

محاضرات مقياس : المقاربات الكمية و الكيفية

محاضرة مشتركة موجهة لطلبة سنة أولى ماستر اتصال و علاقات عامة و سنة أولى ماستر الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

من إعداد الدكتورة : حمدي بثينة / قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

المحور الأول: أدوات جمع البيانات في البحوث الكمية و الكيفية

أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية :

1- مجموعات النقاش المركزة :

هناك مواقف بحثية تستدعي مقابلة مجموعة أفراد معا في الوقت نفسه ، و من بين عدة أدوات تقوم على المقابلة الجماعية (مثل مجموعات العصف الذهني ،مجموعات دلفي، المقابلات الجماعية الميدانية غير الرسمية) ، تعد مجموعات النقاش المركزة الأكثر استخداما .

و تعتمد المجموعات المركزة بشكل أساسي على التفاعل بين أفراد المجموعة حول موضوعات يحددها الباحث الطي يأخذ دور المنسق .

و يعد السبب الرئيسي في استضافة الناس في مجموعات هو الاستفادة من تأثير الجماعة ، حيث أن التفاعلي الذي يحدث بين أفراد الجماعة ينتج بيانات و رؤى لن تصدر دون وجود ذلك التفاعل بين أفراد المجموعة ،ففي إطار المجموعة تثار الأفكار و التجارب التي يعبر عنها أي فرد أفكار و تجارب الأفراد الآخرين في المجموعة .

و هناك نوعان من تأثير الجماعة على النحو التالي :

- 1- بعض الدراسات تستهدف الحصول على تفاعلات تكاملية ،و في هذه الحالة يتفق أعضاء المجموعة على وجهة نظر معينة و يضيفون إليها ملاحظاتهم و تفسيراتهم ، و من خلال تلك التفاعلات يشعر الأفراد بالميل للتعبير عن آرائهم في موضوعات حساسة أو طال كبتهم لها.
- 2- بعض الدراسات تستثير تفاعلات جدلية ، حيث إن وجود مجموعة من الأفراد يتناقشون في موضوعات محددة ينتج عنه خلاف في وجهات النظر و هذا يدلنا على الكيفية التي يمتد بها هؤلاء الأفراد وجهات نظرهم و علاقتها بوجهات النظر الأخرى.

و في كلتا الحالتين السابقتين تعد مجموعات النقاش المركزة بمثابة معمل اجتماعي Social Laboratory لدراسة كيفية إنتاج التفسيرات و الآراء و المدركات اعتمادا على التجارب الشخصية.

استخدامات المجموعات المركزة :

أولا :تستخدم كأداة قائمة بذاتها في جمع البيانات أي أنها تكون المصدر الأساسي و الوحيد في جمع البيانات الكيفية و هذا يتطلب تحقيق توافق دقيق بين أهداف البحث و البيانات التي يتم الحصول عليها من هذه المجموعات.

ثانيا :تستخدم كمصدر مكمل للبيانات في البحوث التي تعتمد على مصادر رئيسة أخرى مثل الاستبيان، فمثلا قد تستخدم كمصدر مبدئي للحصول على بيانات في دراسات كمية بالأساس للمساعدة في وضع أسئلة الاستبيان.

ثالثا : تستخدم كوسيلة أساسية ضمن مجموعة وسائل كيفية كالملاحظة بالمشاركة و المقابلات المتعمقة ، و في هذه الحالة يكون استخدام كل أداة هو إضافة شيء جديد لفهم الباحث للظاهرة موضع الدراسة.

رابعا : تستخدم مجموعات النقاش المركزة لمناقشة الاستبيان و مدى فهم المبحوثين له قبل إجراء الاختبار القبلي للاستبيان في الميدان، و خاصة في حالة دراسة موضوعات جديدة أو غير مألوفة عندما تكون هناك مشكلات خاصة باللغة التي تُصاغ بها أسئلة و عبارات المقاييس داخل الاستبيان.

