



UNIL | Université de Lausanne

Unicentre  
CH-1015 Lausanne  
<http://serval.unil.ch>

---

Year : 2020

## "See What's Past". L'esthétique de la nostalgie dans les séries Netflix : les cas de "Stranger Things" et "GLOW"

Manuela Pellegrini

Manuela Pellegrini, 2020, "See What's Past". L'esthétique de la nostalgie dans les séries Netflix : les cas de "Stranger Things" et "GLOW"

Originally published at : Mémoire de maîtrise, Université de Lausanne

Posted at the University of Lausanne Open Archive.  
<http://serval.unil.ch>

### **Droits d'auteur**

L'Université de Lausanne attire expressément l'attention des utilisateurs sur le fait que tous les documents publiés dans l'Archive SERVAL sont protégés par le droit d'auteur, conformément à la loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA). A ce titre, il est indispensable d'obtenir le consentement préalable de l'auteur et/ou de l'éditeur avant toute utilisation d'une oeuvre ou d'une partie d'une oeuvre ne relevant pas d'une utilisation à des fins personnelles au sens de la LDA (art. 19, al. 1 lettre a). A défaut, tout contrevenant s'expose aux sanctions prévues par cette loi. Nous déclinons toute responsabilité en la matière.

### **Copyright**

The University of Lausanne expressly draws the attention of users to the fact that all documents published in the SERVAL Archive are protected by copyright in accordance with federal law on copyright and similar rights (LDA). Accordingly it is indispensable to obtain prior consent from the author and/or publisher before any use of a work or part of a work for purposes other than personal use within the meaning of LDA (art. 19, para. 1 letter a). Failure to do so will expose offenders to the sanctions laid down by this law. We accept no liability in this respect.



UNIL | Université de Lausanne

Faculté des lettres

UNIVERSITÉ DE LAUSANNE  
FACULTÉ DES LETTRES

Mémoire de Maîtrise universitaire ès lettres en Histoire et esthétique du cinéma

***See What's Past***

**L'esthétique de la nostalgie dans les séries Netflix : les cas de  
*Stranger Things* et *GLOW***

par  
Manuela Pellegrini

sous la direction de Mireille Berton

Session d'automne 2020



## Remerciements

Mon premier remerciement va à Mireille Berton pour sa patience, ses conseils et ses corrections minutieuses du mémoire, tout comme pour m'avoir poussée à faire de mon mieux tout au long de mon parcours universitaire.

Merci aussi à tous les professeur(e)s de la Section de Cinéma rencontrés sur mon chemin académique de m'avoir toujours permis d'explorer les thématiques cinématographiques et télévisuelles qui me passionnaient le plus. Parmi ces dernier(e)s, j'aimerais tout spécialement remercier Sylvain Portmann d'avoir accepté avec enthousiasme d'expertiser ce travail, ainsi que de son accueil au sein du CEC lors de mon assistanat, de ses conseils et de ses encouragements quant à mon avenir professionnel.

Je pense que les mots ne suffisent pas pour exprimer pleinement mon immense reconnaissance envers Adèle Morerod, chère amie qui a lu et corrigé ce travail du début à la fin. Merci pour ta patience infinie, tes remarques et ton avis sincère : je ne crois pas que j'aurais pu achever ce travail sans toi.

Merci de tout cœur à ma chère amie Tessa Cattaneo d'avoir relu mes chapitres et de m'avoir toujours encouragée, même dans les moments les plus difficiles. Tu es mon roc depuis dix ans et je ne sais pas ce que je ferais sans toi.

Un grand merci va également à Jessica et Monica pour leur encouragement à distance, ainsi qu'à mes collègues et amies Ella et Isotta pour leur soutien constant et précieux.

Je tiens également à remercier mes compagnons d'aventures lausannoises Ana, Chloé, Diane, Nadège, Philomène, Sander, Lauren et Amélie, sans lesquels mon expérience universitaire n'aurait pas été si agréable et amusante.

Merci à ma famille, à mon père et à mon frère, mais particulièrement à toi, Momey, de m'avoir toujours encouragée à suivre mes rêves et de ton amour inconditionnel même lorsque je t'ai fait désespérer.

*Last, but not least*, merci à toi, Marco, de m'avoir accompagnée pendant tous les moments de délire de ma carrière universitaire avec tout l'amour et le soutien dont on peut rêver. D'après Bruce Springsteen, « on ne peut pas allumer un feu sans une étincelle », et toi, tu es mon étincelle.



# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	1
<b>PREMIÈRE PARTIE - La nostalgie dans les médias contemporains</b>	
I. Le concept de la nostalgie aux XX <sup>e</sup> et XXI <sup>e</sup> siècle.....	11
II. « Rétro » et « Vintage » : les faux synonymes et la question de la distance spatio-temporelle ..	17
III. Les différentes tendances de la nostalgie et ses clés de lecture .....	20
IV. L'esthétique nostalgique dans les médias .....	26
<b>DEUXIÈME PARTIE - Netflix et la nostalgie</b>	
V. Ce n'est pas de la télévision, c'est de la télévision Web.....	33
VI. La télévision, un média intrinsèquement nostalgique.....	41
VII. Netflix comme plateforme inductrice de nostalgie.....	47
VII.a La construction de la « playlist du passé ».....	48
VII.b Pour une consommation nostalgique : l'intimité et le binge- watching .....	54
<b>TROISIÈME PARTIE - L'esthétique de la nostalgie dans <i>Stranger Things</i> et <i>GLOW</i></b>	
VIII. L'esthétique sérielle .....	63
IX. <i>[We] Love the '80s</i> , mais pour quelle raison ?.....	69
X. Analyse des esthétiques nostalgiques dans <i>Stranger Things</i> et <i>GLOW</i> .....	73
X.a Le générique comme synecdoque du programme esthétique nostalgique .....	74
X.b La construction de l'esthétique du <i>pastness</i> par la mise en scène et les références intertextuelles.....	86
X.c La construction de l'esthétique du <i>pastness</i> par la mise en chaîne .....	96
X.c.i La bande sonore comme encouragement à la nostalgie : la fonction atmosphérique et le renforcement des discours.....	97
X.c.ii La surface de l'esthétique du passé : l'étalonnage et l'imitation de l'analogique .....	101
<b>Conclusion</b> .....	112
<b>Sériegraphie</b> .....	117
<b>Filmographie</b> .....	117
<b>Bibliographie</b> .....	117
Médias et nostalgie.....	117
Postmodernisme & esthétique postmoderne .....	119
Études télévisuelles & outils d'analyse esthétique.....	120
Netflix.....	121
Les années 1980 .....	123

<i>GLOW</i> .....	124
<i>Stranger Things</i> .....	125
<b>Webographie</b> .....	126
<b>Liste des figures</b> .....	128

## Introduction

« Ce n'est pas un hasard si par la suite les années 1980 seront perçues et utilisées par le cinéma comme un entrepôt d'images et de rythmes plutôt que comme l'endroit où ancrer des romans générationnels et d'apprentissage. La décennie est toujours représentée avec un je-ne-sais-quoi d'ambigu ou de malsain, et l'adhésion à ses formes visuelles n'a pas encore eu lieu – sinon de façon ironique [...] La vidéo et la façon de s'habiller de cette décennie apparaissent encore surtout comme des formes de kitsch. Leur récupération et leur transformation "cool" n'ont pas encore eu lieu ».

Emiliano Morreale (traduit de l'italien par Lili Hinstin), *Vertigo*, 2012.<sup>1</sup>

À la lumière du contexte actuel de production cinématographique et télévisuelle, cette constatation faite par Emiliano Morreale à propos de l'adoption à l'écran d'une esthétique des années 1980 autrement qu'à des fins ironiques pourrait paraître discutable. Pourtant, lorsque son article paraît, en 2012, dans la revue française *Vertigo*, le nombre de films et de séries télévisées de ce type réalisées jusque-là était moins significatif. Rien que dans le champ du cinéma, les productions évoquant les années 1980 sont passées d'un ou deux au début des années 2000 à une dizaine en 2018<sup>2</sup>. Du côté de la télévision, et plus particulièrement dans le cadre de la production états-unienne qui subit des transformations encore plus rapides au cours de cette période, nous assistons au même phénomène. En mai 2013, Rande Dawn écrit dans le *Los Angeles Time* que des nouvelles séries comme *The Carrie Diaries* (The CW, 2013-2014) et *The Americans* (FX, 2013-2018) auraient restitué « un peu de respect »<sup>3</sup> à une période qui jusque-là était utilisée plutôt comme prétexte pour se moquer des années 1980 eux-mêmes<sup>4</sup>, en octroyant enfin aux *Eighties* un statut qui dépasse celui de réservoir dans lequel puiser des

---

<sup>1</sup> Emiliano Morreale, « Regarder les années 1980. *Vintage*, mise en abyme et romans d'apprentissage », *Vintage* [en ligne], vol. 3, n° 44, 2012, p. 78.

