SSOAR
Open Access Repository
www.ssoar.info

La symbolique du zombie

Boudou, Nadine

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Boudou, N. (2015). La symbolique du zombie. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, *8*(1), 91-99. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-458975

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

La symbolique du zombie

Docteur Nadine BOUDOU
Lersem, Université Paul Valéry
FRANCE
nadine.boudou@orange.fr

Résumé : L'objectif de cet article est de montrer pourquoi le zombie peut être présenté comme un objet légitime de recherche pour la communication symbolique. Le zombie existe en tant que symbole car le mot le qualifiant est devenu d'usage courant, ce qui en permet une communication élargie. La diversité des interprétations qu'il rend possible témoigne de son ambivalence. Qu'il soit défini comme un symbole ou comme une métaphore nous verrons que, loin de n'être qu'un phénomène de mode, le zombie est riche de sens différents.

Mots-clés : communication symbolique, culture populaire, société du risque, zombie

***

The symbolism of zombie

Abstract: The objective of this article is to show why the zombie can be presented as a justifiable object of search for the symbolic communication. The zombie exists as symbol because the word the leading to a qualification became of current usage, what allows a widened communication. The diversity of the interpretations that he makes possible testifies of its ambivalence. That he is defined as a symbol or as a metaphor we shall see that, far from being that a lasted fad, the zombie is rich in different senses.

Keywords: popular culture, symbolic communication, risk society, zombie

***

Introduction

Le surgissement du zombie sur nos écrans n'est pas un phénomène nouveau car, dès 1932 avec *White Zombie* de Victor Halperin, le cinéma va exploiter ce thème. Le XXIème siècle a vu se renforcer et se normaliser la figure du zombie, depuis *Resident Evil* de Capcom en 2002 adapté d'un jeu vidéo et *28 jours plus tard* de Danny Boyle en 2002, jusqu'à la série télévisée *The Walking Dead* adaptée d'une bande dessinée par Frank Darabont à partir de 2007. Ces productions ont relancé la popularité du zombie déjà amorcée en 1968 avec le film, *La nuit des morts-vivants*, réalisé par George A. Romero. Le cinéma a normalisé dans l'imaginaire collectif la présence d'un monstre décérébré et apathique mais riche de multiples facettes qui en ont

 © ESSACHESS

complexifié la signification. Sa présence sur les écrans et sur de nombreux autres supports le consacre désormais comme un monstre incontournable de la culture populaire.

Nous allons montrer, en nous appuyant sur trois analyses du phénomène zombie, comment peuvent se construire différentes formes de communication symbolique. Les trois auteurs sur lesquels nous nous appuyons lui accordent une même valeur métaphorique générale. Selon Maxime Coulombe, le zombie aurait le pouvoir de manifester, à travers la pandémie dont il est le vecteur, « le fantasme de la fin des temps » (Coulombe, 2012, p. 117). Pour Vincent Paris, le zombie « met en scène une possibilité de fin du monde » (Paris, 2014, p. 39) et pour Antonio Dominguez Leiva, « il est un héraut privilégié de la fin des temps » (Dominguez, 2013, p. 26). Pourtant, malgré cette définition commune du zombie sur laquelle ils se rejoignent, nous allons voir qu'ils n'en tirent pas les mêmes conclusions sur sa signification ni pour expliquer sa popularité actuelle.

1. Un symptôme

Maxime Coulombe, plutôt que de réduire le zombie à une production issue de l'industrie culturelle, cherche à l'appréhender comme un produit psychique. Il s'attache à montrer qu'au-delà du divertissement, quelque chose de plus décisif se joue dans le cinéma de zombies. Pour y parvenir, il décompose le motif du zombie en trois figures : une figure du double, une figure du refoulé, une figure d'apocalypse. Sur la base de cette présentation, il en déduit que le zombie est un miroir déformé mais révélateur de notre condition.

