

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
α. Οι εκλογές της 31ης Μαρτίου 1946	11
β. Οι εκλογές της 9ης Απριλίου 2000	12
2. ΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	15
– Ένα σχήμα λειτουργίας των συγκρούσεων	20
– Καλλυντικοποίηση ή απο-πλαισίωση : ο μετασχηματισμός της αντίληψης της πραγματικότητας σε σειρά ασύνδετων εικόνων	20
2.1. Οι μετασχηματισμοί του (προεκλογικού) πολιτικού λόγου	23
2.2. Προσεγγίζοντας τις χρήσεις της διαφημιστικής επικοινωνίας	29
2.3. Η συστηματοποίηση της (σύγχρονης) πολιτικής επικοινωνίας	37
– Οι πολιτικές τηλεοπτικές μονομαχίες (debates)	40
– Οι δημοσκοπήσεις εξόδου από την κάλπη (exit polls) .	42
– Η αρνητική διαφήμιση	43
2.4. Προεκλογικές δαπάνες προβολής και σχετικοί νόμοι / διατάξεις	45
3. ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	51
3.1. Η τηλεόραση ως κύριο «στοίχημα»	52
3.2. Οι ψηφοφόροι ως σφυγμός	59
3.3. Πολιτική διαφήμιση και νέες τεχνολογίες	62
4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	71