

LA LUNE EST POUR DEMAIN. LA PROMESSE DES IMAGES

LE 21 JUILLET 2009 **ANDRÉ GUNTHERT**

Après un quart de siècle consacré au cinéma d'animation, les studios Disney entament au début des années 1950 un vaste processus de diversification. Films de fiction (*L'île au trésor*, 1950), documentaires animaliers (*Le Désert vivant*, 1953), séries télévisées (*Davy Crockett*, 1954) se succèdent, jusqu'à la création en 1955 de Disneyland, premier parc à thème dédié [...]

Après un quart de siècle consacré au cinéma d'animation, les studios Disney entament au début des années 1950 un vaste processus de diversification. Films de fiction (*L'île au trésor*, 1950), documentaires animaliers (*Le Désert vivant*, 1953), séries télévisées (*Davy Crockett*, 1954) se succèdent, jusqu'à la création en 1955 de Disneyland, premier parc à thème dédié à la matérialisation d'un univers d'images.

De ce monde «où les rêves deviennent réalité», Louis Marin a bien décrit le vertige: «réalité de l'imaginaire, avec la puissance, la violence, mais aussi la fixation immobile et stéréotypée du fantasme» (Marin, 1973). Erigé en culture par l'obsession autoréférentielle, le corpus disneyen fournit aux attractions et aux décors l'essentiel de leurs sujets. Autour du château de la Belle au bois dormant, *Fantasyland* réunit les personnages des plus célèbres dessins animés des studios. *Frontierland* reconstitue le Far-West de la série diffusée par NBC, tandis qu'*Adventureland* théâtralise l'exotisme du documentaire *The African Lion* (1955). Parmi les grands districts de Disneyland, un seul n'obéit pas à la règle: *Tomorrowland*.

Certes, la quatrième division du parc réutilise le sous-marin et plusieurs accessoires du film *Vingt mille lieues sous les mers* (1954). Mais ce recours tient de l'expédient pour faire face à un budget en baisse. A la différence du reste du domaine, alimenté par l'imagerie existante, *Tomorrowland* est supposé couvrir la vulgarisation scientifique et technique –un terrain encore vierge de productions maison. Pas pour longtemps. En application du principe disneyen qui veut que la meilleure façon de créer le matériel nécessaire est de réaliser un film, l'animateur Ward Kimball se voit chargé de tourner un documentaire télévisé, inscrit dans le cadre de la série vouée à la promotion du parc que diffuse la chaîne ABC, partenaire du projet (Mosley, 1985). C'est Kimball qui choisit de resserrer la thématique autour de la conquête spatiale, et confie à l'ingénieur Wernher von Braun, alors responsable du programme de missiles balistiques de l'armée américaine, le rôle de principal conseiller.

Les effets de l'attraction

L'attraction centrale de *Tomorrowland*, réalisée par le décorateur John Hench d'après les indications de von Braun, sera une fusée de 24 mètres de haut, baptisée *Moonliner*, derrière laquelle une salle de spectacle circulaire est aménagée en simulateur de vol spatial (ill. 1). Sous le titre: "*Rocket to the Moon*", celui-ci déploie sur deux écrans superposés (l'un pour la vue vers l'arrière, l'autre vers l'avant) la vision d'un équipage s'éloignant de la Terre, puis tournant autour de la Lune, enfin revenant à son point de départ. Deux documentaires de 50 minutes, *Man in Space* et *Man and the Moon*, seront diffusés les 9 mars et 28 décembre 1955, pour promouvoir cette partie du parc. Associant dessin animé, documents d'archives, anticipation-fiction et entretiens avec des spécialistes, parmi lesquels Wernher von Braun, Willy Ley ou Heinz Haber, ils brossent un vaste panorama qui va de l'histoire de la science-fiction aux perspectives des vols habités, en passant par la technologie des fusées à réaction – un modèle du genre, prototype des innombrables productions documentaires qui accompagneront la conquête spatiale dans les années 1960-1970 (ill. 2, 3).



