HAL
open science

Pastiches et détournements de Mickey Mouse dans les comix de l'âge psychédélique (1966-1976)

Jean-Paul Gabilliet

To cite this version:

Jean-Paul Gabilliet. Pastiches et détournements de Mickey Mouse dans les comix de l'âge psychédélique (1966-1976). Survivance des icônes, Apr 2014, Paris, France. hal-01756617

HAL Id: hal-01756617

https://hal.science/hal-01756617v1

Submitted on 2 Apr 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Survivance des icônes

Colloque international organisé par
Géraldine Chouard (Université Paris-Dauphine)
et Déborah Lévy-Bertherat (ENS Ulm)

Université Paris-Dauphine – ENS, Paris, 4 et 5 avril 2014

Pastiches et détournements de Mickey Mouse dans les comix de l'âge psychédélique (1966-1976)

Jean-Paul Gabilliet, Université Bordeaux Montaigne

Quand on dit que Mickey est une icône de la culture américaine, on ne fait pas à proprement parler allusion au personnage de dessin animé tel qu'il fut créé en 1928 par Walt Disney, mais plutôt au système de valeurs dont il est devenu un signifiant identifiable par tous les Américains, puis tous les Occidentaux, puis le monde entier, en moins de dix ans. Qui se souvient que la Société des Nations décerna en 1935 à Mickey — et non à son créateur — une médaille de « symbole international d'amitié » (*international symbol of goodwill*) ?

Nous allons pendant ces deux journées entendre de nombreuses définitions du terme *icône*. Dans le court exposé que je vais vous présenter, et que je place sous l'égide de l'histoire culturelle, j'utiliserai le mot *icône* au sens de ***représentation collective immédiatement identifiable par la majorité des membres d'une société donnée et dans laquelle ceux-ci reconnaissent certaines valeurs, qu'ils soient par ailleurs en accord ou en désaccord avec ces valeurs***. Cette définition peut sembler

excessivement précautionneuse mais il n'en est rien. Et le personnage-phare de Walt Disney en est un exemple probant.

Mickey est une icône culturelle porteuse d'une axiomatique (au moins…) double : la première est repérable à un niveau linguistique, lexicographique. Ainsi le dictionnaire *Webster*, ouvrage peu suspect de radicalisme idéologique, nous confirme-t-il qu'en anglais, *Mickey Mouse*, au moins depuis la fin des années 30, est un adjectif qui, en fonction des contextes, signifie « médiocre », « de peu de valeur », « mesquin ». La seconde axiomatique, qui ne porte pas sur le nom lui-même mais sur son signifié visuel et narratif, est celle par laquelle Mickey nous apparaît comme une icône d'une certaine culture moyenne américaine, celle qui trouva son incarnation la plus puissante dans l'euphémisation qui colorait la majorité des représentations collectives véhiculées par la culture de masse étatsunienne des années 50.

Il est utile de se rappeler que Walt Disney fut un acteur-clé de la culture *mainstream* conservatrice des années Eisenhower — moins du fait de son anticommunisme viscéral, dont le grand public n'était pas vraiment informé, que de son occupation très raisonnée du nouveau média populaire qu'était la télévision. Deux émissions produites par Disney et diffusées sur la chaîne ABC furent particulièrement emblématiques de cette décennie : *Disneyland* (à partir de 1954), conçu pour assurer la promotion du parc à thème d'Anaheim, et *The Mickey Mouse Club*. Diffusé quotidiennement en semaine à 17h entre 1955 et 1960, ce programme de variétés à destination des enfants et adolescents était bâti autour du petit groupe des *Mouseketeers*, une vingtaine d'enfants acteurs-chanteurs-danseurs âgés de 10 à 17 ans,

qui intervenaient dans une succession de numéros musicaux, sketches et séquences diverses entrecoupées de dessins animés ; l'émission se caractérisait par une ambiance où gaieté et bonne humeur le disputaient à la bienséance des valeurs et au conformisme des pensées – en cela *The Mickey Mouse Club* nous apparaît aujourd'hui comme un produit de grande consommation culturelle particulièrement représentatif de la vision du monde conservatrice et consumériste associée à la classe moyenne blanche majoritaire de la première phase de la Guerre froide. Du fait de sa diffusion quotidienne pendant la seconde moitié des années 50 (et des rediffusions quasi-permanentes dans les années suivantes), *The Mickey Mouse Club* fut une expérience très largement partagée par la génération du baby-boom : il est difficile de trouver un Américain né dans les années 40 dont l'enfance ou l'adolescence n'ait été ponctuée par le générique entraînant dont le refrain épelait à 7 reprises les lettres "M-I-C-K-E-Y-M-O-U-S-E." Ce n'est pas par le cinéma, mais bien par la télévision et les comics, que cette génération assimila l'existence et la place de Mickey dans le système de valeurs dominant américain.