<sup>2</sup> Estimation à partir d'une recherche dans la base de données IMDb.com à travers des mots-clés tels que « based on the 80s » ou « set in the 80s ». Le premier film cité pour l'année 2000 est *American Psycho* (Mary Harron), tandis que parmi les dix films réalisés en 2018 on inclut *Mandy* (Panos Cosmatos), *Summer of 84* (François Simard, Anouk Whissell, Yoann-Karl Whissell), *Lords of Chaos* (Jonas Åkerlund), *Upgrade* (Leigh Whannell), *Ready Player One* (Steven Spielberg), *Mega Time Squad* (Tim van Dammen), *You Might Be the Killer* (Brett Simmons), *Bloodline* (Henry Jacobson), *Bumblebee* (Travis Knight), *Black Mirror : Bandersnatch* (David Slade). (Vonpatrick, « Movies Based on 80s Nostalgia », IMDb.com [en ligne], publié le 18 septembre 2018, n.p. URL : [https://www.imdb.com/list/ls028313521/?sort=release\\_date](https://www.imdb.com/list/ls028313521/?sort=release_date).)

<sup>3</sup> Rande Dawn, « 'The Carrie Diaries' and 'The Americans' revive 1980s interest », *Los Angeles Time* [en ligne], publié le 30 mai 2013, n.p. URL : <https://www.latimes.com/entertainment/movies/la-xpm-2013-may-30-la-et-st-the-80s-20130530-story.html>.

<sup>4</sup> À ce propos, Rande Dawn cite l'analepse racontant de l'adolescence de Liz Lemon dans *30 Rock* qui ridiculise le style et la culture de l'époque.

références sans pour autant élaborer une réflexion approfondie. De fait, bien qu'il soit difficile d'en attribuer entièrement le crédit à ces deux séries, dans la deuxième moitié des années 2010, les années 1980 deviennent un véritable sujet de prédilection des scénarios télévisuels. Alors que les chaînes américaines payantes et non-payantes réalisent un à deux programmes de ce type depuis 2013<sup>5</sup>, c'est la production par le géant du streaming Netflix qui est remarquable en termes de quantité. Entre 2015 et 2019, Netflix lance six séries originales se situant dans les années 1980 : *Wet Hot American Summer : First Day of Camp* (2015), *Narcos* (2015-2017), *Stranger Things* (2016–), *GLOW* (2017–), *Dark* (2017–), *Narcos : Mexico* (2018), *The Naked Director* (2019–). À cela s'ajoutent les nombreuses références à l'esthétique visuelle (*Maniac*, 2018 ; *Sex Education*, 2018–), à la culture ou aux objets fétiches de l'époque (*13 Reasons Why*, 2017–), par des séries qui ne traitent pas à priori de cette période et dont le chronotope se situe plutôt à l'époque contemporaine ou dans le futur. Cela pourrait s'expliquer, entre autres, par le fait que les références aux années 1980 sont plus facilement identifiables, parce que codifiées par des signes esthétiques très distinctifs (comme les couleurs et lumières néons, la musique ou le grain de l'enregistrement sur vidéocassettes) auxquels les spectateurs<sup>6</sup> se sont accoutumés grâce à l'expérience spectatorielle acquise. Une deuxième raison réside dans la volonté d'attirer une génération plus mûre – notamment dans le cas de séries comme *Sex Education* et *13 Reasons Why*<sup>7</sup> dont le public cible est principalement adolescent – en s'appuyant sur des éléments nostalgiques liés à sa propre jeunesse. En outre, cette génération même est à la tête des maisons de production de textes audiovisuels<sup>8</sup> et compose la majeure partie des spectateurs

---

<sup>5</sup> *The Goldbergs* (ABC, 2013–), *Halt and Catch Fire*, (AMC, 2014-2017), *Red Oaks* (Amazon, 2014-2017), *Show Me A Hero* (HBO, 2015), *Dead of Summer* (Freeform, 2016), *Snowfall* (FX, 2017–), *Cobra Kai* (YouTube Premium, 2018–), *Pose* (FX, 2018–).

