

Parę słów wstępu

CZĘŚĆ I. TEORIA I PRZYGOTOWANIE DO ANALIZY

Dyskurs – co to takiego?
Co badamy?
Medialny czy w mediach?
Po co badać dyskurs mediów?
Analiza dyskursu – co to takiego?
Krytyczna analiza dyskursu & CO
Analiza dyskursu jako metoda badawcza
Kiedy to robić? Zalety AD jako techniki badawczej
Kiedy tego nie robić? Wady i ograniczenia AD
Zakres AD
Problematyka badawcza
Lektury
Sformułowanie celu badawczego / postawienie hipotezy
Jakościowe / ilościowe
Definiowanie i operacjonalizacja
Dobór materiału do badań
Gromadzenie i rejestracja materiału do analizy
Pytania badawcze
Wybór procedur

CZĘŚĆ II. WYCIECZKI W GŁĄB DYSKURSU

Jak korzystać z dalszej części tego przewodnika?
Treść dyskursu
Temat dyskursu
Remat i rematyczna organizacja dyskursu
Autor / nadawca / twórca / uczestnik dyskursu
Adresat
Kontekst
Gatunek, formuła, format medialny
Rejestry dyskursu
Style dyskursu
Rama konceptualna
Implikatury
Uprzejmość i etykieta
Presupozycje i ukryte założenia
Słownictwo i wartościowanie
Stereotypy językowe
Uprzedzenia
Obiektywizm czy równowaga?
Retoryka
Budowa i dobór treści wypowiedzi retorycznej
Kompozycja
Entymematy
Tropy i figury retoryczne
Porównania i metafory

Metonimie

Ironia

Analiza wewnętrznej spójności dyskursu

Cele dyskursu a jego rezultaty

Wiarygodność AD

Prezentacja wyników, opracowanie raportu

Jak napisać pracę?

Pomocna bibliografia