Vu par 42 millions de téléspectateurs, *Man in Space* rencontre un succès considérable (Ley,

1961). D'après Ward Kimball, le président Eisenhower aurait été si impressionné par le film qu'il aurait appelé les studios le lendemain de sa diffusion pour demander qu'on lui envoie une copie (Smith, 1978). Selon l'historien Mike Wright, aucun document ne permet de corroborer cette version dans les archives officielles de la Maison blanche (Wright, 1993). Pourtant, attestée par une note du réalisateur, l'idée de l'impact du film sur le premier personnage de l'Etat fait désormais partie de la légende. Si l'on y ajoute l'annonce par Eisenhower le 29 juillet 1955 du projet d'envoyer le premier satellite américain dans l'espace à l'horizon 1957, il est tentant de conclure à l'idée d'un effet de l'imagerie sur celui qui fondera en 1958 l'administration nationale de l'espace et de l'aéronautique, la NASA.

On peut comprendre le prix qu'attachent les studios Disney à cette anecdote. Plutôt que de s'appuyer sur la fiction ou la nostalgie, comme les autres divisions du parc, *Tomorrowland* semble avoir produit une imagerie autonome, une projection pertinente vers le futur. Peut-on parler d'iconographie efficace? Les images que l'on peut décrire comme jouant un rôle manifeste dans une chaîne causale sont rares. Le facteur qui permet d'évoquer dans ce cas une dimension performative est la fonction politique d'Eisenhower, susceptible d'inscrire dans le réel un vœu ou un programme. Dans la vision téléologique d'une histoire qui conduit nécessairement à l'alunissage d'Apollo 11 le 21 juillet 1969, *Man in Space* peut ainsi apparaître comme une étape vers la concrétisation du programme spatial, jetant un pont entre le projet et sa mise en œuvre.

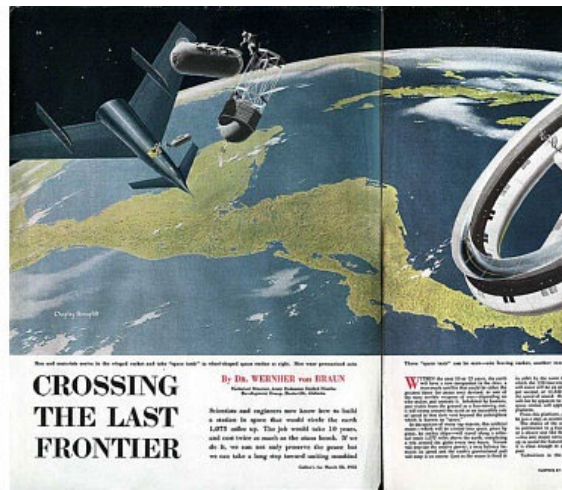
Mais la réponse à cette question apparaît surtout strictement indécidable. Outre que l'appel à un simple lancement satellitaire paraît bien modeste en comparaison de l'ambition du vol habité affiché par le film, la contiguïté chronologique de l'annonce ne suffit pas à démontrer son rôle causal. En l'absence d'une déclaration des acteurs renvoyant explicitement à l'émission, il n'existe aucune preuve de son effectivité. Simultanément, il paraîtrait absurde d'écarter l'imagerie des agents du processus. *Man in Space* peut très bien avoir compté parmi les éléments qui ont contribué à éclairer le jugement du président. Mais comment l'établir? Si une image laisse des traces dans l'imaginaire, nulle charte ne tient registre de cette sorte d'empreinte. L'effet pouvant parfaitement avoir été inconscient, l'absence de témoignage ne suffit pas non plus à prouver le défaut de performance.

Si l'on se heurte aux limites de la sémiotique ou de la psychologie lorsqu'on tente de déployer la chaîne des causes en aval de l'événement disneyien, il est en revanche possible de la remonter vers l'amont. Car l'imagerie orchestrée par Ward Kimball a, de son propre aveu, un précédent: les célèbres numéros consacrés en 1952 par le magazine *Collier's* à la conquête spatiale, inspirés par Wernher von Braun, avec la collaboration des graphistes Chesley Bonestell, Fred Freeman et Rolf Klep (Liebermann, 1992).

Prendre le réel de vitesse

A la fin des années 1940, un nombre croissant d'acteurs de l'industrie aéronautique ou de l'administration militaire se passionne pour les questions du vol spatial (Whipple, 1992). Le premier colloque public organisé sur ce thème a lieu le 12 octobre 1951 au Hayden Planetarium de New York, sous la direction du vulgarisateur scientifique d'origine allemande, Willy Ley, coauteur de l'ouvrage *La Conquête de l'espace* (1949). Un mois plus tard, une deuxième rencontre, sous l'égide de la fondation Lovelace pour l'éducation médicale et le département médical de l'US Air Force réunit à San Antonio astronomes, physiciens et médecins autour des problématiques du vol habité. Présent, von Braun ne fait pas partie des intervenants, mais participera par écrit aux actes du colloque.

