

„Hold the future in your hand“: publicité pour radios, télévisions et tourne-disques au Luxembourg, en Allemagne et en France dans les années 1960.

N.N.

Dans une émission de l'ORTF de 1964 intitulée *Le Magazine féminin* (Ina Archive), une femme fait la démonstration d'un meuble qui peut abriter et dissimuler une télévision, une radio et un tourne-disque. Ces trois biens culturels et médiatiques se sont répandus dans les ménages à des rythmes différents au cours des années 1960, la radio étant souvent le prédécesseur du téléviseur. En cherchant à examiner la publicité de ces trois dispositifs médiatiques dans trois pays européens, on s'intéresse à l'esthétique, aux représentations et aux images imaginaires, ainsi qu'à la place qu'elles occupent dans les publicités télévisées, dans la presse générale, mais aussi dans les magazines pour femmes ou pour adolescents et jeunes adultes. Les publicités reflètent le développement technique de ces appareils, mais aussi les efforts déployés pour les acquérir. Cette histoire, ainsi que sa diffusion dans les foyers et la consommation, qui permet d'analyser la segmentation progressive du marché et de l'imaginaire de la publicité, apporte également une dimension historico-culturelle indéniable, en examinant, par exemple, l'émergence d'un marché pour les jeunes ou les représentations et les messages spécifiques liés au genre. La comparaison entre les trois pays permettra de mettre en relation les marchés de consommation, la communication entre les fabricants et les fournisseurs locaux, le rôle des médias et les évolutions nationales, en mettant en lumière différentes dimensions - locales, nationales et européennes. D'un point de vue méthodologique, le projet opposera les approches de *Close Reading* et de *Distant Reading* et encouragera les comparaisons économiques, médiatiques et culturelles.