<sup>6</sup> Nous utiliserons les dénominations « spectateurs », « téléspectateurs » ou « utilisateurs » comme termes non sexospécifique tout au long du travail, à l'exception des citations où le format original d'écriture sera conservé.

<sup>7</sup> Dans une optique postmoderne de « présentification du passé » (Ihab Hassan, cité par Linda Hutcheon, *A Poetics of Postmodernism : History, Theory, Fiction*, Londres/New York, Routledge, 1988, p. 20.), les deux séries se servent de ces références aussi à des fins narratives : *13 Reasons Why* se sert de la technologie obsolète des années 1980 pour produire un commentaire sur l'utilisation impropre de la technologie dans le présent, alors que *Sex Education* vise à créer une atmosphère « utopique », suspendue dans le temps et dans l'espace. (Jess Hardiman, « Sex Education Creators Explain Why The Show Looks Like It's Set In 1980s US High School », LADbible [en ligne], publié le 26 janvier 2020, n.p. URL : <https://www.ladbible.com/entertainment/tv-and-film-sex-education-creators-on-why-the-show-looks-like-its-set-in-80s-usa-20200123>.)

<sup>8</sup> En reprenant la terminologie adoptée par Gray et Lotz dans *Television Studies*, par « texte », nous entendons « tout élément culturel que les utilisateurs jugent suffisamment cohérent pour être traité comme un objet unique. [...] un film est un texte, tout comme un roman, une chanson, une poésie, une bande dessinée, un jeu vidéo, un tableau, un programme radio ou [...] un programme télévisuel ». Les auteurs se basent sur la distinction proposée par Barthes qui voit « l'œuvre » comme la création de l'artiste et le « texte » comme quelque chose « qui ne prend véritablement vie que lorsqu'un lecteur est impliqué ». (Jonathan Gray & Amanda D. Lotz, *Television Studies*, Cambridge/Malden, Polity Press, 2012, p. 27 et p. 44, mes traductions.)

auxquels ces séries s'adressent<sup>9</sup>. Autant pour les critiques que pour les chercheurs, la raison principale qui expliquerait l'intérêt des *showrunners* à situer leurs programmes dans une décennie jusque-là un peu snobée vient principalement dans la vague nostalgique générale qui traverse l'époque actuelle. Pendant les années 2010, on assiste à la redécouverte et à la réappropriation massive d'objets et de textes appartenant à la culture populaire d'un passé proche de nous, que ce soit dans le domaine de la mode, de la photographie, des jeux vidéo, de la musique, des séries télévisées ou du cinéma<sup>10</sup> :

Au lieu d'être le seuil de l'avenir, les dix premières années du XXI<sup>e</sup> siècle se sont avérées être la décennie « Re ». Les années 2000 ont été dominées par le préfixe « re- » : reprises, rééditions, remakes, reconstitutions. [Une] [r]étrospective sans fin.<sup>11</sup>

Pourtant, le mode nostalgique a toujours caractérisé la production culturelle. Déjà en 1981, Robert Rubens écrit que « le goût contemporain pour tant de formes de nostalgie est devenu évident »<sup>12</sup>; vingt ans plus tard, Vera Dika observe que les années 1980 ont développé – et sous certains aspects même renversé – la poétique de la nostalgie du cinéma des années 1970<sup>13</sup>. De fait, dans la recherche académique, le concept de nostalgie a été largement exploré au cours des quarante dernières années, en particulier à partir des travaux de Fred Davis (1979), Frédéric Jameson (1991), Linda Hutcheon (1998) et Svetlana Boym (2001). À travers des clés de lecture différentes, ces auteurs reprennent la description de la nostalgie fournie par Johannes Hofer au XVII<sup>e</sup> siècle<sup>14</sup> pour aborder les mécanismes du « mode nostalgique »<sup>15</sup> qui envahit les médias dans la période post-moderne. À leur tour, ces travaux déterminants ont servi de

---

<sup>9</sup> Faye Woods, « Nostalgia, Music and the Television Past Revisited in *American Dreams* », *Music, Sound, and the Moving Image* [en ligne], vol. 2, n° 1, printemps 2008, p. 28.

