Transposition

Musique et Sciences Sociales

5 | 2015

Figures du chef d'orchestre

Arturo Toscanini à la NBC

« A radio-video star » (1937-1954)

Sandrine Khoudja-Coyez

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/transposition/1152>

DOI : 10.4000/transposition.1152

ISSN : 2110-6134

Éditeur

CRAL - Centre de recherche sur les arts et le langage

Référence électronique

Sandrine Khoudja-Coyez, « Arturo Toscanini à la NBC », *Transposition* [En ligne], 5 | 2015, mis en ligne le 05 août 2015, consulté le 30 juillet 2019. URL : <http://journals.openedition.org/transposition/1152> ; DOI : 10.4000/transposition.1152

Ce document a été généré automatiquement le 30 juillet 2019.

La revue *Transposition* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

Arturo Toscanini à la NBC

« A radio-video star » (1937-1954)

Sandrine Khoudja-Coyez

---

*« On dit d'un homme pour le louer qu'il est un homme
unique »*

Eugène Delacroix¹

« — Faites-moi une vedette.

— Budget habituel ?

— Budget habituel. »

Rodolphe-Maurice Arlaud²

- 1 Dans l'histoire moderne de l'interprétation et de la direction d'orchestre, le développement des moyens de communication et le progrès des techniques de reproduction sonore ont créé puis conditionné de nouveaux modes d'écoute de la musique. Aux États-Unis, l'apparition successive de deux chaînes de radio, la NBC (National Broadcasting Company) en 1926 et CBS (Columbia Broadcasting System) en 1927, participa à l'émergence d'une forme de diffusion massive de la musique fondée sur le vedettariat. Cette forme de transmission n'était pas nouvelle : depuis le début des années 1900, les compagnies discographiques Victor, Pathé et Gramophone enregistraient sur disques des interprètes de renom afin de les populariser et de les vendre auprès du plus grand nombre. Mais la crise de 1929 entraînant l'effondrement du marché du disque, la radio devint le médium le plus écouté et apprécié, rivalisant de près avec le cinéma. Véritable industrie organisée qui couvrait le pays, la radio servait un public traumatisé par la Grande Dépression, en attente de nouvelles et de distractions.
- 2 Progressivement, et de la même manière que les producteurs de disque et de cinéma l'avaient fait avec les interprètes et les acteurs, la radio transforma les artistes et les musiciens en « stars ». Si l'acteur de cinéma idéalisé par son rôle apporte un capital par son image – sa beauté, son physique, son caractère –, qui participe de fait à sa reconnaissance sociale, le musicien radiodiffusé est quant à lui invisible mais dispose de particularités audibles qui entretiennent l'imagination de son auditoire. Son rôle est d'exécuter une œuvre, d'en transmettre une interprétation, une vision personnelle. Tandis que l'absence d'image visuelle contribue à entretenir l'imagination du public, la

multiplication de ses passages, loin de l'altérer, alimente la mémoire émotionnelle de l'auditeur, augmentant sa valeur et le rendant plus désirable encore. Cela étant, dans les deux cas de figure, pour la star de cinéma comme pour la star de radio, les enjeux sont les mêmes : il faut séduire et attirer les foules.

- 3 La question de la réception des productions culturelles auprès de foules anonymes d'individus prit de l'importance au cours du développement de l'industrie radiophonique. Les exécutifs des *networks*³ s'en sont très vite préoccupés car le financement des programmes reposait principalement sur la vente de contrats publicitaires. Le concept d'audience émergea peu à peu, ouvrant la voie à de nouveaux terrains d'études sociologiques dont Paul Lazarsfeld, Franck Stanton et Hadley Cantril devinrent les principaux acteurs au sein du Radio Research Project à Princeton en 1937⁴. À cette époque, les conditions d'exercice du métier de chanteur, d'instrumentiste et de chef d'orchestre évoluent dans une ère nouvelle, celle de l'économie culturelle de masse. Pour atteindre un marché de masse à la radio, la musique savante, alors assimilée à la « haute culture », exigeait des intermédiaires uniques, puissants et exemplaires, avec lesquels les auditeurs américains puissent s'identifier. Les programmes étaient conçus pour être écoutés par un public potentiellement total.
- 4 Arturo Toscanini (1867-1957) fit partie de ces intermédiaires qui contribuèrent à faire connaître les œuvres du répertoire musical savant aux auditeurs américains. Dès 1930, il occupa le poste de chef permanent au Philharmonique de New York et participa à l'accroissement de la notoriété de l'orchestre par de nombreuses tournées américaines et européennes ainsi que par des retransmissions radiophoniques de ses concerts sur CBS. En 1936, il se retira à Milan, mais avec la conscience aiguë que le médium, alors dans son âge d'or aux États-Unis, était un outil nécessaire au développement et à l'épanouissement de la carrière d'un chef d'orchestre. Et lorsque Samuel Chotzinoff, pianiste et critique musical au *New York Post*, missionné par le président de la NBC David Sarnoff⁵, lui proposa de revenir à New York pour être diffusé sur le premier réseau de radio américaine, la perspective de bénéficier d'une audience massive à travers le pays éveilla en lui l'envie d'accroître encore sa popularité et d'élargir son auditoire⁶. Aussi, le « *maestro* » accepta.
- 5 La représentation artistique et médiatique de Toscanini pendant ses années sous contrat avec la NBC, de 1937 à 1954, recouvre de nombreux enjeux dont il s'agira ici d'esquisser quelques traits. Le public consacre les stars, mais les processus de « fabrication » de la célébrité sont souvent occultés. Cet article examine comment la NBC, en tant que média, a contribué à la construction du mythe Toscanini et de son image de star-chef d'orchestre aux États-Unis. Le *network* américain fabriqua en effet à partir de sa personnalité une image vivante et rémunératrice – telle une star du cinéma hollywoodien – d'un homme aimant aussi entretenir des relations avec son public. Parce qu'il était capable d'attirer un public de masse, sa présence à la radio et à la télévision constituait une garantie d'audience et de rendement à la fois pour les sponsors et pour la RCA Records qui commercialisait les enregistrements de ses concerts.
- 6 Pour analyser la figure de Toscanini au prisme de sa collaboration avec la NBC et sa starification, la présente étude s'appuie sur une sélection de lettres issues de la correspondance du chef italien, d'articles de presse de l'époque, de communiqués de presse et de documents officiels conservés aux archives de la NBC.

Le projet de David Sarnoff : « Le plus grand chef d'orchestre au monde » dirigera le NBC Symphony Orchestra⁷

- ⁷ Depuis ses premières heures de diffusion en 1926, la NBC avait recours aux services de différents chefs d'orchestre pour diriger les ensembles instrumentaux et répondre aux besoins des programmes musicaux. Walter Damrosch, Franck Black et Leopold Stokowski faisaient alors figure de chefs idéaux car ils s'adaptaient très vite aux conditions difficiles du direct, en plus d'avoir une personnalité attrayante, d'être pédagogues ou encore d'accepter de diriger de la musique dite « légère ». Les retransmissions hebdomadaires par CBS des concerts de l'Orchestre Philharmonique de New York dirigés par Toscanini créèrent de la rivalité entre les deux chaînes de radio américaines. Face à William Paley et Arthur Judson, fondateurs et co-dirigeants de CBS, David Sarnoff joua la carte de la concurrence en programmant plusieurs émissions musicales d'envergure dont l'une était associée à un concert, également hebdomadaire, dirigé par Damrosch et répondait aux principes définis dans le Radio Act de 1927 : les émissions doivent avant tout servir « l'intérêt du public » et lui être « nécessaire »⁸, c'est-à-dire constituer un moyen d'éducation culturelle. Écoutée par plusieurs millions d'auditeurs, l'émission « The Music Appreciation Hour » consistait en une leçon de musique qui apportait des connaissances musicales aux auditeurs de tous âges par la présentation des grandes œuvres du répertoire symphonique occidental.
- ⁸ Dans les studios de CBS, Paley et Judson rivalisaient, quant à eux, en cultivant l'image d'une chaîne aux programmes de très haute qualité, parfois même jugés « élitistes » par la presse radiophonique, mettant un point d'honneur le dimanche à accueillir la « présence auditive » d'un chef à la renommée internationale menant un orchestre acclamé par la critique. Près de cinq millions d'auditeurs⁹ écoutaient les concerts retransmis par CBS. Puis, en décembre 1936, Judson, manager du Philharmonique de New York, décida que Toscanini serait remplacé par John Barbirolli, qui signa pour trois ans à la direction de l'orchestre. Il s'ensuivit une relation houleuse entre Judson et Toscanini puisque personne n'avait consulté ce dernier ni même ne l'avait averti de ce changement avant la nomination officielle de son successeur. Toscanini quitta les États-Unis et regagna son Italie natale. Sarnoff, informé de l'affaire, se saisit de l'occasion et élaborait avec John F. Royal, vice-président de la NBC, plusieurs propositions de contrat à soumettre au chef italien.
- ⁹ Que représentait Toscanini pour Sarnoff ? Un idéal de perfection musicale autant qu'un moyen de réaliser plusieurs de ses ambitions : il souhaitait faire de la NBC une entreprise de renom dans le domaine musical tout en attirant des masses d'auditeurs aux concerts de musique « sérieuse ». Le recours à une figure célèbre pour un programme que la radio finançait elle-même¹⁰ se justifiait également par la volonté de séduire une audience qui se partageait déjà entre les salles de concerts et le cinéma. En 1937, les stars étaient sorties de l'écran de cinéma ; elles parrainaient ainsi 90 % des grands programmes radiophoniques américains¹¹. Alors, pour entretenir la réputation de la chaîne et attirer des auditeurs, la musique classique devait nécessairement se doter d'un chef à la popularité établie. Toscanini collait parfaitement à cette ambition car, selon un sondage de l'époque, il était connu d'un quart de la population américaine¹².
- ¹⁰ L'intérêt du projet était donc à la fois commercial, publicitaire et démocratique, comme Sarnoff le déclara lui-même publiquement à l'issue de la première saison de concerts :

La National Broadcasting Company est une organisation commerciale américaine. Elle a des employés et des actionnaires. Mieux elle sert ses intérêts mieux elle sert ceux du public. Nous croyons en ce principe et nous en avons fait notre guide de conduite. C'est pourquoi nous avons mis en place le nouvel Orchestre Symphonique de la NBC et invité le plus grand chef d'orchestre au monde pour le diriger¹³.

