# ”MR OBAMA GOES TO HOLLYWOOD… AND COMES BACK: WASHINGTON ET TINSELTOWN, D’INTERDÉPENDANCES EN PRISES DE DISTANCE”

Céline Mansanti

▶ **To cite this version:**

Céline Mansanti. ”MR OBAMA GOES TO HOLLYWOOD… AND COMES BACK: WASHINGTON ET TINSELTOWN, D’INTERDÉPENDANCES EN PRISES DE DISTANCE”. Cercles : Revue Pluridisciplinaire du Monde Anglophone, 2012. hal-03647478

**HAL Id: hal-03647478**

**https://u-picardie.hal.science/hal-03647478**

Submitted on 20 Apr 2022

**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.

# MR OBAMA GOES TO HOLLYWOOD… AND COMES BACK

## WASHINGTON ET TINSELTOWN, D'INTERDÉPENDANCES EN PRISES DE DISTANCE

**CÉLINE MANSANTI**
*Université de Picardie-Jules Verne (Amiens)*

« AAAAAAAAAAAAAHHHHHHRHRGRGRGRRRGURBHJBEORWPSOJW PJORGWOIRGWSGODEWPGOHEPW09GJEDPOKSD!!!!!!!!!!!!!!!0924QU8T6 3095JRGHWPE09UJ0PWHRGW ». C'est ainsi que Lady Gaga, dans un tweet tout joycien, s'est réjouie de la réélection de Barack Obama, à l'instar de nombreuses célébrités hollywoodiennes qui s'étaient engagées aux côtés du président sortant. À coups de posts scintillant de mille feux (innombrables majuscules, points d'exclamation à répétition, abréviations et codes divers), Justin Bieber, Cher, Alec Baldwin, Katy Perry, Maria Carey, Eva Longoria, et bien d'autres, n'ont pas manqué d'ériger une haie d'honneur à celui qui a su faire exploser les réseaux sociaux (plus de 420 000 retweets et 1,3 millions de « J'aime » en deux heures, un record selon Michaël Szadkowki dans *Le Monde*), en y postant l'image glamour d'un couple présidentiel physiquement séduisant. « Four more years » : la légende donne le ton… mais lequel ? Certes, ils sont beaux, ils s'aiment, ils sont magnifiés par la contre-plongée… mais la légende est sobre, le ciel est gris, et la robe de Michelle n'a coûté que 86 dollars. D'un côté, un premier président noir, jeune, beau, charismatique, médiatique – John McCain lui avait reproché en 2008 d'être « traité comme une star » [ALEXANDER 411]. De l'autre, le dévoilement d'une personnalité « vraie », sobre, réfléchie, voire en retrait.

L'image présidentielle créée par Obama et ses communicants s'appuie sur cette ambivalence, qui s'applique également à ses rapports avec Hollywood. D'un côté, une aisance certaine à se prêter au jeu de leurs dîners ultra-chics et décontractés ; de l'autre, une façon de traiter Hollywood avec une « réticence calculée » [PERETTI 277], selon l'auteur d'un récent ouvrage sur Hollywood et l'image présidentielle : le critique en veut pour preuve la réserve avec laquelle le candidat Obama a accueilli en 2008 le soutien inédit de la faiseuse d'opinion Oprah Winfrey, dont on dit qu'il lui aurait permis de prendre la tête de la primaire contre Hillary Clinton [LEVITT,

nytimes.com]. D'autres remarquent qu'Obama s'est très peu rendu à Hollywood durant son premier mandat (campagne exceptée), ou encore que ses meilleurs amis à Hollywood sont ses anciens camarades et collègues des facs de droit d'Harvard et de Chicago [RESSNER 1]. Qu'Obama fréquente les dîners mondains d'Hollywood n'étonnera guère : la dépendance financière actuelle, envers l'industrie hollywoodienne, des candidats démocrates à la présidence est telle que cette galanterie se comprend aisément. La réticence d'Obama à se prêter de bonne grâce à ce jeu interroge davantage. Le danger peut venir de la droite, l'attaque de John McCain en 2008 l'a clairement montré. Mais le danger pourrait aussi venir de la gauche : Bill Clinton, qui a probablement été l'un des soutiens les plus efficaces d'Obama lors de cette deuxième campagne, ne représente pas pour autant un modèle que le président aurait souhaité imité dans la définition de ses relations à Hollywood. D'interdépendances en mises à distance, de séductions en déceptions, cet article entend donc esquisser quelques traits de la relation spéciale qui lie le Président Obama à Hollywood, en s'appuyant sur une compilation d'articles de presse – plus rarement d'ouvrages critiques, peu nombreux.

