

Spis treści

Wstęp	9
-----------------	---

Rozdział 1. Neoliberalizm – ukryte *tak po prostu jest*

1.1. Neoliberalizm – główne cechy	17
1.2. Życie jako zarządzanie przedsiębiorstwem	19
1.3. Konsumpcja zamiast obywatelstwa, indywidualizm zamiast wspólnotowości	21
1.4. Neokonserwatyzm w służbie ładu społecznego	25
1.5. Neoliberalizm w Polsce – „byliśmy głupi”?	27
1.6. <i>Tak po prostu jest</i> – zdroworozsądkowość neoliberalizmu	34
1.7. Neoliberalizm a edukacja	37

Rozdział 2. Podejście krytyczne – odkrywanie ukrytego

2.1. Edukacja krytyczna	43
2.2. Krytyczna lingwistyka stosowana	46
2.3. Ukryty program nauczania	49
2.4. Badania podręczników – podejście krytyczne	51
2.5. Badania podręczników – podejście krytyczne – neoliberalizm	58
2.6. Edukacja językowa w Polsce	61

Rozdział 3. Metodologia badań własnych

3.1. Założenia wstępne	71
3.2. Analiza treści	72
3.3. Krytyczna Analiza Dyskursu (KAD)	74
3.4. Ogólna procedura badawcza	77
3.5. Wybór próby badawczej	79

Rozdział 4. Człowiek w neoliberalnym świecie pracy

4.1. Cechy neoliberalnego świata pracy	81
4.1.1. Kreowanie siebie (<i>self-branding</i>)	82
4.1.2. Praca jako samorealizacja	83
4.1.3. Elastyczność.	84
4.2. Szczegółowe rozwiązania metodologiczne	86
4.3. Wyniki analizy	88
4.3.1. Kreowanie siebie/ <i>self-branding</i> – <i>nadszedł czas, by sprzedać samego siebie</i>	88
4.3.2. Praca jako samorealizacja – <i>kocham to, co robię</i>	97
4.3.3. Elastyczność – <i>jak przyjemnie płynąć do pracy rzeką</i>	101
4.3.4. Inny wizerunek świata pracy.	108
4.4. Podsumowanie – <i>obudź się, człowieku!</i>	112

Rozdział 5. Człowiek w świecie konsumpcji

5.1. Cechy neoliberalnego konsumpcjonizmu	119
5.1.1. Utowarowienie wszystkiego	120
5.1.2. Apoteoza nowości	121
5.1.3. Obietnica szczęścia.	122
5.2. Szczegółowe rozwiązania metodologiczne	123
5.3. Wyniki analizy.	125
5.3.1. Utowarowienie wszystkiego – <i>to była prawdziwa okazja!</i>	126
5.3.2. Apoteoza nowości – <i>przerażenie to najlepsze uczucie na świecie!</i>	133
5.3.3. Obietnica szczęścia – <i>nigdy nie zapomnę ekscytacji</i>	136
5.3.4. Konsumpcjonizm – zakupy i usługi – <i>robienie zakupów jest fantastyczne!</i>	140
5.3.5. Inny wizerunek świata konsumpcji	142
5.4. Podsumowanie – <i>czy może być coś lepszego niż życie w luksusie?</i>	143

Rozdział 6. Waniliowa treść w służbie neokonserwatyzmu

6.1. Waniliowa treść i tematy kontrowersyjne	147
6.2. Szczegółowe rozwiązania metodologiczne	148
6.3. Maski	149

6.3.1. Maski kryjące – ubóstwo i bezdomność	150
6.3.2. Maski upiększające – niepełnosprawność i uzależnienia	156
6.3.3. Maski – komentarz	158
6.4. Ślady – ubóstwo, rasizm, kolonializm	159
6.4.1. Ślady – komentarz	164
6.5. Próżnia – osoby LGBT+ i nieheteronormatywność	165
6.5.1. Próżnia – komentarz	168
6.6. Obecności ograniczone	169
6.6.1. Obecności ograniczone – problemy	170
6.6.2. Obecności ograniczone – postaci	173
6.6.3. Obecności ograniczone – komentarz	176
6.7. Poza <i>waniliową</i> treścią	178
6.8. Podsumowanie – o znaczeniu <i>najlepszych dodatków do pizzy</i>	180

**Rozdział 7. Depolityzacja i prywatyzacja odpowiedzialności
za problemy globalne na przykładzie tekstów związanych
z zagrożeniem środowiska**

7.1. Neoliberalizm a prywatyzacja problemów społecznych	185
7.2. Szczegółowe rozwiązania metodologiczne	186
7.3. Poziom tematyczny.	188
7.3.1. Przyczyny – <i>śmieci jest zdecydowanie za dużo</i>	188
7.3.2. Symptomy – <i>kiedy obserwujesz wzrost populacji</i>	193
7.3.3. Rozwiązania – <i>jeśli wszyscy będziemy wyłączać światło</i>	194
7.4. Poziom gramatyczny	200
7.4.1. Przyczyny – <i>plastik, kąpiel, dymy i spaliny</i>	200
7.4.2. Symptomy – <i>zmiana klimatu i globalne ocieplenie.</i>	203
7.4.3. Rozwiązania – <i>może uda się zachęcić rządy</i>	204
7.5. Poziom leksykalny i kompozycyjny – <i>oto dobra wiadomość</i>	206
7.6. Zagrożenia środowiska naturalnego – inne spojrzenie	210
7.7. Podsumowanie – <i>zmiana zaczyna się w domu</i>	211
Zakończenie.	221
Bibliografia	229
Aneks nr 1	253
Aneks nr 2	255
Summary	257