- 11 Certains actionnaires de la NBC critiquèrent le projet : le président de la firme American Tobacco George Washington Hill, par exemple, alla même jusqu'à demander à Sarnoff de démissionner car, selon lui, « la musique symphonique n'a[vait] aucune place dans un médium de masse »¹⁴. Mais peu de temps après le concert inaugural, le magazine *Fortune* publia un article conséquent sur « l'histoire et les raisons de ce programme spectaculaire »¹⁵, décrivant Sarnoff comme le « pivot du culte Toscanini » en Amérique¹⁶.
- 12 Le vedettariat, cependant, avait un coût : la présence de Toscanini sur les ondes pendant quelques mois coûta 40 000 dollars toutes taxes comprises à la NBC¹⁷. Le contrat comprenait dix concerts plus deux concerts de gala au Carnegie Hall. La saison fut précédée de six autres concerts avec le nouvel orchestre – le National Broadcasting Company Symphony Orchestra –, sortes d'« avant-premières » dirigées par Pierre Monteux et Artur Rodzinski, ce qui permit aux ingénieurs de juger de la sonorité de la nouvelle formation et, d'autre part, de préparer le public tout en en faisant la promotion.
- 13 Toscanini imposa plusieurs conditions à Sarnoff et des règles de travail précises à ce qu'il nomma ensuite « son » orchestre : les répétitions étaient interdites au public et aucune horloge ne devait être visible dans le studio 8H. Toscanini était l'un des seuls chefs d'orchestre de radio à pouvoir choisir ses tempi sans subir la pression des horaires de programmation¹⁸. Les concerts duraient environ une heure trente, parfois plus selon le programme et les choix d'interprétation du *maestro*. En lui accordant ce privilège, Sarnoff plaçait donc Toscanini au même niveau que le Président Roosevelt : ils étaient les seuls à pouvoir disposer sans restriction du temps d'antenne nécessaire à leur prestation. Afin d'obtenir une retransmission et un enregistrement sonores de qualité, Toscanini exigea que soient éliminés les habituels bruits parasites du public ; les assistants de production décidèrent alors de faire imprimer les notes de programme sur du papier de soie. Au début de chaque concert, il était également demandé aux spectateurs de coopérer en évitant de tousser, de chuchoter ou même d'applaudir trop tôt ou entre les mouvements¹⁹. Les retransmissions ne devaient jamais être interrompues par de la publicité pour ne pas entraver les « bénéfices de la musique sur le public »²⁰. Toscanini imposa également de choisir lui-même les œuvres jouées, d'engager les solistes et chanteurs qu'il souhaitait et de donner lui-même les directives quant à l'organisation des pupitres et à la nomination des solistes de l'orchestre²¹. En outre, son contrat comprenait une clause d'exclusivité comparable à celle d'une star : durant la saison, il s'engageait à ne diriger aucun autre orchestre que le NBC Symphony Orchestra, d'ailleurs spécialement créé pour lui.
- 14 Parmi les 92 membres du NBC Symphony Orchestra, plus de la moitié était déjà sous contrat avec la chaîne pour les besoins des différents programmes. La formation n'était donc pas précisément « nouvelle » comme Chotzinoff l'avait laissé croire à Toscanini²². Pour parfaire l'orchestre, Rodzinski et Chotzinoff avaient sélectionné et choisi 21 musiciens solistes ou chefs de pupitres²³ issus des grandes phalanges américaines, dont celles du « Big Five » ou de l'Orchestre National Symphonique de Washington D.C. Certains de ces musiciens connaissaient donc déjà le caractère difficile et les exigences du *maestro*.

- 15 Le tout premier concert, retransmis en direct depuis le studio 8H du Rockefeller Center, eut lieu symboliquement le soir de Noël 1937. Le programme donnait à entendre trois œuvres du répertoire savant européen : la *Première Symphonie* de Brahms, la *Symphonie n° 40* de Mozart et enfin le *Concerto Grosso* op. 3 n° 11 de Vivaldi. Plusieurs mois auparavant, les équipes de la NBC avaient préparé un plan de médiatisation dans le but d'en faire un événement historique. Dans la presse, le rédacteur en chef du *Musical Courier*, Leonard Lieblich, déclara que l'attente qui avait précédé son apparition à la radio avait été équivalente à celle qui avait précédé, l'année d'avant, la diffusion du discours d'abdication du roi Édouard VIII²⁴.

Un chef célèbre, radiogénique et hypermédiatisé

- 16 À une époque où la télévision n'existait pas encore, où la radio était le seul médium capable de faire entendre une même voix ou, ici, dans le cas de Toscanini, un même concert à des millions d'auditeurs, la recette du succès passait par la mise en valeur d'une personnalité et par la fabrique de la fascination auprès des masses à l'aide de stratégies publicitaires et de coups médiatiques élaborés.
- 17 Dans l'histoire de l'interprétation, la figure de Toscanini est souvent associée au culte du chef d'orchestre « à l'américaine » en référence à l'hypermédiatisation et à la starification dont il a fait l'objet aux États-Unis. C'est dans la dernière partie de sa carrière, principalement aux États-Unis donc, qu'il a été soumis aux pratiques du *star system*, celles-ci se reproduisant et se développant, non sans réticences, dans la sphère de la « haute culture ».
- 18 En effet, sur les premières stations américaines apparues au début des années 1920 telles que la WEFW ou la WJZ (toutes deux situées à New York), les « interprètes de radio » (*radio performers*) étaient diffusés le plus souvent de façon anonyme et les auditeurs avaient surtout en tête le nom de l'entreprise sponsor qui finançait l'émission²⁵. Les musiciens acceptaient très bien cet état de fait : ne souhaitant pas être assimilés à des artistes de radio ou à des musiciens amateurs, ils croyaient préserver de cette façon leur crédibilité professionnelle. Mais la situation changea très vite, car ces mêmes musiciens comprirent le pouvoir de médiatisation de la radio pour la promotion de leur personne ; ils envisagèrent donc la possibilité d'en tirer profit.
- 19 En signant un contrat avec la NBC, Toscanini devenait lui-même un « *radio performer* » soumis à des enjeux d'audience. Dès lors, pour répondre au projet de Sarnoff, ses concerts nécessitaient une campagne de promotion spéciale.
- 20 Aux premières heures de la radio, être radiogénique, c'était avoir la faculté de plaire à tous les auditeurs grâce à une voix, un discours ou une opinion. Musicalement, on parlait de pièce radiogénique lorsque la transmission radiophonique n'altérait pas ses qualités sonores²⁶. Cela était donc lié à une question de techniques du son, soit d'esthétique sonore. Puis, du fait de l'influence des pratiques du *star system* du cinéma hollywoodien sur la radio, le nom des interprètes devint plus important que celui de l'œuvre et du compositeur lui-même. Par leur présence auditive à l'antenne, les interprètes fidélisaient les auditeurs. À partir de là, être radiogénique devint aussi une question de personnalité et de célébrité. Les interprètes connus étaient attendus et annoncés comme des vedettes et leurs interventions régulières faisaient monter les parts d'audience. Les journaux de la presse radiophonique²⁷ leur consacraient des portraits et signalaient leur présence dans

les émissions à venir. Les deux *networks*, CBS et NBC, avaient très vite pris conscience du potentiel lucratif des musiciens de radio. Dès 1928, ils fondèrent leurs propres agences d'artistes : la Columbia Artists Management et la National Concert & Artists Corporation. Ainsi, de nombreux musiciens interprètes de radio devinrent des vedettes, et si les sondages rendaient compte qu'ils plaisaient aux auditeurs, ils étaient hypermédiatisés et se transformaient en stars de radio.

21 Pour un chef d'orchestre, la situation est paradoxale car il ne produit aucun son par lui-même. De plus, sa personne physique et ses gestes demeurent invisibles à la radio. Mais Arturo Toscanini était déjà célèbre auprès d'un public amateur de musique savante. Et aux yeux de Sarnoff, sa popularité acquise par les retransmissions des concerts du Philharmonique de New York, à laquelle s'ajoutaient sa forte personnalité et sa réputation auprès des musiciens, constituait une base solide pour son projet avec la NBC. Toscanini fit donc partie de la « vitrine » de la chaîne. Et les procédés d'hypermédiatisation le rendirent radiogénique à l'avis et aux oreilles de tous : le public, les musiciens et la critique se montrèrent quasi unanimes.

22 Quelques semaines après la signature du projet par les deux parties, un communiqué de presse de plusieurs pages et à la présentation sophistiquée fut imprimé sur papier glacé et envoyé dans tout le pays. Il contenait, notamment, cette déclaration de Sarnoff :

Nous sommes ravis de pouvoir assurer le retour du Maestro Toscanini en Amérique. Son génie incomparable stimulera et enrichira encore plus l'appréciation de la musique dans notre pays. À la NBC nous poursuivons la politique de donner à nos millions d'auditeurs les meilleurs artistes que le monde peut offrir. L'opportunité de transmettre ce message musical à des millions d'auditeurs américains a exercé un grand attrait sur le Maestro²⁸.

23 La presse écrite relayait l'information et les stations affiliées à la NBC annoncèrent aux millions d'auditeurs américains que Toscanini revenait dans leur pays²⁹.