Une première caractéristique de la relation entre Obama et Hollywood est assurément l'existence d'un lien de dépendance réciproque entre Washington et Tinseltown… ou plus précisément, aujourd'hui, entre la présidence démocrate et Tinseltown. Car si des liens existent depuis longtemps entre la présidence et l'industrie cinématographique, Steven J. Ross, dans un entretien pour *Libération* reprenant les grandes lignes de son ouvrage paru l'année dernière, *Hollywood Left and Right*, rappelle que « Contrairement à ce que racontent les républicains, qui adorent critiquer le *"gauchisme hollywoodien"*, la droite est implantée à Hollywood depuis bien plus longtemps que la gauche. C'est Louis B. Mayer [le nabab de la Metro-Goldwyn-Mayer, ndlr], pilier du Parti républicain de Californie, qui a forgé les premiers liens entre les studios et le monde politique. » [ROSS, liberation.fr] La gauche gagne progressivement du terrain, d'abord dans les années 1930, avec la campagne présidentielle de Roosevelt, puis, après la chasse aux sorcières menée par HUAC (House Committee on Un-American Activities), qui clive Hollywood dans les années 1950, lors de l'arrivée au pouvoir de Kennedy. La droite revient au pouvoir en force dans les années 1980, avec l'élection de Ronald Reagan, et ce n'est qu'avec l'arrivée de Clinton en 1992 que s'ouvre la période que nous connaissons encore actuellement, marquée par l'association de la majorité de l'industrie cinématographique et des démocrates, association que n'a pas distendu le double mandat de George W. Bush, jugé catastrophique par la plupart des

figures influentes d'Hollywood. Plus précisément, bien sûr, c'est une dépendance financière qui lie la présidence démocrate à Hollywood, dépendance renforcée par la présidence Clinton, mais née dès 1964 avec l'élection de Johnson, comme le souligne Burton Peretti [243].

Aujourd'hui, cet apport financier est aussi indispensable aux candidats démocrates que ne l'est le soutien de Wall Street aux candidats républicains, d'autant que les campagnes électorales sont de plus en plus dispendieuses, chaque nouvelle campagne battant tous les records de dépenses de la précédente [CONFESSORE, nytimes.com]. En 2012, l'intérêt financier du candidat démocrate pour Hollywood (et plus largement pour la Californie, puisque la Silicon Valley a majoritairement soutenu les Démocrates) s'est vue renforcé non seulement par la nécessité de trouver davantage d'argent, mais aussi du fait de la difficulté d'Obama à lever des fonds en provenance de Wall Street [EGGEN, washingtonpost.com]. Concrètement, les levées de fonds à Hollywood ont essentiellement deux origines : les dons personnels et les collectes organisées pour générer des dons extérieurs. Ces collectes s'appuient sur le carnet d'adresses de ceux qui s'engagent à les organiser, et peuvent prendre la forme de dîners et autres manifestations. Dans une version élaborée, les petits donateurs que sont les citoyens ordinaires peuvent être encouragés à y contribuer, attirés par la perspective d'être tirés au sort pour passer une soirée en compagnie d'une partie du gratin hollywoodien (et éventuellement, pour les plus courues, d'Obama et/ou Michelle en personne). L'une des collectes de fonds les plus en vue lors de la dernière campagne a ainsi réuni 150 convives autour d'un dîner co-organisé en mai 2012 par Jeffrey Katzenberg, producteur et co-fondateur du studio DreamWorks, et plus gros soutien hollywoodien d'Obama, et George Clooney, dans la villa de l'acteur. À 40 000 dollars le couvert, au moins 6 millions ont été déboursés par les participants, sans compter l'argent versé en ligne par les petits donateurs ayant participé à la loterie qui leur attribuait deux couverts. Au total, le dîner aurait rapporté près de 15 millions, ce qui en ferait l'une des plus grosses collectes présidentielles jamais réalisées en l'espace d'une soirée [CALMES, nytimes.com]. Le différentiel entre la somme payée par les stars et celle payée par les petits donateurs révèle la rentabilité du dispositif de collecte consistant à utiliser la popularité des animateurs de Tinseltown. D'autres manifestations de ce genre ont été organisées lors de cette campagne, certaines à New York, comme le dîner proposé par l'actrice Sarah Jessica Parker et la rédactrice en chef de *Vogue*, Anna Wintour, au domicile de cette dernière dans West Village en juin 2012.