تنفيذ مجموعات النقاش المركزة و تحليل البيانات :

تحديد محتوى الحوار :

من المفيد تحديد الموضوعات التي تدور حولها المناقشة من خلال دليل للمناقشة يتبعه المنسق باختلاف المجموعات.و قد يأخذ دليل المناقشة شكل الأسئلة،و هو الشكل الأكثر شيوعا في حالة مجموعات النقاش المركزة الأقل تقنيا ، لأن توجيه الأسئلة من قبل المنسق يعكس سيطرتها على مجرى المناقشة و محتواها.و قد يأخذ دليل المناقشة شكلا أكثر مرونة في حالة المجموعات الأقل تقنيا،حيث يكون عبارة عن رؤوس الموضوعات التي سيتم تناولها أثناء المناقشة.

إدارة المجموعة :

من المهم بدء الجلسة بإعطاء فكرة عامة عن موضوع الجلسة بالإضافة إلى بعض القواعد الأساسية من قبيل : عدم تحدث أكثر من شخص واحد في الوقت نفسه، منع الأحاديث الجانبية ، وجوب مشاركة جميع الأفراد دون أن يسيطر أحد على المناقشة . و يفضل أن تكون المقدمة و التعليمات مختصرة قدر الإمكان ، و يُفضل أن يشجع المنسق المشاركين بقوله إنه جاء ليستفيد من آرائهم و خبراتهم، و لكن دون أن يبالغ ليبدو بصورة الجاهل.

بدء المناقشة :

من المفيد أن نفرق بين نوعين من الأسئلة،هما سؤال تحطيم الثلج و سؤال بدء المناقشة.في النوع الأول يقوم كل مشارك بإعطاء مقدمة ذاتية مختصرة، و ذلك من شأنه أن يكسر رهبة الحديث داخل المجموعة، أما في النوع الثاني فتقدم أسئلة بدء المناقشة للموضوع الرئيسي في الجلسة ، و من ثم يُفتح باب المناقشة للجميع، و هذا يتطلب من كل مشارك إعطاء عبارة افتتاحية يعبر من خلالها عن رأيه عن الموضوع و هذا يحول دون تكون تفكير جمعي، و من الطرق المستخدمة لتحقيق ذلك هو أن يمنح المشاركون دقيقتين تسمح لكل منهم أن يكتب رأيه في ورقة قبل أن يذكره على الملأ،و يساعد ذلك الأسلوب على التزام كل فرد برأيه الشخصي و ألا يتأثر برأي الجماعة حتى لو كان رأيه مخالفا لأغلبية الآراء.

سير المناقشة و ختامها :

بعد قرابة عشر دقائق من المناقشة المفتوحة، ينتهز المنسق أية فرصة للدخول في أول الموضوعات المحددة في دليل المناقشة، و يعد ذلك بمثابة الانتقال من المقدمة إلى صلب الموضوع، و يتوالى الانتقال من نقطة لأخرى، و في الختام يطلب المنسق من كل مشارك أن يقدم خلاصة رأيه، و من الممكن هنا أن يقوم المشارك بإضافة نقاط لم يذكرها أثناء سير المناقشة.

تحليل البيانات :

بصفة عامة يقوم تحليل البيانات في أي بحث يستخدم مجموعات النقاش المركزة بعرض الموضوعات التي تناولتها مجموعات النقاش إجابة عن كل سؤال و المقارنة بين تلك المجموعات. و تتطلب كتابة التقرير النهائي لنتائج الدراسة الموازنة بين ذكر مقتبسات من كلام المشاركين و تلخيص لمجمل المناقشات. و لكن ينبغي الحذر عند ذكر تلك المقتبسات من كلام المشاركين، لأن كثرتها تؤدي إلى تشويش القارئ، كما أن الإقلال المبالغ فيه يجعل من التقرير جافاً. و يجب أن نفصل هنا بين الموضوعات الأكثر أهمية و الموضوعات الأقل أهمية، ثم يركز بعد ذلك على العرض المفصل لما هو مهم فقط دون الخوض في تفاصيل الموضوعات غير المهمة.