24 Au Département Presse de la NBC, chaque fait relatif à sa personne ou le mettant en scène devint un événement à divulguer et à propager afin d'entretenir la mémoire des « fans », d'alimenter le culte et de participer à la déification américaine du chef. *In fine*, de le « starifier ». Pour le décrire, les superlatifs abondaient : « Sa Majesté Musicale [...]. Le Roi incontesté du domaine musical [...]. Le rêve de tout interprète, une audience mondiale, est devenue réalité pour lui », s'exclama un journaliste³⁰. Goddard Lieberman, compositeur et figure éminente de l'industrie du disque aux États-Unis, observa non sans ironie l'ascension médiatique du chef, pointa du doigt l'unanimité des critiques et déclara que « la National Broadcasting Company tent[ait] de prouver que le seul Dieu qui soit est la Musique et que Toscanini est Son Messenger »³¹. On peut d'ailleurs s'interroger sur la teneur des articles consacrés à Toscanini et les liens entretenus par leurs auteurs avec la NBC. Chotzinoff avait embauché le chef de rubrique et critique musical du *New York Times* Olin Downes en tant qu'annonceur et commentateur dédié aux concerts de Toscanini : il allait de soi que ses critiques seraient toujours positives et élogieuses. Quant à Marcia Davenport, journaliste aux magazines *Stage* et *Fortune*, elle était une amie proche de Chotzinoff et omniprésente dans le cercle d'amis du chef. Dans ses articles, elle procédait régulièrement à un double éloge, celui de Sarnoff et celui de Toscanini : dans une critique de décembre 1937, elle décrit la gestuelle de ce dernier « digne de la magnificence d'un Médicis du vingtième siècle, servie par une société commerciale américaine pour le profit de millions d'auditeurs anonymes mais puissants » et ajoute que « seuls les Américains ont l'audace de défier le dieu de tous les chefs d'orchestre, et, après l'avoir conquis, de

procéder à la création d'un orchestre digne de lui »³². L'un des organes de presse les plus lus aux États-Unis, le journal *Radio Stars*, classait, en 1938, Toscanini parmi les dix personnalités de la radio les plus extraordinaires, aux côtés de Fred Allen, Orson Welles ou encore Bernard Herrmann³³, tandis que le *Radio Guide* lui attribuait la « Médaille du mérite » pour l'« excellence de ses contributions radiophoniques » dans la mesure où il apportait « un idéal aux ondes américaines »³⁴. Ainsi assimilé à un « Dieu-objet » au service de la musique, Toscanini était bien plus qu'un simple chef d'orchestre.

25 Selon les musiciens, l'emprise du *star system* s'exerçait malgré lui. Altiste dans la formation de la NBC, William Carnoni déclara par exemple que le chef ne faisait rien pour se promouvoir lui-même car il souhaitait avant tout servir le compositeur³⁵. Dans ses carnets, Toscanini se disait être « un ennemi pur et dur de la presse »³⁶. Mike Rotunno, reporter des stars hollywoodiennes, avait essayé plusieurs refus « désagréables » en voulant le prendre en photo. Pour révéler au public le caractère colérique de Toscanini, il finit par lui tendre un piège : il appela deux photographes qui souhaitaient obtenir des clichés du chef, alors que celui-ci était en plein déjeuner avec sa fille et sa sœur au restaurant. Voyant les photographes s'approcher de leur table, Toscanini et sa famille leur jetèrent à la figure ce qu'ils avaient sous la main. Rotunno prit le cliché de la scène et, ravi de son coup, le fit paraître dans le *Chicago Sun-Times* quelques jours plus tard.

26 Dans une autre veine, Francis Chase Jr. fit paraître dans le *Radio Guide* un portrait « réaliste » titré « Toscanini le mystérieux » et rédigé à partir d'une interview, dans le but de faire découvrir à ses fans la réalité de l'homme hors podium, « un homme simple comme vous et moi » :

Toscanini – plus que toute autre personnalité musicale de notre temps – a gardé sa vie privée strictement privée [...]. Les dimanches, lundis, mardis et mercredis, T. est libre. Il passe ces journées dans une grande propriété en location à Riverdale. [...] Chaque matin, T. se lève à six heures, se dirige directement vers son piano Steinway où il joue quelques partitions. [...] La soupe est sa nourriture préférée. [...] Il lit Keats et Shelley [...]. T. ne fume pas [...]. Après le concert, retour à la maison de Riverdale pour une autre semaine de jeux avec Sonia, de lecture de partitions et d'écoute de la radio³⁷.

27 C'est là, somme toute, le portrait d'un idéal qui « implique une spiritualité »³⁸ et dont les éléments de la vie privée pour le moins banals sont relatés afin d'alimenter l'image d'un homme exemplaire.

28 La NBC entretenait également l'image d'un chef sympathique, aux antipodes du comportement autoritaire et difficile auquel les musiciens devaient souvent faire face. En 1949, un communiqué fut rédigé et envoyé aux rédactions avec pour titre « Arturo Toscanini, en coulisses. Il aime le sport télévisé, les spectacles de marionnettes, la musique. Il est calme et charmant la plupart du temps »³⁹. La chaîne américaine justifiant le caractère et les relations conflictuelles de Toscanini par le seul fait qu'il était une figure magistrale de la musique classique, le communiqué s'adressait aussi bien au public qu'aux personnes qui travaillaient à la construction de son image :

Il y a plusieurs années, sans le savoir, Toscanini fut photographié pendant une répétition de *La Traviata*. Les photographes étaient dans les pupitres de timbales et de contrebasses du NBC Symphony Orchestra avec zooms et, bien sûr, sans flashes. Lorsque, plusieurs mois après, les photographies lui furent présentées par l'attaché de presse de l'orchestre, Toscanini, relevant à quel point elles étaient de bonne qualité, demanda gentiment : « Pensez-vous que je puisse en avoir quelques-unes⁴⁰ ? »

- 29 Paradoxalement, Toscanini ne rechignait pas à poser avec sa famille devant les photographes et il appréciait les traitements de faveur qui lui étaient accordés par son statut. Dans une lettre adressée à Ada Mainardi, il affirme que « l'intégralité du personnel de la NBC, allant du Président Sarnoff (un homme vraiment exceptionnel) à l'ensemble du Conseil d'administration en passant par le portier sont enchantés par [lui] et [le] traitent comme leur Dieu »⁴¹. Il accepta également de recevoir de nombreux cadeaux de remerciements. Ces gestes de reconnaissance revêtaient parfois des intérêts publicitaires : en avril 1948, quelques jours après la retransmission télévisée de son interprétation de la *Neuvième Symphonie* de Beethoven, Sarnoff lui adressa une lettre⁴² dans laquelle il lui faisait part des compliments d'un actionnaire important, le président de General Motors, également propriétaire de l'usine de voitures de luxe Cadillac. En remerciement de ce concert « inoubliable », Sarnoff *via* General Motors fit livrer à Toscanini le tout dernier modèle de la marque, avec l'ajout d'un téléphone mobile aux frais de la NBC, ce qu'il fit en sachant que le chef, passionné d'automobiles, en ferait usage et, indirectement, la promotion. En tant que star, la vie privée et les goûts de Toscanini étaient donc aussi pourvus d'une efficacité commerciale et publicitaire.

Un chef idéal aux idéaux politiques médiatisés

- 30 Le *star system* révélait la figure de Toscanini en sublimant ses qualités d'interprète et, en parallèle, la presse écrite perfectionnait l'image publique, le physique ou encore le caractère du chef par le biais d'articles et de portraits élogieux. Les œuvres musicales choisies par Toscanini, quant à elles, contribuaient à le définir aux yeux du public et à parfaire son image. Toscanini, pour reprendre la formule d'Edgar Morin⁴³, imposait sa personnalité à sa fonction de chef d'orchestre et sa fonction de chef d'orchestre s'imposait à sa personnalité. Cette « dialectique de la personnalité » et d'« interpénétration »⁴⁴, selon la définition donnée par le sociologue à propos des acteurs de cinéma, est omniprésente chez Toscanini. Pour être un chef d'orchestre idéal, le *maestro* starifié ne pouvait uniquement se définir par sa fonction ; il lui fallait aussi travailler son image et révéler au public sa personnalité comme ses idéaux politiques. Le chef d'orchestre influençait la star, la star influençait le chef d'orchestre. Aussi les œuvres qu'il choisissait de donner à entendre n'étaient-elles pas seulement des œuvres : elles participaient à l'idéalisation de sa personne en servant la transmission de ses convictions sociales et politiques. Pour les auditeurs et les spectateurs, Toscanini représentait le modèle idéologique d'un homme dévoué aux causes humanitaires, d'un défenseur de la démocratie en temps de guerre, par le biais d'un répertoire soigneusement choisi et interprété selon les circonstances.
- 31 Marqué par l'attaque de Pearl Harbor et la Seconde Guerre mondiale, le début des années 1940 constitua l'une des périodes les plus importantes dans la représentation et la médiatisation des idéaux politiques de Toscanini. Le 19 juillet 1942, il dirigea la création américaine de la *Septième Symphonie* de Chostakovitch dont la partition microfilmée à Kouïbychev avait été acheminée par avion jusqu'à New York pour la NBC. Alors que Stokowski était à l'origine du projet de création et avait convaincu Sarnoff d'acheter les droits de la partition, Toscanini s'en empara et lui demanda par courrier de le laisser diriger l'œuvre en premier : « Essayez de me comprendre, mon cher Stokowski, ce n'est qu'à cause de la signification particulière de cette *Septième Symphonie* que j'ai demandé à en être le premier interprète⁴⁵. » Ce concert, perçu comme l'étendard de son opposition

au régime nazi, faisait écho à sa prise de position antifasciste, dès 1933, lorsqu'il refusa l'invitation faite par Hitler de diriger le festival de Bayreuth, décidant par la même occasion de ne plus jamais y retourner. Il est clair que, pour Sarnoff, la création américaine de l'œuvre par Stokowski, alors plus en vogue dans les médias pour sa relation avec l'actrice Greta Garbo que pour ses convictions politiques, n'aurait pas eu le même impact médiatique et donc aurait été moins rentable en termes d'audience et de symbolique pour la première chaîne nationale américaine.