*(Seed)Et c'est dans cette génération qu'on trouve les créateurs qui, arrivés à l'âge adulte dans les années 60, posèrent les bases du renouveau de certaines formes d'expression, processus baptisé « contre-culture » à partir de la fin de la décennie. Du milieu des années 60 au milieu des années 70, la bande dessinée, cantonnée depuis le début du XXe siècle dans les strates inférieures des hiérarchies culturelles, où se côtoyaient les productions « pour enfants » et *lowbrow*, fut le lieu d'un bouillonnement créatif sans précédent. Les comics dits *underground* élargirent le spectre des possibles

de la bande dessinée en matière de forme et de fond, conférant dans le même mouvement visibilité et acceptabilité à un concept nouveau, la « bande dessinée pour adultes ».

Un demi-siècle plus tard, il faut se garder de sous-estimer ce que furent l'ampleur et l'impact de la démarche contre-culturelle de subversion et de réécriture du socle de valeurs sur lequel s'appuyait le monde dans lequel avaient grandi les acteurs de la révolution *underground*. Il faut de même éviter de penser que l'idée de subvertir les symboles de la culture conformiste de leurs parents leur soit venu comme par magie en une nuit. Car, cela ne surprendra personne, on trouvait dans la culture conformiste des années 50 des enclaves de non-conformisme, aux effets plus ou moins marqués sur la doxa ambiante : l'irrespect et l'irrévérence étaient présents dans le divertissement de masse dès les années 50, avec la musique déjantée de Spike Jones, les parodies de Stan Freberg à la radio, Ernie Kovacs et Phil Silvers à la télévision – tous précurseurs de la satire infiniment plus corrosive et dérangeante pratiquée par Lenny Bruce à partir du tournant des années 60. En bande dessinée, le grand innovateur fut Harvey Kurtzman, chef d'orchestre de la revue *Mad* de 1952 et 1955 : adaptant aux *comic books* un type d'humour juif fondé sur la prise de distance ironique systématique envers les célébrités, stars et icônes de toute nature (*dont notre célèbre souris dans « Mickey Rodent » en 1954), Kurtzman devint de facto un des maîtres à penser de toute une génération d'adolescents de la petite classe moyenne fascinés par la bande dessinée et destinés, au cours des années 60, à rompre de manière radicale avec le mode de vie auquel croyaient leurs parents.

Pour les auteurs de la mouvance underground, Mickey n'était bien sûr qu'une des nombreuses icônes de la culture populaire dans laquelle ils avaient baigné durant toute leur jeunesse. Cependant, un examen — même superficiel — de la production de bd underground pendant la décennie 1966-1976 révèle une récurrence relativement importante du personnage (plus de 150 pages), mis en scène à l'occasion de détournements de diverses natures. Le fait qu'on considère le domaine de la bande dessinée et, plus largement, du dessin est lui-même un élément contextuel important : en effet, les créateurs actifs dans ce milieu partageaient tous une sensibilité à l'histoire du *cartoon* sous ses diverses formes. A la défiance qu'ils pouvaient ressentir envers la souris de Disney parce qu'elle était devenue à leurs yeux un symbole inamovible de l'*American way of life* s'ajoutait une sorte de « reproche nostalgique » à l'encontre de Walt Disney : dans ses premières années, Mickey recelait aux niveaux graphique et narratif un potentiel subversif qui fut délibérément annihilé autour de 1935 avec le passage des court-métrage à la couleur et la transformation du chenapan en modèle de comportement pour les enfants (les valeurs carnavalesques incarnées à l'origine par Mickey se trouvant dès lors déplacées dans Donald Duck, éternel *loser* caractériel qui, malgré de nombreux lissages, a conservé au fil du temps plus d'épaisseur que Mickey). Au final, la souris de Walt Disney était pour de nombreux auteurs underground devenue le symbole d'une idéologie qu'ils rejetaient, après avoir elle-même perdu la force de subversion qui faisait son authenticité originelle à la charnière des années 20 et 30.