Parmi les soutiens les plus précoces au président sortant, on peut citer, outre les personnes déjà mentionnées, Andy Spahn, un ancien de DreamWorks, Ken Solomon, directeur d'une chaîne télévisée spécialisée dans le tennis, Clarence Avant, producteur de cinéma et éditeur de musique, Ari Emanuel, directeur d'une entreprise d'agents de stars, Jamie et Michael Lynton, directeur de la filiale américaine de Sony, Kelly et Ron Meyer, président d'Universal, Colleen Bell, productrice de télévision, qui tous se sont engagés tôt dans la campagne à lever des fonds pour Obama, en utilisant leur carnet d'adresses[1]. Par ailleurs, certaines personnalités hollywoodiennes ont manifesté leur soutien par le versement de sommes conséquentes à des super PAC, ces organisations privées permettant depuis 2010 de soutenir indirectement l'un ou l'autre candidat sans limite de versement. En octobre 2011, Priorities USA, l'un des principaux super PAC soutenant Obama, avait déjà reçu des dons de Jeffrey Katzenberg (à hauteur de 2 millions de dollars), de J. J. Abrams, réalisateur et producteur, et de sa femme Katie McGrath, actrice, ainsi que du producteur Steven Bing [DAUNT, "Hollywood's Super Pac Spenders" 22]. Plus tard dans la campagne, ils ont été rejoints par d'autres personnalités, comme Steven Spielberg, co-fondateur avec Jeffrey Katzenberg et David Geffen de DreamWorks. En juin 2012, Haim Saban, producteur de télévision et magnat des médias, a donné un million de dollars au super PAC Unity 2012 soutenant lui aussi Obama [« Obama's Billionaires » 18]. Au rang des plus gros soutiens financiers d'Obama à Hollywood figurent également James Costos, d'HBO et Michael Smith, décorateur des Obama à la Maison Blanche, Cindy et Alan Horn, ancien directeur de Warner Bros., James Lassiter, producteur, Bryan Lourd, agent, et Harvey Weinstein, producteur et co-fondateur de Miramax. De nombreuses autres personnalités, acteurs ou chanteurs plus ou moins influents[2], se sont également engagées aux côtés d'Obama, comme Robert de Niro, Jim Carrey, Scarlett Johansson, Leonardo DiCaprio, Jay-Z, ou Beyoncé.[3]

---

[1] La liste de ces 8 « bundlers » (à laquelle il faut ajouter Jeffrey Katzenberg) a été établie en septembre 2011 [DAUNT, « Obama's Big Hollywood Problem » 40].

[2] Steven J. Ross, dans l'entretien pour *Libération* déjà cité, juge influent (notamment auprès des jeunes) un chanteur comme Jay-Z, beaucoup moins une actrice comme Scarlett Johansson.

[3] Remarquons que, bien que minoritaires, certaines figures d'Hollywood ont soutenu Romney. Citons parmi elles Jerry Perenchio, ancien directeur du plus gros réseau de chaînes télévisées de langue espagnole aux États-Unis, Univision, qui a versé au moins 2,5 millions de dollars à deux super PAC soutenant Romney, Restore our Future et American Crossroads ; Bruce Ramer, l'un des avocats les plus influents d'Hollywood ; ou encore Harry Sloan, ancien directeur de MGM, et principal pilier du parti républicain à Hollywood. Romney a également pu s'appuyer sur quelques

Une comparaison de la liste des principaux soutiens hollywoodiens d'Obama avec celle des principaux soutiens hollywoodiens de Clinton en son temps révèle une certaine continuité qui plaide pour l'existence de liens relativement stables entre le parti démocrate et Hollywood. La liste des personnalités d'Hollywood qui ont participé à la collecte de 1998 visant à aider le président à payer les quelque 6,5 millions de dollars engagés dans des frais de justice suite au Monicagate inclut en effet Tom Hanks, Barbra Streisand, Steven Spielberg, Jeffrey Katzenberg, Haim Saban ou encore Harvey Weinstein, autant de soutiens clés d'Obama aujourd'hui [« Clinton Puts a Hand Out to Hollywood » 14]. Cette relative stabilité contribue sans doute à forger des liens d'interdépendance dont profitent les deux parties. Obama a tout intérêt à entretenir de bonnes relations avec une communauté qui lui assure un soutien financier mais aussi médiatique de premier ordre ; en ce sens, le soutien de célébrités issues de minorités sexuelles (Ricky Martin pour les homosexuels), ethniques (Eva Longoria pour les femmes hispaniques) ou religieuses (Haim Saban pour les juifs) s'avère particulièrement précieux pour séduire des électeurs qui tendent à s'identifier à des porte-parole. En contrepartie, Tinseltown se voit récompensée de ses efforts. Outre les invitations personnelles à Washington (Spielberg s'est ainsi rendu trois fois à la Maison Blanche durant le premier mandat d'Obama), l'élite hollywoodienne a bénéficié de faveurs appuyées. Ainsi, près de la moitié des 47 plus gros collecteurs de fonds de la campagne 2008 se sont vu attribuer des postes d'ambassadeurs, à l'instar de Nicole Avant, fille de Clarence Avant, grande figure de l'industrie musicale à Hollywood, nommée ambassadrice aux Bahamas, ou Charles Rivkin, ancien directeur de Wildbrain Entertainment, actuel ambassadeur des États-Unis en France. En 2008, Avant et Rivkin, avec Katzenberg et Geffen, tous deux co-fondateurs de DreamWorks, ont été les seuls à lever plus d'un demi-million de dollars chacun pour l'élection d'Obama [DAUNT, « Obama's $500,000 Power Couple » 46]. Autre exemple de renvoi d'ascenseur : en 2009, le plan de relance économique d'Obama prévoyait un dispositif, finalement rejeté par le Sénat, permettant de concéder aux studios hollywoodiens des réductions d'impôt substantielles (50%), notamment sur l'achat de matériel d'équipement [HERSZENHORN, nytimes.com]. Notons enfin que ces liens d'interdépendance quasiment institutionnalisés – Hollywood est mise à contribution pour faire les films de campagne des candidats et la Maison Blanche est dotée d'un service d'aide à la documentation des films