En tant que figure du double il renvoie, de manière grotesque et caricaturale, au sujet contemporain dont la conscience est fragilisée par le rythme de la vie moderne et les nombreux chocs qu'il reçoit. Ceci aurait pour effet de faire « vaciller ce qui nous définit comme humain : notre capacité à penser » (Coulombe, 2012, p. 58). Certes, comme il le reconnaît, ce devenir-zombie qui marquerait l'horizon « de notre condition (post) moderne » n'est que métaphorique, « mais cet abrutissement de la conscience et cette difficulté à vivre des expériences caractérisent bel et bien notre époque » (Coulombe, 2012, p. 63). Le sujet traumatisé dont il est un double parodique, « décline un paradigme central dans l'occident contemporain : celui de l'individu frappé par un drame » (Coulombe, 2012, p. 57).

La figure du refoulé à laquelle il associe ensuite le zombie, permet à Maxime Coulombe de creuser les peurs et les obsessions du public afin de mettre à nu ce qui taraude la conscience de notre époque. Malgré leur déni de l'animalité et de la chair, nos sociétés se voient rattrapées par un monstre au comportement abject. Or comme l'écrit Julia Kristeva, « L'abject nous confronte, d'une part, à ces états fragiles où l'homme erre dans les territoires de l'*animal* ». (Kristeva, 1980, p. 20). Sous le vernis de la civilisation, selon « une hypothèse extrêmement répandue en occident », se cacherait, en l'homme, une bête sanguinaire. Le zombie, porteur d'une propension à la violence qui ne demande qu'à se déchaîner, aurait le pouvoir de nous révéler « le monstre que nous sommes véritablement » (Coulombe, 2012, p.

64). Dans cette optique, le zombie, reflet déformé de nous-mêmes, fait ressortir nos peurs refoulées : dissolution de la subjectivité, effondrement de la civilisation et retour à « l'état de nature » que cela impliquerait. A la différence de l'organisation carnavalesque et de l'inversion des valeurs qu'elle propose, l'univers grotesque du zombie est symptomatique « de notre incapacité à rêver un autre futur pour l'homme » (Coulombe, 2012, p. 100).

La figure d'apocalypse, dont il est un représentant type, serait alors un moyen pour le public d'assouvir le désir « d'assister, à défaut de pouvoir rêver de mieux, à la destruction du monde » (Coulombe, 2012, p. 101). Celle-ci, vécue comme un spectacle sublime, aurait une valeur cathartique et permettrait aux spectateurs de prendre une revanche symbolique sur la violence du monde extérieur. En contrepartie, ce besoin d'exorciser la violence par la violence « alimentant une singulière pulsion de mort » (Coulombe, 2012, p. 134), est révélateur d'un état d'esprit propre à notre époque. Il serait la marque d'un sentiment d'impuissance contre lequel, nous tenterions de lutter, en prenant une posture symbolique. Ce pessimisme qui « n'est qu'un autre mot pour l'impuissance » est entretenu, selon Maxime Coulombe, par les médias et « certains intellectuels, qui ont désormais compris le "magnétisme du désespoir", pour reprendre la belle formule d'Annie Le Brun » (Coulombe, 2012, p. 16). Maxime Coulombe traite ainsi la figure du zombie, qu'il aborde comme« un symptôme, celui d'un certain pessimisme contemporain ressassé par les médias » (Coulombe, 2012, p. 16).

2. Un thème de communication

Pour Vincent Paris, à la différence de Maxime Coulombe, le zombie n'est pas une métaphore du sujet contemporain. Il est un thème de communication, sur son environnement, pour une société faite « de communications, de symboles et d'informations qui ne sont pas des individus, mais des opérations typiquement sociales, avec leurs spécialités propres » (Paris, 2014, p. 36). Selon lui, le zombie est un thème de communication au même titre que le droit, l'éducation ou la culture. Il est un phénomène social dont la raison d'être réside essentiellement dans le pouvoir qu'il détient de refléter un risque. « Le zombie met en scène une possibilité de fin du monde, un récit eschatologique fort bien adapté d'ailleurs – le meilleur ! – à l'univers social qui le produit : la société moderne » (Paris, 2014, p. 39).