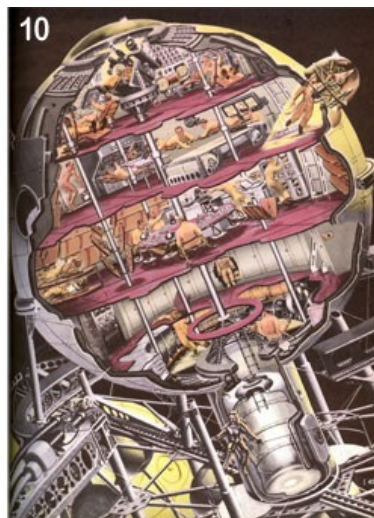
Deux journalistes du *Collier's*, alors diffusé à trois millions d'exemplaires, assistent à la réunion du Hayden Planetarium et font remonter à la rédaction un signal positif. L'hebdomadaire délègue l'éditeur Cornelius Ryan à San Antonio pour suivre les travaux des savants. C'est au cours d'une discussion animée avec Wernher von Braun et les astronomes Fred Whipple et Joseph Kaplan que Ryan conçoit l'idée d'une vaste série d'articles consacrés à la conquête spatiale (Whipple, 1992). La rédaction engage trois des meilleurs dessinateurs spécialisés pour illustrer cet ensemble qui s'étendra sur 8 numéros jusqu'en 1954. Le premier paraît le 22 mars 1952 sous le titre: «*Man will conquer space soon*» («l'homme va conquérir l'espace bientôt»), avec un dessin de couverture de Chesley Bonestell représentant la séparation du troisième étage d'une fusée ailée sur fond de globe terrestre. Précédé par une importante campagne de publicité, qui comprend plusieurs interventions de von Braun à la télévision, le numéro s'ouvre sur un éditorial rédigé par Cornelius Ryan intitulé «*What are we waiting for?*» («Qu'est-ce qu'on attend?») et se poursuit par un article de von Braun qui, sous le titre «*Crossing the last frontier*» («Franchir la dernière frontière»), expose un programme cohérent et soigneusement documenté d'un lanceur à trois étages, une station orbitale et un vol circumlunaire (ill. 4, 5).



Trois ans plus tôt, l'ouvrage *La Conquête de l'espace*, rédigé par Willy Ley et illustré par Chesley Bonestell, tentait déjà de familiariser le grand public avec l'aventure spatiale, présentée non plus comme un rêve de science-fiction, mais comme un projet technologique exaltant, à la portée de la recherche contemporaine. Salué par l'écrivain Arthur C. Clarke, ce livre sera la principale source documentaire du film *Destination Moon*, produit par George Pal en 1950, première fiction américaine à envisager de façon réaliste le vol lunaire (ill. 8). Mais le style de Bonestell, qui a fait carrière comme décorateur de cinéma, privilégie une représentation romanesque, caractérisée par des paysages grandioses, des reliefs abrupts et des éclairages violemment contrastés (ill. 6, 7).



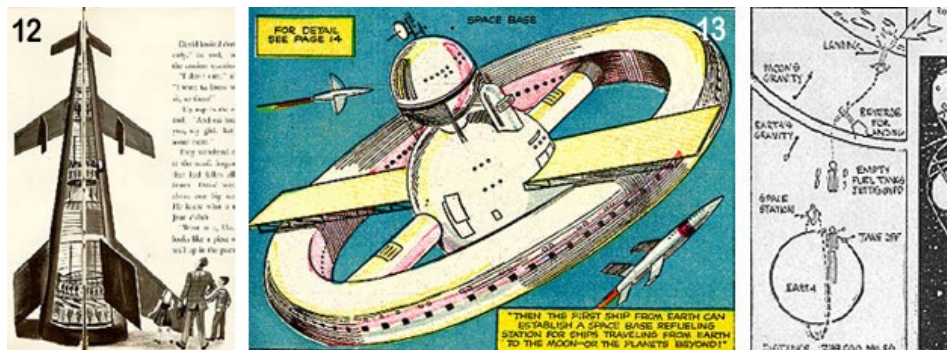
Les illustrations du *Collier's* de 1952 présentent une rupture franche avec la subjectivité et le lyrisme de *La Conquête de l'espace*. Inspirée par la vision très fouillée de von Braun, qui en contrôle la réalisation, l'iconographie du magazine propose une galerie de vaisseaux incroyablement détaillés, présentés sous la forme de dessins techniques, d'éclatés ou de représentations en situation (ill. 9, 10, 11), complétée par une série de tableaux, de cartes ou de schémas de mécanique céleste. La rédaction a visiblement souhaité rompre avec l'imagerie de fantaisie de la période précédente, pour exploiter toutes les ressources de l'iconographie scientifique et technique.



