

[2009] S.Parasie, « La publicité, miroir fidèle ou déformant de la culture audiovisuelle des années 1960-1970 ? », in P.Eveno et D.Maréchal (dir.), *La culture audiovisuelle des années 1960-1970*, Paris, L'Harmattan, 2009, p.53-62.

Souvent présentée par le slogan « informer, éduquer, distraire », la culture télévisuelle des années 60-70 s'incarnait dans une variété de genres d'émissions (dramatiques, fictions, magazines d'information, émissions de variété, jeux télévisés). Les recherches ont montré que cette culture avait une certaine cohérence et qu'elle reposait sur le volontarisme culturel des professionnels de la télévision, sur l'implication d'une partie du personnel politique de l'époque, ainsi que sur les pratiques de sociabilité des téléspectateurs. Mais peut-on dire que les publicités témoignent également de la culture audiovisuelle de cette époque ? Cet article montre que bien qu'isolés dans l'écran publicitaire, ces programmes suivaient au contraire fidèlement les codes d'une culture audiovisuelle qui se transforme d'ailleurs sensiblement dans la seconde moitié de la décennie 1970.