- 32 En ces temps troublés, plusieurs musiciens et chefs d'orchestres revendiquaient leur engagement patriotique en interprétant des œuvres américaines lors de concerts et festivals dédiés à des programmes d'inspiration politique. Citons notamment le « Festival de musiques alliées » par les musiciens du Detroit Symphony Orchestra en 1942 ou l'exemple du chef Hans Kindler avec le National Symphony Orchestra à Washington D.C. qui, après l'attaque de Pearl Harbor, décida d'annoncer, au début de chaque saison, le nombre et le titre des œuvres américaines qu'il allait diriger⁴⁶.
- 33 Pendant cette période, Toscanini dirigea lui aussi des œuvres américaines avec l'orchestre de la NBC. Il ouvrit ainsi la nouvelle saison 1942-1943 par un concert entièrement consacré à l'interprétation d'œuvres américaines. Il donna à entendre le poème symphonique *Memories of My Childhood* de Charles Martin Loeffler, *Choric Dance n° 2* de Paul Creston, *Lincoln Legend* de Morton Gould et, enfin, la pièce maîtresse et attendue du programme : *Rhapsody in Blue* de George Gershwin avec en solistes le clarinettiste Benny Goodman et le pianiste Earl Wild. Le département presse de la NBC se chargea de la médiatisation de l'événement en réalisant une interview de la mère du compositeur, Rose Gershwin, qui fut ensuite envoyée aux rédactions des quotidiens. Celle-ci y déclarait qu'il s'agissait d'un « honneur inégalable à la mémoire de son fils que sa plus grande composition soit interprétée par un grand orchestre sous la direction de génie de [Toscanini] »⁴⁷. Suite à la retransmission, plusieurs musiciens et compositeurs envoyèrent des télégrammes de gratitude et de félicitations, parmi lesquels Paul Whiteman, Percy Faith, Woody Herman, Roy Shield et Benny Goodman, qui voyait un « symbole de [la] démocratie » américaine dans le fait que « les œuvres d'un homme qui a composé des comédies musicales et de la musique de jazz reçoivent tant de reconnaissance de la part d'un homme qui figure parmi les plus grands interprètes de musique »⁴⁸. D'un commun accord avec la NBC, Toscanini renouvela ce type de programme, et le soir du 7 février 1943, il dirigea plusieurs pièces modernes dont *Comedy Overture on Negro Themes* de Henry F. Gilbert, suivie de *Night Soliloquy* de Kent Kennan, *White Peacock* de Charles Griffes et, pour finir, *Grand Canyon Suite* de Ferde Grofé.
- 34 Quelques mois plus tard, à la demande du Secrétaire du Département du Trésor des États-Unis, Henry J. Morgenthau Jr., il dirigea l'orchestre au Carnegie Hall pour un « War Bond Concert », un « concert d'obligations de guerre », dont les places s'obtenaient en souscrivant à des bons obligataires de la Défense nationale américaine qui pouvaient atteindre jusqu'à 50 000 dollars pour une place en loge⁴⁹. Trois œuvres de Tchaïkovski furent données, parmi lesquelles le *Concerto pour piano n° 1* interprété par Vladimir Horowitz. Le concert se termina par l'hymne national américain, *The Star Spangled Banner*, que Toscanini avait orchestré et dont il céda la partition manuscrite pour une vente aux enchères pendant l'entracte, ce qui rapporta un million de dollars en bons obligataires. Morgenthau écrivit en remerciements à Toscanini : « Vous avez exprimé en musique la force et la puissance ainsi que la féroce détermination qui réside au fond de nous tous dans ce combat vers la victoire⁵⁰. » Morgenthau avait instauré les « War Bond Concerts »

dans le but de financer l'industrie et l'armement américains ; il avait ainsi mis en place une campagne de plusieurs tournées d'opérations de vente par le biais d'événements culturels destinés à attirer et sensibiliser toutes les catégories sociales. Intitulée « The Stars over America »⁵¹, la première de ces tournées avait eu lieu au mois de septembre 1942 : elle impliqua près de 337 personnalités parmi lesquelles des stars hollywoodiennes telles que Bette Davis, Rita Hayworth, Irene Dunne et des musiciens tels que Fred Astaire, Illona Massey ou encore Irving Berlin⁵². Parce que les stars incarnaient et influençaient de façon intense les comportements sociaux, leur présence et leur engagement était un moyen de faire appel au patriotisme et à la conscience des citoyens américains. L'engagement politique⁵³ de Toscanini dans cette campagne fut régulièrement mis en avant dans la presse écrite, et les concerts retransmis sur les ondes eurent un effet positif sur son image, non seulement auprès des masses, mais aussi auprès des hommes politiques. De même que les galas de charité, organisés sous l'égide de la NBC, représentaient un excellent moyen de montrer sa générosité envers des causes variées. Plusieurs fois, le Président Roosevelt salua l'engagement de Toscanini. C'est par exemple le cas dans cette lettre de remerciements qu'il lui adressa quelques jours après un concert donné au bénéfice d'une fondation médicale :

Mon Cher Maestro :

C'est avec un immense plaisir que je vous transmets ainsi qu'aux membres de l'Orchestre Symphonique de la NBC l'expression de ma profonde estime pour votre magnifique concert si généreusement dédié au travail de la Fondation nationale pour les paralysies infantiles. [...] Les formidables contributions que vous avez réalisées dans le monde de la musique ont toujours été illuminées par votre inflexible dévotion humaniste en faveur de la liberté. Une fois de plus, votre baguette a parlé avec une éloquence sans pareil au nom des faibles et des opprimés. [...]

Veuillez agréer mes salutations distinguées

Franklin D. Roosevelt⁵⁴

35 Lettre à laquelle Toscanini s'empresse de répondre :

Cher Monsieur le Président :

Ce fut un grand privilège d'avoir été appelé à dédier notre humble travail à une cause humanitaire. Votre lettre et vos mots d'estime ont profondément touché nos cœurs. Ils sont arrivés sans être attendus et ils ont été la récompense la plus importante que nous puissions espérer. Nous vous envoyons tous nos plus sincères remerciements. Pour ma part, je vous assure, cher Monsieur le Président, que je vais poursuivre sans relâche sur la même voie que j'ai empruntée tout au long de ma vie pour la cause de la liberté, liberté qui, selon moi, est la seule doctrine que l'art peut exprimer par lui-même et faire prospérer librement – liberté, qui est la meilleure de toutes les choses de la vie d'un homme si elle réunit en elle-même la sagesse et la vertu.

Avec mon plus grand respect.

Salutations distinguées

Arturo Toscanini⁵⁵

36 Les termes « liberté », « victoire », « antifascisme » étaient particulièrement récurrents dans le vocabulaire qui décrivait et accompagnait l'image médiatique et artistique de Toscanini. Ainsi Howard Taubman⁵⁶, dans le *New York Times*, écrivait-il : « Sa musique parle pour la liberté », et certains titres de ses concerts utilisaient ces mots. C'est par exemple le cas du « Concert pour la liberté de l'Italie », donné le soir du 9 septembre 1942, ou de certaines émissions spéciales produites et diffusées sur la NBC, telle « Victory Symphony, act I », qui marquait, en 1943, la chute du fascisme en Italie. Toscanini y

dirigeait le premier mouvement de la *Cinquième Symphonie* de Beethoven et avait pour projet d'exécuter l'œuvre intégralement lors de la défaite de l'Allemagne⁵⁷.

- 37 L'année suivante, en janvier 1944, alors qu'il avait toujours refusé les propositions des producteurs hollywoodiens de faire du cinéma, Toscanini accepta celle de l'OWI (Office of War Information) de figurer dans l'un des films-portraits de l'Amérique dirigés, notamment, par Frank Capra et Robert Riskin⁵⁸. Cette série de 26 films réalisés par des cinéastes hollywoodiens engagés à gauche était destinée à être envoyée aux territoires libérés afin de présenter l'Amérique dans une vision idéalisée. Toscanini accepta d'y jouer son propre rôle de chef d'orchestre, sous sa véritable identité et sans rémunération, sachant que le film, au sein de cette campagne de propagande, mettrait ses convictions et idéaux politiques en valeur. D'une durée de 30 minutes environ, le film montre le chef à la tête de l'orchestre de la NBC dans le studio 8H, dirigeant plusieurs œuvres de Verdi : l'Ouverture de *La Force du Destin* et l'*Hymne des Nations*, pièce à l'origine composée pour l'Exposition internationale de Londres et qui cite les thèmes du *God Save the Queen*, de *La Marseillaise* et de l'hymne garibaldien. Afin d'ajuster l'œuvre aux circonstances, Toscanini y accola l'hymne américain, *The Star Spangled Banner*, et sans en informer les réalisateurs du film, il modifia le texte d'Arrigo Boito qu'il fit chanter en remplaçant « Italia, o patria mia » (« Italie, ô ma patrie ») par « Italia, o patria mia tradita » (« Italie, ô ma patrie trahie »), en référence au régime dictatorial de Mussolini. Ces représentations télévisées participaient aussi à la construction de son image et du mythe de sa personnalité publique grâce aux caméras qui le révélaient au prisme d'expressions faciales, de postures et d'une gestuelle montrant force et ferveur.

- 38 Début juillet 1944, le Département des Relations avec les auditeurs reçut, parmi les lettres de fans, la carte postale d'un enfant qui lui faisait une demande toute particulière :

Cher Monsieur Toscanini, ma maman m'a dit que je ne reverrai plus jamais mon papa car il a été blessé par les méchants en Italie. Mon père m'avait dit que votre enregistrement de la symphonie Eroica de Beethoven [sic] était l'une des choses qu'il appréciait le plus. Pourriez-vous, s'il vous plaît, la jouer un dimanche après-midi ? Merci d'indiquer quand vous la jouerez en l'annonçant dans les journaux alors mon papa le saura. Jimmy⁵⁹.

- 39 Évidemment, Toscanini répondit favorablement à la demande de l'enfant et fit rédiger un communiqué de presse par la NBC. Le soir du 5 novembre 1944, il donna en concert l'« Héroïque » et la retransmission radiophonique se fit également dans certains pays d'Europe, dont l'Italie. Toscanini offrit ainsi à l'enfant une forme de consolation par le biais de l'œuvre. C'est ici que le rôle et la personnalité du chef se confondent : s'appropriant la symbolique héroïque de l'œuvre, Toscanini apparaît comme une figure tutélaire pour ses admirateurs. Il dirigea à nouveau l'œuvre lors de deux concerts symboliques retransmis à la NBC : le 8 mai 1945, jour de la Victoire en Europe, et le 1^{er} septembre de la même année, pour marquer l'arrêt des hostilités dans le Pacifique.

« Video [didn't] killed the radio star⁶⁰ »

- 40 En 1941, l'émergence de la télévision aux États-Unis relégua progressivement la radio au second plan dans les foyers. Le nouveau médium lui fit perdre de son ubiquité et également de nombreux auditeurs, car pour gagner des parts d'audience et accompagner la transition d'un mode de communication à un autre, les deux chaînes CBS et NBC adaptèrent à l'écran les émissions radiophoniques à succès. Au cours des premières années de son développement, la télévision n'a donc pas « tué » les stars de la radio ni les

radio performers, elle leur a offert une seconde naissance en les exposant physiquement. Depuis leur salon, les téléspectateurs visionnaient des shows télévisés, des matchs de sport retransmis en direct, les débats des candidats aux élections politiques : ils pouvaient associer des visages aux voix et aux personnalités qui leur étaient déjà familières. Dans un premier temps, l'image télévisée renforça l'imaginaire que procurait l'écoute de la radio. Puis, se substituant progressivement à la radio, la télévision imposa des images qui s'ancrèrent dans l'imaginaire des auditeurs.

