

"Hold the future in your hand" : la publicité pour la radio, la télévision et le tourne-disque au Luxembourg, en Allemagne et en France dans les années 1960

N.N.

Dans une émission produite par l'ORTF en 1964 intitulée *Le Magazine féminin* (Archive Ina), une femme fait la démonstration d'un meuble dans lequel on peut loger et dissimuler un téléviseur, un poste de radio et un tourne-disque. Ces trois biens culturels et médiatiques se sont répandus dans les foyers à des rythmes différents au cours des années 1960, la radio étant souvent le prédécesseur du téléviseur. En examinant les publicités pour ces trois dispositifs médiatiques dans trois pays européens, on s'intéressera à l'esthétique, aux représentations et aux imaginaires, ainsi qu'à la place qu'ils occupent dans les publicités télévisées, dans la presse généraliste, mais aussi dans les magazines pour femmes ou pour adolescents notamment. Les publicités reflètent le développement technique de ces appareils, mais aussi les efforts consentis pour les acquérir. Cette histoire qui touche à la diffusion dans les foyers et à la consommation, permet d'analyser la segmentation progressive du marché, par exemple avec l'émergence d'un marché ciblant les jeunes ou véhiculant des représentations genrées. La comparaison entre les trois pays permettra de mettre en relation les marchés de consommation, la communication entre les équipementiers et les fournisseurs locaux, le rôle des médias et des évolutions nationales, et d'éclairer différentes échelles - locales, nationales et européennes. D'un point de vue méthodologique, le projet mêlera lecture proche et distante et s'appuiera sur des méthodologies liées aux humanités numériques.