2- المقابلات المتعمقة :

المقابلة المتعمقة هي إحدى الأدوات المستخدمة في الحصول على بيانات كيفية، و هي عبارة عن مقابلة شخصية مباشرة و غير مقتنة يحاول من خلالها باحث على درجة عالية من التدريب حث المبحوث على الكشف عن دوافعه و معتقداته و مشاعره و اتجاهاته نحو موضوع معين.

و تتميز المقابلات المتعمقة بما يلي :

- 1- صغر حجم العينات بصفة عامة .
- 2- تقدم خلفية تفصيلية عن الأسباب التي تدفع المبحوثين للإدلاء بإجابات معينة، و تتم من خلال الحصول على بيانات مفصلة عن آراء و قيم و دوافع و تجارب المبحوثين.
- 3- تتيح فرصة ملاحظة الاستجابات غير اللفظية للمبحوثين .
- 4- تتسم المقابلات المتعمقة بالطول، فهي على عكس المقابلات الشخصية المستخدمة في الدراسات المسحية التي لا تستغرق أكثر من بضع دقائق، فإنها قد تستغرق عدة ساعات، و قد تمتد لأكثر من جلسة.
- 5- يتم تطويع المقابلة المتعمقة حسب ظروف كل مقابلة، فعلى عكس المقابلة الشخصية التي يُسأل فيها كل المبحوثين الأسئلة ذاتها، فإن المقابلة المتعمقة تتيح للباحثين صياغة أسئلة تعتمد على إجابات كل مبحوث .

تطبيقات المقابلات المتعمقة و استخداماتها:

تستخدم المقابلات المتعمقة – مثلها في ذلك مثل مجموعات النقاش المركزة- بشكل أساسي في البحوث الاستكشافية لاستكشاف الظواهر و تحقيق فهم أعمق لها. و من استخدامات المقابلات المتعمقة ما يلي:

- 1- مناقشة الموضوعات الشخصية و الحساسة و الحرجة.
- 2- مناقشة الموضوعات التي تتأثر بوجود معايير اجتماعية قوية حيث أن يتأثر المبحوث بآراء الجماعة.

- 3- دراسة السلوكيات المعقدة و المتشابكة .
4- مناقشة المتنافسين الذين لا يحتمل أن يدلوا بمعلومات أثناء تواجدهم داخل مجموعات ، و لذلك يفضل معهم المقابلات الفردية المتعمقة.

• المقارنة بين المقابلات المتعمقة و مجموعات النقاش المركزة :

- تكشف المقابلات المتعمقة عن آراء أكثر عمقا مقارنة بمجموعات النقاش المركزة.
- تستطيع المقابلات المتعمقة أن تنسب الإجابات مباشرة إلى صاحبها على عكس مجموعات النقاش المركزة .
- تؤدي المقابلات المتعمقة إلى التبادل الحر للمعلومات على عكس مجموعات النقاش المركزة التي تفرض على المبحوثين الخضوع للضغوط الاجتماعية و التأثير برأي الجماعة .

3- أداة تحليل الخطاب :

يعد تحليل الخطاب منهجا متكاملًا تدرج تحته العديد من الأدوات المنهجية ، و يعتبر تحليل الخطاب مدخلا منهجيا لدراسة و تحليل الرسالة بصورها المختلفة : النصوص المكتوبة ، و المنطوقة و يفترض تحليل الخطاب أن أي جزء من أجزاء الخطاب يسهم في تقديم جانب معين من صورة العالم أو الواقع ، و يعكس أفكارا معينة ، أو يعبر عن علاقة من نوع ما بين الأطراف المشاركة في الخطاب . و يوظف الباحث الأدوات البحثية الخاصة بـ " التحليل الكيفي " للخطاب ، علما أن هذا التحليل يستند إلى كون الخطاب الإعلامي رسالة إقناعية تستهدف بث قناعات معينة لدى القراء ، أو حتى تغييرها .

