GUILLEMETTE FAURE

AMERICAN DREAM

Dictionnaire rock,
historique et politique de l'Amérique

DON QUICHOTTE

Extrait de la publication

La collection dicoRock offre une plongée dans un univers singulier. Drôles, déjantés et très documentés, les **dicoRock** mêlent petites et grandes sagas, toutes conçues comme un court essai à part entière. Instructifs et distrayants, ces dictionnaires se lisent comme des romans.

Dans la même collection :

Donqui Foot, Dictionnaire rock, historique et politique du football, Hubert Artus, Don Quichotte, 2011.

Drogues Store, Dictionnaire rock, historique et politique des drogues, Arnaud Aubron, Don Quichotte, 2012.

Délices d'initiés, Dictionnaire rock, historique et politique de la gastronomie, Emmanuel Rubin et Aymeric Mantoux, Don Quichotte, 2012.

À paraître :

Sexe Libris, Dictionnaire rock, historique et politique du sexe, Camille, Don Quichotte, 2012.

Science infuse, Dictionnaire rock, historique, et politique des sciences, Nicolas Witkowski, Don Quichotte, 2013

www.donquichotte-editions.com

© Don Quichotte éditions, une marque des éditions du Seuil, 2012.

ISBN : 978-2-35949-110-4

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

INTRODUCTION

J'avais deux ans quand mon père est parti travailler pour Chrysler, à Detroit, aux États-Unis, et a emmené sa famille avec lui. De cette époque, au début des années 1970, j'ai retenu des anecdotes, le souvenir d'une fondue savoyarde tentée pour épater des voisins intrigués et dont le fromage américain avait fondu… rose. Nos cultures n'étaient décidément pas transposables. En grandissant, j'entendais mes parents promettre que tout ce qui se faisait de nouveau aux États-Unis nous arriverait dix ans plus tard. Aujourd'hui, Detroit n'est plus la capitale de l'automobile mais celle de la pauvreté urbaine. Et ce qui se produit dans le pays atterrit chez nous en ordre dispersé, des films de majors américaines sortent parfois à l'étranger avant d'être diffusés aux États-Unis. L'*affirmative action* américaine a mis une quarantaine d'années à devenir l'affreusement nommée « discrimination positive » en France. Parfois même les greffes ne prennent pas. Les cafés Starbucks, toujours déficitaires dans l'Hexagone, en ont fait l'amère expérience.

Et si, plutôt que de voir dans l'Amérique un brouillon de ce qui nous attend, il fallait la considérer tout simplement à part ?

À mon tour, je suis allée vivre aux États-Unis, adulte. En m'installant à New York en juillet 1995, je pensais qu'ils ne me réservaient plus aucune surprise. Quand j'en suis repartie, douze années plus tard, j'avais encore beaucoup appris de ma terre d'accueil, et surtout distingué trois Amérique : celle qui nous est étrangère, celle qui n'est pas encore arrivée jusqu'à nous et, la plus inconnue, celle que l'on croit connaître.

L'Amérique qui nous est étrangère fait l'exotisme de nos séries préférées, on y voit des *pom pom girls* et des remises de diplômes encostumées. Elle nous parle de *dating,* de bals de *prom,* de Superbowl, on y célèbre Thanksgiving en famille et l'on s'y saoule dans les beuveries de *spring break*. On y reconnaît des codes sociaux qui ne sont pas les nôtres et dont les fonctionnements nous échappent.

L'Amérique dont on n'a pas encore entendu parler voit se croiser ce shérif qui, à notre époque encore, cherche à être étiqueté le plus impitoyable du pays ; ces réfugiés climatiques d'Alaska ; et des

acteurs de toutes sortes de nouvelles tendances, des *meatless mondays* à Occupy Wall Street.

L'Amérique que l'on croit connaître, c'est celle de nos idées reçues : ainsi les New-Yorkais ne parlent jamais de « la grosse pomme », pas plus qu'on ne dit « Frisco » à San Francisco ; Jimmy Carter, malgré son Nobel, est dans la mémoire collective l'un des pires présidents de l'Union, au point que toutes les grandes figures du Parti démocrate continuent de le tenir à distance ; et ce fameux « melting-pot » célébré en France est aujourd'hui un concept dépassé aux États-Unis, presque insultant.

Vous ignorez sans doute que les interpellations de clandestins à la frontière mexicaine sont au plus bas niveau depuis quarante ans… Preuve que, quand un événement ne rentre pas dans la grille de nos fantasmes sur l'Amérique, nous avons tendance à tout bonnement l'ignorer. On a bien plus couvert l'envolée des exécutions capitales en 2000, quand un certain George W. Bush était gouverneur du Texas, qu'on a prêté attention à leur déclin, dû non pas aux doutes sur le risque d'exécuter des innocents, comme on aimerait le croire chez nous, mais au coût prohibitif de l'application de la peine de mort et des procédures d'appel sur quinze, vingt ans. C'est peut-être parce qu'on pense déjà connaître l'Amérique qu'on la connaît si mal.

Cette dernière année, je me suis efforcée de garder un bloc à la main pendant chacun de mes séjours réguliers aux États-Unis. Si je débarquais dans ce pays pour la première fois, de quelles explications aurais-je besoin ? Je m'interrogeais en conduisant, en faisant mes courses, en regardant la télévision, en écoutant les conversations. Quelles sont les notes de bas de page qui me permettraient de déchiffrer l'Amérique d'aujourd'hui ? J'ai écrit ce dictionnaire rock, historique et politique de l'Amérique tel que j'aurais aimé l'avoir dans ma poche en m'envolant pour les États-Unis.

L'idée est de répertorier les mots, noms et expressions indispensables pour pouvoir naviguer dans les États-Unis contemporains. *American Dream* accorde bien évidemment une large place aux expressions intraduisibles mais essentielles (le *dating,* le *hug*), aux définitions à ne surtout pas transposer (on ne prendra pas un

« vice-président » pour le numéro deux de son entreprise, quand on sait que les très grandes sociétés peuvent en compter plus d'un millier dans leur organigramme) et aux nombreux mots d'un anglais que personne n'a appris à l'école mais qui pimentent les conversations courantes.

Dans un pays où l'on parle par acronymes, faut-il préférer un PBJ ou un BLT ? suivre la méthode GTD ? Et comment faire si on souffre d'un problème de BO ? (Vous avez reconnu, dans l'ordre, les sandwichs *peanut butter and jelly* et *bacon lettuce and tomato,* la méthode Getting Things Done et le problème de *body odor.*)

Un dictionnaire est d'autant plus indispensable que les États-Unis sont un geyser qui crache en permanence de nouveaux idiomes. Le pays a inventé le verbe *to unfriend* après avoir créé Facebook, a vu émerger les *mama grizzli* après Sarah Palin, et a préféré baptiser ceux qui récupéraient leurs repas dans les poubelles *freegans* plutôt que d'y voir des clochards.

Ce dictionnaire est aussi conçu afin de fournir les clefs qui nous manquent pour saisir les enjeux du pays. Qui sont exactement ces mormons devenus très visibles maintenant qu'un des leurs, Mitt Romney, doit affronter Barack Obama à la prochaine présidentielle ? Comment une capuche, vêtement que le fondateur de Facebook en personne enfile tous les jours, peut devenir un signe de menace quand elle est portée par un jeune Noir, et causer sa mort ? Quel rôle politique joue le chien des Obama ? Dans le tourbillon de l'actualité américaine, que sont devenus ceux qui, hier, occupaient les premières pages, de la républicaine Sarah Palin à Lynndie England, la tortionnaire de la prison irakienne d'Abou Ghraib ?

Un dictionnaire encore pour répondre à toutes les questions que se pose celui qui débarque aux États-Unis. Doit-on toujours donner des pourboires ? Pourquoi les recettes de cuisine sont-elles mesurées en *cups* ? En quoi est-ce un problème d'être athée aux États-Unis alors que le pays est ouvert à toutes les religions ? Pourquoi Manhattan la riche n'arrive-t-elle pas à se débarrasser de ses souris et de ses *bedbugs* (puces de lit) ?

J'espère apporter des débuts de réponses à toutes ces questions, et surtout aider à approcher ce pays parmi les plus populaires et les plus méconnus.

Extrait de la publication

DICTIONNAIRE

A

« Quand on a quelque chose de difficile à faire dire à un personnage, surtout le faire boire. »
Ernest Hemingway, sur les bienfaits de l'alcool

ABC

Les Asiatiques représentent 6 % de la population américaine. « On nous appelle aussi les bananes (jaunes à l'extérieur et blanc à l'intérieur) ou *Twinkies*★, qui sonne davantage culture populaire mais évoque aussi la préparation industrielle », écrit Jennifer 8 Lee, journaliste du *New York Times,* dans son livre *Fortune Cookies Chronicles.* Elle se définit aussi comme une ABC, *American born Chinese,* d'origine chinoise née aux États-Unis.

Le mot « asiatique » recouvre évidemment des origines très diverses : 80 % viennent de six pays différents (la Chine, les Philippines, l'Inde, le Vietnam, le Japon et la Corée du Sud). Pour la première fois, en 2012, à en croire une étude du Pew Research Center, les Asiatiques sont devenus le premier groupe ethnique parmi les nouveaux arrivants.

Quatre cent trente mille Asiatiques sont arrivés aux États-Unis en 2010, soit 36 % des nouveaux immigrants d'après les chiffres du Bureau du recensement (à titre de comparaison, les Latinos représentaient eux 31 % des migrants de cette année-là, autrement dit 370 000 personnes). C'est la conséquence à la fois de la baisse de l'immigration illégale à la frontière mexicaine et des efforts des entreprises américaines pour faire venir une main-d'œuvre qualifiée en matière de nouvelles technologies (les Indiens, particulièrement recherchés dans ces domaines, sont ceux qui font le plus progresser l'immigration asiatique).

Par rapport aux autres sources d'immigration, c'est une population plus diplômée (plus de 6 adultes sur 10 âgés de vingt-cinq à soixante-quatre ans venus d'Asie ces dernières années ont un *bachelor degree*, l'équivalent d'une licence).

Alors que moins d'un tiers des Américains (29 %) ont un *college degree* (diplôme universitaire en quatre ans), c'est le cas d'un Asiatique sur deux (49 %) aux États-Unis. À 66 000 dollars annuels, leur salaire médian est plus élevé que celui de la moyenne des Américains (49 800 dollars).

Si elle s'en sort différemment, c'est aussi parce que c'est une population qui arrive aux États-Unis dans des conditions différentes de celles des Hispaniques : l'étude de Pew estime que seuls

13 à 15 % d'entre eux sont sans papiers contre 45 % des Hispaniques qui débarquent aux États-Unis.

★ Les Twinkies sont d'affreux gâteaux industriels jaunes avec une crème blanche à l'intérieur.

Lire aussi : Affirmative action, Blancs, Chinese food, Latino, Noir, Tiger mom

ABCDF

« À ceux d'entre vous qui ont reçu des mentions, je dis bravo, lance le président George W. Bush à un parterre d'étudiants de Yale en 2001. Aux étudiants qui ont obtenu des C, je dis : vous aussi vous pouvez être présidents des États-Unis. »

Pour apprécier la blague, il faut savoir que George W. Bush était lui-même un *C student* et que le C est une note médiocre Pendant la scolarité et les études supérieures, les *grades* se donnent sur une échelle qui va théoriquement de A à F. « Mais attention, explique une mère américaine, 10 sur 20, en France, c'est la moyenne mais aux États-Unis, un C, c'est mauvais. »

La moyenne n'est pas à C, d'abord parce que le E n'existe pas et que le F ne se donne quasiment jamais. Ensuite parce que les professeurs américains sont très réticents à attribuer des mauvaises notes. Cela peut même faire scandale… Un enseignant de la New York University qui avait collé un D au comédien James Franco (difficile de faire autrement, il avait séché douze de ses quatorze cours sur la direction d'acteurs) s'est par la suite plaint de s'être fait virer de son université en représailles (NYU s'en défend, assurant que c'était un contrat de trois ans, et rappelle que les notes doivent rester confidentielles).

Noter par lettre peut sembler approximatif, mais les enseignants américains suivent généralement des barèmes précis. Chaque exercice donne droit à des points, ils en font la somme (pas forcément 10 ou 20 comme en France) et calculent après le pourcentage de réussite. Dans la plupart des écoles, avoir entre 93 et 100 % de bonnes réponses mérite un A, entre 85 et 92 % un B, entre 76 et 84 % un C, entre 68 et 75 % un D, et un F (ou un U comme *unsatisfactory*) pour tous les résultats inférieurs. On peut même être plus précis avec les fameux *plus and minus :* A + se situe entre 97 et 100 %. Chaque école a son

Extrait de la publication

système d'équivalence et un 95 peut être un A ou un A – selon l'établissement.

Lire aussi : Crayon à papier, Commencement speech, Good job, Self esteem, Social promotion

AC

En Caroline du Sud, une femme fait visiter une vieille demeure à des touristes. Elle montre les fenêtres aux extrémités de la maison. « À cette époque, comme les gens n'avaient pas l'air conditionné, ils créaient un courant d'air en ouvrant deux fenêtres. » Habile. Aujourd'hui, les Américains n'envisageraient pas la vie sans AC (air conditionné). Parmi les maisons construites actuellement, neuf sur dix en sont équipées et deux sur trois sont rafraîchies par ventilation *(cooled).* Marcher dans les rues de New York l'été, c'est s'exposer aux gouttes qui tombent de ces grosses boîtes installées sur la façade des bâtiments.

Surprise pour les Américains qui viennent en France : l'air conditionné est rare, même dans les entreprises ou les bâtiments publics, et les Français n'ont pas besoin d'emmener un pull au cinéma en été, ou pour faire les courses. Un guide à destination des Américains futurs expatriés prévient : « L'air conditionné existe en France mais la plupart des gens considèrent que c'est un luxe et vivent sans. »

Lire aussi : BO, Suburb, McMansion

AFFIRMATIVE ACTION

L'expression est autrement plus constructive que sa traduction française, « discrimination positive ».

L'*affirmative action* désigne un ensemble de mesures destinées à compenser les handicaps dont souffrent certains Américains, pour « aplanir le terrain » *(level the field),* le temps que la société offre véritablement les mêmes opportunités (dans le domaine de l'éducation, du travail…) à tous, quel que soit leur sexe ou leur couleur de peau. Cette politique trouve ses racines à la Seconde Guerre mondiale, quand le président Franklin Roosevelt interdit officiellement la discrimination dans les services du gouvernement et chez les sous-traitants du ministère de la Défense.

C'est au mouvement des droits civiques des années 1960 qu'elle doit son introduction : le Committee On Equal Employment Opportunity signé par Kennedy en 1961 demande à toutes les structures qui reçoivent des financements fédéraux de prendre des mesures d'*affirmative action* dans leur recrutement. C'est une manière de créer des portes d'entrées pour ceux qui en ont historiquement moins que d'autres.

L'*affirmative action* est depuis un sujet de ressentiment et de bagarre politique. Depuis sa mise en vigueur, ses détracteurs font valoir qu'elle contredit les valeurs méritocratiques américaines et pénalise injustement les petits Blancs. En avril 2012, lorsque Barack Obama accuse Mitt Romney d'être « né avec une cuiller en argent dans la bouche », Ann Coulter, chroniqueuse très à droite, rétorque que « la cuiller en argent de Barack Obama est celle de l'*affirmative action* ». Sous-entendu : grâce à la couleur de sa peau, il a été plus loin qu'il ne l'aurait été s'il avait été Blanc, parce que les universités qu'il a fréquentées cherchaient des minorités à promouvoir.

Même des minorités peuvent adhérer à ce discours. Dans son autobiographie, *My Grandfather's Son,* Clarence Thomas, juge noir de la Cour suprême, estime que la politique d'*affirmative action* de Yale a nui à la valeur de son diplôme.

Les adversaires de l'*affirmative action* cherchent depuis un demi-siècle à en prouver la non-constitutionnalité. La Cour suprême est régulièrement appelée à se prononcer sur les modes de sélection des universités. En 2003, elle a autorisé le groupe ethnique à être un des critères pris en compte dans les décisions d'admission à partir du moment où il ne s'agit pas d'un facteur décisif. Elle a ainsi rétorqué un programme de sélection qui, dans un système de classement sur 150 points, accordait 20 points aux minorités mais autorisait une procédure favorisant les dernières sans leur affecter de barême particulier. Autant dire qu'on était en pleine zone grise.

En 2012, elle doit traiter la plainte d'Abigail Fisher et Rachel Michalewicz, deux étudiantes blanches refusées à l'université du Texas qui estiment avoir été handicapées par le traitement préférentiel accordé aux candidats noirs et hispaniques.

L'*affirmative action* n'a jamais été conçue comme un dispositif permanent, mais comme un pis-aller de rattrapage. Certains,

rappellent justement qu'il s'agissait de mesures transitoires et estiment que la diversité a fait suffisamment de progrès pour mettre un terme à l'*affirmative action* telle qu'elle existe aujourd'hui. La Californie et le Michigan y ont déjà renoncé. Les électeurs du Colorado et du Nebraska devront, en novembre 2012, voter par référendum pour décider si oui ou non le groupe ethnique ou le sexe peuvent être des facteurs pris en compte par les universités ou le secteur public dans leurs recrutements.

Dans certains cas, comme dans le système scolaire texan, les références aux groupes ethniques ont été contournées par une approche locale, le *10 % plan :* les 10 % des meilleurs élèves de chaque établissement ont des places réservées dans l'université de leur choix (ce système a également servi de référence en France à l'UMP en matière de discrimination positive dans son programme de 2007). D'autres proposent une nouvelle interprétation de ce que sont les origines, qui ne se cantonneraient pas au groupe ethnique en intégrant par exemple des critères économiques, pour arriver à des représentations raisonnables de diversité.

Lire aussi : ABC, Blanc, Latino, Noir

AIR FORCE ONE

Si deux avions (des Boeing 747 VC 25) servent habituellement à transporter Barack Obama, il n'existe pas à proprement parler d'avion Air Force One. N'importe quel coucou dans lequel voyage le président des États-Unis devient de fait Air Force One.

L'idée de donner un nom particulier à l'avion dans lequel se trouve *Potus* (President of The United States) remonte à un incident de 1953 : Einsenhower se trouve à bord d'un jet qui porte le même numéro qu'un autre dans l'espace aérien. On décide alors que celui du président sera l'Air Force One. De la même manière, l'hélicoptère présidentiel devient Helicopter One. Notez qu'on entend moins souvent le nom de l'avion dans lequel voyage le vice-président, Air Force Two.

