

OBSAH

ÚVOD	7
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ	10
1.1. Masmediálna komunikácia verzus lingvistika s interdisciplinárnym presahom.....	10
1.1.1. Modely mediálnych systémov.....	11
1.1.2. Masa a masmédiá	13
1.1.3. Elektronizácia, sociálne siete, alternatívne médiá ..	15
1.2. Komentár ako „diskurzívny“ žáner	17
1.2.1. Blog verzus komentár.....	21
1.3. Postavenie frazeológie v štruktúre domácej a anglosaskej jazykovedy	24
1.3.1. Aktuálnosť a význam výskumu frazém.....	30
2. METODOLOGICKÉ PRÍSTUPY	35
2.1. Diskurz a diskurzívna analýza: terminologické aspekty metodologického inštrumentária.	36
2.2. Kritická diskurzívna analýza: obsahové vymedzenie, vývoj a metodologický aparát.....	41
2.3. Faircloughova textová analýza: špecifický metodologický nástroj kritickej diskurzívnej analýzy	45
2.4. Predmet a cieľ výskumu, výber výskumného materiálu, hypotézy a metodologické schémy.....	49
3. ANALÝZA A DISKUSIA	52
3.1. Kritická diskurzívna analýza vybraných komentárov s dôrazom na frazémy a ich funkciu.....	52
3.1.1. Kritická diskurzívna analýza komentárov v denníku Hospodárske noviny	52
3.1.2. Kritická diskurzívna analýza komentárov v denníku Financial Times	66
3.1.3. Kritická diskurzívna analýza komentárov v týždenníku Trend.....	83

3.1.4. Kritická diskurzna analýza komentárov v týždenníku The Economist.....	98
3.2. Porovnanie slovenských a anglických ekonomických periodík v relevantných parametroch Faircloughovej textovej analýzy.....	116
3.3. Kvantitatívna analýza frekvencie výskytu frazém vo vybraných komentároch	122
3.4. Vyhodnotenie kvalitatívnej a kvantitatívnej analýzy z hľadiska cieľa výskumu a verifikácia hypotéz ...	124
4. ZHRNUTIE, ZÁVERY, PERSPEKTÍVY.....	127
SUMMARY	134
BIBLIOGRAFIA.....	138