و يمكن للباحث أن يستعين بواحدة أو أكثر من الأدوات البحثية التي تساعد على رصد و تحليل و استكشاف الركائز المعرفية للخطابات الإعلامية المختلفة سواء على مستوى خطابات الصحف ، أو الخطابات الإذاعية و التلفزيونية ، أو خطابات الإعلام الجديد عبر الإنترنت .

و يمكن أن نرصد أهم هذه الأدوات فيما يأتي :

• تحليل الأطروحات :

الأطروحة هي فكرة أو معنى معين يريد منتج الخطاب توصيله للمتلقي بحيث يتم فهم الخطاب على النحو الذي يريده منتج الخطاب ، و هي مدخل مهم لتحليل الخطاب ، لأن الأطروحة تعد بنية موحدة يقدمها منتج الخطاب بهدف أو أهداف معينة . و يستخدم تحليل الأطروحات في بعض الأحيان بمعنى تحليل بنية الموضوع ، و يقصد بها البنية الفكرية و ليست البنية اللغوية ، و تشمل الأطروحات الفكرية البنية الكبرى للنص ، التي تعبر عن الموضوعات التي يتم تناولها و ذلك على المستوى الكلي للنص أو الخطاب بأكمله ، و تتكون الوحدة الكبرى من عناصر أو وحدات أصغر تتمثل في الأفكار الفرعية التي تعبر عنها الفقرات . و يتم رصد الأطروحات المتضمنة في الخطاب من خلال تحديد الموضوعات الأساسية ثم الفقرات بما تحويه من عبارات و جمل .

• تحليل السياق :

يستخدم مصطلح السياق في الدراسات الإعلامية بالمعنى المجتمعي ، فالسياق في هذه الدراسات يعني الفترة الزمانية و المجال المكاني بما فيه من ظروف مجتمعية بأبعادها المختلفة مثل الواقع الاجتماعي ، و السياسي و الاقتصادي ، و الصراعات و المصالح المختلفة ، و القوى الاجتماعية و أفكارها، و أهدافها و أدوارها و أدواتها ، فهذه العوامل و غيرها التي تشكل بيئة الخطاب .

• تحليل الصورة :

يقصد بتحليل الصورة الوصف الدقيق الشامل للمادة المرئية المتضمنة في الخطاب المراد تحليله ، و ما تعبر عنه من معان صريحة و دلالات كامنة يمكن الاستدلال عليها ، فمثلا إذا كانت الصورة بذاتها تشكل أحد العوامل ضمن الخطاب ، فإن هناك عناصر مرتبطة بها مثل : اللون ، و الضوء ، و الحركة و أسلوب توظيف الصورة في الخطاب ، و دلالات توظيفها ، و دورها المحتمل في التأثير على المتلقي.

• تحليل مسار البرهنة :

يحصل الباحث على حصر لعدد من الحجج المرافقة لكل طرح مما يوجد جانبا كيفيا لدى الباحث يتمثل في طبيعة هذه الأطروحات و نوعية الحجج المستخدمة للتدليل عليها ، ما يمكنه من القياس الموضوعي للتباينات بين وسائل الإعلام في التركيز على قضية ما ، و تجمع هذه الأداة بين التحليل الكمي و الكيفي.

و يحافظ مسار البرهنة على بنية النص و تحليل الأيديولوجية ضمن التسلسل الخطابي و تسلسل البرهنة و نوعية المنطق و الحجج التي يعطيها المتكلم لهذا العنصر أو ذاك ، و تكون عملية التحليل عن طريق قراءة النص الذي يدخل في عينة التحليل ، ثم استخراج الأطروحات الواردة فيه ، و تسجل كل أطروحة على حدة مع البرهان أو البراهين التي تصاحبها . و يراعى في عملية استخراج الأطروحات و البراهين أقل قدر من التدخل سواء بالاختصار أو بالحذف ، أي أنها تستخرج من النص بصياغة منتجها الأصلي .