<sup>10</sup> Voici quelques exemples de ce que cette tendance a ressuscité au cours des dernières années : les colliers *chokers* ; les films à développement instantané associés aux appareils « Fujifilm Instax » ou « Polaroid OneStep2 » ; les consoles de jeux vidéo pour le *retrogaming* telles que le « Nintendo Classic Mini NES », le « Mini Super Nintendo » ou le « SEGA Mega Drive » ; la revitalisation du marché des vinyles ; la résurrection de séries telles que *Full House* (ABC, 1987-1995 ; *Fuller House*, Netflix, 2016–) ou les innombrables *reboots* cinématographiques (*Halloween*, Rob Zombie, 2007 ; *Godzilla*, Gareth Edwards, 2014 ; *Mad Max : Fury Road*, George Miller, 2015 ; ...).

<sup>11</sup> Simon Reynolds, *Retromania : Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, Londres, Faber & Faber, 2012, p. xi (ma traduction).

<sup>12</sup> Robert, Rubens, « The Backward Glance – A Contemporary Taste for Nostalgia », *Contemporary Review* [en ligne], vol. 239, n° 1388, 1981, p. 50 (ma traduction).

<sup>13</sup> Emiliano Morreale, « Regarder les années 1980. *Vintage*, mise en abyme et romans d'apprentissage », *op. cit.*, p. 77.

<sup>14</sup> En 1688, le médecin suisse identifie la nostalgie comme un trouble psychologique qui touchait les personnes (soldats, étudiants, domestiques) qui restaient loin de chez eux pendant longtemps. Selon Hofer, le son du terme « nostalgie » bien définissait « l'humeur triste qui remonte au désir de retour au pays natal ». (Svetlana Boym, *The Future of Nostalgia* [e-book], New York, Basic Books, 2001, p. 26, ma traduction.)

<sup>15</sup> Fredric Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism* [e-book], Londres, Verso, 1991, pp. 48-49.

base pour une pléthore de monographies, anthologies et articles consacrés à l'analyse de textes médiatiques issus de la littérature américaine (Leitch, 2018), du cinéma hollywoodien (Leitch, 2018), de la musique pop (Renyolds, 2012), des jeux vidéo (Lizardi, 2016), de la publicité (Fantin, 2014) et de la photographie (Bartholeyns, 2014). Quant à la télévision, un nombre considérable d'études se focalisent sur les rediffusions et résurrections des séries (Kompare, 2005 ; Holdsworth, 2011 ; Lizardi, 2016), ainsi que sur des créations originales comme *The Wire*, *ER*, *Mad Men* (Holdsworth, 2011 ; Niemeyer & Wentz, 2014 ; Pierson, 2014 ; Wetmore, 2018). Bien que le renvoi aux années 1980 se révèle un attribut distinctif des séries phares de Netflix, très peu d'ouvrages ont touché à l'ensemble de sa production à caractère nostalgique, ou du moins à l'investigation de facteurs qui iraient au-delà des stratégies de marque ou d'une simple envie de revivre leur propre enfance de la part d'une génération nostalgique de producteurs. L'un d'eux est l'anthologie *Netflix Nostalgia : Streaming The Past on Demand* éditée par Kathryn Pallister et parue en 2019 qui rassemble quatorze essais écrits par des chercheurs de différentes disciplines, doctorants, et étudiant(e)s en master<sup>16</sup>. En dépit de la richesse des approches proposées, l'ouvrage ne présente pas un vrai fil rouge outre que la considération du rapport entre la nostalgie et Netflix : on le considère du point de vue des textes produits, de l'organisation de la plateforme, de la consommation qu'elle encourage ou des discours qui l'entourent, mais chaque chapitre est élaboré indépendamment, ce qui rend difficile d'en tirer une conclusion globale. Julie Hawks remarque aussi que la qualité des essais est irrégulière<sup>17</sup> ; de même, leur longueur implique que certaines analyses sont faites rapidement, en faveur plutôt de l'établissement d'un cadre théorique.

Les chapitres de *Netflix Nostalgia* nous permettent aussi de remarquer que la plupart d'entre eux ne touchent que superficiellement à l'analyse esthétique. En effet, d'une manière générale, la tendance dans les études télévisuelles est celle d'adopter soit une perspective d'analyse sociologique ou d'analyse des discours<sup>18</sup>. Même si, depuis l'appel en 2012 d'Amanda Lotz et Jonathan Gray dans *Television Studies* à envisager l'esthétique comme une des frontières-clé pour les études sur la télévision<sup>19</sup>, la situation a changé et les travaux à ce

---

<sup>16</sup> Kathryn Pallister, *Netflix Nostalgia : Streaming the Past on Demand*, Lanham, Lexington Books, 2019.