L'usage que le président en fait en période électorale est un sujet de chamaille politique classique. Le Pentagone estime son coût d'utilisation à 179 750 dollars par heure de vol (et cela sans compter

l'avion de secours qui suit…). Qui doit payer ? Sur le papier, le président-candidat doit rembourser le gouvernement s'il s'en sert pour aller à un meeting de campagne. Mais comme il revient à la Maison-Blanche de qualifier ce qui revient de ses efforts électoraux ou des activités présidentielles, la frontière n'est jamais bien nette. Prenons le cas d'Obama. Entre son entrée en campagne de réélection et le 9 avril 2012, il avait effectué 23 voyages en Air Force One pour se rendre à des *fundraisings*, mais les deux tiers de ces déplacements (17) incluaient aussi des événements politiques, officiellement au programme du président et non du candidat. Comment les classer ? (On aurait pu faire la même démonstration avec Bill Clinton et George W. Bush, deux autres bêtes de campagne, eux aussi accusés par leurs adversaires de semer quelques discours entre deux levées de fonds pour faire financer leurs déplacements de candidat).

Et comment calculer ce que le président doit rembourser ? Certains frais de déplacement sont liés aux stratégies électorales mais d'autres (le personnel de sécurité, l'avion de secours…) tiennent à la fonction. Depuis Jimmy Carter, les présidents en campagne payaient leur voyage (et ceux de leur équipe) sur la base du tarif de la première classe d'une compagnie régulière sur le même trajet. Depuis 2009, les règles ont changé : le camp du candidat doit rembourser ce que cela coûterait d'affréter un Boeing 737 pour un vol équivalent.

Quant aux journalistes, quand ils accompagnent le président dans l'Air Force One, ils paient le même prix qu'une première classe auquel on ajoute un dollar. Comme le justifie le guide de l'avion présidentiel de la Reagan Presidential Library : « C'est quand même l'Air Force One ! »

Lire aussi : Obama

AIRBNB.COM

« Tu cherches un hôtel à San Francisco ? Regarde plutôt sur Airbnb.com… » En quelques années, le site est devenu le cauchemar des professionnels de l'hôtellerie. Son idée : mettre en contact des propriétaires (voire locataires) de logement avec des personnes qui recherchent un toit pour quelques nuits.

Le secret du site : avoir réussi, comme eBay l'avait fait dans la vente entre particuliers, à trouver un système d'évaluation des deux parties suffisamment fiable pour qu'on ose sonner à une porte sans craindre de tomber dans un traquenard ou laisser son appartement à quelqu'un rencontré sur Internet sans redouter qu'il laisse une note de téléphone astronomique pour le Japon.

Derrière le projet, Brian Chetsky, sorti de la Rhode Island School of Design en 2004, dessinait des lunettes de toilettes avant de s'installer avec son colocataire Joe Gebbia à San Francisco, une des villes les plus chères des États-Unis. En octobre 2007, les deux *roommates* apprennent qu'un congrès de designers doit se tenir dans la ville. Tous les hôtels étant complets, ils créént un site « air bed and breakfast », le « air » faisant référence aux matelas gonflables (*airbeds*) qu'ils ont installés dans leur loft pour l'occasion, promettant de servir le petit déjeuner. Le site est officiellement devenu Airbnb en mars 2009.

Depuis, on y trouve toutes sortes d'hébergement, de 10 à 5000 dollars la nuit, de la chambre à la villa, en passant par la location d'un studio de télévision pour qui serait dans l'urgence d'un tournage. Les trois quarts des transactions, assure le site, concernent maintenant des logements hors des États-Unis.

Les règles de fonctionnement rappellent celles de beaucoup de sites de vente en ligne entre particuliers : offreurs et visiteurs peuvent lire des évaluations avant de s'engager, et donner à leur tour leur avis après la visite ; le nom du loueur et son adresse précise ne sont communiqués au visiteur que lorsqu'il a payé sa réservation. Le site a rajouté une assurance de 50 000 dollars, pour rassurer ceux qui craindraient que le locataire ne parte avec un camion de déménagement. Il prend un pourcentage sur chaque chambre louée.

Comme dans beaucoup de start-up américaines, la culture d'entreprise a de quoi déstabiliser. D'abord installé dans le loft d'origine des deux compères, Airbnb a fait de la place pour les nouveaux employés dans la chambre de Brian Chetsky, lequel a passé une bonne partie de 2010 à vivre dans des logements dégotés sur le site, histoire de tester le service. Installé dans de nouveaux locaux, Joe Gebbia a aménagé une cabane dans son bureau et les trois salles de réunion sont supposées ressembler à des chambres à

louer. Évidemment, le port du sweat à capuche est de rigueur. Et ultime surprise pour les visiteurs, Airbnb a des *moustache mondays* (oui, ça veut bien dire que les employés peuvent porter des fausses moustaches le lundi).

Cette vitrine « plus cool tu meurs », indispensable aujourd'hui dans la communication *corporate* de toute start-up qui se respecte, cache une belle opération financière. Parmi les investisseurs, Ashton Kutcher (qui assure, bien sûr, trouver de quoi se loger via le site quand il voyage au bout du monde), le fond d'investissement de Mark Andreessen (le fondateur de Netscape) et d'Horowitz, et Jeff Bezos, le fondateur d'Amazon. Trois ans après sa création, le site était valorisé à plus d'un milliard de dollars. Il a racheté des concurrents (notamment en Angleterre juste avant les Jeux olympiques) et comme souvent dans la Sillicon Valley, c'est au nombre d'imitations assumées (DogVacay, le Airbnb des chiens, Spinlister, le Airbnb des vélos…) que l'on peut mesurer le succès.

Lire aussi : Capuche, Sillicon Alley

ALASKA (MEN)

« La dernière frontière » disent les plaques d'immatriculation des voitures d'Alaska. Historiquement déjà, ce fut presque la dernière frontière américaine, lorsqu'en 1959, l'Alaska est devenu le 49e État américain.

Géographiquement aussi, bien entendu. L'Alaska, le plus au nord et le plus à l'ouest des États américains, est à quatre fuseaux horaires de la côte Est. Sa capitale, Juneau, n'a pas d'accès par la route. Dans l'imaginaire américain encore, c'est la dernière frontière. Comme on l'entend aux États-Unis : « Si vous devez recommencer votre vie, vous allez en Arizona. Si ça ne marche pas et qu'il faut à nouveau repartir de zéro, vous partez en Alaska. »

Démographiquement, l'Alaska est un État à part, avec ses 710 000 habitants, un des plus faiblement peuplés de l'Union et où la population est parmi les plus jeunes (33 ans d'âge médian). Il est aussi célèbre pour son déséquilibre entre hommes et femmes. « Une femme pour dix hommes » selon la rumeur. C'est évidemment exagéré, surtout depuis la croissance d'Anchorage, devenu une

grosse ville américaine gonflée de services administratifs. Les hommes ne forment « plus que » 53% de la population de l'État. Mais loin des grandes villes, les secteurs d'activité très masculins (le pétrole, la pêche, l'exploitation forestière) manquent de femmes. « C'est pas qu'on ait une pénurie de femmes, mais on a ici une abondance d'hommes », résume Bill Hughes, trente-neuf ans, un des célibataires de Talkeetna, un village à 200 kilomètres au nord d'Anchorage. L'alcool débridant la créativité, c'est un soir au bar du Fairview Inn qu'est née l'idée d'organiser une vente aux enchères des célibataires locaux.

La compétition est organisée en plein mois de décembre, quand la température tombe à - 10 et que le soleil se couche cinq heures après s'être levé. « En été, ça va, on a les saisonnières », apprécie Bill Hughes.

Après la vente aux enchères à laquelle quelques deux cent cinquante femmes viennent participer chaque année (les acheteuses ont le droit à « un verre et une danse »), le village a lancé quelques années plus tard le « concours de la femme des bois ». La compétition demande aux participantes de porter du bois et des seaux d'eau, d'attraper un poisson, de conduire un scooter des neiges, et d'apporter un sandwich et une bière à un célibataire avachi devant la télé. « Il faut aussi qu'elles prouvent qu'elles nous méritent », poursuit Bill Hughes. « On a eu des mariages », assure Mary, cinquante-deux ans, vêtue d'un *canadian tuxedo* (jean et chemise en jean).

Venue du Michigan, elle a trouvé un mari à Talkeetna. « Quand on s'est rencontré, il m'a dit que j'avais des beaux coudes. » Voilà qui vient confirmer ce que l'on dit ici des hommes d'Alaska : *the odds are good but the goods are odd*. Autrement dit, « les probabilités sont bonnes mais les bons sont improbables ».

Grâce à ses ventes aux enchères annuelles, le ratio de Talkeetna serait redescendu à trois hommes pour une femme. Celles qui n'ont pas pu assister à la vente achèteront le catalogue au comptoir du bar avec, pour vingt dollars, les descriptifs des 43 célibataires du village dont le charpentier, le dentiste et le chercheur d'or.

Le catalogue de Talkeetna n'est certainement pas aussi sophistiqué que la revue *Alaska Men* avec, sur papier glacé, une centaine de photos et biographies d'Alaskiens cherchant l'âme sœur. Lyle,

cinquante ans, en photo dans son sac de couchage devant un reste de feu de camp, dit aimer « chasser l'ours noir ». Jed, trente-cinq ans, explique aux candidates que « vivre dans les bois demande de ne pas avoir peur de se salir les mains ».

« Les hommes d'Alaska en avaient assez de devoir aller au restaurant ou en boîte de nuit entre eux », explique Susie Carter, la fondatrice du magazine. Elle a donc volé à leur secours, et à celui de sa famille. Grâce à son magazine dont elle publie un numéro par an (à 22 dollars), elle a dégoté une nouvelle femme pour son père, un mari pour sa fille (« En plus, c'était un des hommes du calendrier », dit la mère assez fière) et, lorsqu'elle a divorcé, elle n'a pas hésité à mettre son ex-mari en couverture du magazine (il n'a pas eu à payer les cinq cent dollars que doivent débourser les célibataires en catalogue). Susie Carter assure recevoir des commandes en ligne du magazine de femmes célibataires de tout le reste du « lower 48 » comme on désigne ici les 48 États américains au sud de la frontière canadienne. Elle a même déjà organisé des « tournées » de groupes d'hommes d'Alaska pour les présenter à des célibataires de Seattle ou de Floride. À la fin du magazine, elle donne quelques conseils aux chasseuses d'Alaskiens : ne perdez pas espoir si vous ne recevez pas de réponse rapidement. « De la pêche à la chasse et aux métiers sur les plates-formes pétrolières, les métiers d'Alaska peuvent retenir les hommes loin de chez eux.»

Lire aussi : Newtok

ALLAITEMENT

L'allaitement est un sujet épidermique aux États-Unis, où il n'est pas rare que des mères donnent le sein à leur enfant passé ses deux ans. Que les Françaises y renoncent aussi rapidement (généralement au moment de la reprise de leurs activités professionnelles – soit trois à quatre mois après la naissance) et que les crèches refusent d'ouvrir leurs portes, dans la journée, aux mères qui allaitent est un grand sujet de consternation chez les Américaines en France.

Aux États-Unis, c'est aussi l'un des terrains des *moms wars,* ces débats passionnés sur les méthodes parentales. À New York, le maire Michael

Bloomberg défend les vertus du lait maternel, à coups d'affiches, jusque dans le métro et dans les hôpitaux de la ville, le lait en poudre est maintenant enfermé dans les placards avec les autres produits dangereux. Plus personne n'osant montrer de réserves sur l'allaitement, la discussion s'est focalisée ces dernières années sur sa pratique en public. Depuis 1999, une loi interdit d'empêcher une femme d'allaiter dans des lieux appartenant au gouvernement, des bureaux de poste aux grands parcs nationaux. Michelle Obama a même fait installer une *pumping room*, salle réservée aux femmes allaitantes dans l'aile Est de la Maison-Blanche. Dans les endroits privés, la question est laissée à l'appréciation de chacun(e). Mais les lobbys de femmes qui défendent l'allaitement en public ont découvert un moyen de pression redoutable : la manif de mères allaitant.

Dans le Kentucky, en août 2007, un restau Applebee – chaînes bas de gamme franchisés des banlieues américaines – a demandé à une de ses clientes de se rhabiller. Une dizaine de jours plus tard, deux mille personnes, dont des mères donnant le sein, font le piquet devant une centaine de restaurants de la chaîne à travers le pays. Le gérant du restau où s'est produit l'incident déclencheur a fini par promettre qu'il gardera désormais des couvertures à disposition de celles qui voudraient allaiter à ses tables pour les soustraire au regard des autres clients.

La méthode a fait des petits, des bus de Detroit au Hishhorn Museum, un musée d'art contemporain de Washington. À chaque fois qu'une mère a été priée d'aller donner le sein ailleurs, les associations de défense de l'allaitement sont montées au créneau et ont répondu à coups de tétées publiques. Le 28 novembre 2011, à Houston au Texas, Michelle Hickman est assise par terre au rayon femmes d'un magasin Target pour nourrir son bébé au sein, lorsque deux employées de l'hypermarché la somment de dégager, la menaçant de porter plainte pour attentat à la pudeur (une menace audacieuse : dans quarante-cinq États américains, des lois assurent qu'on ne peut pas interdire à une femme d'allaiter en public au nom de la pudeur). De retour chez elle, Michelle Hickman déballe l'incident sur Facebook et des *nurse in* sont organisés un mois plus tard dans les rayons d'une centaine d'hypermarchés Target. La chaîne a finalement

assuré dans un communiqué que, bien sûr, les magasins Target accueillaient avec plaisir toutes les allaiteuses de la terre et que, à présent, leurs employés y seraient mieux formés sur la question.

Lire aussi : Mommy wars

ALTERNATE PARKING

Dans certaines rues de grandes villes américaines, vous aurez besoin de votre agenda pour vous garer. Pendant quelques heures selon les jours, les voitures doivent être stationnées d'un côté bien défini de la rue pour laisser les équipes de nettoyage laver l'autre. Ce roulement leur permet de passer partout.

Dans une ville où les places de parking sont rares, cette organisation donne lieu à un manège de véhicules tournant au ralenti, ou garés en double file, leurs conducteurs préférant pratiquer des exercices de relaxation au volant plutôt que de risquer une amende ou de se faire voler la place qu'ils convoitent.

À New York, où tous les automobilistes connaissent ces chorégraphies, les règles d'*alternate parking* sont suspendues à l'occasion d'une cinquantaine d'événements qui marquent la vie de la ville : des vacances (Labor Day), des élections, des célébrations nationales (Thanksgiving, les anniversaires de Lincoln ou Washington) ou religieuses (Noël, Kipour, l'Aïd… mais aussi la Nouvelle Année asiatique, ou Diwali, la fête de la lumière en Inde…). En prenant en compte les différences identitaires des New-Yorkais (tous les cultes sont respectés) et ce qui les unit (les grandes fêtes américaines), le calendrier de l'*alternate parking* new-yorkais serait un modèle de tolérance et d'inclusion de la diversité dans la gestion politique d'une ville, selon l'analyse d'Alan Draper qui dans une tribune du *New York Times,* invite les obsédés des minarets, en Suisse, et du foulard, en France, à s'en inspirer.

Et si l'on se trompe de côté un jour d'*alternate parking* ? À New York, l'automobiliste peut se voir gratifier d'un PV, mais la sanction consiste surtout en une humiliation. Les services d'assainissement municipaux, qui gèrent les poubelles et le nettoyage de New York, posent environ quatre cents autocollants d'avertissement quotidiens sur des voitures de contrevenants, avec une vilaine colle qui

abîme les ongles des propriétaires s'acharnant à gratter le macaron. Heureusement, un vrai New-Yorkais connaît les trucs pour les détacher sans s'esquinter les ongles (il paraît qu'ils s'enlèvent facilement avec du beurre de cacahuète).

Lire aussi : Automobile

AMBULANCE CHASER

Vous le reconnaîtrez en traversant les États-Unis. À la télé, sur des affiches du métro, à la radio, il fait sa pub, souvent assis à son bureau, ses diplômes d'avocat encadrés sur le mur. « Avez-vous été blessé dans un accident de voiture ? Appelez-moi. » Il vous promet de racler un maximum de dommages et intérêts (dont il prélèvera un bon pourcentage).

Aux États-Unis, les victimes d'accidents sont immédiatement noyées sous les propositions d'avocats. Les documents qu'ils reçoivent stipulent en grosses lettres *free consultation* et *cash payment :* cela ne vous coûtera rien mais peut vous rapporter très gros.

Bien sûr, cet avocat ne se présente pas en *ambulance chaser* (« chasseur d'ambulance ») mais en *personal injury lawyer* (« avocat chargé du traitement des accidents ayant entraîné un préjudice personnel »). Le surnom *ambulance chaser* a été étendu à tous les avocats qui font leur beurre des malheurs des autres, notamment les *medical malpractices,* les « erreurs médicales ». Alors que la plupart des avocats facturent à l'heure, les ambulance chasers prennent eux un pourcentage sur les indemnités obtenues, généralement à hauteur d'un tiers.

Blâmés par les entreprises et le monde médical qui considèrent qu'ils font flamber les prix des assurances, les *ambulance chasers* préfèrent se voir en Robin des Bois, défendant les petits contre les grands. À les écouter, si les grandes entreprises ne risquaient pas de perdre de grosses sommes dans des procès, elles respecteraient moins les consommateurs.

Dans plusieurs États, les barreaux ont adopté des codes de bonne conduite, notamment pour les catastrophes, s'autorégulant sur la façon de contacter les victimes. Les républicains ont tenté, comme

Extrait de la publication

au Texas ou en Californie, d'imposer des *tort reform laws* (des lois pour réformer le système de responsabilité civile) afin d'éviter l'inflation des dommages et intérêts, mais aussi pour réduire les revenus d'une classe de professionnels qui soutiennent beaucoup les démocrates.

AMERICANS ELECT

Le débat politique américain est de plus en plus polarisé. Les deux partis flattent leurs extrêmes, pendant que les voix centristes restent inaudibles. Si un troisième candidat venait casser le face-à-face entre démocrates et républicains, les modérés seraient plus écoutés. C'est avec ce calcul qu'une organisation, Americans Elect, a mis toute son énergie dès 2011 à tenter de construire une plateforme pour une candidature indépendante dans la course à la Maison-Blanche de 2012.

Douglas Schoen, un ancien consultant de Bill Clinton, qui soutient ce mouvement, observe qu'un quart des électeurs américains ont déclaré qu'ils voteraient « certainement » ou « très probablement » pour un candidat indépendant s'il s'en présentait un. Évidemment, on n'est pas élu président des États-Unis avec un quart des voix. Mais, dans la logique d'Americans Elect, la seule concurrence d'un troisième candidat forcerait les deux partis à mener campagne au centre. Les États-Unis ont besoin, affirmait le site de l'organisation, de « leaders qui mettent leur pays avant leur parti ».