Il sert de thème de communication pour une société démocratique, le virus atteint tout le monde, et pour un monde globalisé, les problèmes environnementaux ou de santé ont une incidence mondiale. Afin de communiquer le thème du risque de manière lisible pour notre époque, la société utilise un code sémantique infecté/non infecté qui en a complexifié la portée symbolique depuis ses origines. Ce code « fait plus que jamais référence à une extinction totale du social » (Paris, 2014, p. 45). Le risque dont le zombie est porteur permettrait, à travers lui et les œuvres le mettant en scène, de montrer que la société, pour ne pas disparaître, doit mobiliser l'ensemble des domaines sociaux. Ce que la société observe, au miroir du zombie, c'est elle-même. Elle le fait afin de tester ses aptitudes, son savoir, son mode d'organisation en cas de catastrophe majeure.

Si la société communique ainsi sur le zombie, à travers un récit apocalyptique, elle le fait dans le but de se reproduire. « Comme si la société, de façon analogique, se plaçait elle-même au bord du gouffre afin de mieux assurer par la suite sa survie » (Paris, 2014, p. 40). Ce récit de fin du monde, porté par le zombie, équivaut à une « tentative de suicide » et à un « appel au secours face à sa possible extinction » (Paris, 2014, p. 40). Tel serait le rôle du zombie, nous rendre apparent de manière symbolique, ce qu'il nous est impossible d'appréhender, un monde globalement infecté et dévasté, en état d'extrême précarité. Le zombie est le produit d'une société réflexive et autoréférentielle qui peut communiquer, à travers lui, la notion de risque global. Les risques, dont nous sommes responsables et victimes, définissent la société dans laquelle nous vivons. Ils nous « invitent à prendre des décisions sociales et surtout rationnelles – sinon logiques et calculées. Ils changent nos façons d'appréhender le monde » (Paris, 2013, p. 123).

La société du risque, telle qu'elle a été définie par Ulrich Beck, se communique à travers le zombie. Il suggère « tant pour les causes, les effets et les responsabilités que pour les conséquences, quelque chose d'interne ou d'endogène : la science » (Paris, 2014, p. 40). Mais si la science peut être source de problèmes, elle est aussi source d'espoir car elle « est ce domaine social qui, selon ce qu'on nous présente dans les films ou les téléséries, est chargé de trouver la solution » (Paris, 2014, p. 46). Pour se prémunir contre des risques pouvant se transformer en catastrophes, la société doit être capable de mobiliser « tout un éventail de domaines de communication pour tenter de s'en sortir » (Paris, 2014, p. 46). La science et la politique doivent s'organiser pour ne pas voir s'effondrer le système. Dans la société du risque, le zombie ferait figure de projection symbolique grâce à laquelle se mettraient en place des systèmes de protection. Ceci afin de limiter les conséquences de risques, tels qu'une pandémie, mais par extension, toute autre catastrophe qu'elle soit naturelle, technologique ou sociale. Pour Vincent Paris, le zombie serait un produit de la société du risque qu'il symboliserait de manière adéquate en fonction de menaces potentielles pour lesquelles il servirait de figure exemplaire. Loin de n'être qu'une figure de l'inquiétude et du pessimisme, le zombie est un symbole ambivalent et dynamique, source d'effroi mais riche d'espoir, pour une société en quête de solutions. De là sa popularité et la fascination qu'il exerce : « il est à l'image de notre société. La société du risque » (Paris, 2013, p. 131).

3. Une anti-esthétique

Antonio Dominguez Leiva s'appuie sur les mythèmes déjà fixés par George A. Romero dans *La nuit des morts-vivants*, pour en montrer les dérivations présentes. Ces motifs ont codifié le zombie cinématographique, ont été réactualisés et ont connu une diffusion planétaire grâce aux jeux vidéo. Dans l'univers du jeu, les joueurs usent de violence de manière distanciée, sans ressentir la moindre culpabilité en tuant des zombies amorphes et désubjectivisés. Le cinéma et les romans

graphiques vont s'en emparer, jusqu'aux clips musicaux et aux marches qui lui sont consacrées. Son implantation planétaire vient du fait qu'il synthétise « nos anxiétés culturelles les plus extrêmes » (Dominguez, 2013, p. 15).