Ce choix ne doit rien au hasard. L'originalité de l'approche du *Collier's* ne tient pas au respect des codes de l'énonciation savante, largement en usage dans la littérature spécialisée. Elle découle d'une nouvelle interprétation de la conquête spatiale, non plus seulement en termes scientifiques et techniques, mais politiques et géostratégiques.

Présenté en introduction par Cornelius Ryan, le raisonnement peut se décrire comme suit: suggéré par la richesse des informations dont le magazine rend compte, le développement des recherches est un signe de la maturité du domaine (Ryan, 1952). Evoquant les doutes qui existaient au démarrage du projet Manhattan, l'éditeur sacrifie au culte des pouvoirs de la science. Mais ce rappel, en pleine guerre de Corée, désigne aussi le contexte de la guerre froide. Soulignant que les travaux soviétiques en matière de missiles balistiques est comparable à celui des Etats-Unis, Ryan dévoile le fond de sa thèse: si l'on songe à l'usage que pourraient faire les Russes d'une station orbitale, il vaut mieux que les américains soient les premiers à occuper ce promontoire. Décalque de la compétition nucléaire contemporaine entre les deux superpuissances (après avoir perdu le monopole de la bombe A en 1949, les Etats-Unis sont alors en compétition ouverte avec l'URSS pour la mise au point de la bombe à hydrogène; la première explosion thermonucléaire américaine aura lieu le 1er novembre 1952), la figure de la course à l'espace est lancée comme un magnifique argument autoréalisateur.

On le constate: l'adverbe «soon» ("bientôt") qui ouvre le numéro ne renvoie pas seulement à une proximité chronologique, mais à une urgence politique. Il constitue un avertissement, une exhortation à remporter le duel – pour mieux préserver la paix. En l'espèce, le rôle du magazine ne se borne pas à dresser un état des lieux, mais se conçoit comme un apport actif: selon les termes de Ryan, le *Collier's* propose ni plus ni moins un plan pour exécuter ce programme: «a blueprint of a program for the conquest of space » (Ryan, 1952). En employant le terme qui désigne la catégorie de dessin technique la plus proche de la réalisation tridimensionnelle, l'éditeur explicite les choix iconographiques que le numéro met en œuvre. La gamme graphique sollicitée, dans sa précision descriptive et sa richesse spectaculaire, vise à installer la conquête spatiale à la frontière du réel. Elle correspond très exactement à l'énoncé d'une promesse: la Lune est pour demain, disent les images.



Antithèse de la compétition nucléaire, qui met la technologie au service de la paix et rachète la science dévoyée par la guerre, l'argument du *Collier's* s'inscrit adroitement dans son époque. Quotidiens et hebdomadaires lui emboîtent le pas pour célébrer le voyage dans l'espace. Les éditions Viking reprendront sous la forme de deux livres illustrés, *Across the Space Frontier*, publié en septembre 1952, et *Conquest of the Moon*, publié l'année suivante, la matière retravaillée des contributions du magazine. L'effectivité de son iconographie peut se mesurer à l'ampleur de ses reprises. Dès 1953, du *First Book of Space Travel* à *The Complete How-To Book of Space* (ill. 14), en passant par *Rocket Away* (ill. 12) ou *The Big Book of Space*, c'est par dizaines que se comptent les ouvrages qui la pillent allègrement. Son influence dépasse de loin l'aire américaine, comme en témoigne la couverture d'*On a marché sur la Lune*, publié en 1954 par Hergé, qui s'inspire d'un dessin de Bonestell (Goddin, 2007, ill. 15, 16). On en retrouve l'empreinte marquée jusqu'en 1968, dans le film de Stanley Kubrick, *2001, l'Odyssée de l'espace* – par exemple dans la séquence initiale des vaisseaux évoluant autour de la station orbitale, qui reprend fidèlement les motifs développés en 1952 (ill. 5 et 17).