Quand on passe en revue les détournements subis par Mickey à l'âge d'or de la

bd underground, on observe trois types de stratégies : les détournements métonymiques, psychédéliques, parodiques.

1) J'appelle **métonymiques** les détournements dont l'impact subversif repose sur l'utilisation d'un élément qui permet de reconnaître immédiatement l'allusion à Mickey Mouse sans que celui-ci soit représenté dans son entier. *Un exemple typique est cette page de 1972 où dans une apologie patriotique très ironique de la liberté d'expression, entonne la chanson folk de gauche de Woody Guthrie *This Land is Your Land* tout en arborant une paire d'oreilles de Mouseketeers ; comme souvent chez Crumb, conservatisme et progressisme sont ici renvoyés dos à dos au nom du même dégoût de l'américanisme, qu'il soit de droite ou de gauche. *Stratégie identique d'Art Spiegelman dans cette case de 1976 où deux personnages à oreilles de Mickey et bec de Donald surmontent une profession de foi de Walt Disney à propos de la supériorité du divertissement sur l'art. *Mickey Backbean, un des enfants d'une famille nombreuse de mutants (vraisemblablement d'origine nucléaire) dessiné par Greg Irons en 1972. Dans les trois cas, les éléments renvoyant à Mickey font ressortir un fond idéologique réactionnaire (patriotisme niais chez Crumb, philistinisme chez Spiegelman, ravissement pro-nucléaire chez Irons), *pareillement détourné dans « Home Grown », illustration produite en 1973 par Alton Kelley et Stanley Mouse représentant un paquet de cigarettes dont le logo est une main de Mickey sortant d'un champ de cannabis tient un joint et entourée de plusieurs symboles transparents du nationalisme américain le plus béat.

2) J'appelle **psychédéliques** les détournements qui métamorphosent l'aspect

graphique « traditionnel » de Mickey au moyen de codes visuels du design mis en place à San Francisco notamment dans les affiches de concert de musiques pop et rock par une poignée de graphistes aux fortes individualités. *Rick Griffin fut le dessinateur le plus inspiré par Mickey. Tout au long de la période qui nous intéresse, il l'utilisa à de nombreuses reprises : entre autres *dans la célébrissime affiche de concert Family Dog d'octobre 1967, *aux côtés de R. Crumb dans *Zap Comix* #2 *et #3 en 1968, *en couverture du magazine *Rolling Stone*, *sur la pochette du 33t de Steppenwolf *At your Birthday Party* en 1969 (montage à partir d'une photo de la Guerre de Sécession où tous les visages ont été remplacés par la mête tête de Mickey), *en couverture de son superbe *Man From Utopia* en 1972. Victor Moscoso, autre illustrateur san franciscain de renom, utilisa Mickey dans une veine visuelle très proche de Griffin : *en 1968 dans *Zap* 2 où il proposait un contrepoint aux pages de Griffin, *en 1969 (année érotique, est-il besoin de le rappeler) dans *Zap* 4 où le psychédélisme se mêlait au surréalisme porno à la Dali ; *Moscoso exploitera à nouveau la veine porno dans *Color*, fascicule de 1971 reprenant un projet de dessin animé jamais mené à bien, *avant de proposer en 1972 en couverture de *The Rip Off Review of Western Culture* ce Mickey psychédélique, seul, immobile, bouffi, comme vidé de toute autre substance que graphique. Bien que Griffin et Moscoso aient été les deux artistes qui ont le plus exploré la « psychédélisation » de Mickey, *on peut leur adjoindre le fascicule méconnu publié en 1970 par John Fawcett *Works of Art Comics starring moose mouse*, faux livre de coloriages, découpages et jeux divers mais véritable délire en noir et blanc autour de l'univers graphique de Disney ou encore *« Skip Williamson's Psychedelic Comix » paru dans Bijou Funnies 1 en 1968

(cette page réalisée à l'évidence sous l'emprise du LSD s'interprète à la dernière case comme un collage névrotique et apocalyptique laissant entendre que le monde, où qu'il aille, a au fond la même valeur qu'une production Walt Disney…). Tous les détournements psychédéliques de Mickey avaient en commun une démarche issue du surréalisme, où la succession des images obéissait davantage à une logique de flot de conscience que de construction narrative, le glissement dans la fantasmatique sexuelle se faisant naturellement au rythme des *(Nickel Library) courbes, des rondeurs, des tuyaux et des boules qui sont les éléments de base permettant de construire Mickey, autant que de le déconstruire.