Pour le montrer, il va d'abord relever les différentes catégories esthétiques sur lesquelles s'appuie l'iconographie du zombie pour se développer et se répandre. Il l'associe au macabre à travers la symbolique chrétienne de la résurrection des morts et de la damnation, à la pornographie de l'atroce, à l'abjection et à l'au-delà de l'abject, à l'hyperréalisme, au culte esthétique de la fragmentation, à l'esthétique performatrice de la nausée, à l'esthétique contemporaine de la cruauté et à la poétique de l'excès. Ces configurations esthétiques feraient du zombie, « le signe d'un renversement radical du réel » et « d'une anti-esthétique contre-culturelle » (Dominguez, 2013, p. 25). Il obéit à la logique de la surenchère perpétuelle, « à travers l'esthétique de l'accélération générale », et cherche à s'adapter aux attentes du public. Celles-ci peuvent être contradictoires et dissimuler sous l'attrait jubilatoire procuré par l'apocalypse zombie, « l'idée de reconstruire une communauté autarcique, qui est au centre de la Pastorale Américaine dès les jours des Pères fondateurs » (Dominguez, 2013, p. 28). Il peut, à l'opposé, être interprété comme un moyen de remettre en cause les « violents fantasmes politiques de purification et de reconstruction du Rêve Américain originaire » (Dominguez, 2013, p. 33). Dans les deux cas, par son caractère viral, « plus que tout autre monstre, il engage le monde à se transformer à son image » (Dominguez, 2013, p. 26).

La sauvagerie dont le zombie fait preuve, ainsi que celle des survivants, font cesser toute interrogation sur ce qui sépare la nature de la culture. Il est alors perçu comme un reflet inquiétant des humains et « d'une sous-humanité esclave de ses appétits bestiaux dont nous sommes nous-mêmes le miroir à peine déformé » (Dominguez, 2013, p. 52). La vision d'une masse dépersonnalisée entretient la peur d'un quart-monde famélique et ensauvagé qui, comme le zombie, « se situe à la lisière du *junkie*, du sans-abri et de l'aliéné mental ». A travers lui et les rescapés de la pandémie, la « populace » est perçue comme potentiellement dangereuse et « prête à toutes les exactions » (Dominguez, 2013, p. 39). Le spectacle qu'il nous donne de la dévoration du monde, à travers « le festin cannibale est la culmination de ce réseau symbolique » (Dominguez, 2013, p. 42).

Antonio Dominguez Leiva fait remonter la réactivation de cette figure mythique aux lendemains des attentats du 11 septembre 2001 et à la peur qu'aurait fait naître une épidémie du SRAS, durant cette même période. Dans un tel contexte politique, le zombie peut être interprété comme un double monstrueux du terroriste, face auquel les survivants libèrent leur rage destructrice. L'horreur radicale d'un monde dominé par les zombies tient à ce que « comme les terroristes dont ils sont devenus l'envers cadavérique, ils nous somment à agir de façon aussi barbare qu'eux pour tenter de leur survivre » (Dominguez, 2013, p. 52). Cela complexifie le sens de sa barbarie et de celle des survivants à son égard ou entre eux. Il en déduit que le retour des zombies à l'écran, « fut sans doute un des "effets collatéraux" les plus inattendus de la nouvelle "politique de la Terreur" » telle qu'elle a été mise en place aux Etats-

Unis et « du nouveau *zeitgeist* paranoïaque » qui en a découlé (Dominguez, 2013, p.13). Le zombie pourrait alors être compris comme un moyen symbolique de contester le lissage des corps et des esprits provoqué par des sociétés ultra sécuritaires.