- 41 Quelques années plus tard, en 1947, la NBC réalisa un documentaire promotionnel intitulé « Dans les coulisses de la radio, l'histoire de la NBC »⁶¹ qui offrait un aperçu de la fabrique des productions des studios du Rockefeller Center tout en retraçant l'histoire et l'évolution de la chaîne de radio NBC jusqu'à l'apparition de la télévision. Les premières images montrent un poste de radio allumé dans un salon qui diffuse *La Force du Destin* de Verdi dirigé par Toscanini avec l'orchestre de la NBC. Le documentaire se termine par une nouvelle apparition du chef mais, cette fois-ci, dans une mise en abyme : dans le même salon, le film de Toscanini est diffusé sur un écran de télévision avec un effet de travelling avant. Commenté par Ben Grauer⁶², le documentaire s'ouvre et se referme donc avec la figure de Toscanini, faisant de lui un symbole à la fois de la modernité et de l'évolution de la première chaîne américaine de radio-télévision.
- 42 Le soir du 20 mars 1948, David Sarnoff mena à un point d'aboutissement l'alliance de Toscanini avec la NBC en programmant la toute première retransmission télévisée en direct d'un concert de musique, ici consacré à Wagner. Depuis le studio 8H, il déclara devant les caméras :
- C'est un grand jour pour la radio, pour la télévision et pour le public. Ce soir, pour la première fois dans l'histoire de cette grande science et cet art qu'est la radio, nous allons téléviser la grande musique de Wagner, le grand génie de l'interprétation, Toscanini et le jeu des talentueux artistes de son orchestre. Jamais dans l'histoire du monde entier, cela n'a encore été possible. Cela représente la réalisation d'un rêve – un rêve dont nous rêvons depuis vingt-cinq ans si ce n'est plus... Je souhaiterais qu'il soit possible pour le peuple italien, en cette période difficile dans le destin de leur nation, de partager avec nous aussi ce soir le grand privilège et l'immense joie de voir et d'écouter leur loyal fils, natif du même pays – notre cher Maestro Toscanini⁶³.
- 43 Pour Sarnoff, l'importance de l'événement tenait autant à la réalisation de ses propres rêves qu'aux enjeux d'audience et de prestige du *network*, car le nombre de gens ayant vu Toscanini diriger sur scène ne représentait que « dix pour cent des téléspectateurs potentiels de ce concert »⁶⁴. Parallèlement, William Paley, président du *network* rival CBS, donna la réplique le soir même en diffusant en direct à la télévision le premier concert de la chaîne avec Eugène Ormandy à la tête de l'orchestre de Philadelphie, mais celui-ci n'obtint pas le même succès que Toscanini... Quelques jours plus tard, le magazine *Life* publia en effet deux articles comparatifs de ces concerts télévisés. Des captures d'écran montrant les chefs sous les projecteurs face aux caméras y étaient insérées. Si Toscanini y était admiré pour la précision de sa gestuelle ainsi que pour l'éloquence des expressions de son visage, il n'en était pas de même pour Ormandy à qui il était reproché d'avoir dans la bouche une pastille pour la toux alors qu'il dirigeait les musiciens face à la caméra⁶⁵ !
- 44 Premier concert télévisé, premier chef d'orchestre filmé dans les studios de la NBC : Toscanini devenait aussi « télégénique ». Ses concerts retransmis à la télévision étaient précédés de plusieurs répétitions durant lesquelles le réalisateur Hal Keith mettait au point le déroulé des prises de vue pour les caméramans. Inspirée des techniques du

cinéma hollywoodien, la réalisation s'organisait selon des cadrages et des angles de vue potentiellement chargés de significations, utilisant et alternant des plans rapprochés pour mettre en valeur son visage, son buste et ses mains, avec des plans en contre-plongée lui conférant grandeur, autorité et puissance.

- 45 Pour le premier concert, trois caméras furent utilisées : deux d'entre elles avaient été placées sur le balcon et une troisième face à lui, rendant le chef visible pour les téléspectateurs comme seuls les musiciens le voyaient sur scène, ce qui le plaça d'emblée dans une position physique charismatique. Le « jeu » du chef d'orchestre était sublimé, le moindre geste, la moindre mimique avaient leur importance et participaient à la construction de sa représentation qui s'imprimait dans l'imaginaire des téléspectateurs : « Son visage était vivant et passionné... La musique s'échappait de lui avec une force qu'il ne pouvait visiblement pas retenir, et on pouvait le voir fredonner, psalmodier, rugir presque. C'était comme si chaque instrument chantait à l'intérieur de lui. Le regarder *via* la télévision vous donnait l'illusion d'avoir trouvé une nouvelle dimension dans votre compréhension de la musique », déclara le critique Howard Taubman dans le *New York Times*⁶⁶.
- 46 Les effets de mise en scène furent accentués lors des concerts retransmis depuis Carnegie Hall. L'ajout de caméras multiplia les angles de vue et les sujets filmés, tendant à rendre les retransmissions plus riches visuellement, au risque de distraire les téléspectateurs et de porter atteinte à la musique. Lorsque Kirk Browning fut nommé directeur de la diffusion des concerts à la NBC, il tenta d'apporter quelques innovations et fantaisies afin de rompre un éventuel ennui chez les téléspectateurs, notamment en superposant l'image d'une jeune fille sur celle de Toscanini durant l'interprétation de la version orchestrée de *La Fille aux cheveux de lin* de Claude Debussy. Mais pour Chotzinoff, cela n'avait pas lieu d'être, surtout si c'était susceptible de faire de l'ombre au *maestro* : « Kirk, dorénavant, tu diriges les *shows* de Toscanini. Je me fiche de ce que tu fais avec les images – mais reste concentré uniquement sur Toscanini », lui aurait-il déclaré⁶⁷. Aussi Browning respecta-t-il le protocole de tournage et ne dérogea-t-il plus à la règle principale : mettre régulièrement au premier plan le visage et la gestuelle de Toscanini.
- 47 À propos de la réalisation du second concert télévisé, le 3 avril 1948, le journal *Newsweek* rapporta que les caméramans s'étaient concentrés sur trois points : Toscanini, l'orchestre de la NBC et le premier rang où avaient été placées les personnalités importantes⁶⁸. La télévision montrait des images valorisantes et, en ce sens, imposait une vision fabriquée, unifiée et contrôlée de la figure de Toscanini et de son environnement.
- 48 Face à la répétition des plans centrés sur le chef, Howard Taubman souleva une interrogation : « les chefs d'orchestre doivent-ils être vus ou juste entendus ? »⁶⁹, qui conduisit ici à se demander si la vidéo n'était pas, par sa nouveauté, un moyen de légitimer et de soutenir un genre musical qui perdait peu à peu de l'audience au profit d'autres genres plus divertissants. La dimension visuelle permettait aux téléspectateurs d'apprécier depuis chez soi un concert, mais voir les expressions du visage de Toscanini n'apportait pas une meilleure compréhension de l'œuvre. Enfin, si la vidéo ne « tua » pas les stars et les interprètes de radio, elle entraîna cependant une mutation dans la perception de la musique en déplaçant la concentration auditive sur l'attention visuelle. Ainsi, la dimension visuelle devenait autant sinon plus importante que la dimension sonore. Filmés et réalisés entre 1948 et 1952, les dix concerts du NBC Symphony Orchestra contribuèrent avant tout à servir l'image de Toscanini et à exploiter sa célébrité au profit de l'audience et du prestige de la chaîne.

- 49 Dès 1952, alors que les apparitions de Toscanini se faisaient plus rares, la NBC et CBS créèrent des émissions dédiées à l'étude d'œuvres musicales canoniques. Citons à ce sujet la série intitulée « Omnibus » dont la présentation et la direction artistique furent d'abord confiées à Leopold Stokowski puis à Leonard Bernstein, nouvelle star américaine de la baguette.
- 50 Le 25 mars 1954, Toscanini fit parvenir à Sarnoff une lettre de démission dans laquelle il exprimait son souhait de se retirer. Il mentionnait également dans cette lettre que tout au long de ces années de collaboration avec la NBC il s'était fait « une joie de savoir que la musique jouée par le NBC Symphony Orchestra avait été acclamée par une large audience radiophonique à travers tous les États-Unis et à l'étranger »⁷⁰. En réalité, cette lettre, également médiatisée⁷¹, fut probablement rédigée par son fils, Walter Toscanini, suite à un échange entre ce dernier et Sarnoff au cours duquel ils s'étaient mis d'accord sur l'arrêt des fonctions de Toscanini⁷².
- 51 L'ultime et dernier concert eut lieu le 4 avril 1954 au Carnegie Hall. Au cours de la représentation, Toscanini ne put retenir son émotion : il s'arrêta soudain de diriger l'orchestre et, de sa main gauche, se voila le visage. Guido Cantelli, son assistant, fit suspendre la retransmission. Après une longue pause, Toscanini retourna sur scène et dirigea le Prélude des *Maîtres Chanteurs* de Wagner en conclusion du programme. Quelques mois plus tard et après plusieurs négociations avec Chotzinoff, le NBC Symphony Orchestra fut dissous faute de moyens financiers et de sponsors⁷³. De leur propre initiative, une partie des musiciens choisit de maintenir la formation jusqu'en 1963 sous le nom « Symphony of the Air », que Stokowski et Bernstein acceptèrent de diriger lors de concerts publics et d'émissions télévisées.
- 52 En tant que chef d'orchestre célèbre, Toscanini constituait l'une des principales raisons pour lesquelles le public écoutait, regardait et assistait aux concerts produits par la NBC. Mais s'il apparaissait comme une figure mythique dans la vie musicale et parmi les chefs d'orchestre, pour l'industrie des émissions et de la Radio Corporation of America⁷⁴, il était d'abord considéré comme une « star-marchandise »⁷⁵, soumise à des enjeux d'audience comme d'autres grandes stars radiophoniques.
- 53 À la fin de sa carrière, Sarnoff confia à son biographe Ben Grauer sa fierté d'avoir réussi son projet de démocratisation de la « haute culture » en ayant pu créer un environnement culturel de référence pour les amateurs de musique classique comme pour l'ensemble de la population.
- 54 Durant ses dix-sept années de carrière sous contrat avec la chaîne américaine, Toscanini joua un rôle important dans la transformation et l'évolution de la représentation de la figure du chef d'orchestre aux États-Unis. Parce qu'il faisait valoir une fidélité absolue à la partition en revendiquant le respect des intentions du compositeur et qu'il rendait accessible et populaire un répertoire d'œuvres jouées le plus souvent en version intégrale, Toscanini était devenu le symbole d'une « culture parfaitement sacralisée »⁷⁶. En cela, il répondait à un idéal des pratiques culturelles qui s'était mis en place, dans la société américaine, au tournant du XX^e siècle et à une vision de la fonction du chef d'orchestre qui consistait désormais à « exécuter et préserver ce que l'on désignait souvent comme un art divin »⁷⁷.
- 55 Aujourd'hui, la visite des studios de la NBC, toujours situés au Rockefeller Center, permet au public d'accéder au studio 8H, qui, transformé en studio de télévision en 1950, devint en 1975 le studio attitré du célèbre programme américain le « Saturday Night Live ».