*(YD18) 3) J'en viens maintenant à la troisième et dernière catégorie. J'appelle ***parodiques*** les détournements reposant sur le récit plus que sur l'image, sur des réécritures subversives dont la finalité première était de battre en brèche le système de valeurs conservateur monolithique dont Mickey était l'incarnation et l'émanation. Ces détournements représentent le nombre de pages le plus important dans le corpus étudié. Les formes en sont variables : *un Mickey du 4e âge représenté par Crumb en 1967 dans *Cavalier*, *un autre noyant dans l'alcool avec Donald l'amertume des souvenirs d'une célébrité passée par Joel Beck en 1968, *la fusion de l'underground et de *Playboy* vue par Greg Irons en 1970 (avec un Donald mâtiné de Popeye en train de se masturber au deuxième plan). *Un cas intéressant fut celui de Mickey Rat : créé à l'origine par le dessinateur Robert Armstrong comme simple motif de t-shirt, pastiche du personnage avec un gros nez, des dents pointus et des poils, il apparut dans des histoires courtes, publiées en trois fascicules à Los Angeles en 1971-72, dans diverses

incarnations de *loser* mais avec très peu de références à Disney autres que le jeu de mot potache originel autour duquel il avait été conçu. La parodie était dans ce cas extrêmement diluée par rapport à l'original et finalement peu mordante.

*Avec Mickey Rat, on était de fait aux antipodes de ce que fut la démarche des Air Pirates. Ce collectif de dessinateurs talentueux produisit à l'été 1971 deux numéros de *Air Pirates Funnies* : sous des couvertures calquées sur de véritables couvertures des années 30, ces fascicules proposaient des pastiches très corrosifs, remplis principalement de sexe et de drogue, dans des styles rappelant de manière lointaine les *comic strips* d'avant-guerre. *Le dessinateur Dan O'Neill était à l'origine du projet (Levine 53-66), mené dans son cas par militantisme anti-Establishment avec l'intention, qui peut sembler très naïve a posteriori, de pousser Disney à faire un procès et de révéler son vrai visage d'ennemi de la liberté d'expression. Après qu'O'Neill eut fait en sorte que des exemplaires se retrouvent devant chaque membre du conseil d'administration de Disney lors d'une réunion de celui-ci, la multinationale intenta en octobre 1971 à leurs auteurs un procès pour violation du droit d'auteur, contrefaçon et concurrence déloyale. L'argument mis en avant par les avocats de Disney pendant les neuf années de procédure était celui de la « confusion » – c'est-à-dire le risque que des lecteurs croient à tort que *Air Pirates Funnies* avait été été réalisé par Disney. Dans la mesure où il était impossible de prouver que les parodistes s'étaient enrichis sur le dos de Disney, le débat technique autour de la propriété intellectuelle qui fut au cœur de ce procès long de neuf ans apparaît rétrospectivement comme l'arbre qui cachait (fort mal, par ailleurs) la forêt du crime de lèse-majesté culturelle.

La première observation que l'on peut faire en conclusion de ce rapide survol des détournements de Mickey Mouse à l'époque de la contre-culture a trait, non à la survivance, mais à la résilience des icônes, dès lors que leur visibilité se maintient. Aucun élément ne permet d'affirmer que l'aura de Mickey s'est trouvée affectée par ces stratégies parodiques. C'est un des paradoxes fondamentaux de la parodie qu'elle alimente la visibilité de la cible qu'elle cherche à déstabiliser. En même temps, résilience n'est pas synonyme de parfaite stabilité : Mickey était beaucoup plus synonyme du système de valeurs « bourgeois », « middle-class », de l'Establishment, etc. dans les années 60 que maintenant. A notre époque, Mickey est essentiellement métonymique de la multinationale Walt Disney ; c'est essentiellement à l'extérieur des Etats-Unis qu'il est encore évoqué comme symbole de la culture étatsunienne, et encore sous l'angle particulier de la culture de masse. Si l'identification très forte du personnage à l'américanisme n'a pas totalement disparu, elle s'est beaucoup émoussée par rapport à ce qu'elle était dans les années 50 et 60 et c'est donc dans le contexte de cette période particulière qu'il faut comprendre la dernière scène de *Full Metal Jacket* de Stanley Kubrick, qui se déroule pendant la Bataille de Hué le 31 janvier 1968 [: https://www.youtube.com/watch?v=ufSGd58gjAM].