

# 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...*