Certains curieux remarqueront, au détour d'un couloir où travaillent des producteurs d'émissions télévisées, qu'est entreposé dans un coin l'un des pupitres de répétition d'Arturo Toscanini avec pour seule mention : « Toscanini's Music Stand For NBC Symphony Orchestra. » Vestige matériel d'une époque à jamais révolue.

BIBLIOGRAPHIE

Sources

Archives de la NBC, Library of Congress, Washington D.C.

« Mr. David Sarnoff's Statement to the Public », mars 1937, *NBC press release*, folder 1241.

The NBC Symphony Orchestra, New York, 1938.

« Clockless Studio is legacy left by Arturo Toscanini », 17 mars 1938, *NBC press release*, folder 1241.

« Gershwin's Mother pays war tribute to Toscanini for first rendition of famous jazz classic », NBC Press Department, New York, 14 octobre 1942, *NBC press release*, folder 1238.

« America's Top dance band conductors acclaim Toscanini for *Rhapsody in Blue* presentation », 23 octobre 1942, *NBC press release*, folder 1238.

« President Roosevelt lauds Toscanini for its devotion to cause of liberty », 20 avril 1943, *NBC press release*, folder 1238.

« Morgenthau sends warm thanks to Toscanini for war bond concert », 20 mai 1943, *NBC press release*, folder 1238.

« Toscanini appears in his first film, but refuses any salary for sounding anti-fascist paeon again », *NBC Daily News*, 1944, folder 1238.

« Arturo Toscanini, Offstage. He loves Television sports, puppet shows, Music, Most of the time he's quiet, charming », 22 novembre 1949, *NBC press release*, folder 1240.

Lettre d'Arturo Toscanini à David Sarnoff datée du 8 février 1937, *NBC press release*, folder 1243.

Lettre d'Arturo Toscanini à John F. Royal datée du 24 décembre 1937, *NBC press release*, folder 1242.

Lettre de David Sarnoff à Arturo Toscanini datée du 7 mars 1948, « NBC's upcoming gift to him of a 1948 Cadillac equipped with a mobile telephone », folder 1240.

SARNOFF, David, « Toscanini returning to U.S. for series of NBC broadcasts », 5 février 1937, *NBC press release*, folder 1241.

SARNOFF, David, *NBC press release*, 7 mars 1938, folder 1241.

Articles de presse

New York Times

DOWNES, Olin, « Return of Toscanini », *New York Times*, 14 février 1937.

DOWNES, Olin, « Radio Orchestra makes debut here. NBC's New Symphonic Group, led by Monteux, is Heard at Radio City Studios », *New York Times*, 14 novembre 1937.

DOWNES, Olin, « Toscanini starts his air broadcasts. Distinguished Studio Audience Hears Him Direct Under Tense and Unique Conditions », *New York Times*, 26 décembre 1937.

DOWNES, Olin, « Toscanini on radio seen in new light; NBC Symphony's Third Concert Has Amazing Effects for Listener in His Home », *New York Times*, 10 janvier 1938.

DUNLAP, Orrin, « Radio Invades Strongholds of the Musical World: Broadcasters in Signing Toscanini Stir Discussion of Radio's Effect on Old Art », *New York Times*, 7 mars 1937.

DUNLAP, Orrin, « Sound and fury; Listeners Wish Radio Would "Shush" Studio Applause and Stop Other Pests », *New York Times*, 5 septembre 1937.

DUNLAP, Orrin, « Music in the Air », *New York Times*, 7 mars 1947.

DUNLAP, Orrin, « The Maestro's Magic », *New York Times*, 9 janvier 1938.

TAUBMAN, Howard, « Toscanini concert is telecast by NBC », *New York Times*, 21 mars 1948.

TAUBMAN, Howard, « Should Conductors Be Seen or Just Heard? », *New York Times*, 25 avril 1948.

Non signé : « The Messenger Boy. Mr. David Sarnoff, who began his life in America as a messenger boy, has again glorified his office », *New York Times*, 7 mars 1938.

Fortune Magazine

DAVENPORT, Marcia & Russell, « Toscanini on the Air », *Fortune Magazine*, janvier 1938.

Radio Guide

LIEBLING, Leonard, « His Musical Majesty Arturo Toscanini », *Radio Guide*, décembre 1937.

CHASE, Francis, « Toscanini the Mysterious », *Radio Guide*, mars 1940.

CURTIS, Mitchell, « Medal of Merit awarded to Arturo Toscanini », *Radio Guide*, janvier 1938.

Radio Stars

HAENLEY, Jack, « The Ten most Unusual People in Radio », *Radio Stars*, octobre 1938.

PETERSEN, Elisabeth Benneche, « The Housewife be pleased », *Radio Stars*, octobre 1938.

Autres

« Petrillo relents Television presents Toscanini » et « Rival CBS program featured a maestro who ate cough drops », *Life Magazine*, 5 avril 1948, p. 43-46.

« Toscanini by Television », *Newsweek*, 29 mars 1948, p. 79.

Bibliographie générale

BARNOUW, Erik, *A Tower in Babel. A History of Broadcasting in the United States To 1933*, New York, Oxford University Press, 1966.

BILBY, Kenneth, *The General. David Sarnoff And the Rise of the Communications Industry*, New York, Harper & Row Publishers, 1985.

BUSH JONES, John, *The Songs that Fought the War. Popular Music and the Home Front (1939-1945)*, Waltham, Brandeis University Press, 2006.

CANTRIL, Hadley, ALLPORT, Gordon W., *Psychology of Radio*, New York, Harpers & Brothers, 1935.

CHOTZINOFF, Samuel, *Toscanini. An Intimate Portrait*, New York, Alfred A. Knopf, 1956.

- DELONG, Thomas A., *The Mighty Music Box. The Golden Age of Musical Radio*, Los Angeles, Amber Crest Books, 1980.
- DUNNING, John, *On the Air. The Encyclopedia of Old-Time Radio*, New York, Oxford University Press, 1998.
- FAUSER, Annegret, *Sounds of War. Music in the United States during World War II*, New York, Oxford, Oxford University Press, 2013.
- FRANK, Mortimer H., *Arturo Toscanini. The NBC Years*, Portland, Amadeus Press, 2002.
- HAGGIN, Bernard H., *The Toscanini Musicians Knew*, New York, Horizon Press, 1967.
- HILLIARD, Robert L., KEITH, Michael C., *The Broadcast Century and Beyond. A Biography of American Broadcasting*, Boston, Focal Press, 2004.
- HOROWITZ, Joseph, *Understanding Toscanini. A Social History of American Concert Life*, Berkeley, University of California Press, 1994.
- LEVINE, Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, trad. M. Woollven, O. Vanhée, Paris, La Découverte, 2010.
- LYNCH, Chrystopher, *When Hollywood Landed at Chicago's Midway Airport. The Photos and Stories of Mike Rotunp*, Charleston, The History Press, 2012.
- MORIN, Edgar, *Les Stars*, Paris, Éd. du Seuil, 1972.
- ROSE, Kenneth, *Myth and the Greatest Generation. A Social History of Americans in World War II*, New York, Routledge, 2008.
- SACHS, Harvey, *Toscanini*, trad. M. C. Cuvillier et G. Zeisel, Paris, F. Van de Velde, 1980.
- TOSCANINI, Arturo, *The Letters of Arturo Toscanini*, éd. et trad. H. Sachs, Chicago, The University of Chicago Press, 2006.
- WARREN, Paul, *Le Secret du star-system américain. Une stratégie du regard*, Montréal, L'Hexagone, 1989.

NOTES

1. DELACROIX, Eugène, *Journal (1822-1863)*, éd. A. Joubin et R. Labourdette, Paris, Plon, 1996, p. 270.
2. ARLAUD, Rodolphe-Maurice, *Cinéma-Bouffe. Le cinéma et ses gens*, Paris, J. Melot, 1945, p. 163.
3. En français, *networks* se traduit par « serveurs » ou « réseaux de chaînes ». Le terme américain désigne les serveurs auxquels les stations américaines sont affiliées. La NBC fut le premier *network* national aux États-Unis. Le concept diffère de celui de chaîne « centralisée », comme par exemple la BBC en Angleterre, ou de celui de réseau coopératif, comme l'ARD en Allemagne.
4. Deux années plus tôt, en 1935, Hadley Cantril avait fait publier une première étude socio-psychologique sur l'audience de la radio : CANTRIL, Hadley & ALLPORT, Gordon W., *Psychology of Radio*, New York, Harpers & Brothers, 1935.
5. David Sarnoff (1891-1971) est le fondateur de la NBC. Il fut président de la Radio Corporation of America (RCA) créée en 1927. Dans un long mémorandum adressé en 1915 au président de la firme Marconi, il dévoile son projet visionnaire de faire de la télégraphie sans fil un véritable instrument de divertissement destiné au grand public : « J'ai à l'esprit un plan de développement qui pourrait donner à la radio une "utilité domestique" au même titre que le piano ou le phonographe » ; « I have in mind a plan of development which would make radio a "household utility" in the same sense as the piano or phonograph » (cité et repris dans HILLIARD, Robert L.,

KEITH, Michael C., *The Broadcast Century and Beyond. A Biography of American Broadcasting*, Boston, Focal Press, 2004, p. 16). L'ensemble des citations de l'article a été traduit par l'auteur.

6. À ce sujet, citons l'article de l'écrivain et publicitaire américain DUNLAP, Orrin, « Music in the Air », *New York Times*, 7 mars 1947. En particulier : « La principale conviction encourageant M. Toscanini à accepter [le contrat proposé par la NBC] est que la radio lui permet d'atteindre un auditoire infiniment plus large en une seule émission qu'en une tournée complète de concerts » ; « The main force encouraging Mr. Toscanini to accept is that radio enables him to reach such an infinitely larger audience in one broadcast than during an extended concert tour. »

7. « I invited Maestro Arturo Toscanini, the world greatest conductor, to return to America [...] » (SARNOFF, David, « Toscanini returning to U.S. for series of NBC broadcasts », 5 février 1937, Archives de la NBC, Library of Congress, Washington D.C. – désormais « Arch. NBC » –, *NBC press release*, folder 1241).