C'était, pour ceux qui saluaient cet effort, le moyen le plus efficace de secouer le système actuel. L'éditorialiste du *New York Times* Thomas Friedman pariait que le mouvement ferait vivre « au duopole des deux partis ce qu'Amazon a infligé à l'édition et les blogueurs à la presse quotidienne : faire tomber les barrières, réduire l'avantage des acteurs existants, et laisser des nouveaux entrer dans la course ».

Outre l'éditorialiste, d'autres grandes voix ont soutenu Americans Elect, principalement des centristes américains des deux partis (Christie Whitman, ex-gouverneur républicaine du New Jersey), des stratèges des deux bords (Douglas Schoen, cité plus haut, Mark McKinnon, ex-conseiller de George W. Bush aux élections de 2000

et 2004), des représentants de groupes de réflexion modérés (Will Marshall, président du Progressive Policy Institute) et, puisque cela coûte très cher, de généreux donateurs (le financier Peter Ackerman, ancien leveur de fonds d'Obama, qui y a apporté un million de dollars).

Concrètement, aux États-Unis, un candidat ne se présente pas à une élection présidentielle mais à cinquante, dans tous les États qui forment le pays et à Washington. Chaque État détermine ses règles et procédures pour se présenter. Americans Elect a donc commencé à préparer le terrain d'un éventuel candidat indépendant en rassemblant les signatures nécessaires pour être *on the ballot*. Le groupe y est parvenu dans vingt-neuf des cinquante États.

Quel candidat proposer ? Là encore, Americans Elect a conçu un dispositif pour qu'un parti indépendant puisse tenir une convention en ligne et désigner son candidat. Parmi les noms dont le mouvement rêvait : le maire de New York Michael Bloomberg, des républicains à gauche de leur parti (Chuck Hagel, Jon Huntsman) et des démocrates à droite du leur (Evan Bayh, Joe Lieberman, Bob Kerrey), des chefs d'entreprise (comme le patron de Starbucks, Howard Schultz) ou encore des militaires (le général Petraeus et Colin Powell). Tout avait été prévu, y compris de demander à celui qui serait leur candidat de choisir un colistier dans un parti différent. Construisons le dispositif de campagne, le candidat viendra ensuite, semblait croire l'organisation.

Flop. Aucune star de la politique ne s'est jamais présentée. Malgré les grands noms de ses soutiens, les 35 millions de dollars investis et ses 400 000 supporters, le mouvement n'a pas réussi à se trouver de candidats enthousiasmants. Ce n'est pas faute de les avoir approchés, mais tous ont décliné, jugeant trop risqué de se présenter en électron libre et de se fâcher avec leur parti en cas d'échec. Seuls ceux qui n'avaient rien à perdre se sont portés candidats.

C'est l'ancien gouverneur de Louisiane Buddy Roemer, un démocrate devenu républicain, qui a obtenu les meilleurs résultats, récoltant péniblement 6 293 soutiens en ligne, loin des dix mille requis par Americans Elect. L'organisation qui devait faire trembler la présidentielle a fini par déclarer forfait.

« Même si l'époque semblait mûre [pour un candidat qui n'appartient pas aux deux partis majoritaires], les partis indépendants ne

peuvent survivre sur la base d'une abstraction », a conclu Rick Klein d'ABC News. Autrement dit, la politique ne mobilise pas sans être incarnée.

Lire aussi : Bloomberg (Michael), Blue Dog Democrats, Electoral college, Rino

AMISH

Les images semblent indatables. Généralement dans des carrioles tirées par des chevaux, les hommes, grande barbe (qu'ils laissent pousser après le mariage) et chapeaux, les femmes, en robes longues, les cheveux couverts par un fichu, paraissent sortis d'une autre époque. Des amish, on connaît d'abord leur hostilité aux nouvelles technologies, celles-ci incluant le téléphone, la télévision et l'automobile (l'électricité étant de plus en plus souvent tolérée). Tout comme les églises traditionnelles, les amish ont leurs fondamentalistes et ceux qui interprètent leurs obligations plus librement. Toutes ses communautés ne se retrouvent pas dans l'interprétation stricte des textes que fait le « vieil ordre » amish. Les règles qui peuvent régir la couleur des fiacres, la largeur des chapeaux ou la façon d'utiliser ses bretelles pour retenir son pantalon varient d'un groupe à l'autre. Ceux qui veulent s'équiper de téléphone portable pour les urgences ou d'ordinateurs contournent l'interdiction en installant ces appareils dans des pièces extérieures de la maison.

On estime le nombre d'amish sur le territoire des États-Unis entre 150 000 et 250 000. Arrivés d'Allemagne et de Suisse allemande pour fuir les persécutions religieuses, la plupart d'entre eux vivent en Pennsylvanie, où ils se sont installés au XVIIIe siècle. Ils parlent d'ailleurs encore un dialecte appelé « l'allemand de Pennsylvanie » *(Pennsylvania dutch)*.

Quand on les voit labourer leurs champs à cheval, ou prendre la route dans leur *buggy*, on imagine qu'ils ne seront bientôt plus qu'une petite poignée à vivre ainsi. Erreur ! La population amish continue de progresser aux États-Unis, notamment grâce à sa spectaculaire démographie (les familles ont en moyenne sept enfants). La moitié de la population amish a moins de 21 ans, souligne Don Kraybill, spécialiste du sujet au Young Center for Anabaptist and Pietist

Studies de l'université d'Elisabethtown. Les enfants sont envoyés à l'école (qui ne comptent souvent qu'une seule classe) jusqu'à environ 13 ans. Ils ne vont généralement pas au lycée. Entre seize et vingt ans, ils peuvent faire le choix d'être baptisés ou de quitter la communauté (au quel cas, elle est supposée couper les liens avec eux définitivement). Quatre jeunes sur cinq font le choix de rester membre de cette Église, indiquent les recherches de Don Kraybill.

Conséquence de cette progression démographique, il leur est devenu difficile de trouver des terres cultivables abordables. Ces dernières années, des communautés amish se sont développées dans d'autres États au cœur de l'Amérique, notamment en Ohio, dans le Kentucky, le Minnesota, le Missouri, le Nebraska (ils sont aussi établis au Canada dans l'État d'Ontario).

Des conflits au sein d'un clan peuvent aussi être à l'origine du déplacement d'un petit groupe. Dans l'Ohio, une quinzaine d'amish sont passés en jugement pour avoir coupé les cheveux et barbes d'autres membres de leur Église avant de les photographier têtes nues, affront ultime. Derrière ces attaques : des désaccords sur la discipline à suivre dans la communauté après la décision d'un ancien d'en excommunier certains membres.

Quand un groupe d'amish s'installe à un endroit, cela fait souvent quelques vagues, liées à leur mode de vie bien sûr mais aussi aux aménagements négociés avec les autorités (les amish ne veulent pas cotiser à la *social security* – retraite – qu'ils ne veulent pas recevoir, ils ne votent pas…) À Mayfield dans le Kentucky, des amish ont été arrêtés parce qu'ils n'avaient pas de lumière pour circuler la nuit sur leur *buggy*.

Les agents auraient dû garder à l'esprit une de leurs règles de vie essentielle : «Tu ne te conformeras point à ce monde qui t'entoure.»

Lire aussi : Mormon

ANGOLA

Sous le soleil de Louisiane, ils sont quatre hommes, assis autour d'une table, vêtus du maillot rayé des détenus, quatre hommes supposés jouer aux cartes, mais sans le moindre jeu en mains. Dans

les gradins qui les entourent, six mille personnes les observent, six milles spectateurs qui attendent leurs réactions quand un taureau sera lâché dans l'arène. Le dernier à rester assis à cette fausse table de jeu remportera 750 dollars. C'est la règle du « poker des détenus », célèbre épreuve du rodéo de la prison d'Angola, en Louisiane, en pleine campagne, « le plus grand rodéo en prison d'Amérique du Nord », hurlent les haut-parleurs.

La première année, en 1965, il ne s'agit jamais que de divertir les détenus et leurs gardiens. C'est l'époque où la population incarcérée arrive encore souvent des campagnes et où les détenus s'y connaissent en bétail. Deux ans plus tard, les premiers spectateurs sont là : les gens des environs viennent assister au spectacle, assis sur les capots de leurs voitures.

Il affiche aujourd'hui systématiquement complet. On s'y rend aussi pour l'immense vente artisanale organisée dans l'enceinte du pénitencier, d'où l'on peut rapporter des tee-shirts souvenirs du « Bed and breakfast d'Angola, un lit de camp et un plat chaud ».

Les visiteurs parcourent des yeux le programme du spectacle, dans lequel les entreprises locales ont acheté des encadrés publicitaires. « Les détenus ne peuvent pas s'entraîner », précise la brochure. Et, puisque la plupart d'entre eux sont des garçons des villes qui n'ont jamais eu l'occasion d'approcher une bête, cela « promet du divertissement ». En Louisiane, ces jeux du cirque des temps modernes ne soulèvent pas de controverse, comme s'ils étaient la soupape indispensable du système carcéral. Avec 881 personnes derrière les barreaux pour 100 000 habitants, l'État a le taux d'incarcération le plus élevé du pays. Les peines sont si lourdes que les trois quarts des pensionnaires d'Angola n'en sortent pas vivants. Les responsables de la prison n'ont, selon Keith Nordyke, avocat de Louisiane, pas d'autres possibilités que de « remplir les existences des cinq mille détenus » s'ils veulent « lutter contre les effets du désespoir » d'un pénitencier qui possède son propre hospice. Première épreuve, le *bust out*. Huit portes s'ouvrent simultanément sur autant d'hommes à dos de taureau qui tentent de rester sur la bête aussi longtemps que possible. Pas plus de quelques secondes. L'un d'eux, tombé trop brutalement, doit être relevé par les organisateurs. Les détenus ont préalablement signé une décharge dans laquelle ils s'engagent

Extrait de la publication

à ne pas poursuivre la prison en cas d'accident. Deux ambulances stationnent sur les côtés.

Condamné à une peine de prison à vie pour meurtre, Joshual Brown, la trentaine, une cicatrice au-dessus de la bouche, participe au rodéo dès qu'il le peut. Il relève le bas de son jean et montre un mollet bleu et orangé. Il s'est fait piétiner par l'animal le week-end précédent. Malgré la douleur, ce trentenaire relève à nouveau le défi : «Je fais ça pour l'argent. Je n'ai plus personne à l'extérieur.» Les sommes à gagner vont, pour la plupart des épreuves, de 50 à 100 dollars. Joshual admet aussi concourir pour être au milieu du public : «Tous ces gens qui vous regardent, qui parfois vous applaudissent, on n'a pas souvent ça en prison… » Comme quatre détenus sur cinq, il ne reçoit jamais de visite. La prison est trop loin, les peines trop longues.

Quelques-uns, au comportement modèle, ont obtenu le droit de suivre les compétitions sur des gradins spéciaux, derrière des grilles. Les quelque cinq mille autres regardent les épreuves en direct sur un écran à l'intérieur de la prison.

Joshual Brown a été choisi pour le *buddy pick up,* une épreuve qui requiert deux participants. L'un, debout sur un tonneau, attend que l'autre vienne le hisser sur son cheval lancé au galop et regagne avec lui, et à la même vitesse, son point de départ. Un homme est déjà mort d'une crise cardiaque dans cet exercice. « On sera à deux, ça veut dire que l'argent sera divisé », note Joshual, les yeux rivés sur les 100 dollars en jeu.

Une broutille, comparé à ce que le spectacle rapporte. D'autant plus que les frais liés à son organisation sont minces. Les pensionnaires ont eux-mêmes servi de main-d'œuvre pour la construction de l'arène. Le vrai gagnant de ces rodéos, c'est le pénitencier, qui engrange chaque dimanche quelque 300 000 dollars.

Lire aussi : Prison

AP STYLEBOOK

N'employez pas l'expression « de couleur » pour parler d'un Noir. Disney World s'écrit en deux mots mais Disneyland en un seul. Ne mettez pas d'apostrophe à *Presidents Day.* Ces règles sont celles de

l'Associated Press. L'agence édite chaque année depuis 1953 un guide à l'attention de ses reporters de ce qu'ils peuvent ou non écrire dans leurs dépêches. C'est devenu la bible de la profession. Les remises à jour de l'*AP Stylebook* sont attentivement suivies par les journalistes, y compris des autres médias.

Les évolutions de ce petit manuel en disent long sur les transformations de la société américaine. Depuis 2012, le guide déconseille, par exemple, d'utiliser l'expression « enfant illégitime » on écrira plutôt « l'enfant dont la mère n'est pas mariée » L'ouvrage doit aussi parfois trancher des débats politiques : faut-il parler de sans-papiers *undocumented* ou de *illigal immigrants* ? Le guide a opté pour la dernière formulation – « parce que "sans-papiers" suggère que c'est seulement une question de papiers administratifs ». Sur la bataille de l'interruption volontaire de grossesse, le *AP Stylebook* prône ne pas employer les expressions *pro life*, « pour la vie », et *pro choice*, « pour le droit de choisir », avec lesquelles se désignent les adversaires et les défenseurs du droit à l'avortement, parce que cela signifierait rentrer dans leurs stratégies de communication.

Dans un tout autre domaine, les Français s'amuseront d'apprendre qu'on met une majuscule au « f » de *French toast,* le « pain perdu », mais pas à celui des *french fries*, les « frites ».

Lire aussi : Fuck

APPLE PIE (As American as apple pie)

L'*apple pie* n'est pas une tarte aux pommes mais une tourte, fourrée d'un mélange de pommes, jus de citron et épices. L'*upper crust* désigne la pâte qui couvre les pommes. *Do you want me to à la mode it ?* demande la serveuse pour vous proposer une boule de glace. Plus traditionnellement, certains servent l'*apple pie* avec du cheddar. Pour se faire une idée de toutes les variétés possibles *d'apple pie*, il suffit de visiter Julian, une petite bourgarde du sud de la Californie qui se pique d'en être la capitale.

Quand en 1878, Mark Twain fait dans son livre, *Ascensions d'un téléscope,* la liste des plats américains qui lui ont manqué quand il était en Europe, il commence par l'*apple pie*. Pendant la Seconde Guerre mondiale, les GIs, interrogés par les journalistes sur ce qui

Extrait de la publication

les motivait à partir à la guerre, répondaient *for mom and apple pie* (« Pour ma mère et l'*apple pie* »). Aujourd'hui encore, l'expression *as american as apple pie,* s'applique à tout ce qui est typiquement américain.

On peut objecter que les pommes, les pommiers et les recettes d'*apple pie* sont arrivées d'Europe au XVIIe siècle. Mais justement, observe John Lehndorff, de l'*American Pie Council* (comme dit leur site c'est « la seule organisation dédiée à préserver la mémoire des *pies* américains et à promouvoir l'amour de l'Amérique pour ses gâteaux »). « C'est typiquement américain parce que c'est un plat qui venait d'ailleurs et qui a été transformé en une expérience distinctivement américaine. »

Mais l'*apple pie* définit-il encore l'essence de l'Amérique ? La journaliste Jennifer 8. Lee, dans son livre *Fortune Cookies Chronicles,* interroge ses lecteurs américains : « Quelle est la dernière fois que vous avez mangé de l'*apple pie* et quelle est la dernière fois que vous avez mangé chinois ? »

Lire aussi : Cannelle, Chinese food, Mac and Cheese, Thanksgiving

APPLE STORE

Chaque trimestre, les 327 magasins Apple aux États-Unis voient passer plus de visiteurs que Disneyland et Disney World réunis. C'est Apple qui l'affirme. Que l'entreprise puisse comparer le trafic de ses magasins à celui de parcs de loisirs en dit long sur la façon dont sont conçues les boutiques en question.

De fait, le lancement des Apple Stores a obéi aux mêmes règles que celui de leurs produits vedettes :

– Le secret. Personne ne doit savoir que la marque se préparait à ouvrir des magasins. En janvier 2000, quand Steve Jobs débauche Ron Johnson, alors vice-président du merchandising de la chaîne de magasins Target, pour lui proposer la direction des Apple Stores, le nouveau venu utilise un pseudonyme pendant plusieurs mois pour ne pas que s'ébruite son arrivée. Même dans l'annuaire de l'entreprise, afin de ne pas éveiller les soupçons, le patron de la distribution d'Apple apparaît sous un autre nom : John Bruce ;

– L'accent mis sur l'« expérience » qu'y vit l'utilisateur. « L'achat d'une voiture n'est plus la pire des expériences. Maintenant, la pire, c'est l'achat d'un ordinateur », lâche Steve Jobs en janvier 2001 dans un grand raout MacWorld. Dans des réunions de groupe marketing, Ron Johnson demande à des consommateurs quels sont les services clients qui leur semblent les meilleurs aux États-Unis. Les concierges d'hôtels arrivent en tête des réponses. C'est de leur présentation et de leur accueil qu'il s'inspirera pour mettre au point les *genius bars,* ces comptoirs où l'on peut venir demander conseil à des employés supposés avoir réponse à tout (« Reconnaissez d'abord le problème, ne promettez pas immédiatement de le résoudre », était une des règles que les vendeurs entendaient en formation). C'est aussi la réponse pour laquelle les vendeurs – qu'Apple d'ailleurs n'appelle pas « vendeurs » mais « spécialistes » – ne reçoivent pas de commission sur les ventes – une exception dans la distribution – pour que le client ne se sente pas harcelé ;

– Le contrôle obsessionnel des détails par le P-DG. Jobs a, par exemple, fait travailler les designers des magasins pendant pas moins d'une demi-heure pour s'accorder sur la teinte de gris idéale à la signalisation des toilettes de ses nouvelles boutiques ;

– Le scepticisme de départ. Le conseil d'administration d'Apple est plus que dubitatif à la présentation du projet de réseau de distribution de Steve Jobs. D'où la décision de ne lancer initialement que quatre Apple Stores. Les deux premiers ouvrent le 19 mai 2001, l'un en Virginie dans la banlieue de Washington, l'autre en Californie. La même semaine, le magazine *Business Week* écrit : « Désolé, Steve, mais l'Apple Store ne marchera pas », citant un analyste convaincu que la chaîne s'acharne à tort à proposer du caviar à des gens très contents de manger des crackers au fromage. Le consultant David Goldstein, en comparant le coût des magasins et ce qu'Apple peut y vendre selon lui, donne au mieux « deux ans [à Steve Jobs] avant d'ouvrir les yeux sur cette douloureuse et fort coûteuse erreur » que ne manquera pas de constituer ce lancement dans la distribution.