و يعتبر تحليل مسارات البرهنة أحد الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في تحديد الحجج و البراهين التي يعتمد عليها المتحدث لإثبات المقولات و الأفكار الواضحة و الصريحة في الخطاب و التي تتخذ أساسا للحكم على الاتجاهات الفكرية و العفائية للخطاب و المتحدث .

و يتميز هذا الأسلوب بمحافظته على بناء النص و اكتفاء الباحث بالتعامل مع وحدتين أساسيتين في التحليل :

- 1- المقولات التي تشير إلى فكرة أو معنى معيناً يعتبر أحد عناصر الفكرة العامة ، العدالة الاجتماعية ضرورة لتحقيق السلام الاجتماعي / القطاع العام هو السند الاجتماعي لمواجهة الأزمات ...
- 2- الحجج أو البراهين التي تؤكد هذه المقولات أو تنفيها ، تؤيدها أو تعارضها ، تدعمها أو تقلل من قيمتها .

و عادة ما تكون الحجج أو البراهين هي استشهادات من المتحدث أو الكاتب بالوقائع التاريخية ، أو المقارنات ، أو المصادر المتعددة في الحياة اليومية ، أو الاعتماد على المنطق ، أو الإحصاءات ... و يمكن في الحالتين الاعتماد على المؤشرات الكمية في رصد خصائص الحجج و البراهين و تصنيفها ، و لكن يظل العرض الكيفي هو الأساس في دراسة النص و الاستدلال .

و تعتبر " الجملة " التي تعكس فكرة ما عنصرا من عناصر تحليل الخطاب ، و كذلك الجملة التي تحمل دليلا أو برهانا ، و لذلك تعتمد الدراسات على دراسة الجمل في إطار السياق الأكبر لتحديد الاتجاه الفكري .

• تحليل القوى الفاعلة :

يقصد بالقوى الفاعلة الأشخاص و المؤسسات و الدول و المنظمات التي تقوم بأعمال أو تتبنى سياسات و توجهات معينة ، و يتم تحليل القوى الفاعلة من خلال رصد القوى الواردة في الخطاب ، تصنيفها إلى مجموعات معينة حسب المعايير المناسبة للدراسة ، و قد يكون التصنيف إلى قوى مؤيدة و قوى معارضة ، أو إلى قوى رسمية و قوى شعبية ، مع إمكانية إحداث تصنيفات فرعية للقوى الفاعلة داخل كل تقسيم أساسي ، ثم يتم رصد موقف كل قوة ، و أساليبها ، و أدواتها ، و ردود أفعالها ، و الأدوار التي تقوم بها ، و غير ذلك من الجوانب المستهدف دراستها في البحث .

• تحليل الأطر المرجعية :

و يقصد بها الحقل المرجعي للمفهوم المدروس ، و هو يتكون من كل المراجع الموجودة في النص ، مثل : أسماء أشخاص ، مؤسسات ، مدن ، وثائق ، معاهدات ، حقب و فترات زمنية .

الفرق بين تحليل المضمون و تحليل الخطاب :

تحليل المضمون وفقا لتعريف نويendorf (2004 Neuendorf) هو "التحليل الكمي و الملخص للرسائل ، اعتمادا على المنهج العلمي" ، و يمثل " مكون الرسائل " وحدة التحليل ، و غالبا ما يتم تلخيص هذه المكونات تلخيصا كمي . و إذا كان تحليل الخطاب يعتمد على المهارات التفسيرية للباحث في قيامه بدور الوسيط بين القارئ و النص أو الممارسة موضوع الدراسة ، فإن تحليل المضمون مصمم بحيث يقلص من هذه الوساطة ، و الخطوة المهمة فيه هي إنشاء نسق للترميز ، يُحدد بشكل شديد التفصيل ، ضمانا لتحقيق المصادقية بين القائمين على الترميز من ناحية و النص من ناحية أخرى .

