



Denis MUZET est d'abord Professeur-assistant à l'Institut de Psychologie Sociale de l'Université de Strasbourg, auprès d'Abraham MOLES (1972-1979). Il crée l'Institut MÉDIASCOPIE en 1982 afin d'y développer une méthode originale de mesure des réactions des téléspectateurs. Il collabore régulièrement avec Libération, France Inter, Europe 1, Le Monde, Metro, etc. Il enseigne "La société médiatique" au Master 2 "Communication Politique et Sociale", Département de Science Politique, Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne.

Le site de son entreprise :

[www.mediascopie.fr](http://www.mediascopie.fr)

Un exemple de son travail :

&nbsp; [http://mediascopie.fr/media/Article-LES MOTS DES MAIRES.pdf](http://mediascopie.fr/media/Article-LES_MOTS_DES_MAIRES.pdf)

Le Design narratif, art ou science du récit ?

&nbsp; [http://mediascopie.fr/media/INFLUENCIA-LE DESIGN-JANVIER MARS 2015.pdf](http://mediascopie.fr/media/INFLUENCIA-LE_DESIGN-JANVIER_MARS_2015.pdf)

Les mécanismes de la mal information sont amplifiés

&nbsp; <http://www.influencia.net/fr/actualites/in ,media,revue-influencia-mecanismes-mal-info-s ont-amplifies,3540.html>

Derniers ouvrages publiés :

Le Téléprésident – Essai sur un pouvoir médiatique (Éditions de l’Aube, 2011). Avec François JOST

La Croyance et la Conviction - Les nouvelles armes du politique (Éditions de l’Aube, 2007)

La mal info – Enquête sur des consommateurs de médias (Éditions de l’Aube, 2006)