarelsen må højst være på 15 sider og udarbejdes individuelt.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen.

Omfang: 10 ECTS-point.

Hjemmeopgaven skal demonstrere, at den studerende opfylder de faglige mål beskrevet ovenfor.

Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende indløser ovenstående krav/kompetencer på en fyldestgørende, selvstændig og overbevisende måde.