4. L'imagination symbolique

La communication symbolique mise en œuvre par ces trois auteurs, au sujet du zombie, en fait une créature représentative de l'archétype de la fin du monde. Il serait un symbole d'effroi et d'angoisse permettant de décrire et de visualiser quelque chose d'impossible à se représenter, la mort et la fin de ce qui est. Comme le remarque Jean Caune, « Le symbole part du concret pour aboutir à un signifié inaccessible » (Caune, 2013, p. 388). Pour donner du sens au monde environnant, l'homme crée des images, lesquelles sont des mises en forme symboliques dans le but de maîtriser le cycle temporel et de surmonter la peur de la mort. Lucile Desmoulins remarque : « La création cinématographique est artistique, mais elle est aussi philosophique et artistique. Elle actualise des figures mythiques qui incarnent des préoccupations ontologiques » (Desmoulins, 2013, p. 280). Le zombie n'est pas un signe arbitrairement choisi mais, son caractère analogique avec ce qu'il représente, est intrinsèquement motivé. Le motif réactualisé de l'épidémie est un moyen de signifier, à travers lui, « une civilisation malade, au bord de la ruine, de la décomposition » (Boia, 1989, p. 173).

L'imaginaire, comme l'a montré Gilbert Durand, est structuré et son mode de construction obéit à des catégories universelles. Elles permettent d'expliquer la permanence des archétypes tels que ceux du chaos, de la fin et du recommencement. « Ainsi beaucoup d'images premières cristallisant les angoisses du temps, de la vieillesse, de la maladie, et *in fine*, de la mort, sont-elles prises dans les familles d'images constellant autour des trois grands archétypes de monstres, nuit et chute » (Xiberras, 2013, p. 133). Ces archétypes, selon Gilbert Durand, « constituent le point de jonction entre l'imaginaire et les processus rationnels » (Durand, 1992, p. 63). Ils sont accompagnés de symboles qui varient en fonction des cultures et des époques et se prolongent en mythes ou récits explicatifs. Ces structures ou ces formes impliquent un « certain dynamisme transformateur » et donnent vie à un espace symbolique et mythique dont les assises archétypales sont invariables. Ce qui explique pourquoi les mythèmes, sur lesquels la symbolique du zombie s'est construite, varient au cours du temps. Gilbert Durand remarque que si les archétypes sont immuables et manquent d'ambivalence, les symboles « revêtent d'autant plus d'importance qu'ils sont riches de sens différents » (Durand, 1992, p. 63).

Depuis ses premières apparitions à l'écran jusqu'à aujourd'hui, les transformations successives du zombie permettent de le présenter comme un « modèle » que l'on peut qualifier, au sens de Gilbert Durand, de « symptomatique ». Nous rejoignons Jean-Bruno Renard, pour lequel le monstre « est un support de projection de la pensée sociale » (Renard, 2011, p. 153) et, comme le précise Roger Dadoun, il est

« une surface d'inscription » (Dadoun, 1999, p. 118). L'étymologie de monstre, de *monstrum*, dérivé de *monere*, signifie : faire penser, attirer l'attention sur, d'où « avertir ». Les monstres peuvent devenir des créatures mythiques, à l'image de Dracula, du monstre du Docteur Frankenstein, de King Kong ou de Godzilla. Le zombie, à la différence de ces êtres bien différenciés, est un monstre cannibale impliqué dans un processus de contamination à l'échelle globale. Comme tous les monstres qui se sont imposés dans les imaginaires collectifs, le zombie se manifeste à un moment charnière de l'histoire des hommes (Boudou, 2013). Les monstres n'interviennent pas par hasard dans les récits et la trame narrative dans laquelle ils s'inscrivent, permet de relier les imaginaires sociaux à des situations réelles et à des préoccupations actuelles. Le contexte historique auquel les monstres appartiennent, permet de comprendre leur implantation dans la culture populaire et dans l'univers symbolique dont ils font partie.