Fin 2011, 30 000 des 43 000 employés d'Apple aux États-Unis travaillent en fait dans les magasins. Ce sont les points de vente américains qui enregistrent les plus gros chiffres d'affaires par mètre carré – deux fois plus que le bijoutier joaillier Tiffany, deuxième

sur la liste de la société d'étude de distribution retailsails.com Pour les vendeurs, les résultats sont moins glorieux : ils sont payés en moyenne douze dollars de l'heure, ont souvent la vingtaine (ça coûte moins cher à l'entreprise en mutuelles à payer) et travaillent sous pression toute la journée (après avoir tenté une plainte en nom collectif en 2009, un avocat de Californie a obtenu des dommages et intérêts pour dix employés qui travaillaient sans pause toute la journée).

Malgré ces coulisses peu reluisantes, à l'ouverture d'un nouveau magasin, dans la queue des mordus, vous pourrez aussi trouver des collectionneurs de tee-shirts. La coutume, instaurée depuis les débuts, veut que, le jour de leur inauguration, les derniers Apple Stores en distribuent aux mille premiers arrivants. Les plus accrocs collectionnent aussi ceux que les vendeurs portent ce jour-là.

Lire aussi : Wozniak (Steve)

ARPAIO, Shérif Joe

Joe Arpaio, flic à la retraite de l'Agence américaine contre la drogue (DEA), avait soixante ans quand il s'est présenté pour la première fois au poste de shérif à Phoenix, en Arizona dans le comté de Maricopa, le plus vaste du pays en 1992. À quatre-vingts ans aujourd'hui, il a réussi à garder sa place, cinq fois réélu. Plus qu'un shérif, c'est un phénomène, une star des médias, une caricature.

« Comment se fait-il que la charcuterie ne soit pas verte ? » grogne Joe Arpaio en refermant un sandwich de détenu qu'il feint d'examiner sérieusement. Un mini-revolver doré épinglé sur sa cravate, l'homme a fait carrière – politiquement et médiatiquement – sur la promesse d'être le « shérif le plus dur des États-Unis ». Il a un rang à tenir. Alors, en ce printemps 2005, il continue sa démonstration devant nous : deux repas au lieu de trois par jour pour les détenus, un prix de revient de 20 cents par repas (« Moins que pour les chiens et chats de la prison. »). Les détenus n'ont plus droit au café (« Pourquoi auraient-ils besoin de café ? »), au sel, ni au poivre (« Je mérite d'être médaillé dans la lutte contre les maladies cardio-vasculaires. »). Surtout, il fait vivre les détenus à Tent City,

Extrait de la publication

un campement de tentes en plein air installé à côté de la maison d'arrêt de Phoenix.

Les hommes dorment dans des lits superposés installés sous des bâches militaires datant de la première guerre du Golfe, en 1991. Seule amélioration, on y a remplacé les piquets de bois par du métal, « pour des questions de sécurité ». L'été, il peut y faire jusqu'à 50 degrés.

À Tent City, la plupart des détenus restent sur leur lit, dans leurs pyjamas de bagnards. Aux pieds, des chaussettes rose acidulé. Du même rose que leurs sous-vêtements, leurs draps et, dernièrement, les menottes avec lesquelles ils sont conduits là-bas. Officiellement, la couleur est censée décourager les vols – qui voudrait d'un slip rose ? Plus certainement, ce genre de petites humiliations assure d'énormes coups de publicité au shérif.

Ce dernier a d'ailleurs remis en vigueur les *chain gangs*, ces groupes de détenus enchaînés les uns aux autres pour effectuer des travaux publics (sur la base du volontariat, se défend-il, alors que la pratique est, sinon juridiquement, du moins effectivement abandonnée depuis 1955), et a même étendu le procédé aux femmes, « une première dans l'histoire du monde ! ». Leur campement est séparé par des grilles, de celui des hommes. « Je suis pour la parité en matière d'incarcération », plaisante encore le shérif Arpaio.

Fier de lui, il s'approche d'une jeune détenue un peu ronde, lui demande si elle a déjà travaillé enchaînée. « Oui », confirme-t-elle. «Vous avez aimé ? », lui demande-t-il. « C'est une opportunité formidable », bafouille-t-elle.

Les détenus de Tent City purgent des peines de moins d'un an. Le shérif n'a sous son contrôle que la maison d'arrêt de Phoenix. Les détentions plus longues relèvent des prisons de l'État.

Malgré ce que laisseraient croire les traitements d'Arpaio, personne n'est là pour des crimes spectaculaires. Quand on l'interroge sur la raison de son incarcération, un homme nous répond s'être fait contrôler à la sortie du restaurant où il était allé déjeuner : troisième alcootest positif en dix ans, direction les tentes, pour quelques mois. « Les gens sont là pour toutes sortes de raisons, confirme un gardien : drogues, violences conjugales, mais aussi avoir promené son chien sans laisse ou fait du camping sauvage. »

Le shérif s'illumine : « Si j'ai une idée, je peux la mettre en pratique en quelques secondes. C'est pour ça que j'aime ce métier.» Des idées, il en a souvent. À son instigation, une radio K-Joe diffuse de la musique classique, des vieilles chansons populaires américaines et des programmes éducatifs pour les détenus. Il a dû retirer les caméras qui permettaient de surveiller par Internet la vie des prisonniers. Désormais, il ne poste que leurs photos.

« Shérif Joe ! » Un prisonnier en costume de pied nickelé s'approche. «Vous pouvez me dédicacer ma carte postale ? » lui demande-t-il en lui tendant une photo de Tent City avec son signe *Vacancy* (« Chambres à louer ») clignotant en haut d'un mirador. Il y a quelques années, Joe Arpaio a remplacé les enveloppes du courrier des détenus par des cartes postales illustrées de la prison (« Bonjour sous le soleil d'Arizona », dit l'une d'elles, au-dessus de photos de détenus dans leurs tenues de bagnards). Un autre lui fait déjà la même requête, puis deux, puis dix… « Ne croyez pas qu'ils l'aiment, bougonne une gardienne à l'écart, allez voir sur eBay : les cinq cartes postales dédicacées par le shérif se vendent 100 dollars.»

Outrancier ? Il le sait. Il a déjà fait défiler deux cents immigrants sans-papiers en ville, gigantesque *perp walk*. Il est aux avant-postes du mouvement des *birther*s qui refusent de croire que Barack Obama ait la citoyenneté américaine. La curiosité dont il est l'objet dans tout le pays tient essentiellement à ses franchissements de ligne jaune répétés. Mais elle pourrait aussi lui coûter son poste. Le ministère de la Justice s'énerve. En décembre 2011, il a accusé Arpaio de discrimination à l'égard des Hispaniques, neuf fois plus souvent arrêtés que les Blancs par les hommes du shérif. Le dossier du gouvernement donne l'exemple d'un conducteur latino qui a passé treize jours en détention provisoire pour ne pas avoir utilisé son clignotant avant de tourner. Dans les médias, Arpaio se défend des attaques fédérales avec des phrases qui semblent tout droit sorties de séries télé : « Je ne suis pas travailleur social, je suis flic.» Le gouvernement fédéral ne cache pas son intention de le faire encadrer par les autorités fédérales, afin qu'il rentre dans les clous. « Je ne vais pas me rendre », a assuré sur CBS en avril 2012 Arpaio, qui ne manquerait pas une occasion d'incarner un shérif de légende.

Lire aussi : Birthers, Immigration clandestine, Perp walk, Prison

ATHÉISME

Au printemps 2012, sur une route près de San Antonio, on pouvait voir un large panneau publicitaire : «Vous ne croyez pas en Dieu ? Bienvenue au club ! » Pour décomplexer les athées, de grandes affiches similaires fleurissent le long des autoroutes américaines depuis 2008. La plus drôle, affichée à Atlanta, clame : « Faites la grasse matinée le dimanche.»

Les groupes d'athées estiment qu'il est nécessaire de rappeler à ceux qui ne croient pas en Dieu qu'ils ne sont pas seuls. Ils sont en tout cas certainement minoritaires en Amérique. Parmi les pays occidentaux, c'est aux États-Unis que leur pourcentage est le plus faible : 4 %, contre 32 % en France. Alors que le nombre d'Américains qui se disent sans religion spécifique progresse – entre 15 et 20 % selon les sondages –, le poids des personnes qui se déclarent « sans Dieu » reste bien plus bas que dans le reste du monde.

Certains y voient un héritage de la Guerre froide, l'athéisme y étant alors associé aux dictatures communistes. En politique, se proclamer athée est très audacieux, voire suicidaire : dans un sondage Gallup conduit en 2008, 48 % des personnes interrogées affirmaient qu'elles ne pourraient pas voter pour un athée. Seul Peter Stark, élu de Californie au Congrès, a osé faire son outing d'athée. C'était en 2007.

Si le nombre d'athées augmente peu, il progresse en légitimité. L'essayiste anglais Christopher Hitchen en a été un bon catalyseur en devenant le premier *pundit* (« commentateur ») ouvertement athée aux États-Unis. Barack Obama, dans son discours d'inauguration de janvier 2009, est le premier président à reconnaître les « non-croyants » : « Nous sommes un pays de chrétiens et de musulmans, de juifs, d'hindous et de non-croyants.»

Mais l'évolution se fait très lentement. Lorsque le comique Bill Maher a été interrogé sur les chances de voir un jour un président athée aux États-Unis, il a répondu qu'il faudrait d'abord se demander s'il pourrait y avoir un président végétarien…

Lire aussi : God

AUTOMOBILE

Et si l'automobile sortait de la légende américaine ? Et si Detroit ne représentait plus rien ? Et si la première voiture n'était plus un symbole d'indépendance ?

Signe de cette perte, le nombre de détenteurs de permis de conduire recule chez les jeunes. En 1983, 94 % des Américains âgés de vingt à vingt-neuf ans avaient leur permis de conduire. Ce chiffre est tombé à 84 % en 2008, indique une étude du Transportation Research Institute de l'université du Michigan. Et ceux qui conduisent roulent moins : ils ont parcouru 12 % de miles de moins en 2009 qu'en 1995.

La voiture ne fait plus rêver. Dans une étude de la société Scratch interrogeant des Américains nés entre 1981 et 2000 sur leurs marques favorites, aucune automobile n'est citée parmi les trente et une qu'ils préfèrent. D'après la société d'étude Gartner, si on leur donnait le choix, près d'un jeune sur deux (46 %) opterait pour Internet, même s'il roule moins vite, plutôt que pour une voiture.

L'automobile a perdu de sa superbe. Les jeunes américains n'affichent plus leurs idées sur un *bumpersticker* collé à l'arrière de leur voiture mais sur leurs statuts Facebook et Twitter. La perte d'aura est telle que General Motors a fini par faire appel à MTV afin de se faire conseiller sur ses recettes pour susciter l'intérêt des jeunes. Que General Motors voie en MTV le spécialiste de la jeunesse en dit long sur le coup de vieux qu'a pris l'industrie automobile américaine.

« On va réentendre rugir les moteurs américains », a promis Clint Eastwood (encore un jeune !) dans une publicité diffusée pendant la finale du Superbowl. Mais Detroit n'est plus le moteur de l'économie américaine. L'industrie automobile des États-Unis, les Américains le savent, s'en est sortie grâce aux prêts octroyés par le gouvernement à General Motors et Chrysler. Les usines s'installent dans le sud, où la main-d'œuvre n'est pas syndiquée.

Pourtant, les politiques continuent à en parler comme si l'*automobile industry,* restait la fierté du pays. On a entendu Mitt Romney flatter les électeurs du Michigan en janvier 2011 : « J'aime les voitures. J'ai grandi amoureux des voitures. Dans les années 1950-1960, vous pouviez me montrer un petit morceau d'à peu près n'importe

quelle voiture et je pouvais vous dire quelle marque c'était, et quel modèle. Maintenant, avec les japonaises, je suis moins bon. Mais je connais toujours bien les voitures américaines et je roule en Mustang. J'aime les voitures. J'aime les voitures américaines… » On se serait cru revenus aux États-Unis d'*American Graffiti*.

Lire aussi : Mobilité géographique, Obama, Romney (Mitt)

AVORTEMENT

« L'État de… oblige maintenant les femmes à… pour pouvoir avorter.» Remplissez les pointillés. C'est la blague que s'est permise le *New York Magazine* pour illustrer la nouvelle stratégie des adversaires du droit à l'interruption de grossesse aux États-Unis : faire de son accès un cauchemar. Un élu d'Arizona a ainsi proposé de montrer la vidéo d'un avortement aux femmes avant de les autoriser à en subir un. Huit États imposent de regarder une échographie préalable à toute interruption de grossesse. En Virginie, lorsqu'une telle loi a été discutée en janvier 2012, il a fallu rentrer dans le détail de la procédure : l'embryon ne mesure en effet que quelques centimètres dans la majorité des cas, une échographie par sonde vaginale aurait été nécessaire. Une élue locale a réagi en proposant, au nom de la parité, d'obliger les utilisateurs de Viagra à passer un examen rectal. (Les deux propositions ont été rejetées.)

Si des parlementaires en arrivent à débattre pendant des heures de sonde vaginale, c'est qu'ils savent qu'ils ont peu de chance de voir la Cour suprême revenir sur Roe v. Wade, l'arrêt de la Cour suprême qui autorise (ou plutôt interdit d'interdire) l'avortement dans l'ensemble du pays (jusque-là, cela relevait des législations des États). Les *pro life* se battent donc État par État. Ils sont, dans la quasi-indifférence du pays, en train de gagner la guerre contre l'avortement en réduisant les possibilités d'y avoir recours : d'abord en supprimant les financements fédéraux des programmes de planning familial (tous les candidats républicains des primaires de 2012 ont promis de le faire, un bon sujet de mobilisation chez les conservateurs qui désapprouvent en général le droit à l'avortement et les programmes gouvernementaux d'aide sociale) ; ensuite en restreignant, État par État, les conditions d'accès à l'IVG (obtenir le

consentement des parents, ajouter un délai de réflexion… jusqu'aux lois sur les échographies évoquées plus haut). Les obligations qui pèsent sur les cliniques sont aussi de plus en plus lourdes.

Résultat, dans certaines parties du pays, il est de plus en plus difficile de se faire avorter. Dans le Mississippi, il ne reste plus qu'une seule clinique pratiquant l'avortement. Même chose dans le Dakota du Sud, où les femmes qui veulent interrompre leur grossesse, là aussi, devront souvent faire des kilomètres pour se rendre dans un autre État.

Pour avoir une idée des passions qui nourrissent le débat, il suffit d'écouter Maureen Britell, passée d'un camp à l'autre un dimanche de mai 1997, jour de la Fête des mères mais aussi, se souvient-elle, celui de la première communion de sa fille Samantha. À la sortie de leur église dans le Maryland, un groupe de manifestants les attendait, brandissant des photos de fœtus ensanglantés et vociférant : « Assassins d'enfants ! » Trois ans plus tôt, Maureen et son mari attendaient la naissance d'une petite Dahlia, lorsqu'à une visite prénatale, à six mois et demi de grossesse, leur médecin a détecté une anencéphalie. Le cerveau de l'enfant ne s'étant pas développé, Dahlia n'aurait pas pu survivre. Jusque-là, Maureen Britell, catholique pratiquante, faisait partie des anti-avortements passionnés. Elle allait crier des « Je vous salue Marie » devant les cliniques qui le pratiquaient. Après le diagnostic des médecins, elle a subi un avortement thérapeutique. Maureen Britell a témoigné devant le Congrès pour expliquer ce qui l'y avait conduite. Les anti-avortement se sont mis à les poursuivre, elle et sa famille. « Ils ont fait de moi une militante », raconte-t-elle maintenant.

Comment l'avortement a-t-il pu devenir à ce point un sujet de passions ? Pour William Saletan, auteur de *Bearing Right : How Conservatives Won the Abortion War,* c'est la faute du deuxième trimestre. Selon lui, la limite dans les pays européens à douze ou quatorze semaines pour pouvoir avorter a permis d'arriver à un relatif consensus de société. La décision de la Cour suprême de 1973 autorise quant à elle les IVG jusqu'au terme des six premiers mois de grossesse (avec des restrictions pour le second trimestre). Aux États-Unis, ce sont ces *late term abortions* qui, même si elles ne représentent que 1,5 % des avortements, permettent aux *pro life* de brandir des affiches de

photos de bébés ensanglantés. Contre ce qu'avaient anticipé ceux qui la soutenaient, la proposition d'amendement de Virginie sur les échographies obligatoires, en créant un débat sur le recours aux sondes vaginales, a permis de rappeler que la plupart des avortements sont provoqués dans les premières semaines de grossesse.

L'avortement, c'est aussi une longue histoire de récupérations politiques. Richard Nixon a le premier politisé le sujet en 1971 en affirmant son opposition à « l'avortement sans restriction ». Il est élu président en 1972 avec 60 % des voix des catholiques. C'est encore l'opposition à l'avortement que Ronald Reagan utilisera en 1980 pour mobiliser les conservateurs. Gouverneur de Californie, il avait pourtant signé une loi assouplissant le recours à l'IVG dans son État en 1967, alors que le sujet commençait à diviser le pays. Ce type de volte-face est un classique du parcours du républicain aux ambitions nationales. Aujourd'hui plus encore, il semble impossible pour un républicain qui a besoin du soutien de son parti de défendre le droit à l'avortement ». L'histoire du parti est truffée d'hommes qui disent avoir eu des prises de conscience sur le tard, de George H. Bush (qui s'est heureusement aperçu qu'il était contre le droit à l'avortement juste avant de devenir le numéro deux de Ronald Reagan pour la présidentielle de 1980) à Mitt Romney, qui à l'époque où il était gouverneur du Massachusetts avait assisté à une levée de fonds pour aider au financement d'un programme du planning familial. Candidat du Parti républicain, il s'est choisi un colistier, Paul Ryan, qui a longtemps était opposé à l'IVG.

Les Américains sont-ils sensibles à toutes ces indignations politiques ? Un sondage Gallup de mai 2012 montre que la moitié d'entre eux (50 %) considèrent qu'ils appartiennent au groupe des *pro life* (« pour la vie »), contre 41 % de *pro choice* (« pour le choix »). Depuis 1996, la tendance s'est donc inversée : cette année-là, 56 % se sentaient *pro choice* contre 38 % de *pro life*.

Mais quand on demande aux Américains si l'avortement doit être « toujours légal », « légal dans certaines conditions » ou « toujours illégal », c'est la deuxième réponse qui obtient la majorité, laquelle a fluctué entre 50 et 57 % au cours des huit dernières années. Il y a la morale, et il y a la vraie vie…

Lire aussi : Contraception, Culture wars, Républicains, Romney (Mitt)

B

« Je vois que Bill Buckley est là ce soir. Nous étions ensemble à Yale. Nous avons beaucoup en commun. Pendant qu'il était à Yale, il a écrit un livre. J'en ai lu un. »

George W. Bush

Extrait de la publication

B.O. (body odor)

Si à Hollywood on l'emploie plutôt pour *box office,* dans la culture populaire, l'abréviation, qui se prononce « bi-o », désigne le *body odor.*

L'expression n'est pas d'aujourd'hui. C'est en 1919 qu'Odo-Ro-No, un déodorant pour femmes, utilise pour la première fois l'acronyme dans une publicité, suggérant dans le même temps le problème et la honte qu'il engendre, à tel point qu'on ne peut pas l'appeler par son nom.