8. « The licensing authority may grant such permit if public convenience, interest, or necessity will be served by the construction of the station [...] » (extrait de *Public Law*, n° 632, 69th congress, section 21, cité dans BARNOUW, Erik, *A Tower in Babel. A History of Broadcasting in the United States To 1933*, New York, Oxford University Press, 1966, p. 310). Après une première période de chaos causée par la multiplication non contrôlée de stations émettrices dans les années 1920, le Congrès américain créa, par le *Radio Act* de 1927, la *Federal Radio Commission* (FRC) afin de réguler l'attribution des fréquences. La FRC (qui devint en 1934 la *Federal Communications Commission*) était une agence fédérale chargée de délivrer à chaque station une licence d'émission à condition qu'elle ait respecté la réglementation technique et les principes décrétés par le Congrès qui sont « l'intérêt du public, l'utilité ou la nécessité ».

9. DELONG, Thomas A., *The Mighty music box. The Golden Age of Musical Radio*, Los Angeles, Amber Crest Books, 1980, p. 152.

10. Dans les premières décennies de la radio américaine, les programmes radiophoniques qui n'étaient pas sponsorisés – les émissions éducatives, religieuses, politiques et certaines retransmissions de concerts – étaient communément appelées « *sustaining programs* », car ils faisaient valoir un intérêt uniquement public. C'était donc la radio elle-même qui finançait ce type de programmes, par le biais, entre autres, des profits générés par ceux qui étaient sponsorisés.

11. MORIN, Edgar, *Les Stars*, Paris, Éd. du Seuil, 1972, p. 12.

12. DAVENPORT, John et Marcia, « Toscanini on the Air », *Fortune Magazine*, janvier 1938, p. 62-63. D'après un sondage réalisé par le *Fortune Quarterly Survey* en 1937.

13. « The National Broadcasting Company is an American Business organization. It has employees and it has stockholders. It serves their interests best when it serves the public best. We believe in this principle and maintain it as our guiding policy. This is why we organized the new NBC Symphony Orchestra and invited the world's greatest conductor to direct it » (SARNOFF, *NBC press release*, 7 mars 1938, Arch. NBC, folder 1241).

14. « Symphonic music has no place in a mass medium » (in BILBY, Kenneth, *The General. David Sarnoff And the Rise of the Communications Industry*, New York, Harper & Row Publishers, 1985, p. 241).

15. « You probably know someone who has been talking for weeks about Toscanini's first broadcast with the new NBC orchestra on Christmas night. This is the story of how that spectacular program was put together, and why » (DAVENPORT, « Toscanini on the Air », art. cit., p. 62).

16. « And he [Sarnoff] would become the pivot of the Toscanini cult » (*id.*).

17. Lettre de Toscanini à John F. Royal datée du 24 décembre 1937, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1242.

18. « Clockless Studio is legacy left by Arturo Toscanini », 17 mars 1938, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1241.

19. DUNLAP, Orrin, « Sound and Fury; Listeners Wish Radio Would “Shush” Studio Applause and Stop Other Pests », *New York Times*, 5 septembre 1937.
20. « Free of any advertising consideration, for the benefit of the great public » (DOWNES, Olin, « Return of Toscanini », *New York Times*, 14 février 1937).
21. Lettre de Toscanini à Sarnoff datée du 8 février 1937, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1243.
22. SACHS, Harvey, *Toscanini*, trad. M. C. Cu villier et G. Zeisel, Paris, F. Van De Velde, p. 266.
23. *The NBC Symphony Orchestra*, New York, 1938, Arch. NBC. Cette publication promotionnelle comprenait une biographie de chacun des musiciens de l'orchestre accompagnée d'un portrait dessiné par l'artiste Bettina Steinke.
24. « No such significant two minutes of suspense have been known in radio since Edward of England waited to begin his memorable abdication speech last year » (LIEBLING, Leonard, « His Musical Majesty Arturo Toscanini », *Radio Guide*, 25 décembre 1937, p. 2).
25. Citons notamment le programme musical « The Atwater Kent Hour » diffusé de 1926 à 1934 sur la NBC. L'assimilation et l'intégration de la marque dans l'esprit des auditeurs se faisaient de façon presque subliminale : au lieu d'annoncer le « singing quartet » à la fin d'une interprétation, le présentateur annonçait le « Atwater Kent Quartet », de même que le ténor était « The tenor of the Atwater Kent Hour », l'orchestre lui-même portant le nom « The Atwater Kent Symphony orchestra ». À ce sujet, voir l'ouvrage de DUNNING, John, *On the Air. The Encyclopedia of Old-Time Radio*, New York, Oxford University Press, 1998, p. 48-49.
26. Sur la notion de radiogénie, nous renvoyons à l'ouvrage COEUROY, André, *Panorama de la radio*, Paris, Éditions Kra, 1930.
27. Concernant la presse spécialisée dans la radio, citons tout particulièrement les journaux : *Radio Digest*, *Radio Stars* et *Radio Mirror*.
28. « We are delighted to be able to secure the return of Maestro Toscanini to America. His incomparable genius will further stimulate and enrich musical appreciation in our country. At NBC we are pursuing the policy of giving millions of our listeners the greatest artists the world has to offer. The opportunity to bring this message of music to the countless millions of American listeners has made a great appeal to the Maestro » (« Mr. David Sarnoff's Statement to the Public », mars 1937, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1241).
29. Après le dernier concert de la saison, un autre communiqué fut envoyé à la presse par les soins de la NBC, ce qui généra notamment cet éditorial non signé : « The Messenger Boy. Mr. David Sarnoff, who began his life in America as a messenger boy, has again glorified his office », *New York Times*, 7 mars 1938.
30. « His Musical Majesty [...]. Unchallenged king of the realm music [...]. That dream of every performer, a world-wide audience, has come true for him » (LIEBLING, « His Musical Majesty Arturo Toscanini », art. cit., p. 2).
31. « The National Broadcasting Company is setting out to prove that the only God is Music and Toscanini His Messenger » (LIEBERSON, Goddard, « Over the Air », *Modern Music*, vol. 15, n° 2, 1938, p. 115).
32. « This twentieth-century gesture of Medici-like magnificence, carried through by an American business corporation for the benefit of millions of anonymous but powerful listeners. Only American have audacity would dare to approach the god of all conductors, and having won him, proceed then to build an orchestra worthy of him » (DAVENPORT, Marcia, « All Star Orchestra », *Stage*, décembre 1937, p. 79).
33. HAENLEY, Jack, « The Ten most Unusual People in Radio », *Radio Stars*, octobre 1938, p. 20-21.
34. « Weekly award for Excellence in Broadcasting. [...] Signor Toscanini brings an ideal to America's ether » (CURTIS, Mitchell, « Medal of Merit awarded to Arturo Toscanini », *Radio Guide*, janvier 1938, vol. 7, n° 11, p. 1).

35. « He did nothing for show, nothing for himself [...] and the Old Man always felt the composer was much more important than the conductor » (HAGGIN, Bernard H., *The Toscanini Musicians Knew*, New York, Horizon Press, 1967, p. 57-58).
36. « [...] a dyed-in-the-wool enemy of the press » (LYNCH, Christopher, *When Hollywood Landed at Chicago's Midway Airport. The Photos & Stories of Mike Rotunno*, Charleston, The History Press, 2012, p. 34).
37. « Toscanini – more than any modern man of music – has kept his private life strictly private [...]. On Sundays, Mondays, Tuesdays and Wednesdays, T. is free. He spends those days at a large rented estate at Riverdale. [...] T. arises each morning at six o'clock, goes straight to his Steinway piano where he plays score [...]. Soup is his favorite food [...]. He reads Keats and Shelley [...]. T. doesn't smoke [...]. After the concert, back to the Riverdale home for another week of playing with Sonia, playing scores and listening to the radio » (CHASE, Francis Jr., « Toscanini the Mysterious », *Radio Guide*, 23 mars 1940, p. 4-5).
38. MORIN, *Les Stars*, op. cit., p. 46 : « L'idéalisation de la star implique bien entendu une spiritualité. Les photos nous montrent souvent la star occupée à peindre sous l'inspiration du plus authentique talent, ou bien accroupie devant sa bibliothèque, consultant un bel ouvrage [...]. »
39. « Arturo Toscanini, Offstage. He loves Television sports, puppet shows, Music, Most of the time he's quiet, charming », 22 novembre 1949, Arch. NBC, *NBC press release*, Folder 1240.
40. « Several years ago, without his knowledge, Toscanini was photographed during the rehearsal of *La Traviata*. Photographers were in the tympani and double bass sections of the NBC Symphony Orchestra with long-range lenses, and, of course, without flash bulbs. When the pictures were shown to Toscanini several months later by the orchestra's press representative, Toscanini remarked how good the pictures were, then asked gently: "do you think I could have some?" » (*id.*).
41. « The entire personnel of the NBC, from President Sarnoff (a truly exceptional man) and the board of directors down to the doorman, are enchanted with me and treat me like their God » (Lettre de Toscanini à Ada Mainardi, datée du 23 décembre 1937, dans TOSCANINI, Arturo, *The Letters of Arturo Toscanini*, éd. H. Sachs, Chicago, The University of Chicago Press, 2006, p. 318).
42. Lettre de David Sarnoff à Arturo Toscanini, datée du 7 mars 1948, « NBC's upcoming gift to him of a 1948 Cadillac equipped with a mobile telephone », Arch. NBC, folder 1240.
43. MORIN, *Les Stars*, op. cit., p. 170. Dans son étude sur les pratiques du *star system* dans le cinéma hollywoodien, Morin étudie le rapport de la star à son personnage de fiction et à son personnage public, ses représentations, ses propres déclarations ainsi que celles de la presse. Il explique : « La star est le produit d'une dialectique de la personnalité : un acteur impose sa personnalité à ses héros, ses héros imposent leur personnalité à un acteur ; de cette surimpression naît un être mixte : la star. Cela signifie que l'acteur apporte son capital de personnalité propre. »
44. *Ibid.*, p. 37. Selon l'auteur, il se produit une « dialectique d'interpénétration » entre la star et son rôle : « La star n'est pas seulement une actrice. Ses personnages ne sont pas seulement des personnages. Les personnages du film contaminent les stars. Réciproquement, la star elle-même contamine ses personnages. »
45. « Try to understand me, my dear Stokowski only because of the special meaning of this Seventh Symphony I asked to be its first interpreter » (lettre d'Arturo Toscanini à Leopold Stokowski, datée du 25 juin 1942, dans TOSCANINI, *The Letters of Arturo Toscanini*, op. cit., p. 386).
46. Sur ce sujet, nous renvoyons à l'ouvrage suivant : FAUSER, Annegret, *Sounds of War. Music in the United States during World War II*, New York, Oxford, Oxford University Press, 2013, p. 50-53.
47. « No greater honor can be paid to the memory of my son than to have his greatest composition played by a great orchestra under the genius of your baton » (« Gershwin's Mother pays war tribute to Toscanini for first rendition of famous jazz classic », NBC Press Department New York, 14 octobre 1942, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1238).