Pragmatique de la dissémination

Ce que traduit la dissémination des images n'est pas qu'un simple effet de répétition. Dans

le contexte des industries culturelles du XXe siècle, la reprise d'un motif est réservée au petit groupe des médiateurs et producteurs culturels, pour lesquels ce choix relève autant de paramètres formels que de préoccupations de pertinence ou d'audience. Le succès du récit proposé par le *Collier's* ne tient pas seulement à la qualité de son illustration, mais à la force de son argument, à sa cohérence globale et à la crédibilité de ses auteurs – qui forment un tout. En régime mass-médiatique, ce que nous appelons "images" correspond plus exactement à des dispositifs mixtes dont la composante visuelle n'est que la partie émergée. Relevants du régime de l'illustration, ces dispositifs ne sont pas séparables du réseau signifiant dans lequel ils sont insérés, dont la légende est le marqueur le plus apparent. En d'autres termes, à partir du moment où l'on accepte de définir ces éléments visuels par leur fonction de supports de récits, leur circulation doit être considérée comme une mesure de la performance, non des images, mais bien de ces mêmes récits.

Il y a plus. La dissémination des récits est l'un des ressorts principaux de la transformation d'un énoncé individuel en métarécit (Lyotard, 1979), ou récit social objectif. Utilisé de manière délibérée dans la publicité ou la propagande, ce processus typique des médias de masse se produit également dans les domaines de la presse ou des loisirs. La multiplication virale d'un énoncé n'est donc pas qu'un indicateur d'influence, mais constitue par elle-même un mécanisme qui en renforce l'effectivité. Passant du *Collier's* à Disneyland, du magazine au parc d'attraction et de l'illustration au support télévisé, le métarécit de la conquête spatiale devient une fable toujours plus puissante, dont le caractère avéré s'impose comme allant de soi.

Ce mécanisme comporte sa déclinaison iconographique. A l'époque de la guerre, pour mieux convaincre les responsables militaires allemands de l'utilité des dépenses exigées par le programme des missiles V2, Wernher von Braun avait pris l'habitude de composer des présentations audiovisuelles soignées, accompagnées de modèles réduits des machines. De même, à l'occasion des interventions de promotion des numéros du *Collier's* à la télévision, l'ingénieur fait réaliser dans les ateliers de Redstone des maquettes du lanceur à trois étages ainsi que de la station spatiale (Liebermann, 1992, *ill. 18*).



Comme à Disneyland, la matérialisation des figures produit un effet de séduction puissant. Mais elle participe également de la répétition transmédiatique des images, qui contribue à leur objectivation. Lorsqu'un lecteur des articles du *Collier's* découvre *Man in Space*, il aperçoit sous la forme de modèles réduits manipulés par des savants les mêmes vaisseaux spatiaux qu'il a vu représentés dans les pages de l'hebdomadaire (*ill. 19, 20*). Malgré le soin apporté à l'illustration du magazine, nul n'imaginait que ces images puissent reproduire des engins déjà existants. Avec le documentaire télévisé, cette distinction devient plus laborieuse, en vertu du principe référentiel qui gouverne la compréhension de l'image, et qui veut que celle-ci, dans le cas le plus courant, propose la représentation d'une réalité préalable. Lorsque la répétition se reproduit sur plusieurs générations, c'est bien l'image qui finit par devenir le modèle de sa copie, introduisant progressivement un brouillage de la relation référentielle, au point de laisser croire à l'existence des objets figurés. Cet effet de concrétisation des images est l'accompagnement caractéristique du processus de dissémination qu'orchestre le concert des médias de masse.