C'est la première campagne à marketer l'idée que les odeurs corporelles peuvent handicaper socialement, jusqu'à empêcher la réussite (professionnelle pour les hommes, conjugale pour les femmes). La marque de savons Lifeboy a continué à exploiter l'idée et l'expression. À la radio et dans les magazines, sans jamais prononcer les mots qui fâchent, Lifeboy a mis en garde contre les risques que peuvent vous faire courir vos aisselles : *Don't let B.O. cost you your popularity at the office* (« Ne laissez pas votre odeur vous coûter votre popularité au travail »).

Ce thème de campagne a porté ses fruits. Seuls 5 % des Américains n'utilisent pas de déodorants. Selon la société d'étude de marché Mintel, la plupart en font un usage quotidien, et les 18-24 ans s'en servent en moyenne neuf fois par semaine.

Aux États-Unis, l'importance de la chasse aux odeurs se mesure aussi à l'architecture d'intérieur. Un quart des maisons qui sont construites dans ce pays de nos jours disposent d'au moins trois salles de bain !

Les Français, eux, incarnent plutôt la décomplexion en matière de B.O. (voire la fourberie : ils couvrent leur odeur de parfum !). La réputation remonte au moins à Pepe Le Pew, le putois français des *Looney Tunes,* et est restée ancrée dans la culture populaire américaine. Dans un épisode des *Simpsons*, Marge veut mettre dehors Homer, lequel la supplie de ne pas le faire : après une semaine, il serait « aussi sale qu'un Français ». Dans un dessin du *New Yorker* paru en 2007, un couple se prépare à sortir. « Pas la peine de te laver, dit monsieur à madame, on va voir un film français. »

Lire aussi : French bashing

BAM

Bubba's on board with Bam, titrait le *New York Daily News* le 24 mai 2012. Bubba, c'est Bill Clinton, et Bam, Barack Obama. En couverture et dans leurs gros titres, le *New York Post,* le *Daily News* et les autres quotidiens populaires ont recours à toute une flopée de surnoms et d'abréviations. Le président devient ainsi *Prez,* son vice-président, *Veep ;* les dirigeants d'entreprises sont des *exec* quand Guantanamo devient *Gitmo ;* Hillary Clinton est *Hil* pour le *New York Post* et *Hill* pour le *New York Daily News.* Enfin, à la mairie de New York, *Bloomy* (Michael Bloomberg) a remplacé *Rudy* (Rudolph Giuliani).

Aux États-Unis, la langue est efficace. Pour que le titre soit visible, il faut des mots courts qui puissent s'écrire en grosses lettres capitales, pas plus de quatre lettres de préférence. Parmi les unes les plus célèbres, celle du *New York Daily News* du 30 octobre 1975 titrait, alors que le gouvernement Ford avait refusé les crédits demandés par la ville de New York, alors au bord de la faillite : *Ford to City : Drop Dead* («Va mourir, répond Ford à New York »). Quatre mots de quatre lettres pour un titre légendaire.

Lire aussi : BYOB, BFF

BAUER, Jack

Jack Bauer est le protagoniste de la série *24,* diffusée pendant huit saisons aux États-Unis sur la chaîne Fox. Lancée à l'antenne trois mois après les attentats du 11 Septembre, elle met en scène le premier personnage télé qui incarne véritablement l'Amérique du XXIe siècle. Lorsque Bauer refuse les ordres de sa hiérarchie, agit en électron libre, torture un suspect, sa philosophie, « à situation exceptionnelle, moyens exceptionnels », reprend les arguments des années Bush pour justifier les prisons secrètes, les tribunaux d'exception, Guantanamo…

Les conséquences ne passent pas inaperçues. En novembre 2007, Patrick Ginnegan, haut responsable de l'académie militaire de West Point, s'est rendu, accompagné de militaires et de membres du FBI, à Los Angeles rencontrer l'auteur de la série, Joel Surnow, pour se plaindre de l'impact des méthodes de Jack Bauer sur le

staff de l'armée. L'information a été révélée par le *New Yorker,* qui cite encore un des enseignants de West Point catastrophé par les références à l'agent de CTU que faisaient sans cesse ses étudiants pendant ses cours.

Des « interrogateurs » américains ont confirmé cette mauvaise influence de Jack Bauer sur le terrain. Parmi eux, Tony Lagouranis, en poste à Abou Ghraib en 2004, devenu à son retour au pays videur d'un bar de Chicago. Interviewé par Tara McKelvey pour son livre *Monstering* sur les sévices dans la prison en Irak, il se souvient par exemple de confrères discutant de l'idée, piochée dans la série, d'enfermer des détenus dans une pièce depuis laquelle ils pourraient entendre d'autres prisonniers torturés.

Dans son livre enquête, *Torture Teams,* Philip Sands, un professeur de droit britannique, confirme que les jeunes chargés des techniques d'interrogatoire à Guantanamo avaient été influencés par Jack Bauer. Des Américains, en particulier des avocats lui ont expliqué que la série « contribuait directement à forger un environnement encourageant ceux qui travaillaient aux interrogatoires à se penser en première ligne, et à aller au-delà de ce qu'ils auraient fait sinon. La culture de *24 heures* a aussi rendu plus difficiles les objections de ceux qui voulaient mettre un terme aux abus.» Non seulement de simples militaires ont avoué s'en inspirer mais les chefs de file des années Bush ont souvent traité Bauer comme l'un des leurs.

En 2006, The Heritage Foundation, think tank de la droite dure, met sur pied une étonnante conférence, « *24 heures* et l'image de l'Amérique dans la lutte contre le terrorisme », conviant à la fois les auteurs de la série et Michel Chertoff, alors secrétaire à la Sécurité intérieure du pays.

«Tous les gens que je connais au gouvernement en sont fans », s'emballe Rush Limbaugh, appelé à animer la conférence, citant parmi eux le vice-président Dick Cheney et le patron du Pentagone de l'époque, Donald Rumsfeld. Le juge de la Cour suprême, Clarence Thomas, est dans le public.

À une époque où la Cour doit régulièrement se prononcer sur les mesures d'exception de la guerre contre le terrorisme menée par Bush, Antonin Scalia, un autre membre de la Cour suprême,

défend les libertés que s'accorde Bauer : dans une conférence juridique internationale à Ottawa, au Canada, lorsqu'un intervenant se dit soulagé à l'idée que les juges ne prennent pas leur décision en se demandant ce que ferait Jack Bauer dans une telle situation, Antonin Scalia exprime son désaccord. En période de crise, les agents fédéraux ont besoin qu'on leur laisse plus de liberté, explique-t-il lors de cette conférence. Après tout, « Jack Bauer a sauvé Los Angeles, il a sauvé des milliers de vies »...

Bien entendu, on trouvera des téléspectateurs démocrates parmi les fans de Jack Bauer. Ceux qui refusent de voir en lui un suppôt de l'équipe Bush rappelleront que sa vigilance dans les deux premières saisons a surtout permis l'élection du premier président noir (David Palmer), cible d'attentats. Dennis Haysbert, qui incarne Palmer, a affirmé à des journalistes américains que la série avait « aidé à ouvrir les yeux du peuple américain » en banalisant la présence d'un Noir à la Maison-Blanche. Sans Jack Bauer, Barack Obama aurait-il pu être élu ?

Lire aussi : Bush, Cour suprême, England (Lynndie), Television

BBQ

Rien à voir avec la grillade (plutôt souvent de la cuisson à l'étouffée, puisque les barbecues américains sont la plupart équipés d'un capot) mais tout à voir avec la convivialité : plus que manger de la viande, le barbecue est un moment de *coming together* (« être ensemble »).

Plus d'un tiers des Américains disent s'en faire régulièrement, et 12,5 millions d'entre eux utilisent leur BBQ au moins deux fois par semaine ! La *grilling season* court du Memorial Day (sept Américains sur dix utilisent leur barbecue le dernier week-end de mai) jusqu'au *Labor Day* (le premier lundi de septembre). Mais c'est sans conteste le *Fourth of July* qui représente la plus grosse journée de barbecue de l'année.

Et le barbecue est une habitude qui, à en croire la Hearth, Patio Barbecue Association, 82 % des foyers américains en sont équipés et ce, jusqu'au sommet de l'État. Certes, le président Obama n'est pas ce qu'on pourrait appeler un *griller in chief*, comme l'a

confié Michelle Obama dans un talk-show. À la maison, c'est elle qui s'en occupe. Pas de là à faire comme les Johnson qui, rompant avec les dîners chics des Kennedy, organisaient des barbecues pour trois cents personnes à la Maison-Blanche, revendiquant ainsi l'arrivée de Texans à Washington.

À chaque région sa façon de célébrer ce qui est devenu une tradition. Dans le Kentucky, la ville de Lexington se targue d'être la capitale mondiale du barbecue et d'avoir la plus haute densité de restaus à barbecue par habitant. Dans le sud des États-Unis, on y cuit plutôt du porc.

Les sauces – qu'on n'hésite pas à commander de la Nouvelle-Orléans ou d'ailleurs – ajoutent un marquage régional. En Caroline du Nord, elles sont vinaigrées, à l'orange et à la tomate à Kansas City, moutardées en Caroline du Sud. Certains y ajouteront un peu de marc de café, deux doigts de bourbon ou un peu de moutarde. Ces variations régionales remontent au début du XXe siècle. Jusque-là, indiquent les livres de cuisine, elles étaient sensiblement les mêmes à travers le pays et on n'y trouvait jamais de touche sucrée - miel ou molasse – comme aujourd'hui. Il suffit de regarder le rayon sauces et marinades à barbecue d'une grande surface pour se faire une idée de la taille de ce marché (1 778 produits différents pour 4 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel selon le magazine *Prepared Food*). On peut aussi concocter sa marinade soi-même, de préférence en assurant tenir la recette de son père. Car la sauce est la touche de sophistication virile du barbecue.

Outil de socialisation entre voisins, l'appareil peut aussi devenir, comme la bagnole, un attribut de pouvoir. L'étalage de barbecues flambant neufs, alignés à la sortie des magasins Home Depot l'été, n'est pas loin d'évoquer un parking de Maserati. Quand arrivent les beaux jours, le *Wall Street Journal* consacre de longs articles aux nouveaux modèles de grils toujours plus gros, toujours plus performants, sur lesquels les puissants pourront se faire de gros steaks. Le barbecue est un sport d'hommes.

Lire aussi : Memorial Day, Block party

BECK, Glenn

Glenn Beck fait partie de ces grandes gueules conservatrices portées par la vague de populisme aux États-Unis.

Après avoir émergé dans la talk radio, il est recruté en 2006 par Headline News, la CNN au rabais, avant de s'installer trois ans plus tard sur Fox News. Sa cuisine politique mélange tous les ingrédients de la droite populiste américaine : anti-Onu, islamophobe, anti-gouvernement, anti- « progressistes » (dont il parle comme du « cancer de l'Amérique »), défendant le droit de porter les armes. Il accuse Obama de racisme. La France fait évidemment partie de ses cibles (« Le gouvernement français est le plus grand groupe d'imbéciles ou alors ils sont saouls à force de boire leur vin français...»). « J'ai perdu le fil du nombre de raisons pour lesquelles je déteste les Français… », annonce-t-il un jour à l'antenne avant d'en répertorier une bonne quantité : le coup de boule de Zidane, Depardieu, Polanski, Renault, Chirac…

Son ton en croisade, parfois proche de la paranoïa (« L'Amérique est en danger ! Réveillez-vous ! »), évoque celui de certains prêcheurs de la droite chrétienne. Il fait d'ailleurs de son passé, de ses excès de drogue et d'alcool, un modèle de rédemption. Mormon converti à l'occasion d'un mariage, il appelle les fondamentalistes chrétiens à soutenir Mitt Romney à la présidentielle de 2012 contre Barack Obama. Ce serait absurde, leur explique-t-il, « que nous ne puissions pas faire front commun parce que je ne vais pas à votre église et vous n'allez pas à la mienne.»

Malgré leur popularité – ses audiences écrasent celles de ses concurrents des autres chaînes d'info –, les aboiements de Glenn Beck ne sont pas une bonne affaire pour Fox News : ils font fuir les annonceurs et nourrissent les critiques affligés par la façon dont la chaîne semble avoir renoncé à l'information (on le retrouve parodié dans les émissions de Jon Stewart et Steven Colbert et dans la série *South Park*).

En le poussant vers la sortie, Roger Ailes, le patron de la chaîne, lui a reproché de penser davantage à la visibilité de sa marque personnelle (cultivée par des best-sellers réguliers, jusqu'à l'organisation d'un grand raout, le Restoring Honor Rally en 2008) qu'à l'intérêt de la chaîne. Son émission s'est arrêtée en juin 2011 mais la marque Glenn Beck tourne toujours.

Lire aussi : CNN, Fox News, Mormon

Extrait de la publication

BED BUGS

Longues d'à peine 5 millimètres, elles sont devenues dans les années 2000 le cauchemar des foyers new-yorkais, pourtant habitués aux bestioles urbaines en tout genre. Profitant de l'interdiction de certains pesticides, voyageant dans les valises, circulant dans les meubles des vide-greniers, les *bed bugs* (« punaises de lit ») hier disparues ont fait leur réapparition jusque dans les beaux quartiers de Manhattan.

Aussi dures à repérer qu'à éliminer, ces petites bêtes plates et mordorées se nourrissent la nuit du sang de leurs hôtes endormis, avant de se cacher pour la journée dans les interstices des parquets ou entre les pages des livres. On dit qu'elles peuvent survivre deux ans sans se nourrir. Non contentes de piquer leurs proies, elles leur infligent bien pire : l'angoisse, la honte, parfois même le repli social.

Si là encore New York est précurseur, la France n'échappe pas au phénomène : on en voit à Paris, Lyon, Marseille, Toulon, Nice… On sait où trouver leurs meilleurs chasseurs. En octobre 2011, c'est des États-Unis que sont arrivés en France les trois premiers chiens détecteurs de punaises de lit.

Lire aussi : Écureuil

BEER TEST

« Avec qui préféreriez-vous boire une bière ? » C'est la question qui, dans l'imaginaire politique américain, définit la *likeability.* Car, finalement, peu importent les programmes politiques, note Roger Simon sur le site Politico : depuis 1980, c'est le candidat le plus sympa qui gagne. Ainsi, Reagan a battu Carter, puis Mondale, Bush père a écrasé Dukakis, avant que Clinton lui pique sa place et écrase Bob Dole à l'élection suivante. Plus récemment, Bush fils a battu Gore puis Kerry, et Obama, McCain. Comme l'a confié un sondeur au même site d'information, « les électeurs préfèrent un être humain à un robot. Les derniers robots qui se sont présentés ont perdu. »

À quoi mesure-t-on l'humanité du candidat ? À l'envie de boire une bière avec lui. La question de la bière définit non seulement celui avec qui on aimerait blaguer mais aussi celui qui nous ressemble, un Joe Six-Pack au goût bien américain. Quatre-vingt-cinq pour

cent des boissons alcoolisées vendues aux États-Unis sont des bières. Les Américains en descendent 76 litres par an et par personne.

Barack Obama a compris le message et s'est payé une grande Guinness dans un pub pour fêter la Saint-Patrick. À l'été 2009, quand il avait trop rapidement pris la défense de l'intellectuel noir Henry Gates contre un policier qui l'avait arrêté, il avait réglé le problème en invitant les deux hommes à venir « boire une bière » à la Maison-Blanche. Il ne se laissera pas caricaturer en buveur de vin, contrairement à John Kerry, lors de la présidentielle de 2004. En septembre de la même année, un sondage de Pew indiquait que 56 % trouvaient que George W. Bush était « une vraie personne », contre 38 % pour Kerry. Peu importe que Bush ne boive plus un goutte d'alcool lors de sa première campagne, une enquête commandée par Sam Adams avait posé explicitement la question : « Avec qui préféreriez-vous boire une bière ? » Bush avait alors trois points d'avance sur Al Gore.

Évidemment la *likeability* ne se mesure pas seulement à l'envie de partager une bière, et c'est tant mieux pour Mitt Romney, candidat mormon interdit d'alcool. Le *beer test* a déjà pris d'autres noms, rappelle Roger Simon sur le site Politico : un stratège de Bush parlait du *living room test,* un conseiller de Reagan du *bedroom test,* dont sort vainqueur celui que l'on est prêt à voir pendant quatre ans la télé de son salon ou de sa chambre.

La consommation de bière n'est peut-être pas anodine, après tout. Le journaliste du *New York Times* Timothy Egan observe que Jimmy Carter (qui avait fait remplacer les *opens bars* des soirées de la Maison-Blanche par des carafes de thé glacé et de limonade) et George W. Bush (un ex-alcoolique sobre), les deux derniers occupants de la Maison-Blanche à ne pas boire d'alcool, n'ont pas laissé le souvenir de présidents exceptionnels.

Lire aussi : Bush, Carter (Jimmy), Joe Six-Pack, Obama

BELTWAY (inside the)

Le *beltway*, c'est l'I-495, le périphérique qui entoure Washington en traversant la Virginie et le Maryland. L' expression *inside the beltway* (littéralement « dans la ceinture ») désigne les informations

que partagent les *insiders* de la capitale des États-Unis, politiques, lobbyistes et journalistes, et qu'ignore le reste de la population américaine.

Elle laisse entendre que leurs préoccupations ne sont pas les mêmes.

Au-delà, l'expression dénote le fort sentiment anti-fédéral qui anime une grande partie de l'opinion nationale. *Inside the beltway,* ce sont les magouilles des politiciens que tout candidat depuis Jimmy Carter (c'est-à-dire depuis le Watergate) se doit de dénoncer.

Quant aux *beltway bandits,* ils désignent les sous-traitants privés, surtout dans le domaine de la sécurité et de la défense, qui travaillent pour le gouvernement fédéral et sont soupçonnés de s'en mettre plein les poches.