48. « It is also a symbol of our Democracy that the works of a man who wrote musical comedy and jazz music is being given such recognition by a man who ranks among the greatest musical interpreters » (« America's Top dance band conductors acclaim Toscanini for *Rhapsody in Blue* presentation », 23 octobre 1942, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1238).

49. Concert du 25 avril 1943, « President Roosevelt lauds Toscanini for its devotion to cause of liberty », Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1238.

50. « You expressed in music the might and power and fierce resolve deep down within us all to battle to victory » (« Morgenthau sends warm thanks to Toscanini for war bond concert », 20 mai 1943, Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1238).

51. Sur ce sujet, voir l'ouvrage de ROSE, Kenneth, *Myth and the Greatest Generation. A Social History of Americans in World War II*, New York, Routledge, 2008.

52. BUSH JONES, John, *The Songs that Fought the War. Popular Music and the Home Front (1939-1945)*, Waltham, Brandeis University Press, 2006, p. 198. Auteur du célèbre *God Bless America*, Irving Berlin avait composé pour les besoins d'un dessin animé produit par le Département du Trésor des États-Unis la chanson « Any Bonds Today? » afin de promouvoir les obligations de guerre et bons d'épargne de la Défense nationale américaine.

53. Rappelons que l'engagement de Toscanini dans la lutte antifasciste est plus ancien. Alors directeur de la Scala de Milan, il avait affiché et manifesté son opposition au régime de Mussolini, dès ses débuts, prônant une Italie démocratique. Refusant de jouer l'hymne du parti fasciste *Giovinetta* avant le lever de rideau comme les Chemises noires du Duce l'exigeaient, il interdit aussi qu'on apposât les portraits de ce dernier sur les murs de la Scala. Puis, dès 1933, il s'était également opposé à Hitler, notamment en boycottant les orchestres et théâtres allemands pour protester contre les lois antisémites qui contraignaient les musiciens juifs à l'exil. Voir SACHS, *Toscanini*, op. cit., p. 157, p. 225-229. Sur les rapports entre Toscanini et le pouvoir politique, voir également l'ouvrage du même auteur : *Réflexions sur Toscanini. Musique et politique*, trad. A.-S. Homassel, Paris, Notes de nuit, 2014.

54. « My dear Maestro, It is with great personal pleasure that I convey my deep appreciation to you and the members of the NBC Symphony Orchestra for you brilliant concert dedicated so generously to the work of the National Foundation for Infantile Paralysis [...]. The magnificent contributions you have made to the world of music have always been highlighted by your humanitarian and unyielding devotion to the cause of liberty. Once again, your baton has spoken with unmatched eloquence on behalf of the afflicted and oppressed. [...] Faithfully yours. Franklin D. Roosevelt » (Correspondance entre le Président Franklin D. Roosevelt et Arturo Toscanini, reproduite sous la forme d'un communiqué de presse daté du 20 avril 1943 et titré « President Roosevelt lauds Toscanini for its devotion to cause of liberty », Arch. NBC, *NBC press release*, folder 1238).

55. « My dear Mr. President: It was a great privilege to be called upon to dedicate our humble work for a humanitarian cause. Your letter and your words of appreciation have deeply moved our hearts. They came unexpectedly and they were the highest recompense that we could have hoped for. We all send you our deepest thanks. As for myself, I assure you, my dear Mr. President, that I shall continue unabated on the same path that I have trodded all my life for the cause of liberty, liberty that, in my opinion, is the only orthodoxy which art may express itself and flourish freely – liberty that is the best of all things in the life of a man, if it is all one with wisdom and virtue. With the greatest respect, I am faithfully yours. Arturo Toscanini » (*id.*).

56. TAUBMAN, Howard, « His music speaks for Freedom », *New York Times*, 26 septembre 1943.

57. SACHS, *Toscanini*, op. cit., p. 288.

58. « Toscanini appears in his first film, but refuses any salary for sounding anti-fascist paean again », Arch. NBC, *NBC Daily News*, folder 1238.

59. « Dear Mr. Toscanini. My momy told me that I would never see my daddy again because he was hurt by the bad men in Italy. My daddy told me that he never enjoyed anything as much as

your recording of the Eroica symphony by Batovon [sic]. Would you please play it some Sunday afternoon? Please say when you will play it by writing it in the news paper so my daddy will know. Jimmy » (Arch. NBC, folder 1238).

60. D'après le titre de la chanson intitulée *Video Killed the Radio Star* interprétée par le groupe anglais The Buggles.

61. « Behind your Radio Dial: The Story of NBC », 1947. Film disponible en ligne à l'adresse : <https://archive.org/details/BehindYo1947>

62. Ben Grauer (1908-1977) était un présentateur vedette de la chaîne NBC. Toscanini l'avait choisi pour être l'annonceur attitré des concerts du NBC Symphony Orchestra de 1940 à 1954. En 1963, il produisit et présenta la série « Toscanini, The Man Behind the Legend » qui fut diffusée à la radio jusqu'en 1980.

63. « This is a great day for radio, for television and for the public. Tonight for the first time in the history of this great science and art of radio, we are televising the great music of Wagner, the great interpretive genius of Toscanini, and the playing of his gifted artists in his orchestra. Never before in the history of the world was this possible. This represents the realization of a dream – a dream we have dreamed for twenty-five years or more... I wish it were possible for the people in Italy also tonight, particularly during this critical period in the destiny of their nation, to share with us the great privilege and the great joy of seeing and listening to their loyal native son – our own dear Maestro Toscanini » (SARNOFF, David, Discours d'introduction lors du premier concert télévisé en direct sur la NBC le 20 mars 1948. Source : « Arturo Toscanini – The Television Concerts 1948-1952 », DVD vol. 1, Testament, 2006).

64. *Id.*

65. « Petrillo relents Television presents Toscanini », « Rival CBS program featured a maestro who ate cough drops », *Life Magazine*, 5 avril 1948, p. 43-46.

66. « His face was vital and intense... The music welled out of him with a force that he seemingly could not brook, and one could see him humming, chanting, almost roaring. It was as though every instrument were singing within him. Watching him via television gave you the illusion that a new dimension had been found for your comprehension of music » (TAUBMAN, Howard, « Should Conductors Be Seen or Just Heard? », *New York Times*, 25 avril 1948).

67. « Kirk, from here on, you're directing the Toscanini shows. I don't care what you do with the picture – just never be on anything but Toscanini » (HILLIARD, Robert L., KEITH, Michael C., *The Broadcast Century and Beyond. A Biography of American Broadcasting*, Boston, Focal Press, 2004, p. 158).

68. « Toscanini by Television », *Newsweek*, 29 mars 1948, p. 79.

69. TAUBMAN, Howard, « Toscanini Concert is Telecast by NBC », *New York Times*, 21 mars 1948.

70. « Year after year it had been a joy for me to know that the music played by the NBC Symphony Orchestra has been acclaimed by the vast radio audiences all over the United States and abroad » (TOSCANINI, *The Letters of Arturo Toscanini*, op. cit., p. 445).

71. HOROWITZ, Joseph, *Understanding Toscanini. A Social History of American Concert Life*, Berkeley, University of California Press, 1994, p. 302.

72. SACHS, *Toscanini*, op. cit., p. 314.

73. HOROWITZ, *Understanding Toscanini. A Social History of American Concert Life*, op. cit., p. 303.

74. La Radio Corporation of America (RCA) possédait également le label discographique « Victor RCA » qui commercialisait les enregistrements d'Arturo Toscanini.

75. Selon la définition donnée par MORIN, *Les Stars*, op. cit., p. 9.

76. LEVINE, Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, trad. M. Woollven et O. Vanhée, Paris, La Découverte, 2010, p. 176. Cet idéal des pratiques culturelles renvoie à la constitution des hiérarchies culturelles et à la séparation de deux types de culture – élitiste et populaire – *highbrow* et *lowbrow* – qui coexistaient dès la seconde moitié du XIX^e siècle aux États-Unis. Cette dichotomie s'est peu à peu substituée à la

notion de « culture publique partagée » que Levine décrit dans son ouvrage. Cette « bifurcation culturelle » s'opéra notamment par une sacralisation du répertoire musical savant caractérisée par le respect de l'intégrité de l'œuvre.

77. *Ibid.*, p. 147.

RÉSUMÉS

Cet article présente et analyse plusieurs aspects de la représentation médiatique et de la réception de la figure du chef d'orchestre Arturo Toscanini pendant ses années sous contrat avec la National Broadcasting Company, de 1937 à 1954. Au cours de cette période, la NBC a contribué à la construction de son mythe en élargissant sa popularité à travers les États-Unis par l'utilisation de moyens publicitaires propres aux médias de masse. En réalité, la collaboration de Toscanini avec la chaîne américaine recouvrait de nombreux enjeux à la fois artistiques, politiques et économiques qui servaient les intérêts des deux parties.

INDEX

Mots-clés : Toscanini, NBC, star system, médiatisation, politique

AUTEUR

SANDRINE KHOUDJA-COYEZ

Doctorante à l'EHESS, Sandrine Khoudja-Coyez est diplômée de l'Université de Lille 3. Après avoir consacré ses travaux universitaires de Master à la diffusion de la musique contemporaine à Radio France, elle entreprend une thèse de doctorat dédiée à l'étude de la diffusion de la musique classique à la NBC dans la première moitié du XXe siècle sous la codirection d'Esteban Buch et Karine Le Bail.