---

acteurs plus ou moins en vogue, comme Scott Baio, l'ancienne star de la série « Happy Days », Jon Voight, ou encore Clint Eastwood, Chuck Norris et la star du porno Jenna Jameson.

hollywoodiens[4] – sont en outre validés par les media qui ont tout intérêt à tisser des liens entre deux univers, celui des hommes politiques et celui des stars, qui chacun attire un public conséquent.

Si l'intérêt qu'a chacune des deux parties à se lier à l'autre constitue une première caractéristique de la relation qui unit Obama à Hollywood, la seconde réside certainement dans l'évolution des rapports entre Hollywood et la Maison Blanche. Alors que la première campagne avait suscité l'enthousiasme d'Hollywood, la seconde a eu bien du mal à rallier les foules. Ou pour reprendre le mot d'une journaliste : « even Democrats are approaching his re-election campaign with all the enthusiasm of a studio contractually obligated to finance a dubious sequel. » [DAUNT, « Obama's Big Hollywood Problem » 40]. Certains gros soutiens d'Obama en 2008, tels David Geffen, co-fondateur de DreamWorks, ont même renoncé à y participer. Au total, Hollywood aurait donné moitié moins en 2011 qu'en 2007 [COOPER, nytimes.com et DAUNT, « Streisand Mulls Return to Spotlight for Obama Dinner » 8]. Bien sûr, cette prise de distance s'explique par des phénomènes généraux, qui ne sont pas propres à la relation entre la Maison Blanche et Hollywood. En 2008, Obama représentait l'espoir d'une nouvelle Amérique, parce que c'était son premier mandat, qu'il incarnait le changement, ne serait-ce que sociologiquement (sans doute comme Hillary Clinton l'aurait fait si elle avait été nominée), et qu'il succédait à un président particulièrement déconsidéré dans les milieux majoritairement progressistes. Ensuite, il faut aussi prendre en compte le bilan général d'Obama. Et les déceptions des progressistes sont nombreuses. Outre la difficulté du président à juguler la crise économique et réduire le taux de chômage, les écologistes lui reprochent son retard sur l'adoption de mesures contre la pollution de l'air et son manque de réactivité lors de la marée noire dans le Golfe du Mexique, les pacifistes la persistance de la guerre en Afghanistan et la promesse non tenue de fermer Guantanamo, la communauté afro-américaine son manque d'engagement vis-à-vis des minorités et des pauvres, les homosexuels sa lenteur à abolir « Don't Ask Don't Tell », la politique de discrimination passive des homosexuels engagés dans l'armée. Les compromis du président sur la réforme du système de santé et son incapacité à réformer le capitalisme ultra-libéral de Wall Street

[4] Davis Guggenheim, le réalisateur de *An Inconvenient Truth*, a été choisi par l'équipe d'Obama pour réaliser le film de sa deuxième campagne *The Road We've Traveled*. Tom Hanks, soutien d'Obama, en est le narrateur. Pour *The Man from Hope*, en 1992, Clinton avait fait appel à Harry Thomason. Par ailleurs, Patrik Jonsson écrit : « There's even an entire office at the Pentagon tasked with the sole purpose of helping filmmakers to create more realistic movies » [csmonitor.com].

complètent le tableau des récriminations exprimées par des personnalités telles que Matt Damon, Barbra Streisand, Spike Lee, Robert Redford, Norman Lear, Michael Moore et même George Clooney [« Obama's Collapsing Base », newsweek.com].