Selon Jean Caune, d'après Ernst Cassirer, la fonction symbolique consiste à élaborer « un univers exprimé par des formes culturelles qui manifestent un sens au sein du sensible » (Caune, 2012, p. 385). La richesse du sens qui se manifeste à travers lui et que ces différentes interprétations nous ont permis de dégager, en prouvent sa portée symbolique. Le zombie appartient à ce que Hicham-Stéphane Afeissa appelle « un schéma narratif apocalyptique », dont la vertu serait de « rendre plus intelligible le monde en crise dans lequel nous vivons, et de nous concevoir nous-mêmes comme des agents actifs au sein de l'histoire » (Afeissa, 2014, p. 253). Loin de n'être qu'un phénomène de mode, le zombie nous apparaît comme un phénomène social dont la raison d'être réside dans le pouvoir qu'il détient de symboliser l'effondrement global. Ce pouvoir est rendu possible par le dispositif cinématographique, ce qui permet de présenter « le cinéma comme instance de représentation imaginaire du fait symbolique et politique » (Lesson, 2013, p. 186). Jean-Baptiste Thoret considère que le film de George A. Romero, *Land of the Dead*, réalisé en 2005 peut être qualifié de politique, dans la mesure où il « postule un imaginaire collectif, construit un territoire commun qu'il parvient à mettre *réellement* en mouvement » (Thoret, 2007, p. 209).

Comme ces trois analyses nous ont permis de le montrer, si le zombie relève d'un imaginaire apocalyptique, différentes interprétations peuvent en être données. Pour Maxime Coulombe, les discours tenus sur l'environnement, l'économie et le relativisme des valeurs ayant gagné l'Occident ont fait germer et croître le catastrophisme dont s'est nourri le zombie pour proliférer. Ces discours appartiennent au régime de ce que Lucien Sfez appelle des « opérations symboliques » (Sfez, 2013, p. 18). Ils ont un impact sur l'état d'esprit d'un peuple et favorisent la construction d'images pouvant servir d'indices. Selon Vincent Paris, alors que l'apocalypse biblique a pu servir de récit explicatif sur les multiples dangers auxquels l'humanité pouvait être exposée, le virus mort-vivant est mieux adapté à une société du risque dans laquelle, d'après Ulrich Beck, « l'état d'exception menace d'y devenir un état normal » (Beck, 2001, p.43). Quant à Antonio Dominguez Leiva il rejoint, Louis-Vincent Thomas, selon lequel le déni de la mort aurait pour contrepartie un « retour quasi obsessionnel des morts » (Thomas,

1978, p. 50). Ce retour du refoulé qu'exprime la figure du zombie serait un moyen de nous dévoiler les cauchemars de notre temps. Ce qu'Antoine de Baecque, exprime ainsi, « il est temps de prendre la créature morte-vivante pour ce qu'elle est, depuis bientôt quarante ans : la plus intéressante figure d'une Amérique mise à nue » (de Baecque, 2012, p. 732). Le fait que sa popularité dépasse les frontières de l'Amérique, laisse à penser qu'un même état d'esprit se globalise.

Conclusion

Les différences d'appréciation que nous avons pu repérer sur le sens de ce phénomène sont dues à la posture théorique tenue par chacun des auteurs. Maxime Coulombe s'appuie sur des références philosophiques, psychologiques et esthétiques qui contribuent à donner au zombie une dimension universelle. Il l'envisage comme le symptôme d'un pessimisme ambiant entretenu par des discours alarmistes. La communication médiatique serait responsable, selon lui, de l'état d'esprit catastrophiste qui serait le nôtre aujourd'hui. Vincent Paris, par contre, l'utilise d'un point de vue sociologique comme thème de communication pour la société du risque. Loin de n'être qu'un produit du pessimisme, le zombie fait ressortir les contradictions d'une société consciente des risques pesant sur elle. Elle se montre alors capable de se mettre elle-même en scène à travers la logique du pire afin que se manifestent, par des réactions positives, les moyens de sa conservation. Antonio Dominguez Leiva, quant à lui, pousse à bout des codes esthétiques et fait ressortir l'inquiétant reflet qu'il nous renvoie de nous mêmes. Il voit dans la paranoïa l'état d'esprit de notre temps que renforcent et entretiennent des politiques sécuritaires. La sauvagerie du zombie qui s'exhibe à l'écran, dans une débauche de sang, ferait office de contre-pouvoir face à l'hypocrisie d'une société aseptisée dans laquelle la mort est un sujet tabou et la violence dissimulée.

