

Les théories de l'influence

Les concepts opératoires

Identification, projection, transfert, mimesis
Disruption... Décalage...
Catharsis, rumeur
Distanciation ...
Implication...
Psycho-relationnel
Interactions, médiateurs, prescripteurs.
AT, proactivité, enaction
Microcosme/macrocosme

Les études

Consommation de la consommation, etc.
Propagande et « viol des foules ». Quels concepts ?
La persuasion clandestine. Perception et émotion.
Les modèles publicitaires et marketing sur l'influence
Le diagnostic de communication
Référentiels d'observation
Influence individuelle et collective
Influence et contre influence. Fonctionnalisme, déterminisme, interaction et systémique
Les outils « modernes » (amorces cognitive... conditionnement associatif, congruence des contenus, etc.)

Exemples

- *Sémiologie du luxe*
- *Téléréalité*
- *Buzz...*