Mais Hollywood a également exprimé sa déception face à la position de la Maison Blanche sur des mesures la concernant directement. En octobre 2011, un député républicain, Lamar S. Smith, a déposé un projet de loi dénommé SOPA (Stop Online Piracy Act) visant à protéger la propriété intellectuelle sur internet. Ce projet de loi faisait suite à une proposition similaire, nommée PIPA (Protect IP Act) et déposée en mai 2011 par un sénateur démocrate, Patrick Leahy. Invoquant le respect de la liberté d'expression, Washington s'est positionné contre ces projets en janvier 2012, déclenchant la colère de nombreuses personnalités hollywoodiennes[5]. La motivation de la Maison Blanche et les stratégies de compensation qu'elle a mises en place pour s'attirer de nouveau les bonnes grâces d'Hollywood éclairent de manière instructive les relations entre Washington et Tinseltown. Face à SOPA et PIPA, Obama a dû trancher entre Hollywood, qui défendait majoritairement ces projets de loi, et la Silicon Valley (dont Google, Yahoo et Facebook), qui était contre. Hollywood et la Silicon Valley représentent deux sources de financement essentielles pour le parti démocrate – et la question était d'autant plus sensible au regard des échéances électorales qui attendaient le président sortant. Sans grande surprise, si l'on considère la pression financière qui s'exerce de plus en plus sur les candidats, Obama s'est rangé du côté de la Silicon Valley : après l'Université de Californie, les plus gros soutiens financiers d'Obama en 2012 ont été Microsoft d'une part et Google d'autre part [opensecrets.org][6].

Pour autant, le président sortant a tout fait pour ne pas se mettre Hollywood à dos. Après avoir quelque peu délaissé Hollywood durant la plus grande partie de son premier mandat – un journaliste note en août 2010 qu'Obama ne s'y est déplacé que quatre fois [RESSNER 1] –, Obama, à partir de l'hiver 2011-2012, a multiplié les visites destinées à collecter des fonds – mais aussi

[5] À l'instar de Christopher J. Dodd : « Former Connecticut senator Christopher J. Dodd, now chief executive of the Motion Picture Association of America, lashed out five days later, warning on Fox News that Obama shouldn't take Hollywood "for granted." » [NAKAMURA, washingtonpost.com].

[6] Helene Cooper rappelle qu'Hollywood contribue 10 fois moins à l'économie nationale que la Silicon Valley.

à prendre la parole pour justifier son bilan[7]. Plus spécifiquement, il a pris des mesures destinées à reconquérir une communauté certes moins puissante financièrement que la Silicon Valley, mais dont le soutien lui était pour autant nécessaire. Le 24 janvier, dans son discours sur l'état de l'Union, le président a donné à Hollywood un os à ronger en promettant de protéger la propriété intellectuelle en Chine[8]. Début janvier, au moment de la crise sur SOPA, l'équipe de campagne d'Obama a fait revenir Nicole Avant des Bahamas pour qu'elle mobilise ses troupes californiennes en faveur d'Obama ; elle a ainsi organisé dès le 31 janvier un dîner de collecte de fonds en l'honneur de Michelle Obama [NAKAMURA, washingtonpost.com]. Dans la foulée, Obama s'est rendu à Hollywood pour participer à deux événements de collecte de fonds le 15 février. Au printemps, l'équipe présidentielle a remis le couvert, en synchronisant très précisément deux événements majeurs : Obama a annoncé le 9 mai qu'il se positionnait en faveur du mariage gay, déclenchant aussitôt une vague de réactions très positives en provenance d'Hollywood ; et le lendemain, le 10 mai, il s'est rendu au fameux dîner co-organisé par Jeffrey Katzenberg et George Clooney, dîner exceptionnel, on l'a vu, tant par sa couverture médiatique que par la somme d'argent récoltée.

Ce coup double s'est avéré doublement gagnant : d'une part, Obama a relancé la collecte de fonds organisée par la communauté homosexuelle d'Hollywood, communauté précieuse sur un plan purement financier, puisqu'il a été estimé qu'un « bundler » sur six, parmi les personnalités collectant au moins 500 000 dollars, était homosexuel ; d'autre part, la réaction des petis donneurs a été immédiate, puisque dans les 90 minutes qui ont suivi l'annonce d'Obama, un million de dollars ont été versés à la campagne [O'CONNOR, forbes.com]. Il faut ajouter à tout cela les retombées financières et médiatiques des événements de collectes de fonds organisés dans le sillage du dîner chez George Clooney par des stars homosexuelles, par la communauté LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender), ou par des avocats de la cause, qui ont voulu ainsi témoigner de leur satisfaction : Norman Lear, le producteur de télévision qui avait décidé de ne plus soutenir Obama, a aussitôt mis la main à la poche ; le 14 mai, le chanteur Ricky Martin a organisé une collecte de fonds à New York, en présence d'Obama ; le 6 juin, le créateur de la série *Glee*, Ryan Murphy, a organisé un

[7] Voir par exemple le discours d'Obama « Remarks at a Democratic National Committee Fundraiser in West Hollywood, California », le 26 septembre 2011 [gpo.gov].