<sup>17</sup> Julie Hawks, « *Netflix Nostalgia : Streaming the Past on Demand* [review] », *The Journal of American Culture* [en ligne], vol. 42, n° 4, décembre 2019, p. 355.

<sup>18</sup> Bien que dans son chapitre « AMC's *Mad Men* and the Politics of Nostalgia » David Pierson reconnaît que l'apparence visuelle de *Mad Men* concourt à la provocation du plaisir du sentiment nostalgique en citant brièvement le « style et la mode de l'époque » montrés à l'écran, son étude reste principalement focalisée sur le contenu narratif et sur les discours produits par la série. (David Pierson, « AMC's *Mad Men* and the Politics of Nostalgia », in Katharina Niemeyer, *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, pp. 139-51.)

<sup>19</sup> Jonathan Gray & Amanda D. Lotz, *Television Studies*, Cambridge/Malden, Polity Press, 2012, p. 53.

sujet sont augmentés, très peu de chercheurs proposent des explorations de séries Netflix du point de vue de l'esthétique, ou s'ils le font ce n'est que de façon hâtive et superficielle. C'est notamment le cas pour Ryan Twomey qui, dans son essai comparant *Mad Men* et *Stranger Things*, écrit que « les séries télévisées modernes évoquent des formes de nostalgie distinctes » s'adaptant mieux aux différents paradigmes artistiques et idéologiques de la narration<sup>20</sup>. Cependant, l'auteur n'approfondit pas cette constatation. Or, à l'égard de la nostalgie, l'esthétique d'une série joue un rôle fondamental puisque, comme Fredric Jameson le remarque déjà en 1991 à propos des films nostalgiques, « les signes esthétiques servent à programmer le spectateur aux modes appropriés de réception de la nostalgie »<sup>21</sup>. Cela signifie que les spectateurs doivent pouvoir saisir et comprendre des indices visuels ou auditifs bien définis pour que le processus nostalgique puisse s'activer conformément à son but ultime. En effet, selon Svetlana Boym, le sentiment nostalgique se distinguerait principalement en deux tendances opposées<sup>22</sup>: la nostalgie « restauratrice » (*restorative*) et la nostalgie « réflexive » (*reflective*)<sup>23</sup>. La première se réfère à la tentative de reconstruire « transhistoriquement » le foyer perdu (de retourner « chez soi », le *nostos*), tandis que la deuxième se nourrit du désir en soi (ou de la douleur, *algia*) pour un foyer qui n'existe plus ou qui n'a jamais existé, en retardant volontairement ce retour<sup>24</sup>. Les deux impliquant donc des rapports différents entre les sujets nostalgiques et les contenus qu'ils regardent.

Néanmoins, il ne faut pas oublier que ce sont les médias qui permettent la réception de ces signes esthétiques et, par conséquent, la production du sentiment nostalgique. Comme Antoine Faure et Emmanuel Taïeb le soulignent dans leur article « Les “esthétiques narratives” : l'autre réel des séries », l'analyse des séries implique de s'interroger sur la façon dont leur propos (et, dans notre cas, leur programme esthétique nostalgique) est présenté aux spectateurs<sup>25</sup>, y compris leur manière de diffusion. Pour cette raison, nous nous posons d'abord les questions suivantes : comment fonctionne la nostalgie et quel est son rapport aux médias contemporains ? Le concept de la nostalgie a subi plusieurs transformations au cours du XX<sup>e</sup>

---

<sup>20</sup> Ryan Twomey, « Competing Nostalgia and Popular Culture », in Kevin J. Wetmore Jr. (éd.), *Uncovering Stranger Things : Essays on Eighties Nostalgia, Cynicism and Innocence in the Series*, Jefferson, McFarland, 2018, p. 40 (ma traduction).

<sup>21</sup> Fredric Jameson, *op. cit.*, pp. 48-49 (ma traduction).

<sup>22</sup> Il y a plusieurs types de nostalgies qui ont été définis par les chercheurs au fil du temps et que nous explorerons plus loin dans le travail. Néanmoins, le paradigme proposé par Boym reste le plus répandu dans les écrits théoriques, ou du moins celui à partir duquel on construit des nouveaux modèles.

<sup>23</sup> Svetlana Boym, *The Future of Nostalgia* [e-book], New York, Basic Books, 2001, pp. 76-95.

<sup>24</sup> *Ibid.*, p. 19.