Lire aussi : Flyover country, Government, Washington

BFF (best friend forever)

La *BFF,* c'est la meilleure copine, à la vie, à la mort, du moins jusqu'au prochain changement de classe. Les adolescentes portent des *BFF bracelets.* Parfois l'une aura au poignet celui qui porte le mot *best,* l'autre le mot *friend* ou les deux filles décideront de porter le même. À défaut de bracelets, elles se l'écrivent sur la main et postent sur Facebook des photos avec leur *BFF,* joue contre joue (c'est la *BFF picture*). Depuis, l'expression, entrée dans le dictionnaire Oxford en 2010, s'emploie au vitriol dans les pages people pour moquer ces amitiés qui durent le temps d'un divorce ou de la promotion d'un film (Drew Barrymore est la *BFF* de Cameron Diaz). En politique aussi, on en fait un usage persiflant. Quand, en pleine campagne, le démocrate Mitt Romney s'affiche avec Donald Trump, les démocrates ironisent sur « le nouveau *BFF* de Romney ». Méfiez-vous aussi du *frenemy* (mot-valise né de la contraction de *friend* et *enemy*), ce rival déguisé en ami. Votre *BFF* ne serait-il pas plutôt votre *frenemy ?*

Lire aussi : Duck face, Girlfriend, Page six, TMI

BINGE DRINKING

Aux États-Unis, on estime que 90 % de l'alcool consommé par les moins de vingt et un ans l'est en *binge drinking,* c'est-à-dire des

verres d'alcool descendus les uns derrière les autres. Les chercheurs américains fixent le *binge drinking* à cinq verres d'affilée pour un homme, quatre pour une femme.

La pratique semble indissociable de l'existence d'un âge minimal pour acheter de l'alcool, vingt et un ans. Un rituel idiot a même longtemps consisté à descendre vingt et un verres le jour de ses vingt et un ans. « Si vous infantilisez quelqu'un, ne soyez pas surpris que cela provoque des comportements infantiles, comme le *binge drinking* », écrit John McCardell, président de l'université de Sewanee dans le Tennessee, dans une tribune publiée par le *New York Times* réclamant la suppression de l'âge minimal.

L'interdiction de boire de l'alcool avant vingt et un ans n'est pas le seul élément d'explication de cette façon de boire ; le *binge drinking* fait partie intégrante de la culture des campus américains. Les chercheurs qui planchent sur le sujet se sont aperçus que le taux de *binge drinkers* avait baissé plus vite ces dernières années chez les jeunes sortis du circuit scolaire que chez les étudiants. Une étude de la Washington University School of Medicine de Saint-Louis, publiée en 2009, compile vingt-sept années de statistiques de la National Survey on Drug Use and Health : elle montre que, chez les hommes de dix-huit à vingt ans qui ne font pas d'études, le *binge drinking* a chuté de 30 % sur presque trois décennies tandis qu'il est resté stable chez les étudiants du même âge. Chez les filles, la différence est encore plus frappante : la consommation d'alcool en rafale a largement augmenté chez les étudiantes sur cette période alors qu'elle n'a pas bougé chez les autres jeunes femmes du même âge.

Ces chiffres ne surprendront pas aux États-Unis. Dans l'imaginaire populaire américain, l'expression *binge drinking* est associée au *spring break* (« vacances de printemps »), où les jeux à boire sont monnaie courante dans une ambiance parfois proche de l'orgie. Des études passionnantes montrent pourtant que ce n'est pas tant l'alcool qui provoque la débauche : c'est le fait de vouloir se livrer à ces excès qui donne envie de boire aux étudiants. Dans le cadre de travaux conduits dans les années 1980, des psychologues de l'université de Washington ont réuni trois cents étudiants dans une pièce où se trouvaient un bar, des miroirs et de la musique. Ils ont

servi des vodkas tonic à certains et aux autres des cocktails sans alcool indifférenciables au goût. Les étudiants en ont bu cinq en moyenne. Impossible ensuite d'observer une différence entre ceux qui avaient absorbé de l'alcool et les autres. Ceux qui avaient cru, à tort, en consommer se comportaient comme s'ils en avaient réellement bu, « comme ce que l'on attend de quelqu'un d'ivre », a noté un des chercheurs. Autrement dit, le *binge drinking* sur les campus tient d'abord du désir d'appartenance culturelle.

Lire aussi : Twenty one

BIRTHERS

Barack Obama est-il bien né à Honolulu dans l'État d'Hawaii, le 4 août 1961 ? Les *birthers* sont convaincus du contraire. Il ne peut donc, à les écouter, se trouver légitimement à la tête des États-Unis, car la Constitution impose que le président soit un *natural born citizen* (né aux États-Unis ou d'une mère américaine, ayant passé un certain nombre d'années sur le territoire en continu en cas de naissance à l'étranger, au regard des règles en vigueur quand Obama a vu le jour).

De *birth*, « naissance », leur mouvement a émergé en 2007, alors qu'Obama se rapprochait de la Maison-Blanche. Deux ans plus tard, il avait fait tellement de bruit qu'il avait conduit Obama à poster sur Internet une copie de son acte de naissance.

Le pourcentage d'Américains qui pensent qu'Obama n'est pas né aux États-Unis est tombé de 20 à 10 % à la suite de cette annonce. Reste que plus d'un républicain sur deux ne croit toujours pas que le Président soit né dans son pays. De Donald Trump à Joe Arpaio, le célèbre shérif d'Arizona qui assure avoir lancé sa propre enquête sur le sujet, nombreux sont ceux à avoir l'air de croire qu'il y a des points politiques à gagner en doutant publiquement de l'origine du Président. « On pense que ce document est une contrefaçon, a déclaré le shérif du plus grand comté américain. Ça demande du bon travail de la police. »

Chez les électeurs centristes, les *birthers* passent d'abord pour des illuminés. Pour ne pas les faire fuir, les grandes figures du Parti républicain se contentent de clins d'œil sur le sujet. Quand

Extrait de la publication

en décembre 2011 un journaliste a demandé à Matt Romney, le fils de Mitt, si son père acceptait finalement de publier sa déclaration d'impôts, celui-ci a répondu qu'il le ferait quand Obama communiquerait ses diplômes et son certificat de naissance (avant de reconnaître sur Twitter la nullité de sa blague).

Tout est bon pour remettre un peu d'huile dans le moteur des *birthers.* Au printemps 2012, un site a dégoté un document datant de 1991 dans lequel un agent littéraire répertoriait ses clients. Parmi eux, le nom de Barack Obama suivi du lieu de naissance, « Kenya ». « C'était une erreur », a immédiatement protesté l'employée qui avait rédigé le document à l'époque. Trop tard. Les *birthers* tenaient là leur preuve !

Même si on mettait en ligne des images de l'accouchement à la maternité de Hawaii, cela ne suffirait pas à les ébranler, blaguent les démocrates. Des preuves, il en existe déjà beaucoup : des témoins, un certificat de naissance (dont le gouverneur de Hawaii, pourtant républicain, a attesté l'authenticité), des avis parus dans deux journaux hawaiiens de l'époque… Les *birthers* continuent à les ignorer. Ken Bennett, secrétaire républicain de l'État d'Arizona, tout en assurant qu'il n'était pas un *birther,* a demandé à l'administration de Hawaii de lui faire parvenir le fameux certificat de naissance de Barack Obama, faute de quoi ce dernier ne pourrait pas se présenter dans cet État à la présidentielle de novembre 2012.

Contrairement à Obama, John McCain, né hors des États-Unis (au Panama) et candidat en 2008, n'a jamais affronté ce genre d'interrogation sur sa légitimité de présidentiable. Mais un homme noir au nom compliqué, qui n'a pas mis les pieds sur le sol des États-Unis continentaux avant l'âge de dix-huit ans, ne peut pas avoir le profil d'un président. Ce sont d'ailleurs souvent les mêmes qui pensent que Barack Obama est musulman en cachette… En clair, « il n'est pas comme nous ». Mike Coffman, un élu républicain du Colorado, a bien résumé le raisonnement des *birthers* en glissant à la fin d'un événement de collecte de fonds pour son parti : « Je ne sais pas si Barack Obama est né aux États-Unis. Mais ce que je sais, c'est qu'au fond de lui il n'est pas américain. Il n'est juste pas américain. »

Lire aussi : Arpaio (shérif Joe), Dunham (Ann), Obama (Barack), Romney (Mitt)

BLANCS

Depuis des années, les projections se succèdent pour essayer de déterminer le moment où les Blancs (appelés aussi *Caucasians*) ne représenteront plus la majorité de la population américaine (les dernières estimations pointent l'année 2041). En 2011, pour la première fois aux États-Unis, les bébés blancs passaient sous la barre des 50 % des naissances. Voilà les Blancs en route pour devenir une autre des minorités américaines.

Au recensement de 2010, les Blancs représentaient encore 72,4 % des habitants des États-Unis, beaucoup moins que les 89,8 % de 1940. Leur poids dans la population varie évidemment en fonction des États. La Nouvelle-Angleterre est uniformément blanche (96,2 % dans le Vermont, 95,5 % dans le Maine et 95 % dans le New Hampshire) mais à Hawaii, en Californie, au Nouveau-Mexique et au Texas, les Blancs ne forment pas la moitié de la population.

L'idée que ces Blancs qui croyaient représenter tout le pays n'en soient aujourd'hui qu'une des minorités est à l'origine du succès du blog, Stuff White People Like («les trucs que les Blancs aiment»), ensuite devenu un livre. Christian Lander, un trentenaire canadien débarqué à Los Angeles, y fait la liste des pratiques culturelles que les Blancs pensent, à tort, largement partagées par l'ensemble de la population américaine : le café, les marchés bio, le yoga, San Francisco, le *New York Times* du dimanche, courir un marathon, conduire une Toyota Prius et «savoir ce qu'il faudrait faire pour aider les pauvres». «Beaucoup de Blancs n'aiment pas qu'on leur rappelle qu'ils sont blancs», a-t-il expliqué au *Los Angeles Times.* Les traiter comme un groupe dont on observe les comportements exotiques, c'est une manière de rappeler qu'ils ne forment plus aujourd'hui qu'une des nombreuses identités culturelles de l'Amérique.

Lire aussi : Affirmative action, Noir

BLOCK PARTY

Le pâté de maisons (*block*) a été fermé à la circulation. On prépare des hot dogs. Les enfants jouent avec les *fire hydrants* (les fameuses «bouches à incendie» rouges), ou, mieux, sur un château gonflable. La *block party* bat son plein. Un groupe de rock au batteur

sexagénaire s'est reconstitué dans le quartier pour l'occasion. Le camion de pompiers vient parader. Et la machine à margaritas a été cachée dans les buissons, pour respecter, en apparence du moins, l'interdiction de consommer de l'alcool sur la voie publique.

Pour fêter l'été ou pour accueillir des nouveaux arrivants, la *block party,* qui rend les villes américaines si sympas, est un indispensable de la *suburbian life.*

Ces fêtes de voisins se sont généralisées dans les années 1970 et leur nombre ne cesse d'augmenter. C'est du moins le cas à New York, qui en recense quelque trois mille chaque année, concentrées entre *Memorial Day* et *Labour Day.*

Si la ville peut en tenir les comptes, c'est parce que fermer une rue à New York demande une autorisation de la mairie, et une autre du Police Department pour la sono installée pour l'occasion. Et il en faudra une pour que tout le quartier puisse danser la Macarena ou n'importe quelle autre variation de *line dancing*.

Lire aussi : BBQ, Suburb

BLOOMBERG, Michael

Maire de New York pendant trois mandats, Michael Bloomberg est à l'image de la ville. Milliardaire décomplexé (sa fortune est estimée à 20 milliards de dollars), il représente Wall Street (il en veut à Obama de taper sur le monde de la finance), est indépendant d'esprit (il change d'affiliation politique en fonction des opportunités) et se fiche des convenances morales (il n'a jamais caché être un homme à femmes et vouloir le rester ; on l'a déjà vu s'interrompre dans la lecture d'un discours pour demander « Mais qui à écrit cette merde ? »)

Fils de comptable, diplômé de Harvard, Michael Bloomberg doit sa carrière à un licenciement. En 1981, la banque d'investissement où il travaille – Salomon Brothers – se fait racheter. Bloomberg est poussé dehors avec l'équivalent de 10 millions de dollars d'actions.

Convaincu que le monde de la finance est prêt à payer très cher des informations livrées en temps réel, il monte Innovative Market Systems et place ses premiers terminaux chez Merril Lynch en 1982. Quatre ans plus tard, l'entreprise devient Bloomberg LP. À partir

Extrait de la publication

des années 1990, Bloomberg passe de la distribution de datas financières à celle d'informations économiques puis généralistes. L'entreprise emploie aujourd'hui deux mille personnes, dont des pointures débauchées au *Wall Street Journal* et à d'autres quotidiens qui pinçaient le nez en considérant que ses méthodes de travail relevaient plutôt du bricolage.

Le patron de l'entreprise décide de se présenter aux municipales de New York en 2001. Il est d'abord inscrit au Parti démocrate. Mais dans une ville de gauche où le camp démocrate est saturé de candidats, le milliardaire préfère passer chez les républicains, où il a le champ libre.

Après son arrivée à la mairie, ses relations avec le parti sous lequel il s'est présenté ont été réduites au minimum. Au point que, en 2004, lorsque les républicains ont organisé leur grand-messe à New York pour la campagne de réélection de Bush, Bloomberg s'est contenté d'aller rendre visite aux marginaux du parti : les homosexuels, les pro-avortement… En 2007, il quitte finalement les républicains pour prendre l'étiquette d'« indépendant ».

Difficile de séparer de sa fortune ses pieds de nez aux conventions. Bloomberg jouit de la liberté des milliardaires. Pilote d'hélicoptère, il a déjà prêté le sien à l'acteur Harrison Ford pour qu'il puisse aller chercher sa fille en colonie de vacances (en échange, l'acteur le laisse utiliser son jet). Il est propriétaire de maisons à Vail, la station huppée du Colorado, à Londres et aux Bermudes. Mais, à Manhattan, il a gardé la sienne, sur la 79e Rue, snobant Gracie Mansion, la résidence de New York dans l'Upper East Side où tous les maires de la ville sont installés depuis 1942... sauf lui. Il a également refusé le salaire de sa fonction, se contentant d'un dollar par an. Pour se rendre à la mairie, il prend le métro de New York, parce que cela va plus vite… mais se fait déposer par son chauffeur à la station.

Comme Arnold Schwarzenegger en Californie, il a fait de sa fortune un argument politique pour son élection (il prétend qu'elle le protège des pressions des lobbies) sans cacher ensuite qu'il n'aurait jamais pu faire ce parcours politique sans injecter 250 millions de dollars de sa fortune personnelle dans ses campagnes d'élection et de réélection. De ses années au poste de maire, les New-Yorkais

Extrait de la publication

retiennent ses croisades personnelles : le contrôle de la circulation des armes à feu (quitte à défendre la politique de *stop and frisk* de la police de New York qui stigmatise les minorités), l'éducation (en faisant appel au soutien de fondations et de philanthropes), la lutte contre le tabac qu'il a éliminé à peu près partout et celle contre la *junk food* (il compte faire interdire les gobelets de soda de plus d'un demi litre à compter de mars 2013). Parce qu'il leur doit beaucoup, l'homme se place naturellement du côté de ses milliards. En août 2007, alors qu'explose la crise des subprimes, Bloomberg juge bon de s'en prendre aux acheteurs immobiliers « qui, vraiment, n'ont pas les moyens » ou qui ont « menti sur leurs revenus » pour bénéficier de prêts. Comme si la faute économique était de leur côté. Quatre ans plus tard, il s'agace publiquement du mouvement Occupy Wall Street et parvient à nettoyer Zuccotti Park de ses gêneurs.

Dans le bureau de Bloomberg, une horloge installée en 2006 indique le temps qu'il lui reste à la mairie de New York jusqu'à la fin de son dernier mandat. En l'invitant à déjeuner à la Maison-Blanche en février 2012, Barack Obama, qui l'a déjà convié à une partie de golf à Martha's Vineyard, lui pose la question : « Et après, qu'est-ce que vous allez faire ? » Boris Johnson, le maire de Londres, fait partie de ses groupies, comme il l'écrit dans le *London Telegraph* : « Il est élu depuis plus longtemps qu'Obama, il a dirigé une entreprise plus grosse que celle de Romney. Il est le onzième homme le plus riche des États-Unis avec une fortune de 22 milliards de dollars et, malgré cela, il continue à se préoccuper de la taille des gobelets et de l'obésité infantile. Qu'il change d'avis et se présente à la Maison-Blanche ! Bloomberg président ! »

Peut-il nourrir des ambitions nationales ? Ses positions politiques sur les questions de société sont très à gauche par rapport à celles de la moyenne du pays : pro gay, opposé à la peine de mort, favorable à l'amnistie des sans-papiers. Mais, pour les militants de gauche, il reste l'homme qui a nettoyé Occupy Wall Street, tué le mouvement. S'il voulait faire une carrière nationale, personne non plus ne sait comment réagirait l'Amérique face à un candidat juif, non marié… « et petit », ajoute souvent l'intéressé.

Lire aussi : Nanny state, Occupy Wall Street

BLUE DOG DEMOCRATS

Les démocrates centristes, qu'on appelle les Blue Dog Democrats, sont une espèce presque aussi menacée que les pandas, ou les républicains modérés. À toutes les périodes de l'histoire américaine, les démocrates ont eu dans leurs rangs des élus prêts à suivre les républicains sur certains sujets. On les trouve en général dans le Sud : pour être en phase avec leur électorat, ils adoptent des positions à la droite de leur parti sur les questions de société (la déségrégation hier, l'avortement aujourd'hui). Ces démocrates conservateurs ont eu différents noms. En 1948, les Dixiecrats s'alarmaient de voir Harry Truman favorable à la déségrégation. Sous Reagan, les Bollweevils rassemblaient les démocrates systématiquement favorables au programme d'allégement des impôts et à ses efforts de dérégulation de l'économie.

Le groupe des Blue Dog Conservative Democrats s'est officiellement formé après la raclée des démocrates de 1994, quand les républicains, conduits par Newt Gingrich, ont repris le Congrès. Les démocrates du Sud s'inquiétaient de devenir un parti minoritaire d'élites de la côte Est. Inspiré par les œuvres de George Rodrigue, un peintre de Louisiane célèbre pour ses peintures d'un chien bleu aux yeux jaunes (on en voit encore plein dans les vitrines de la Nouvelle-Orléans), un élu de Louisiane a proposé de reprendre l'animal sur un pin's et d'en faire l'emblème des Blue Dog Conservative Democrats.

Pourquoi un chien ? En référence au chien jaune ! En 1928, à l'époque où Al Smith, un démocrate catholique de New York, se présentait à la présidentielle, beaucoup de démocrates du sud n'étaient pas emballés par cette candidature, au point que l'un d'entre eux, le sénateur d'Alabama, s'était rallié à Hoover, le candidat républicain. Les autres, qui votaient démocrate avec des semelles de plomb, promettaient qu'ils voteraient « pour un chien jaune s'il était le candidat du Parti démocrate » *(I'd vote for a yellow dog if he ran on the Democratic ticket)*.

Contrairement au légendaire chien jaune inconditionnel du Parti démocrate, le chien bleu fait des écarts. Il a pu voter Reagan (les Reagan Democrats) ou Bush en 2000 parce que Gore ne lui semblait pas défendre assez les armes à feu, ou Bush en 2004 pour son opposition à l'avortement.