[8] « It's not right when another country lets our movies, music, and software be pirated. » [guardian.co.uk].

dîner de collecte de fonds ; le même jour s'est tenu à Los Angeles un concert soutenu par la communauté LGBT qui devait rapporter 10 millions de dollars. Confronté au coût croissant des campagnes électorales et à la pression exercée par les lobbys, Obama semble donc adopter face à Hollywood une attitude pragmatique, visant à maximiser les bénéfices qu'il peut tirer de cette relation, sans pour autant mettre en danger des intérêts plus importants. Concrètement, cette stratégie se manifeste par un jeu d'équilibre entre prises de distance et rapprochements, visible à travers sa gestion de SOPA ou de l'annonce de son soutien au mariage homosexuel.

D'autres facteurs cependant tendent à expliquer la distance qu'Obama semble mettre avec Hollywood. Le premier tient probablement aux critiques répétées dont il fait l'objet à droite, sur le thème « Obama n'est que forme sans fond, un président star qui ne s'intéresse pas aux problèmes des vrais gens ». Le candidat démocrate en a fait les frais dès 2008, face à John McCain. Fin juillet 2008, le directeur de campagne de McCain, Steve Schmidt, réunit ses proches collaborateurs. L'heure est grave, Obama est en tête dans les sondages, et sa tournée de dix jours à l'étranger prend des allures de plébiscite mondial. Schmidt prend la parole : « Would anyone disagree with the premise that Mr Obama has scored the most successful week in this entire campaign? I mean, they treated him like he was a head of state! So tell me gentlemen: how do we turn this negative into a positive? » Avant d'enchaîner : « Face it, gentlemen, he's being treated like a celebrity! » [ALEXANDER 411]. Aussitôt, le site de McCain publie deux publicités contre Obama. La première intercale musique, citations romantiques et dessins de cœurs roses avec des déclarations visant à montrer que les media se sont entichés d'Obama. La seconde dépeint Obama en « star ». Sur les cris de foules scandant « Obama », une voix off s'inquiète : « Obama is the biggest celebrity in the world. But is he ready to lead? »[9]. Les media conservateurs emboîtent le pas, du *New York Post* au *Washington Times*, qui se plaint d'une « couverture médiatique extatique à faire pâlir Elvis d'envie » [PRUDEN, washingtontimes.com]. À la « star » Obama est opposé John McCain, le « héros américain » incompris[10]. Bien qu'elle puisse s'apparenter à un chant du cygne, cette initiative républicaine a un impact immédiat sur les sondages. Comme l'explique Jeffrey Alexander : « For the first time, McCain pulls even with Obama in the Gallup daily national tracking poll. Both

[9] Les deux publicités sont visibles sur youtube. La seconde devient la sixième vidéo la plus regardée sur youtube cette semaine-là.

[10] « No one can forget or overlook or obscure the fact that Barack Obama is the celebrity in this contest and Senator John McCain, an American hero, is the underdog ». [WALLACE, communicante de McCain, nbc.com].

candidates now register 44 percent, when just the week before Obama had a nine-point lead. » Ce qui, souligne le critique, oblige la campagne Obama à des ajustements vers plus de sobriété, en particulier lors du discours d'acceptation de l'investiture démocrate à Denver en août. Le danger est alors passé, mais Obama, qui, de par son physique (jeune, beau, mince) et l'aura que lui valent ses idées, son charisme et son appartenance à une minorité, prête le flan à ce type de critiques, aura sans doute retenu la leçon explicitée en ces termes par le *New York Post* : « Help from Hollywood is usually far more curse than blessing in American politics. » [HURT, nypost.com][11]