De dessin animé en maquette, de schéma en film, on n'aura guère quitté ici les territoires de la représentation. Est-ce à dire que l'image ne peut influencer sur les faits? Il y a deux façons de répondre à cette interrogation. La première en observant qu'au XXe siècle, les images ne sont pas des objets culturels isolés, mais agissent essentiellement comme de puissants supports des processus d'objectivation du récit. La deuxième en reformulant les termes de la question. Le terrain d'action des images est l'imaginaire. Nous pensons volontiers que cette dimension ne joue qu'un rôle marginal dans la vie en société. Pourtant, l'histoire de la conquête spatiale apporte exactement la preuve du contraire. Rarement programme aura mobilisé tant d'énergie onirique, tant de discours et de fantasmes (Kauffmann, 1994). L'imaginaire peut-il agir sur les faits? S'il n'en allait pas ainsi, jamais l'homme n'aurait posé le pied sur la Lune.

Preprint, article à paraître in *Gil Bartholeyns, Thomas Golsenne (dir.), La Performance des images*, éditions de l'université de Bruxelles.

Illustrations: **1)** Fred M. Nelson Sr., Tomorrowland, le *Moonliner*, 1959, *courtesy*

Yesterland.com. **2)** Walt Disney présentant Tomorrowland, "Man and the Moon", 1955

(vidéogramme). **3)** Vol habité vers la Lune, "Man and the Moon", 1955 (vidéogramme). **4)**

"Man Will Conquer Space Soon", couverture, *Collier's*, 22 mars 1952 (ill. de Chesley

Bonestell). **5)** Wernher von Braun, "Crossing the Las Frontier", *Collier's*, 22 mars 1952 (ill. de

Chesley Bonestell). **6)** Chesley Bonestell, "La planète Saturne vue de son satellite Titan", *La*

Conquête de l'espace, 1949, © Bonestell LLC. **7)** Chesley Bonestell, "Le vaisseau, ayant

atterri sur sa base, décollera de cette position pour retourner sur Terre", *La Conquête de*

l'espace, 1949, © Bonestell LLC. **8)** Affiche du film "Destination Moon", 1950. **9)** Rolf Klep,

schéma du lanceur spatial, *Across the Space Frontier*, 1952. **10)** Fred Freeman, schéma de

la sphère de l'équipage, *Conquest of the Moon*, 1953. **11)** Fred Freeman, vaisseau cargo

lunaire, *Conquest of the Moon*, 1953. **12)** Paul Galdone, *Rocket Away*, 1953. **13)** Anon., *Outer*

Space, 1953. **14)** L. B. Cole, *The Complete How-To Book of Space*, 1953. **15)** Chesley

Bonestell, l'expédition lunaire dans la plaine de *Sinus Roris*, *Conquest of the Moon*, 1953, ©

Bonestell LLC. **16)** Hergé, *On a marché sur la Lune*, 1954, © Editions Moulinsart. **17)** Stanley

Kubrick, *2001. Odyssée de l'espace*, 1968 (vidéogramme). **18)** Wernher von Braun et Gordon

Manning, rédacteur en chef du *Collier's*, avec les modèles réduits des vaisseaux spatiaux,

Across the Space Frontier, 1952. **19)** Modèles réduits de vaisseaux spatiaux, "Man in Space",

1955 (vidéogramme). **20)** Wernher von Braun et le modèle réduit du lanceur, "Man in Space",

1955 (vidéogramme). *This is an academic blog. Copyrighted material is reproduced under fair*

use.

Références. Filmographie

Destination Moon, Irving Pichel (réal.), George Pal (prod.), Technicolor, USA, Eagle Lion Classics, 91', 1950.

Treasure Island (distr. fr.: *L'île au trésor*), Byron Haskin (réal.), USA, RKO Radio Pictures, Technicolor, 96', 1950.

The Living Desert (distr. fr.: *Le Désert vivant*), James Algar (réal.), USA, Walt Disney Productions, Technicolor, 69', 1953.

Davy Crockett (série TV, diffusée par ABC, 1^{re} série: 15 décembre 1954, 26 janvier 1955, 23 février 1955), Norman Foster (réal.), USA, Walt Disney Productions, 1954-1955.

The African Lion, James Algar (réal.), USA, Walt Disney Productions, Technicolor, 75', 1955.

20.000 Leagues Under the Sea (distr. fr.: *Vingt mille lieues sous les mers*), Richard Fleischer (dir.), USA, Walt Disney Productions, Technicolor, 127', 1954.

"**Man in Space**" (TV, épisode de Disneyland, diffusé par ABC, 9 mars 1955), Ward Kimball (réal.), USA, Walt Disney Production, 50', 1955.