و يمكن أن يؤدي تحليل المضمون وظيفتين أساسيتين : أولا هم إحصاء عدد مرات تكرار الكلمات المفتاحية و أنواع المصطلحات . و الكلمات المفتاحية واضحة بذاتها أما أنواع المصطلحات فتسمح بتصنيف النص تصنيفات لا حصر لها لاستخراج معان متعددة منه . كما يمكن تحليل أنواع المصطلحات نفسها من حيث التكرار النسبي لها ، و يجوز أن يكون مضمون هذه الأنواع أي شيء يريده الباحث ، و لأن الباحث هو المسؤول عن بناء هذه المعاجم ، فإنه هو الذي يفرض معانية و معجمه الخاص إلى حد ما .

و الوظيفة الثانية هي تكوين المعاجم المفهرسة ، التي تعرف أيضا بتحليل الكلمات المفتاحية في السياق ، بمعنى التحليل الذي يسرد كل المواضيع التي يُذكر فيها مصطلح معين في نص معين . و لهذا الأسلوب فائدة جمة في فحص السياق المعنوي أو النحوي أو الاسمي ، و قد تطورت برامج الحاسوب التي تقوم بالتحليل الكمي تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة ، و أصبح بالإمكان ضبطها الآن للتعامل مع النصوص المكتوبة بلغات مختلفة .

و على العكس من تحليل الخطاب الذي يُستخدم لوضع النصوص و الممارسات في سياقاتها الذاتية التفاعلية ، فإن تحليل المضمون يقوم على الفكرة القائلة بأن معنى النص يتولد من داخله هو ، و أن ملخص الرسائل التي يحملها هي النتيجة المرجوة . و لذلك فإذا كان الباحثون الذين يلجؤون إلى تحليل الخطاب يعتمدون على قراءة النصوص قراءة دقيقة ، فإن من يلجؤون إلى تحليل المضمون يعملون على عد العبارات التي تعبر عن الاهتمام بمواضيع معينة دون الأخرى .

و يستهدف كلا من تحليل المضمون الإعلامي و تحليل الخطاب الوقوف على خصائص الرسالة الإعلامية و الاتصالية و تحليلها ، و بالنظر إلى طبيعة أداة تحليل المضمون التي تنزع إلى توظيف الطرق الكمية الإحصائية في عمليات التحليل ، في مقابل أداة تحليل الخطاب التي تتميز بالزرعة الكيفية و توظيف الطرق التأويلية و التفسيرية ، يمكن الوقوف على الفرق بين تحليل الخطاب و أداة تحليل محتوى الإعلام من خلال ما يلي :

تحليل الخطاب الإعلامي	تحليل مضمون الإعلام	مجال المقارنة
في الخطاب الإعلامي يتم تثبيت النص عند لحظة الممارسة الاجتماعية للتعبير عن الواقعة أو الحدث أو الفكرة من خلال رؤية الكاتب أو المتلقي ، و تأثير البيئة المعرفية لكل منهما .	يعد تحليل المضمون وصفا لتراكم النصوص في مدى زمني قد يطول أو يقصر ، لكنه يجيب على الأسئلة السريعة : ما محاور موضوعات النصوص ؟ كيف يتم تقديمها في الوسيلة الإعلامية ؟	النص
يهتم تحليل الخطاب ببناء العلاقة الجدلية بين تفسير الكاتب للواقعة أو الحدث أو الفكرة ، و صياغتها للخطاب من جانب ، و تفسير المتلقي لهذا الخطاب حول نفس الواقعة لحظة استقباله لها .	يهتم تحليل المضمون بالبناء المجرد للنصوص .	البناء
يكون التركيز في تحليل الخطاب على ما يستهدفه الكاتب و المتلقي من البناء اللغوي للنص .	يكون التركيز على النص ذاته و شكل تقديمه .	التركيز
يعتبر البناء المعرفي و العقائدي في تحليل الخطاب هو الأساس في عملية التحليل و الاستدلال ، و يمثل السياق الاجتماعي من الأطراف الثلاثة : الكاتب و النص و المتلقي أساسا في التفسير و الخروج باستدلالات من عملية تحليل الخطاب .	يركز تحليل المضمون على المحتوى الظاهر ، ثم تأتي بعد ذلك الاستدلالات التي يمكن أن يخرج بها الباحث من خلال وجود أو غياب السمات الخاصة بالمضمون .	التحليل و الاستدلال
يعتمد تحليل الخطاب في دراساته على التحليل في الدراسات اللغوية و بصفة خاصة تحليل الأسلوب ، و الدلالة و السياق في عرض النصوص الخاصة بالوقائع و الأحداث ، و تحليل مسار البرهنة ، و الأطر المرجعية و القوى الفاعلة ، للكشف عن أطر العقائد و المعارف ، و تأثيراتها على بناء التصورات الخاصة بالوقائع و	يعتمد تحليل المضمون على وجود أو غياب الخصائص و السمات الخاصة بالمحتوى .	الاعتماد