Curieusement, cependant, le danger ne vient sans doute pas seulement de la droite. Obama, qui n'est que le deuxième président démocrate depuis la révolution conservatrice reaganienne de 1980, doit se positionner sur la question des liens de la présidence démocrate avec Hollywood par rapport à son prédecesseur, Bill Clinton, qui a entretenu avec Tinseltown des relations très proches, assurant à l'ancien président un soutien financier de poids, qu'Obama a continué à soigner. Mais la proximité s'est aussi avérée gênante pour les deux parties. L'affaire Monica Lewinsky a valu au président le soutien appuyé de quelques stars, comme Jack Nicholson, mais dans l'ensemble, la communauté a tenu à marquer une distance prudente avec celui dont elle avait chaleureusement salué l'élection quelques années auparavant [MERONEY 78]. Quant à Clinton, sa fascination pour les stars lui a été diversement reprochée. La plupart des critiques portent sur l'image qu'il a donnée d'un président émerveillé par les célébrités (« starstruck »), incapable de maîtriser les manifestations du plaisir qu'il avait à les côtoyer, bref, frivole et peu stratège [ANDERSEN 71]. Obama pour sa part semble avoir tiré les leçons de la relation spéciale qui unissait Clinton à Hollywood. Question de caractère, peut-être : comme le remarque un journaliste, « Unlike Bill and Hillary Clinton, Obama never seems quite at ease with West Coast glitz » [DAUNT, « Obama's $500,000 Power Couple » 46]. Mais il y a sans doute aussi d'autres raisons, plus politiques, à cette distance. Outre la question de fond du dévoiement du politique que l'attitude de Clinton face à Hollywood et aux media posait explicitement[12], et dont on peut voir la

[11] Notons qu'en 2012 les Républicains ont rejoué exactement la même carte avec la « Cool Ad » publiée le 26 avril sur youtube par un Super PAC soutenant Romney. Elle pose à l'internaute la question suivante : « After four years of a celebrity president, is your life any better ? ».

[12] En 1992, dans une interview pour MTV, Clinton avait répondu à la question « Portez-vous des caleçons ou des slips ? », question à laquelle Obama a refusé de répondre pour *US Weekly* en 2008, la jugeant « humiliante ».

trace en 1998 dans un film comme *Primary Colors*, Obama semble avoir eu à cœur de se créer une image de président « cool ». Ce qui passait certainement par la nécessité de se démarquer d'un Clinton, avec lequel par ailleurs Obama partage beaucoup, que ce soit sur le plan des idées – Clinton est apparu dans la deuxième campagne comme son soutien le plus sûr – ou du charisme. Comme le note une journaliste :

> Clinton too was a rock star, a legendary charmer with formidable gifts of persuasion who, through the power and profile of high office, achieved an impressive level of charisma. But Bill was never cool. Despite (or because of) all the sax-playing, underwear chatter, and schmoozing with Hollywood celebs, our forty-second president was too emotive, too eager, too needy. Part of what made him such a devastating retail politician was the sense, telegraphed with every broad grin and elbow clasp, that Clinton craved our love and approval. Similarly, no matter how famous he became, he always presented himself as the starstruck kid from Arkansas who could not believe his great fortune to be mingling with the likes of Barbra Streisand and David Geffen. It was charming. But it was deeply uncool. [COTTLE 14]

D'interdépendances en prises de distance, la relation qui unit Obama à Hollywood semble donc marquée par un pragmatisme politique plus profitable au président actuel que ne l'était la proximité touchante mais peut-être un peu naïve que Clinton avait développée avec les stars de la Côte ouest. Pragmatisme, ou carrément opportunisme, peut-on être tenté de moduler, au vu du rôle considérable des investisseurs privés dans la vie politique américaine. Face au poids de cette dépendance, la marge de manœuvre du candidat puis du président élu semble en effet sensiblement limitée.

***Ouvrages cités***

ALEXANDER, Jeffrey C. « Barack Obama Meets Celebrity Metaphor ». Symposium on Celebrity in America Today. *Soc* 47 (2010) : 411.

ANDERSEN, Kurt. « The Clinton-Hollywood Co-Dependency ». *Time* 141-23 (7 juin 1993) : 71.

CALMES, Jackie. « A Hollywood Welcome for Obama at Clooney Fund-Raiser ». *The New York Times* (11 mai 2012). http://thecaucus.blogs.nytimes.com/2012/05/11/a-hollywood-welcome-for-obama-at-clooney-fund-raiser/.

« Clinton Puts a Hand Out to Hollywood ». *Human Events* 54-35 (18 septembre 1998) : 14.

CONFESSORE, Nicholas. « Total Cost of Election Could Be $6 Billion ». *The New York Times* (31 octobre 2012). http://thecaucus.blogs.nytimes.com/2012/10/31/total-cost-of-election-could-be-6-billion/.

COOPER, Helene. « A Juggling Act for Obama in the Land of Big Wallets ». *The New York Times* (14 février 2012). http://www.nytimes.com/2012/02/15/us/politics/obama-balancing-donors-in-hollywood-and-silicon-valley.html?_r=0.

COTTLE, Michelle. « The Cool Presidency ». *New Republic* 240-3 (4 mars 2009) : 14.