"**Man and the Moon**" (TV, épisode de Disneyland, diffusé par ABC, 28 décembre 1955), Ward Kimball (réal.), USA, Walt Disney Productions, 50', 1955.

2001. A Space Odyssey (distr. fr.: *2001. Odyssée de l'espace*), Stanley Kubrick (réal.), USA, Metro Goldwin Mayer, Technicolor, 140', 1968.

Références. Sources illustrées

Jeanne Bendick, *The First Book of Space Travel*, F. Watts, 1953.

Collier's, n° 22 mars 1952, p. 22-39/65-74; 18 octobre 1952, p. 51-60; 25 octobre 1952, p. 38-48; 28 février 1953, p. 40-48; 7 mars 1953, p. 56-63; 14 mars 1953, p. 38-44; 27 juin 1953, p. 33-35/38-40; 30 avril 1954, p. 21-29.

William A. Discount (ill. L. B. Cole), *The Complete How-To Book of Space*, New York, How-to Books, 1953.

Frances Frost, *Rocket Away!* (ill. Paul Galdone), Whittlesey House, 1953.

Hergé (Georges Rémi), *On a marché sur la Lune*, Tournai, Casterman, 1954.

Earl Oliver Hust, *The Big Book of Space*, New York, Grosset & Dunlap, 1953.

Willy Ley, Chesley Bonestell, *Conquest of Space*, New York, Viking Press, 1949 (traduction française par Henri Daussy, *La Conquête de l'espace*, Lausanne, Guilde du Livre, 1952).

Cornelius Ryan (éd.), *Across The Space Frontier*, New York, Viking Press, 1952.

Cornelius Ryan (éd.), *Conquest of the Moon*, New York, Viking Press, 1953.

Références. Etudes

Lorraine Daston, Peter Galison, *Objectivity*, New York, Zone Books, 2007.

Philippe Goddin, *Hergé. Lignes de vie*, Bruxelles, éditions Moulinsart, 2007.

James L. Kauffmann, *Selling Outer Space. Kennedy, the Media and Funding for Project Apollo, 1961-1963*, Tuscaloosa, University of Alabama Press, 1994.

Randy Liebermann, "The Collier's and Disney Series", in Frederick I. Ordway III, Randy Liebermann (ed.), *Blueprint for Space. Science Fiction to Science Fact*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1992, p. 135-146.

Willy Ley, *Rockets, Missiles and Space Travel*, New York, Viking Press, 1961.

Jean-François Lyotard, *La Condition postmoderne*, Paris, Minuit, 1979.

Walter A. McDougall, *The Heavens and the Earth. A Political History of the Space Age*,

Baltimore, John Hopkins University Press, 1985.
Louis Marin, *Utopiques: jeux d'espace*, Paris, Minuit, 1973.
Leonard Mosley, *Disney's World. A Biography*, New York, Stein & Day, 1985.
Melvin H. Schuetz, *A Chesley Bonestell Space Art Chronology*, USA, Universal Publisher, 1999.
David R. Smith, "They'Re Following Our Script'. Walt Disney's Trip to Tomorrowland", *Future*, n° 2, mai 1978, p. 59.
Fred L. Whipple, "Recollections of Pre-Sputnik Days", in Frederick I. Ordway III, Randy Liebermann (ed.), *Blueprint for Space. Science Fiction to Science Fact*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1992, p. 126-134.
Mike Wright, "The Disney-Von Braun Collaboration and Its Influence on Space Exploration", in Daniel Schenker, Craig Hanks, Susan Kray (éd.), *Inner Space/Outer Space. Humanities, Technology and the Postmodern World. Selected Papers from the 1993 Southern Humanities Conference*, Huntsville, Southern Humanities Press, 1993 (en ligne: history.msfc.nasa...).
Webographie: Al Jackson, **Collier's Space Flight Series**; John Sisson, **Dreams of Space. Books and Ephemera**; Werner Weiss, **Yesterland**.

ELISABARRERA

le 26 mars 2010 - 11:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Some time before, I needed to buy a building for my organization but I didn't have enough money and could not buy anything. Thank heaven my dude proposed to get the credit loans from trustworthy bank. Hence, I acted that and used to be satisfied with my small business loan.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE