

Om kodning og dataanalyse

# Trin i en indholdsanalyseproces

- 1) Bliv enige i gruppen om jeres overordnede tilgang (se næste slide)
- 2) Læs jeres indsamlede tekst/tekster hurtigt igennem sammen i gruppen
  - kan I allerede nu se nogle temaer eller tendenser, det vil give mening at kode efter?
- 3) Bliv enige om hvad I vil prøve at kode efter jvf også pkt 1. Lav en første version af jeres kodebog.
- 4) Lav en pilotkodning af fx 5- 10 udvalgte stykker tekst (alle i gruppen), og lav en "**åben kodning**", hvor I ud for et stykke tekst (fx en bid af et interview, en kommentar, en post) skriver de kategorier, I umiddelbart synes beskriver indholdet (fx "hader udseende", "kommentarer på kvindekroppe", "nedgør feminister")
- 5) På baggrund af pilotkodningen kan I nu se, om
  - 1) jeres kategorier går igen på tværs af gruppen (har I brug for flere? Færre? Uenighed?)
  - 2) på baggrund af jeres diskussioner, kan I nu lave en kodemanual med klarere afgrænsninger
- 4) Kod hele materialet – opdelt på gruppemedlemmer. Tjek løbende om I fortsat er enige om kategorier og koder.
- 5) På baggrund af jeres første kodning kan I nu kondensere jeres koder til mere overordnede kategorier (fx "kvindehad", "anti-feminisme"? ) > **lukkede koder** - gå herefter evt materialet igennem igen og omdøb til de lukkede koder (mere generelle kategorier/temaer)
- 6) Hvis I har kodet rigtigt meget materiale: lav en optælling af hvor mange de forskellige kategorier/lukkede koder optræder i materialet > find dominerende kategorier / emner. Er der nogle tendenser på tværs af materialet?
- 7) Hvis I har kodet interview eller lignende materiale i dybden. Snak sammen om jeres fund – brug fx Miro board eller post-its, eller print og klip kodningsenheder ud og organiser dem i grupper. Kan de "lukkede koder" samles i nogle helt overordnede temaer > fx "kvindesyn", "opfattelse af autencitet" eller lignende?

# Analytisk tilgang

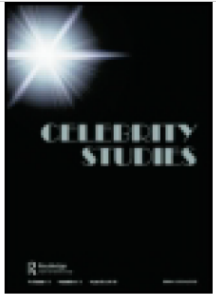
Man kan have

- a) en teoridreven tilgang (deduktiv)
- b) en empiri-dreven tilgang (deduktiv, grounded theory)
- c) en kombination af begge dele (i praksis ofte anvendt)

Hvis a) så bliv enige om de overordnede temaer I vil se efter i materialet:  
fx hvis mandegruppe > *kvindehad, had til samfundet, søgning efter støtte*

Fx hvis selvfremstilling, visuelt > *iscenesatte vs "autentiske" billeder, offentlig eller privat scene osv*

- I kan søge inspiration i andres analyser af tilsvarende materiale, og se hvilke temaer, de har fundet frem til eller hvilke kategorier, de har anvendt
- I kan søge inspiration i noget af den teori, vi har læst på kurset
- I kan tage udgangspunkt i noget, vi har talt om i undervisningen (slides o.lign)



## Celebrity Studies

Publication details, including instructions for authors and subscription information:

<http://www.tandfonline.com/loi/rcel20>

### The promotion and presentation of the self: celebrity as marker presentational media

P. David Marshall <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Deakin University , Australia

Published online: 17 Mar 2010.

**To cite this article:** P. David Marshall (2010) The promotion and presentation of the self as marker of presentational media, *Celebrity Studies*, 1:1, 35-48, DOI: [10.1080/19392390903519057](https://doi.org/10.1080/19392390903519057)

**To link to this article:** <http://dx.doi.org/10.1080/19392390903519057>

looking at on-line production of the public version of the private self.

On one level, there is the *public self*. This is the official version that in celebrity parlance would be the industrial model of the individual. It would identify release dates of recordings and films, premieres and appearances, performance videoclips, the path to get tickets for specific appearances and events and biographical profiles of the most fawning nature. Official websites produce this effect, but because social networking defines the way users often find information there is a tendency to use Facebook as a quasi-official version of the public self. For high-profile celebrities, as discussed above, these kinds of sites are managed by their publicity assistants and work to maintain the public persona as a valued cultural commodity.

The second level of presentation is the *public private self*. It is in this version of the self that the celebrity engages, or at least appears to engage, in the world of social networking. It is a recognition of the new notion of a public that implies some sort of further exposure of the individual's life. Twitter has become the vehicle of choice in

The third level is the *transgressive intimate self*. In answer to a question after his high-impact back-to-school speech in September 2009, President Barack Obama warned against putting something on Facebook that you might regret later, because 'Whatever you do, it will be pulled up later in your life' (cited Pace 2009). The transgressive intimate on-line version of the self is the one motivated by temporary emotion; but it is also the kind of information/image that passes virally throughout the internet because of its visceral quality of being closer to the core of the being. Elizabeth Taylor's Twitter posts exposed her grief-stricken self in response to Michael Jackson's death (Taylor 2009). What may have appeared

EKSEMPEL PÅ TRE KATEGORIER UDLEDT FRA TEORITISERENDE TEKST –  
DE KAN TIL SIDST SAMLES I FX DET OVERORDNEDE TEMA "SELVFREMSTILLINGS-  
STRATEGIER"  
ELLER DE KAN TÆLLES OP – HVAD BLIVER ANVENDT MEST? (> HVORFOR)

# KVANITATIVT KODNINGSEKSEMPEL

A	B	C	D	E
	KVINDESYN		SELVOPFATTELSE	OPFATTELSE AF ANDRE MÆND
	Kvinders intelligens	Kvinders udseende	Ros af sig selv	Negativ omtale af andre mænd
Kommentar 1: Kvinder har ingen hjerne, de kan ikke finde ud af køre bil	x			
Kommentar 2: Har I set skuespiller Y? Man kan godt se, hun har født 3 børn - hehe		x		
Kommentar 3: Jeg føler at jeg har rigtigt meget at byde på, men ingen kvinder gider se på mig			x	
Kommentar 4: De fleste mænd er nogle svagpissere, der aldrig tør stå op og give deres kæreste besked om, hvem der egentligt bestemmer derhjemme				x

Kodning med optælling i skema: mulighed for at se hvor meget et tema/kategori forekommer

# KVALITATIV KODNING - EKSEMPEL

Interviewer: Synes der er forskel på mænd og kvinders intelligens?

R: Kvinder har ingen hjerne, de kan ikke finde ud af køre bil

KODE: Kvinder mindre intelligente

Interviewer: Jeg har set I diskuterer kvinders kroppe i gruppen XYZ. Hvorfor gør I det?

R: Har du set skuespiller Y? Man kan godt se, hun har født 3 børn - hehe

KODE: Holdning til kvinders udseende (negativ)

Interviewer: Hvad tænker du om din egen rolle i forhold til kvinder?

R:: Jeg føler at jeg har rigtigt meget at byde på, men ingen kvinder gider se på mig

KODE: Positiv selvopfattelse