الأحداث و الأفكار ، و التعبير عنها من خلال النصوص		
--	--	--

إن هذه المقارنة لا تعني تفضيل أحد الأسلوبين ، إنما الذي يحدد أي الأسلوبين نستخدم هو طبيعة الدراسة و الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها ، كما أن هذا لا يعني وجود تعارض بينهما بل إن التكامل بينهما ضروري ، فالتحليل الكيفي لا يعني انتفاء عنصر التكميم الذي يعطي للتحليل الكيفي دلالاته المقارنة بصورة موضوعية من حيث التركيز على مضمون أو توجه ما .

تحليل الخطاب و الإثنوغرافيا (المنهج الإثنوغرافي):

يعني تحليل الخطاب استخلاص المعنى بطرق تفسيرية و نوعية من اللغة التي يستخدمها الفاعلون لوصف الظواهر الاجتماعية و فهمها . و يحاول معظم الباحثين الذين يستخدمون تحليل الخطاب في بحوثهم أن يضعوا النصوص التي يدرسونها في سياق نصوص أخرى أو سياق اجتماعي أوسع. بل إن فكرة الخطاب تُفهم في حد ذاتها عادة على أنها مجموعة من النصوص المرتبطة التي تشمل الكلام و الوثائق المكتوبة و الممارسات الاجتماعية التي تنتج المعنى و تنظم المعرفة الاجتماعية. و يعتمد الباحثون على المقابلات المنظمة و شبه المنظمة ، و على تفسيراتهم المبنية على دراسة النصوص المختلفة مثل التصريحات السياسية و برامج الأحزاب السياسية ، و المقالات الصحفية و النصوص الكلاسيكية بأقلام كبار المفكرين و خطب الزعماء السياسيين ، إلى جانب النصوص ذات المعاني السياسية الأقل صراحة مثل الروايات الشعبية . و مثلما هي الحال في المناهج الأخرى ، فإن تحليل الخطاب يفرض على المحلل متطلبات فريدة من نوعها ، فبدلاً من الإحصاءات أو البرمجة أو بناء النماذج ، نجد أنه مطالب بالمعرفة الاجتماعية العميقة و الإلمام بالنصوص المتضاربة ، حتى يتمكن من استخلاص المعنى من الخطاب. و بذلك يمكن القول بأن تحليل الخطاب هو وضع النصوص في سياقاتها بطريقة نوعية ، بغرض وصف المعاني الاجتماعية.

أما الإثنوغرافيا ، فيمكن القول إنها تعني تحليل الخطاب في أكثر أشكاله ثراء و كفاءة و انخراطاً في البحث الأنثروبولوجي. و نظراً لأن الإثنوغرافيا تقتضي وضع الباحث في السياق الاجتماعي حتى يصبح جزءاً من خطابه – بمعنى لغته و ممارساته- فإن البحث المترتب على ذلك النهج يتميز بقدرته على توصيل المعاني الاجتماعية كما تتولد من واقع الخبرة الحياتية .