

# Diffusion, Propagation, Propagande : et après ? L'Effusion, un Nouveau Mode de Communication Médiatique pour l'Etude des Représentations Sociales

Buschini, Fabrice <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Sorbonne Nouvelle - Paris 3 University, France

## TO CITE

Buschini, F. (2023). *Diffusion, Propagation, Propagande : et après ? L'Effusion, un Nouveau Mode de Communication Médiatique pour l'Etude des Représentations Sociales*. 19. [https://paris.pias.science/article/MOSCO\\_2016\\_20\\_diffusion-propagation-propagande-et-apres](https://paris.pias.science/article/MOSCO_2016_20_diffusion-propagation-propagande-et-apres)

## PUBLICATION DATE

18/11/2016

## ABSTRACT

*L'effusion, un nouveau mode de communication médiatique pour l'étude des représentations sociales. Tribute to Serge Moscovici. Paris IAS, 17-18 November 2016 - Session 6*

Avec l'avènement d'Internet, les technologies de l'information et de la communication ont considérablement transformé les manières de communiquer. Moscovici ([Moscovici, 1995](#)) a souligné que cette nouvelle réalité produisait des représentations à la logique et au style particuliers : des cyber-représentations. Mais, il n'a cependant pas envisagé leur correspondance avec un métasystème et un mode de communication qui leur seraient propres. C'est ce que nous proposerons en défendant l'existence d'un nouveau mode de communication qui diffère des trois modes classiques analysés par Moscovici ([Moscovici, 1961](#)) : la diffusion, la propagation et la propagande. Il pourrait s'apparenter à la rumeur ([Allport & Postman, 1945](#); [Kapferer, 1987](#); [Morin, 1969](#); [Rouquette, 1975](#)), car les informations y sont transmises entre des récepteurs et des sources ayant des positions interchangeables et donc des statuts équivalents. Mais, il en diffère car leurs relations, à la fois particulières et globales, sont essentiellement virtuelles.

L'analyse de ce nouveau mode de communication, que nous qualifions d'effusion, montre qu'il se distingue des trois modes classiques par le public auquel il s'adresse, par l'objectif qu'il se fixe et par la manière dont il s'exerce. Ainsi, tout en s'affichant comme informatif, il active une modalité cognitive différente de l'opinion, de l'attitude ou du stéréotype, et envisage des modalités comportementales spécifiques.



#### [Diffusion, propagation, propagande et après](#)

Allport, G. W., & Postman, L. J. (1945). The basic psychology of rumor. In *Transactions of the New York Academy of Sciences: Vol. VIII* (pp. 61–81).

Buschini, F., & Lorenzi-Cioldi, F. (2013). Représentations sociales. In L. Bègue & O. Desrichard (Eds.), *Traité de psychologie sociale. La science des interactions humaines* (pp. 393–415). De Boeck Supérieur.

Doise, W. (1991). L'ancrage dans les études sur les représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*, XLV(405), 189–195.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Row.

Jodelet, D. (1989). Représentations sociales : un domaine en expansion. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 31–61). Presses Universitaires de France.

Buschini, F. (2023). *Diffusion, Propagation, Propagande : et après ? L'Effusion, un Nouveau Mode de Communication Média-tique pour l'Etude des Représentations Sociales*. 19. [https://paris.pias.science/article/MOSCO\\_2016\\_20\\_diffusion-propagation-propagande-et-apres](https://paris.pias.science/article/MOSCO_2016_20_diffusion-propagation-propagande-et-apres) 2016/17 - hommage-serge-moscovici - Article No.8. Freely available at [https://paris.pias.science/article/MOSCO\\_2016\\_20\\_diffusion-propagation-propagande-et-apres](https://paris.pias.science/article/MOSCO_2016_20_diffusion-propagation-propagande-et-apres) - 2826-2832/© 2023 Buschini F.

This is an open access article published under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International Public License \(CC BY-NC 4.0\)](#)

Jodelet, D. (1991). Représentations sociales. In H. Bloch, R. Chemama, A. Gallo, P. Leconte, J.-F. L. Ny, J. Postel, S. Moscovici, M. Reuchlin, & E. Vurpillot (Eds.), *Grand dictionnaire de la psychologie* (pp. 668–672). Larousse.

Kapferer, J. N. (1987). *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*. Seuil.

Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment. Experiments linking behavior to belief*. Academic Press.

Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8, 22–37.

Morin, E. (1969). *La rumeur d'Orléans*. Seuil.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Presse Universitaires de France.

Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Presse Universitaires de France.

Moscovici, S. (1995). Vygotsky, le Grand Robert et la cyber-représentation. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 28, 15–21.

Rouquette, M. L. (1975). *Les rumeurs*. Presses Universitaires de France.

Rouquette, M. L. (1996). Rumeurs, représentations sociales et délinquance. In J.-C. Abric (Ed.), *Exclusion sociale, insertion et prévention* (pp. 23–31). Éditions érès.

Schachter, S., & Burdick, H. (1955). A field experiment on rumor transmission and distortion. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 50, 363–371.

Sperber, D. (1989). L'étude anthropologique des représentations : problèmes et perspectives. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 133–148). Presses Universitaires de France.