DAUNT, Tina. « Obama's Big Hollywood Problem ». *The Hollywood Reporter* 417-33 (23 septembre 2011) : 40.

_____. « Hollywood's Super Pac Spenders ». *The Hollywood Reporter* 417-36 (14 octobre 2011) : 22.

_____. « Streisand Mulls Return to Spotlight for Obama Dinner ». *The Hollywood Reporter* 418-13 (13 avril 2012) : 8.

_____. « Obama's $500,000 Power Couple ». *The Hollywood Reporter* 418-15 (4 mai 2012) : 46.

EGGEN, Dan. « George Clooney Fundraiser Could Be a $12 Million Blockbuster for Obama ». *The Washington Post* (4 mai 2012). http://www.washingtonpost.com/politics/george-clooney-fundraiser-could-be-a-12-million-blockbuster-for-president-obama/2012/05/04/gIQARwwn1T_story.html.

HERSZENHORN, David M. « Additions by Senate Push Stimulus Near $1 Trillion ». *The New York Times* (3 février 2009). http://www.nytimes.com/2009/02/04/us/politics/04stimulus.html.

HURT, Charles. « Something New and Powerful ». *New York Post* (29 août 2008).

http://www.nypost.com/p/news/opinion/opedcolumnists/item_qGQMEVEhkpSmOn6dvkWShO.

JONSSON, Patrik. « Osama bin Laden Film: Did White House Cross the Line by Briefing Hollywood? ». *Christian Science Monitor* (11 août 2011). http://www.csmonitor.com/USA/2011/0811/Bin-Laden-movie-consult-has-White-House-under-fire.

LEVITT, Steven. « So Much for One Person, One Vote ». Freakonomics Blog. *The New York Times* (6 août 2008). http://www.freakonomics.com/2008/08/06/so-much-for-one-person-one-vote/.

MERONEY, John. « Bill Clinton, Movie Mogul? ». *The American Enterprise* 9-4 (juillet-août 1998) : 78. http://www.unz.org/Pub/AmEnterprise-1998jul-00078.

NAKAMURA, David. « Obama Rallies Supporters at a Pair of Hollywood Fundraisers ». *The Washington Post* (15 février 2012). http://www.washingtonpost.com/politics/obama-eager-to-soothe-hollywood-supporters-on-fundraising-trip/2012/02/14/gIQAwL3NFR_story.html.

OBAMA, Barack. « Remarks at a Democratic National Committee Fundraiser in West Hollywood, California » (26 septembre 2011). http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/DCPD-201100689/content-detail.html.

_____. « State of the Union Address » (24 janvier 2012). http://www.guardian.co.uk/world/2012/jan/25/state-of-the-union-address-full-text.

« Obama's Billionaires ». *Forbes* 190-2 (6 août 2012) : 18.

« Obama's Collapsing Base ». *Newsweek* 157-19 (11 mai 2011) : 22. http://www.thedailybeast.com/newsweek/2011/05/11/obama-s-collapsing-base.html.

O'CONNOR, Clare. « Inside Obama's LGBT Donor Machine: How The President Will Make Millions From Gay Marriage Push ». *Forbes* (14 mai 2012) : 28. http://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2012/05/14/inside-

obamas-lgbt-donor-machine-how-the-president-will-make-millions-from-gay-marriage-push/.

http://www.opensecrets.org/pres12/index.php

PERETTI, Burton W. *The Leading Man: Hollywood and the Presidential Image*. New Brunswick: Rutgers Press, 2012.

PRUDEN, Wesley. « The Messiah Who Can't Break Away ». *Washington Times* (29 juillet 2008). http://www.washingtontimes.com/news/2008/jul/29/the-messiah-who-cant-break-away/.

RESSNER, Jeffrey. « Obama and Hollywood: State of their Union ». *The Hollywood Reporter* 415-48 (15 août 2010) : 1.

ROSS, Steven J. « La Stratégie du spectacle », entretien avec Elisabeth Franck-Dumas. *Libération* (13 novembre 2012). http://next.liberation.fr/musique/2012/11/13/la-strategie-du-spectacle_858470

SZADKOWKI, Michaël. « Pour "Quatre ans de plus", Twitter en première ligne ». *Le Monde* (jeudi 8 novembre 2012) : 7.

WALLACE, Nicole. « Today Show ». NBC (31 juillet 2008). http://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/flatview?cuecard=35167.

http://www.youtube.com/watch?v=u6CSix3Dy04
http://www.youtube.com/watch?v=oHXYsw_ZDXg
http://www.youtube.com/watch?v=lhXGkeMdOJs (« Cool Ad »).