Tout comme les Rino disparaissent du Parti républicain, la Blue Dog Coalition du Congrès perd ses membres. D'une cinquantaine d'élus à la Chambre des représentants en 2008, ils sont passés à la moitié après les élections de mi-mandat 2010 : ce sont surtout les démocrates modérés qui ont fait les frais de la défaite du parti cette année-là. Alors que leur poids s'érode, leur groupe de lobbying, le Blue Dog Research Forum, s'est rebaptisé Center Forward. Chien bleu n'était sans doute plus assez porteur.

Lire aussi : Maverick, Rino

BMW

Moyen mnémotechnique pour se souvenir de l'ordre des ponts qui relient Manhattan à Brooklyn en partant du sud : Brooklyn Bridge, Manhattan Bridge, Williamsburg Bridge. En tout, vingt et un ponts rattachent Manhattan aux autres *boroughs* de New York et au New Jersey.

Il ne faut pas confondre BMW avec l'acronyme peu flatteur B&T, les *bridges and tunnels.* Il désigne les gens qui, du point de vue de ceux qui l'emploient, n'ont pas la chance d'habiter Manhattan et doivent emprunter un pont ou un tunnel pour s'y rendre.

Lire aussi : I Love New York

BO

« Si vous voulez avoir un ami à Washington, prenez un chien », disait le président Harry Truman. Barack Obama a ressorti la petite phrase à la presse le jour où Bo est arrivé à la Maison-Blanche.

Mais, plus qu'une compagnie, le *first dog* est une pièce majeure de l'attirail politique du Président. Le soir de son élection, en plein discours de victoire, entre des références à Abraham Lincoln et à Martin Luther King, Barack Obama se tourne vers ses deux petites filles âgées alors de sept et dix ans : « Sasha et Malia, je vous aime tellement. Et vous avez bien mérité ce nouveau petit chien qui vient avec nous à la Maison-Blanche. »

L'animal a été choisi au terme d'un long processus éliminatoire auquel toute l'Amérique a pu participer. Dès sa première

conférence de presse après sa victoire, des journalistes demandent au président élu s'il a arrêté son choix canin. « Notre préférence irait à un chien abandonné. Beaucoup d'entre eux sont des mélanges comme moi. Mais Malia est allergique. Il y a quelques races hypoallergéniques… » répond-il avant son installation. Pendant que des sites appellent les Américains à voter pour leur chien idéal de la Maison-Blanche, les recherches se poursuivent. Quelques semaines plus tard, George Stephanopoulos cuisine Obama sur ABC News « Ça se précise… Ça aura été plus dur que trouver un secrétaire au Commerce », répond le nouvel élu.

Finalement, c'est Bo, un chien d'eau offert par le sénateur Ted Kennedy, qui suit la nouvelle *first family* à Washington. Là encore, le *first dog* fait passer des messages : tandis que, pendant toute sa campagne présidentielle, Obama a tenté de se présenter en héritier spirituel des Kennedy, voilà qu'un canidé fait le trait d'union entre les deux familles.

Heureusement, le frère de JFK s'est limité à offrir un chien d'eau portugais. Car, à l'époque de John et Jackie K, la Maison-Blanche accueillait un véritable zoo : des canaris, des hamsters et un poney. Rien qui puisse vraiment surprendre : John Quincy Adams avait, parait-il, un alligator ; William Howard Taft laissait une vache brouter sur la pelouse et Woodrow Wilson avait des moutons… Jeter son dévolu sur un chien est finalement très convenu de la part des Obama. Et le choix de ce nom « Bo » (officiellement en référence au père de Michelle, et non tiré des initiales du Président), est bien moins tape à l'œil qu'Algonquin, le poney des Roosevelt.

La ménagerie de la Maison-Blanche a toujours été une bonne source de communication politique. Hillary Clinton, quand elle était *first lady*, avait, en 1998, publié un livre composé des lettres qu'envoyaient les enfants aux animaux de la Maison-Blanche (*Dear Socks, Dear Buddy : Kids' Letters to the First Pets*), manière de signifier, après le projet de réforme de la Santé raté et les années où on lui reproche sa présence exagérée dans la politique américaine, qu'elle s'est rangée et colle au rôle de Première dame classique. À son départ de la Maison-Blanche, dans ses (premiers) mémoires, Hillary raconte ainsi que, peu après les aveux de son

mari dans l'affaire Lewinsky, la famille est partie en vacances avec son labrador. « Buddy est venu pour tenir compagnie à Bill. C'était le seul membre de la famille qui était encore prêt à lui parler. »

Après les années Clinton, George W. Bush, très critiqué à la fin de son second mandat, trouve un allié en Barney, son terrier écossais. « Je ne me retirerai pas d'Irak, explique-t-il dans l'émission "60 minutes", même si Laura et Barney sont les derniers à me soutenir. » Ultime gage de loyauté, à la fin de la présidence de son maître, Barney mord un journaliste de Reuters qui a tenté de le caresser.

Difficile donc de croire que les *first dogs* ne fassent pas de politique. La Maison-Blanche sait que mentionner Bo devant lui rend le président Obama, souvent jugé hautain, soudain plus proche. Lorsque la secrétaire d'État Hillary Clinton se déplace en Birmanie fin novembre 2011, on fait savoir à la presse que l'opposante Aung San Suu Kyi lui a demandé des nouvelles de la famille du président américain, sans oublier celles de Bo.

Depuis que l'Amérique a appris que Mitt Romney a laissé voyager son chien Seamus pendant une douzaine d'heures attaché sur le toit de sa voiture, les Obama ne ratent jamais une occasion de parler, la voix débordant d'affection, de leur Bo adoré, le chien « le plus intelligent de la planète » selon Michelle Obama, et de mettre en scène le traitement dont il est gratifié. Quelques jours avant le réveillon 2011, on a vu Barack et Bo faire ensemble leurs courses de Noël, le Président le comblant d'un gros os acheté chez PetSmart, l'hypermarché animalier des centres commerciaux des banlieues ordinaires. C'est encore Bo, posant devant la cheminée, qui figure sur la carte de vœux des Obama la même année.

Mais, comme en politique, la vie d'un *first dog* n'est pas exempte d'embargos. Selon une source anonyme citée par le *Wall Street Journal*, en octobre 2009, Bo se serait oublié dans Air Force One. Une hôtesse aurait même failli marcher dedans. La Maison-Blanche a refusé tout commentaire.

Lire aussi : Obama, Seamus

BODEGA

Souvent la boutique est jaune, ou au moins la bannière au-dessus de la porte. À l'intérieur, c'est un peu le fourbi. Les jeunes vont attraper des bières dans la vitrine réfrigérée. On y trouve les boîtes Goyas de *beans* (haricots noirs ou rouges), de pâte de goyave, du café Bustelo, d'autres produits latinos, des chips. Ceux qui n'ont pas eu le temps de passer au supermarché s'y arrêtent pour du papier toilette, des préservatifs, ou des cartes téléphoniques. Au moins, pour ces produits de première nécessité, on a moins besoin de vérifier les dates de péremption. À côté de la caisse, il peut y avoir un petit mot écrit à la main pour annoncer qu'on ne fait pas crédit, une affichette proposant une maison à louer en République Dominicaine, ou les deux. Parfois la machine à carte de crédit ne marche pas, parce que quelqu'un est au téléphone sur la même ligne, mais on peut aller tirer de l'argent à l'ATM, le distributeur au fond du magasin.

Les bodegas, épiceries new-yorkaises tenues par des Hispaniques, sont en concurrence avec d'autres types de *corner stores,* en voie de disparition : les *delis* (plus souvent tenus par des Coréens que par des juifs new-yorkais, contrairement à ce que ce raccourci de *delicatessen* pourrait laisser croire), les *mom and pop shops,* petites boutiques indépendantes tenues par un particulier, et les *candy stores*, qui vendent aussi la presse mais pas tant de bonbons que ça.

La bodega est menacée, car le prix du mètre carré est trop cher, les règles sanitaires trop difficiles à respecter. En outre, le réseau de 7-Eleven, les supérettes qui quadrillent les banlieues, a décidé de partir à leur abordage avec un *business conversion program* qui promet à ces boutiques d'arborer leur logo et d'en devenir franchisé. On y trouvera toujours du café et des sodas mais ce ne seront pas eux qui accepteront de vous vendre des cigarettes à l'unité ou de garder pour un dollar les téléphones portables des élèves, interdits à l'école.

Lire aussi : Chinese food, Latino

BOOK CLUB

On estime que les *book clubs* rassemblent plus de cinq millions d'Américains. Ou plutôt d'Américaines, car c'est surtout un sport de femmes.

Leur nombre s'est envolé à la fin des années 1990, sous l'impulsion de l'impératrice du talk-show Oprah Winfrey, qui a lancé le sien en 1996, comptant jusqu'à deux millions de membres.

À la grande époque du *book club* d'Oprah, son pouvoir de prescription était tel qu'il suffisait qu'elle recommande un livre pour qu'il devienne instantanément un best-seller et que ses éditeurs réimpriment massivement. Les 70 titres qu'elle a choisis ont totalisé à eux tous 55 millions de ventes. L'auteur Toni Morrison assure que le *book club* d'Oprah a eu plus d'impact sur ses ventes que son prix Nobel de littérature. Quand l'animatrice s'est mise à recommander des classiques, Garcia Marquez et Tolstoï ont grimpé dans les palmarès des librairies, mais 158 écrivains pas encore morts lui ont adressé une lettre, la suppliant de présenter à nouveau des livres contemporains.

Oprah a arrêté son *book club* en 2011, à l'époque où elle a lancé sa chaîne sur le câble dont le succès a été moins flagrant. Elle a certes relancé un Oprah's Book Club 2.0. Mais avec 100 000 téléspectateurs en moyenne pour ses émissions sur sa petite chaîne du câble, sa visibilité n'est plus celle de la grande époque de son talk-show, qui pouvait en rassembler jusqu'à 12 millions.

À côté de celui d'Oprah coexistent des milliers de petits *books clubs* dans toutes les villes américaines. Parmi eux, il y a à boire et à manger, au propre comme au figuré, puisque la tradition veut que chacun apporte à grignoter, de préférence en rapport avec l'auteur, par exemple des tacos pour parler de Carlos Fuentes… Pour savoir quoi préparer le *Book Club Cook Book* associe des recettes à une centaine de titres. Tous les clubs sont dans la nature, du club où l'on oublie de parler des livres (attention à ne pas virer *booze club*, « club d'alcool »), jusqu'aux *book clubs* très élitistes, qui recrutent leurs membres sur entretien. Le *reading group* de Princeton réclame trois lettres de recommandation pour avoir le droit d'être sur liste d'attente… Certains groupes font même appel à des modérateurs extérieurs qu'ils rémunèrent.

Les éditeurs ont pris en compte l'importance de ces groupes. Ils mettent à disposition des *Readers' Guide* avec des éléments permettant de faire rebondir la conversation sur le livre qu'on a acheté (Qu'avez-vous pensé des personnages ? Auriez-vous pris la même décision qu'eux ?). Certains d'entre eux, comme Random House,

proposent même sur leur site une sélection de livres à destination des clubs et leur demandent de s'inscrire pour pouvoir recevoir des exemplaires gratuits à l'occasion. Il suffit de remplir une fiche. « Êtes-vous le leader du club ? Un des membres ? » Les éditeurs ont appris à identifier ceux qui donnent envie de lire à leurs pairs.

Lire aussi : Suburb

BOOKER, Cory

Jeune Noir surdiplômé (Stanford, Oxford, Yale), charismatique et prometteur, ce n'est pas de Barack Obama dont on parle, mais de Cory Booker. Il fait partie de cette nouvelle génération d'hommes politiques afro-américains dont la carrière n'a pas été portée par le mouvement des droits civiques et la lutte contre la ségrégation des années 1960.

Élu maire de Newark, dans le New Jersey, en grande couronne new-yorkaise, en 2006 après une première défaite, il s'est attaqué à la criminalité de cette ville (une des plus élevées des États-Unis) dont la mauvaise réputation remonte aux émeutes urbaines de 1967. Il a convaincu Facebook de donner 100 millions de dollars aux écoles publiques de la ville (parmi les plus pauvres du pays).

Loin des ghettos urbains, Booker, qui a grandi dans les *suburbs,* cultive l'image d'un homme qui n'hésite pas à se retrousser les manches. En hiver, on l'a vu déblayer la neige à la pelle. En avril 2012, il a sauvé une voisine dont la cuisine était en feu. Les médias l'adorent, même si, à Newark, on lui reproche de se soucier davantage de son image que de la gestion de la ville au quotidien.

Malgré leurs points communs, ses liens avec Obama se sont effilochés. En mai 2012, interrogé dans l'émission « Meet the Press », Booker dit désapprouver les attaques contre Romney à qui l'équipe du Président reproche d'avoir, quand il travaillait pour le cabinet de consultant Bain, tiré ses profits de licenciements. « Si vous examinez la totalité de ce qu'a fait Bain Capital, ils ont aussi fait beaucoup pour soutenir des entreprises, pour en développer… Ce genre de trucs me donne la nausée. » Une petite phrase de l'équipe d'Obama a immédiatement fuité dans la presse américaine : « Pour nous, il est mort. »

Lire aussi : Negative campaigning, Noir, Obama

BROWN BAG LUNCH

Si vous devez apporter votre « sac de papier marron », c'est que vous n'êtes pas là pour rigoler. Place au déjeuner de travail. Le *brown bag lunch* tient son nom du sandwich commandé au *deli* du coin qui vous est servi dans un sac en papier marron.

Il symbolise le séminaire, la conférence ou la formation qui se tient à l'heure du déjeuner dans un cadre souvent informel, de l'entreprise à l'université en passant par le musée. Ceux qui sont tombés sur Steve Jobs au début des années 1980 venu aux *brown bag lunchs* de Stanford, pour recruter des renforts pour Apple, ne doivent pas se souvenir du contenu de leur sac à sandwich.

Car l'élément le moins important du *brown bag lunch,* c'est le sac. On peut très bien ne pas apporter son sandwich dans un sac en papier à un *brown bag lunch*.

Lire aussi : Woz (Steve)

BRUNCH

« Ce n'est pas vraiment un petit déjeuner, ni vraiment un déjeuner, mais il y a un morceau de melon à la fin », explique, perfide, un personnage des *Simpsons* à propos du brunch, mot inventé par l'Anglais Guy Beringer en 1895. Avec des œufs *Benedict* et un mimosa (mélange de jus d'orange et champagne) ou un *bloody mary,* c'est un petit déjeuner qu'on accompagnerait d'un cocktail, ou un déjeuner qu'on avalerait en buvant du café.

C'est aussi une institution de la Fête des mères, le jour où la restauration américaine fait son plus gros chiffre d'affaires.

How do you want your eggs ? « Comment souhaitez-vous vos œufs ? *Benedict* ou à la florentine, pendant longtemps ils ont été avec les pancakes la pierre angulaire du brunch. Un menu qui affichait des *huevos rancheros* mexicains, c'était le comble de l'audace. Aujourd'hui, on peut manger à un brunch à peu près n'importe quel plat, des quiches au risotto. La difficulté vient au moment de passer commande. Parce qu'il y a deux grandes catégories d'établissements où bruncher le vieux *diner* avec ses banquettes en moleskine et son menu sur six pages, dont les paragraphes combinent les œufs, les pancakes, les gaufres et le bacon dans tous les sens, et, l'autre bout

du spectre, celui haut de gamme qui met un point d'honneur à présenter trois plats et où, comme l'observe le *Wall Street Journal,* les pancakes à la ricotta valent presque aussi cher que le mobilier.

Pour des étrangers, le brunch demande quelques efforts d'adaptation, notamment pour comprendre à quelle heure le petit déjeuner se termine et à quelle heure le brunch commence. À New York, les restaurants n'ont théoriquement le droit de mettre des tables sur le trottoir pour le brunch qu'à partir de midi. Sinon, ils s'exposent à un PV pour *illegal brunching.* Le conseil municipal de la ville cherche à en faire avancer l'heure officielle à 10 heures.

Car elle est finie l'époque où le brunch se prenait à la sortie de la messe. Plus souvent, il s'y substitue. « Dans certains quartiers à la mode de New York, prendre un brunch en terrasse pendant les mois les plus chauds est devenu un rituel du dimanche matin autant que d'aller à l'église », écrit Joseph Bergar dans le *New York Times.*

Alors les restaurants le servent généralement entre 11 heures et 16 heures. Tout ce qui n'est pas toléré en semaine l'est pour cette tranche de paresse assumée : aussi bien apporter ses journaux à table (les différentes sections du quotidien du dimanche permettent de se partager un journal à plusieurs) que piétiner pendant plus d'une demi-heure pour le commander dans un des restaus les plus courus de Manhattan ou de San Francisco, qui, bien entendu, n'acceptent pas les réservations pour le brunch.

Il y a bien eu un front anti-brunch. C'était en 2000. Dans son livre *Kitchen Confidential,* un best-seller publié en 2000, le chef Anthony Bourdain révèle les coulisses de ce rituel du dimanche. Les menus des brunchs, écrit-il, permettent de « recycler les drôles de restes des vendredi et samedi soir » La sauce des œufs *Benedict* est un foyer de bactéries en tout genre. « Les bactéries adorent la sauce hollandaise ! Et personne n'a jamais préparé de sauce hollandaise à la commande. » Et ce ne seront certainement pas les meilleurs chefs qui vous le prépareront : « Le brunch est la punition des cuisiniers de l'équipe B, là où ceux qui récemment faisaient la plonge apprennent à aiguiser leurs couteaux. » À voir les tables des restaurants le dimanche, sa mise en garde a vite été oubliée.

Lire aussi : Donut

Extrait de la publication

BUSH

En avril 2012 sur ABC News, George Will, chroniqueur politique, a fait ses comptes… « Si Jeb Bush devait être le colistier de Mitt Romney, cela voudrait dire qu'à sept des neuf dernières présidentielles il y a eu un Bush sur le "ticket" républicain. À ce stade, c'est difficile de prétendre que nous ne sommes pas une société tribale. »

Les Bush ne sont pas la première dynastie politique. Le fils de John Adams, deuxième président des États-Unis, est devenu le sixième chef de l'exécutif du pays. Impossible de ne pas mentionner le poids des Kennedy sur la vie politique américaine. La présidentielle de 2012 a attiré l'attention sur les Romney (le père et la mère de Mitt ont fait des carrières politiques, ses fils sont des piliers de campagne).

Chez Bush, le premier a été Prescott, sénateur du Connecticut. Son fils, George Herbert Bush, a occupé la Maison-Blanche de 1989 à 1993, après avoir été le vice-président de Reagan, seul président depuis Carter à ne pas avoir été réélu. C'est aussi le seul régulièrement appelé par son numéro, 41, surnom que son fils George W. a imposé en juillet 2001 lors de son 55e anniversaire. Le père s'était baladé devant les journalistes avec une casquette « 41 », tandis que le fils portait le numéro 43 sur la sienne. « Personne ne commente cette casquette d'anniversaire », proteste le fils. « Qui vous a donné cette casquette ? », demande un journaliste. « 41 m'a donné la casquette 43 », répond W. Comment aurait-il pu parler de son père autrement devant des journalistes ? « George Bush », aurait prêté à confusion. « George Bush senior » aurait rappelé qu'il était junior. « Papa » l'aurait infantilisé et aurait laissé entendre qu'il ne devait sa carrière qu'à celle de son père. Quand ce dernier était au pouvoir et que le fils était dans les parages, ses conseillers les appelaient « Poppy » et « Junior », ou « Big George » et « Little George ». Le fils préfère certainement 41 et 43.

George Herbert Bush attendait que ce soit Jeb, son second fils le plus brillant qui effectue la plus grande carrière politique. Ce fut George W., l'aîné de ses cinq enfants, arrêté pour conduite en état d'ivresse à trente ans, fils décadent qui venait enfin de réussir dans les affaires en rachetant une équipe de baseball après avoir perdu de l'argent dans le secteur pétrolier. En 1994, les deux frères se présentent chacun au poste de gouverneur, Jeb en Floride et

George au Texas. Pour la soirée électorale, leurs parents se rendent en Floride pour fêter la victoire de Jeb. Il perd de peu, mais George Walker devient gouverneur. Quand Jeb est finalement élu en 1998, son grand frère est déjà en route vers la Maison-Blanche, épaulé par celui qui l'a aidé à devenir gouverneur, Karl Rove.

Doté d'un solide sens politique, George W. Bush adore faire campagne. Il baigne dedans depuis 1964, s'est réinventé en brave Texan, gommant son héritage de la côte Est, de sa famille aux écoles ultra-sélectives auxquelles il s'est vu garantir l'accès. Il a retenu la leçon de 1978, quand il briguait un siège au Congrès et que son adversaire texan l'avait attaqué, en parachuté issu de l'élite de Nouvelle-Angleterre. En 1986, il se met au service de la campagne de son père, se charge du vote évangéliste et se familiarise avec tous les responsables religieux qui pourront être des relais électoraux.

Quand ce sera à son tour de faire campagne en 1999, il ignorera ce père à la présidence impopulaire. Bush joue les outsiders de Washington, alors que comme en a plaisanté Clinton en lui laissant la place, son successeur y a passé tellement de temps qu'il sait où se trouvent les interrupteurs à la Maison Blanche. Le jour de sa cérémonie d'investiture, il porte les mêmes boutons de manchette que son père doutze ans avant lui.

Mal élu par une décision de la Cour suprême, l'homme qui, avant d'être président, pensait encore que les talibans étaient un groupe de rock, regagne la confiance des Américains après les attentats du 11 septembre 2001. Ce n'est pas tant la guerre en Irak que le désastre de Katrina qui, à l'été 2005, marque un point de non-retour et lui colle une étiquette d'incapable, plaquée ensuite sur toute l'action de son gouvernement.

Il a laissé un tel souvenir que, lorsqu'on demande aux Américains s'ils vivent mieux qu'il y a quatre ans *(Are you better off?)*, ils sont 44 % à répondre oui, et 47 % si l'on précise « qu'il y a quatre ans *sous Bush* ».

C'est ainsi l'unique ancien président dont la cote de popularité n'atteint pas 50 %. Par conséquent, on le planque. Quand son père fête ses quatre-vingt-huit ans en 2012, c'est le seul invité qui n'entre pas par la grande porte, pour échapper aux journalistes. Quand les grandes figures du Parti républicain annoncent leur appui à

Mitt Romney via des discours ou des interviews solennelles, lui se contente de le glisser à un journaliste avant que les portes de l'ascenseur se referment. Pour la convention du Parti républicain qui doit entériner la candidature de Romney à la présidentielle, il préfère être ailleurs.

S'il s'appelait autrement, Jeb Bush aurait eu de grandes chances d'être le candidat du Parti républicain en 2012. Gouverneur de Floride pendant deux mandats, un des États les plus convoités de la présidentielle où il reste extrêmement populaire, c'est un des rares républicains à pouvoir faire oublier le discours ultra-répressif de son parti auprès des électeurs hispaniques (il a obtenu deux tiers des voix hispaniques à sa dernière élection en Floride). Marié à Columba, une femme d'origine mexicaine, il parle espagnol, et ses trois enfants ont grandi dans un foyer bilingue. Il a fait voter des lois arrangeantes pour les enfants d'immigrés sans papiers. Il aurait pu être un bon colistier s'il n'était pas plus affligé par la direction droitière que prenait le parti et ses positions anti-immigration. Jeb Bush, a blagué Ana Navarro, une républicaine de Miami, « a autant envie d'être vice-président que d'être choisi pour participer aux Hunger Games ».

Alors que les démocrates courent après les soutiens des Kennedy (le ralliement de Caroline, fille de JFK, puis de Ted, le frère du président devenu sénateur, se sont avérés de formidables appuis pour la campagne d'Obama en 2008), le Parti républicain ne sait pas quoi faire des Bush. La famille est une arme à double tranchant. Le père, servi par la présidence calamiteuse de son fils, fait presque l'unanimité désormais (59 % d'opinions positives). Traité avec suspicion par l'aile droite du parti pendant toute sa carrière, il est maintenant un héros, les conservateurs l'associent aux années Reagan, et les centristes voient en lui un des derniers d'entre eux («Vu le virage à droite du Parti républicain ces dernières années, Reagan et mon père auraient du mal à gagner l'investiture du parti aujourd'hui », a rappelé Jeb Bush). George W. Bush a quant à lui une relation plus complexe avec la base du parti. C'est d'ailleurs en réaction à sa présidence qu'a émergé le Tea Party.

Impossible enfin de parler des Bush sans évoquer les femmes : Barbara, vraie grand-mère de l'Amérique, avec une coiffure et un

Extrait de la publication

collier de Mamie Nova et une langue fourchue de Tatie Danielle (« Sarah Palin a l'air heureuse en Alaska, elle devrait y rester », l'a-t-on entendue dire), et Laura, la fausse épouse sage de George Bush fils. Ce sont encore elles les plus populaires des Bush. La famille est certainement fière de sa marque : la dernière, petite-fille de Jeb et Colomba, s'appelle Georgia H.W. Bush.

Lire aussi : Républicains, Rino, Romney (Mitt), Tea Party

BYOB

Les restaurants qui n'ont pas le droit de vous vendre de l'alcool peuvent vous inviter à apporter votre propre bouteille : ils affichent alors sur leur devanture le signe *BYOB,* pour *Bring your own bottle* (que d'autres traduisent par *Bring your own beer,* ou même *Bring your own booze*).

Pour une invitation, on vous précisera : *The event is a BYOB* pour que votre verre ne reste pas vide.

Au travail, si vous êtes supposés apporter votre ordinateur, c'est un bureau *BYOD, Bring your own device.*

Lire aussi : Binge drinking

C

« Je n'ai peut-être pas été le meilleur président mais j'ai passé les huit années les plus funs. »
Bill Clinton

Extrait de la publication

CANNELLE

C'est en découvrant l'existence du dentifrice à la cannelle dans les supermarchés que l'on mesure à quel point les Américains baignent littéralement dans l'épice ; on en trouve bien sûr dans l'*apple pie,* les *cinnamon buns,* les *cinnamon rolls* du petit déjeuner (viennoiseries à la cannelle) mais aussi dans les chewing-gums (pour se faire une idée de l'enfer, subir un trajet en voiture avec quatre personnes qui mâchent des célèbres *big reds*), les céréales ou les bougies.

Pendant la *holidays season*, en hiver, la cannelle est omniprésente, non seulement dans ce qui s'avale (de la tarte à la citrouille de Thanksgiving au café de Starbucks) mais aussi dans l'air. Les supermarchés installent à l'entrée des *cinnamon brooms* (des branchages passés dans l'huile de cannelle), les *malls* (« centres commerciaux ») en pulvérisent leurs allées : l'odeur est supposée rappeler celle de la cuisine familiale des fêtes, de quoi créer une efficace *shopping atmosphere* pour Noël.

On évitera la chaîne Cinnabon, qui vend de grosses viennoiseries coulées dans le sirop de sucre et la cannelle (880 calories le *classic*) et dont l'odeur est perceptible d'un bout à l'autre d'un aéroport.

Pour s'en dégoûter à jamais, en revanche, il suffit de relever le défi imbécile du *cinnamon challenge,* qui consiste à tenter d'avaler une cuiller de l'épice en poudre sans rien boire en moins d'une minute. Le gouverneur de l'Illinois s'y est déjà essayé dans une émission de radio ; deux joueurs de basket des Washington Wizards, ont été filmés effectuant la même performance. Des associations de médecins, inquiètes par l'ampleur que le challenge prend sur Internet, rappellent que l'exercice comporte un risque de s'esquinter les poumons (en plus de se ridiculiser sur Youtube).

Lire aussi : Apple pie, Starbucks, Thanksgiving

CAPUCHE

Les *hoodies* (« capuches ») se classent en deux catégories aux États-Unis : les bonnes et les autres.

La bonne capuche, c'est celle qui figure au nouveau *dress code* de la *Net economy*. C'est l'*executive hoodie,* la capuche du dirigeant d'entreprise. Là, le sweat peut même être en cachemire : riche

et cool, *so what ?* « Je ne retire jamais ma capuche », annonce Mark Zuckerberg, le fondateur de Facebook, à une conférence All Things Digital en 2010. En fait si, il l'a déjà retirée. Invité à un dîner avec Barack Obama, Zuckerberg a fait une entorse à ses règles vestimentaires. Le Président se vante d'ailleurs d'être « le mec qui a réussi faire porter une veste et une cravate à Mark ». À cette occasion, Zuckerberg lui a de son côté offert un sweat à capuche.

Le bon *hoodie* est tellement intégré à l'industrie *tech* que le fondateur de Netscape Marc Andreessen, en recrutant l'ancien secrétaire au Trésor américain Larry Summers pour son fonds d'investissement, a blagué : « Notre challenge va être de faire porter une capuche à Larry. »

À l'autre bout de l'Amérique, en revanche, il y a la mauvaise capuche, symbole de terreur urbaine, comme celle que portait Trayvon Martin, un jeune Noir de dix-sept ans, en Floride, le 1er mars 2012. George Zimmerman, un de ces patrouilleurs bénévoles des *gated communities,* repère ce soir-là l'adolescent lors d'une ronde. Il le juge aussitôt suspect. Il appelle la police (pour la quarante-septième fois en quinze mois, c'est dire si l'homme est enclin à la suspicion). « Vous avez vu ce qu'il portait ? » lui demande l'opérateur. « Oui, un sweat à capuche de couleur sombre, oui, un sweat gris. »

De son côté, Trayvon Martin, qui se sent suivi, téléphone à sa petite amie pour lui dire qu'un type louche semble le traquer. « Je vais mettre ma capuche », lui dit-il.

C'est le dernier message qu'elle reçoit de lui. La police l'a retrouvé mort, tué d'une balle dans la poitrine. Zimmerman a justifié son geste par l'autodéfense. Il n'a pas immédiatement été arrêté. En Floride, la loi *Stand Your Ground* autorise à tirer sur quelqu'un qui vous menace. La capuche est-elle si inquiétante ? C'est ce qu'a assuré le très populiste Geraldo Rivera sur Fox News : « Je pense que la capuche est autant responsable de la mort de Trayvon Martin que l'est George Zimmerman. S'il n'avait pas porté de capuche, je crois que Trayvon Martin serait encore vivant [...]. La plupart des piétons changent de trottoir quand ils croisent quelqu'un à la peau brune ou noire portant une capuche. »

La mort du jeune homme et, surtout, l'impunité de celui qui lui a tiré dessus ont été suivies de messes, de manifestations de protestation, évoquées dans des meetings politiques, pour réclamer l'ouverture d'une enquête. Leurs participants, par solidarité, y portaient ostensiblement un sweat à capuche. Zimmerman a fini par être arrêté et accusé de meurtre. Sandy Banks, éditorialiste noire du *Los Angeles Times,* en tire une leçon pour les mères de petits Américains au teint foncé : « Quand il fait froid, vous lui donnez un cardigan. Quand il pleut, qu'il prenne un parapluie. Parce que s'il sort avec une veste à capuche, quelqu'un pourrait y voir une cible. » Dans le *New Yorker,* un dessin montre deux figures de la Mort qui se rencontrent, vêtues de leurs grandes toges noires à capuche. « Tu n'as plus besoin de porter une faux sur l'épaule, dit l'une à l'autre, la capuche suffit à les faire mourir de peur. »

Lire aussi : Sillicon Alley

CARTER, Jimmy

L'histoire de Jimmy Carter est celle d'une réinvention. « J'aurais été un meilleur ex-président que je n'ai été président », concède-t-il lui-même.

De ses années à la Maison-Blanche ne reste que le mot « malaise ». Un mot qu'il avait prononcé en réunion sur la crise que traversait le pays. Il avait filtré, s'était retrouvé dans la presse. Reagan était le président du panache, Carter sera l'homme en cardigan beige qui répondit à la crise en demandant aux Américains de baisser d'un cran leur thermostat. À l'extérieur, l'homme a été humilié par l'affaire des otages en Iran, plus exactement par le fiasco de l'opération visant à libérer les Américains retenus à Téhéran.

Sa défaite face à Ronald Reagan en 1980 est telle qu'il n'a pas attendu que l'ouest du pays ait fini de voter pour concéder sa défaite. À cinquante-six ans, il se retrouve le plus jeune ex-président depuis Calvin Coolidge et monte sa fondation. Alors qu'avant lui les présidents qui quittaient la Maison-Blanche abandonnaient la scène politique, lui se lance dans une nouvelle activité : l'observation des élections à l'étranger. En 1989, il constate que Noriega a « volé » les élections au Panama. L'année suivante, il convainc Ortega de

quitter le pouvoir après avoir perdu la présidentielle au Nicaragua. Sa popularité remonte à des niveaux qu'il n'a pas connus, président : en 1990, elle atteint presque celle de Ronald Reagan.

Un cliché pris en 2008 après l'élection de Barack Obama dans le bureau ovale qui est encore celui de George W. Bush montre tous ses occupants encore à la retraite : Bush père et fils, Obama, Clinton et Carter. Les quatre premiers ont les épaules qui se touchent sur la photo. Carter est un peu à l'écart.

Dans leur livre *The Presidents Club* : *Inside the World's Most Exclusive Fraternity,* les journalistes Nancy Gibbs et Michael Duffy expliquent que Carter est l'intégrateur négatif des anciens présidents encore vivants, celui qui soude le groupe contre lui. Bill Clinton et son prédécesseur George H. Bush ont tous les deux été piqués par les initiatives internationales qu'a prises sans les consulter l'ancien président démocrate, sa *free-lance diplomacy* comme on dit aux États-Unis.

Son propre parti l'a toujours tenu à distance depuis son départ de Washington. En 2008 et 2012, lors des conventions du Parti démocrate, il n'est pas appelé à venir prononcer les grands discours de prime-time pour soutenir Barack Obama. En 1992, Bill Clinton prend ses distances avec le dernier président de son parti, pourtant un homme du Sud comme lui, un baptiste comme lui. Clinton estime au fond que sa défaite de 1980, quand il n'a pas été réélu gouverneur d'Arkansas, est due à la débâcle de Carter la même année. Président, Clinton continue à le tenir à l'écart. Quand il lui confie une mission en Corée du Nord, c'est à l'aéroport de Washington qu'on lui donne rendez-vous au retour pour un débriefing. Pas la peine de s'approcher plus de la Maison-Blanche. « J'ai eu de bonnes relations avec le vice-président Gore », minimisera Carter.

Maltraité par ses anciens confrères, il l'est aussi dans l'imaginaire collectif américain, qui assimile encore le 39e président des États-Unis à l'inflation des prix, notamment celui de l'essence, et à la croissance du chômage dans un pays en crise. Le montage d'images en noir et blanc supposé représenter l'Amérique sous Carter qui tourne sur l'écran de la Reagan Presidential Library met en scène un pays au bord du naufrage.

Ce n'est donc pas seulement par modestie que Barack Obama s'est montré gêné de recevoir le prix Nobel de la paix en 2009 : un autre président néophyte ou presque en politique confronté pendant son premier mandat à une période de récession l'a déjà reçu avant lui. Obama préférerait éviter de multiplier les occasions de faire des rapprochements.

Il sait que les républicains tentent de faire de lui le fils spirituel de Carter. Dès 2009, Newt Gingrich, candidat à la primaire républicaine de 2012, dit d'Obama qu'« il risque vraiment de devenir Carter au lieu de Reagan », un président oublié plutôt qu'un héros des livres d'histoire. Pendant la campagne de 2012, le candidat républicain Mitt Romney décrit la Maison-Blanche d'Obama comme le « gouvernement le plus hostile aux petites entreprises, probablement depuis Carter » et le traite en chiffe molle. « Même Jimmy Carter aurait donné cet ordre », a déclaré le républicain à propos du plan d'attaque de la planque de Ben Laden approuvé par Obama.

C'est bien sûr injuste. Carter, qui a fait des études militaires à Annapolis et a commencé sa carrière dans la Marine, n'a jamais manqué de courage. S'il s'est soldé par un fiasco – huit morts, aucune libération –, il a bien ordonné un raid en Iran. Ceux qui, parmi ses successeurs, l'ont traité de mauviette n'ont jamais servi sous les drapeaux, à part Bush père.

Mais quand les républicains en font leur épouvantail, Jimmy Carter laisse dire. Sur tout le reste, il continue à parler sans barrière, comme si sa sortie de la Maison-Blanche l'avait libéré, *loose canon* dont ses successeurs ont tellement redouté les interventions. Il fait campagne auprès du Conseil de sécurité en 1990 contre la guerre du Golfe, s'oppose en 2003 à l'entrée en guerre contre l'Irak quand aucun ténor démocrate n'ose le faire, accuse Israël d'appliquer une politique d'apartheid, milite pour l'abolition de la peine de mort et dans une tribune publiée par le *New York Times,* en 2012, s'indigne de la *kill list* d'Obama. En 2009, il a très candidement observé que si beaucoup d'Américains n'aimaient pas Obama, « c'est parce qu'il est noir ». Sur CNN, le Président a assuré que ce n'était pas le cas. « Ne m'aide surtout pas, Carter », aura pu décoder le téléspectateur.

Lire aussi : Beer test, Bush, Clinton, Gingrich (Newt), Kill List, Obama, Romney (Mitt)

Extrait de la publication