Entre désir de catastrophe, appel au secours ou revanche symbolique sur des obsessions sécuritaires, ces trois analyses, différentes mais complémentaires, nous ont permis de montrer que le zombie est un moyen efficace de communiquer sur le climat mental de notre époque.

Références

Afeissa. H.-S. (2014). *La fin du monde et de l'humanité. Essai de généalogie du discours écologique*. Paris : Éds. PUF.

Baecque de, A. (2012). « Zombie », *Dictionnaire de la pensée du cinéma*. Paris : Éds. PUF.

Beck, U. (2001). *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*. Paris : Éds. Flammarion.

Beck, U. (2003). « La société du risque globalisé revue sous l'angle de la menace terroriste ». *Cahiers internationaux de Sociologie*, Vol. CXIV, p. 27-33.

Boia, L. (1989). *La fin du monde. Une histoire sans fin*. Paris : Éds. La Découverte.

Boudou, N. (2013). *Les imaginaires cinématographiques de la menace. Émergence du héros postmoderne*. Paris : Éds. L'Harmattan.

Caune, J. (2013). « De l'usure du symbolique à sa régénération dans les processus de médiation ». in Bratosin, S. & Tudor, M.A. (2013), *Actes 1er Colloque international ORC IARSIC-ESSACHESS*, Béziers, p. 383-391.

Coulombe, M. ((2012). *Petite philosophie du zombie*. Paris : Éds. PUF.

Dadoun, R. (1999). *King Kong*. Paris : Éds. Séguier.

Desmoulins, L. (2013). « Les systèmes d'information comme objets et sujets symboliques dans les films de fiction : panoptique et dévirtualisation ». in Bratosin, S. & Tudor, M.A. (2013), *Actes 1er Colloque international ORC IARSIC- ESSACHESS*, Béziers, p. 270-280.

Dominguez Leiva, A. (2013). *Invasion Zombie*. Strasbourg : Éds. Le murmure.

Durand, G. (1969). *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Paris : Éds. Dunod.

Kristeva, J. (1980). *Pouvoirs de l'horreur. Essai sur l'abjection*. Paris : Éds. Du Seuil.

Le Brun, A. (2011). *Perspective dépravée. Entre catastrophe réelle et catastrophe imaginaire*. Paris : Éds. du Sandre.

Lesson, B. (2013). « Banalité du m@l? Compréhensions et critiques des NTIC autour de l'œuvre de David Cronenberg ». in Bratosin, S. & Tudor, M.A. (2013), *Actes 1er Colloque international ORC IARSIC-ESSACHESS,* Béziers, p. 185-195.

Paris, V. (2013). *Zombies. Sociologie des morts-vivants*. Paris : Éds. Lextenso.

Paris, V. (2014). « Le zombie comme portrait d'une société sans hommes ». *Angles morts. Différents regards sur le zombie* (p. 31-48). Montréal : Éds. XYZ.

Renard, J.-B. (2011). *Le merveilleux. Sociologie de l'extraordinaire*. Paris : Éds. CNRS.

Sfez, L. (2013). « La politique symbolique : introduction au colloque de Béziers ». in Bratosin, S. & Tudor, M.A. (2013), *Actes 1er Colloque international ORC IARSIC-ESSACHESS*, Béziers, p. 13-19.

Thomas, L.-V. (1978). *Mort et pouvoir*. Paris : Éds. Payot.

Thoret, J.-B. (2007). *Politique des zombies. L'Amérique selon George A. Romero*. Paris : Éds. Ellipses.

Xiberras, M. (2013). « Des images qui soignent ? Les tâtonnements scientifiques de l'anthropologie symbolique ». *Actes 1er Colloque international ORC IARSIC-ESSACHESS*, Béziers, p. 123-137.