<sup>25</sup> Antoine Faure et Emmanuel Taïeb, « Les “esthétiques narratives” : l'autre réel des séries », *Quaderni* [en ligne], vol. 3, n° 88, 2015, p. 7.

siècle qui exigent d'être considérées pour comprendre pourquoi les médias occupent une place centrale dans la formation d'une esthétique nostalgique. Nous nous pencherons ensuite sur la question suivante au niveau *macro* de la plateforme de Netflix : comment Netflix, dans sa configuration et structure, favorise la prolifération de séries dont l'esthétique se tourne vers le passé ? Dans le contexte de la période « *Post-Network* »<sup>26</sup> et des changements profonds qui s'opèrent actuellement dans le panorama télévisuel, notamment suite à l'avènement de la télévision sur Internet et sur le Web<sup>27</sup>, l'analyse des supports et des interfaces à travers lesquelles nous accédons à ces contenus nostalgiques exige d'être prise en compte. Malgré le fait que les études sur la nostalgie contemporaine ont tendance à affirmer que l'un de ses moteurs soit l'envie de fuir le progrès technologique et le sentiment d'aliénation qu'il engendre, la technologie de reproduction mécanique et électronique est précisément le seul moyen qui assure un accès aux images du passé<sup>28</sup>. Pour cette raison, nous considérons que Netflix, en tant que nouveau dispositif de diffusion télévisuelle, joue un rôle central dans le processus d'adoption du mode nostalgique, influençant par conséquent la réception nostalgique des contenus qu'il propose. En troisième lieu, nous nous interrogerons au niveau *micro* de la série : quels sont les marqueurs esthétiques liés à la nostalgie qui sont adoptés dans certaines séries produites par Netflix pour se référer aux années 1980, et quelles sortes de nostalgie évoquent-ils ? Pour répondre à ces questions nous proposons une analyse comparative de l'esthétique de *Stranger Things* (The Duffer Brothers, 2016–) et de celle de *GLOW* (Liz Flahive et Carly Mensch, 2017–), en nous appuyant sur l'approche avancée par Stéphane Benassi qui considère la relation sensible liant le spectateur à la fiction à partir du modèle de la sérialité matricielle, c'est-à-dire la stratégie sérielle dont la fonction première est de déterminer les paramètres aspectuels du récit<sup>29</sup>. *Stranger Things* comme *GLOW* sont des productions originales de Netflix et situent leurs récits dans les années 1980, en s'ancrant profondément dans une esthétique

---

<sup>26</sup> Amanda Lotz affirme que la transition à l'ère « *Post-Network* » s'opère vers la moitié des années 1980. Cette période se caractérise par des nouvelles technologies dont l'accessibilité, l'ubiquité et la qualité offrent un contrôle accru sur le contenu, en ouvrant également des nouvelles discussions à propos de l'esthétique télévisuelle. (Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, New York, NYU Press, 2014 [2007].)

<sup>27</sup> Dans « Is this TVIV ? On Netflix, TVIII and binge-watching », Mareike Jenner déclare que les transformations provoquées par l'affirmation des plateformes de streaming – et de Netflix en particulier – sont suffisamment importantes pour accorder une nouvelle étape dans la périodisation proposée par Mark Rogers, Michael Epstein et Jimmie L. Reeves. L'âge du « TVIV » peut être compris comme l'ère du « média matrice » dans laquelle les limites entre des médias clairement différenciés deviennent obsolètes et dans laquelle on assiste à un éloignement progressif du téléviseur. (Mareike Jenner, « Is This TVIV ? On Netflix, TVIII and Binge-watching », *New Media & Society* [en ligne], vol. 18, n° 2, juillet 2014, p. 262 & p. 273.)

<sup>28</sup> Linda Hutcheon & Mario J. Valdes, « Irony, Nostalgia and the Postmodern : A Dialogue », *Poligrafias. Revista de Literatura Comparada* [en ligne], n° 3, 1998, p. 20.

<sup>29</sup> Stéphane Benassi, « Sérialité(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *Belpégor* [en ligne], n° 14, 2016, p. 4.

