

Objektem zkoumání práce se staly publicistické útvary (komentáře) ve vybraných českých denících. Hlavní důraz klade autor na jejich argumentační služku. Tedy nikoli na samotný nátor, který je v textu vyjádřen, na jeho správnost či nesprávnost, soulad či nesoulad s nejrůznějšími normativy, nýbrž téměř výhradně na způsoby, které autoři publicistických textů požívají k tomu, aby tyto své názory prezentovali, obhajovali, vysvětlovali, zdůvodňovali a různými způsoby podporovali.