« typique ». La première raconte les aventures d'un groupe d'enfants qui doit faire face à des monstres provenant d'une dimension parallèle, en évoquant la science-fiction et les films d'horreur de cette période ; la deuxième se base sur une émission réellement diffusée à partir de 1986 (*Gorgeous Ladies of Wrestling*) en mettant en scène un groupe de femmes qui joue dans un programme promotionnel de catch féminin. Si, en 2010, David Buxton constatait que « l'importance même du nombre d'épisodes tend à exclure les méthodes d'analyse fine développées dans la critique littéraire et cinématographique »<sup>30</sup>, le nombre réduit d'épisodes constituant une saison sur Netflix (en moyenne entre huit et treize) nous permettra d'élaborer une analyse plus pointue. Toutefois, étant donné le caractère restreint de cette étude, nous nous limiterons à l'exploration des deux premières saisons de chaque série, en renvoyant éventuellement à des épisodes provenant des saisons suivantes.

Ainsi, dans la première partie du travail, nous aborderons le concept de la nostalgie et ses diverses facettes, telles qu'identifiées et décrites par nombreux chercheurs depuis la fin des années 1980, afin de comprendre la relation entre ce sentiment et l'individu, et quels sont les facteurs sociaux, historiques et technologiques qui ont contribué à l'éveil de l'esthétique nostalgique au sein des médias contemporains. Dans la deuxième partie, nous examinerons d'abord le rapport de Netflix au média qui l'a précédé (la télévision traditionnelle) et à ses contenus, pour comprendre quelles affinités sont communes à la plateforme et la nostalgie. Par la suite, nous présenterons les propriétés constitutives de la plateforme en termes d'interface et d'expérience de consommation, et leur articulation à la production du sentiment nostalgique. Nous consacrerons enfin la troisième et dernière partie de notre travail à l'analyse de l'esthétique nostalgique valorisée par *Stranger Things* et *GLOW* : nous explorerons les moyens concrets de mise en scène et mise en chaîne employés par les deux séries et leur rapport avec le contenu narratif, afin de confronter les clés de lecture nostalgique qu'elles proposent.

---

<sup>30</sup> David Buxton, *Les séries télévisées. Formes, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 8.



PREMIÈRE PARTIE

**LA NOSTALGIE DANS LES MEDIAS  
CONTEMPORAINS**



Cette première partie nous permettra de comprendre d'abord les origines du concept de la nostalgie, ses différentes facettes et son évolution au cours du XX<sup>e</sup> siècle, en nous basant sur des études préexistantes. Notre propos n'est pas de retracer à nouveau l'étymologie du terme, mais d'utiliser ces travaux pour expliquer sur quels fondements se construit le concept de l'esthétique nostalgique. Ensuite, dans le deuxième chapitre, nous clarifierons les inégalités au niveau du sens entre les concepts de « rétro », « vintage » et « nostalgie », afin de faire ressortir les mécanismes à l'œuvre dans les textes nostalgiques, qui cultivent cette distance irréductible avec le passé pour produire un désir perpétuel de contenus. Cela nous permettra aussi d'éviter des confusions sémantiques lorsque nous expliquerons, dans le chapitre suivant, quels sont les typologies caractérisant la nostalgie contemporaine. Nous concluons enfin cette partie par l'exploration de la synergie entre la nostalgie et les médias actuels, dont les stratégies mnémoniques influencent la production de textes nostalgiques.

## I. Le concept de la nostalgie aux XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècle

Que ce soit dans les médias traditionnels ou dans le développement plus récent des réseaux sociaux, les références à la nostalgie sont presque omniprésentes. Sur Facebook, Twitter, Instagram, depuis sa naissance en 2006 le mot-clic « #tbt » (*Throwback Thursday*, le jeudi du « retour en arrière »)<sup>31</sup> nous invite à creuser périodiquement dans notre passé et à le partager avec le reste du monde ; cela jusqu'au moment où, le jour de la semaine ne jouant plus aucun rôle, on est passé à étiqueter quotidiennement des contenus comme nostalgiques. Quoique le terme soit entré dans le langage courant, il nous semble toujours plus facile d'expliquer ce que la nostalgie nous fait *éprouver* plutôt que de donner une définition du concept en soi ; ceci parce que la nostalgie renvoie d'abord à un sentiment. Toutefois, ce terme cache une complexité sémantique qui a été systématiquement étudiée au cours de derniers quarante ans par un très large nombre de chercheurs<sup>32</sup>. Dans l'introduction à l'anthologie interdisciplinaire *Media and Nostalgia* publiée en 2014, Katharina Niemeyer attire aussitôt l'attention sur le fait

---

<sup>31</sup> Liz Gannes, « Throwing Back to the Origins of Throwback Thursday », Vox [en ligne], publié le 1<sup>er</sup> mai 2014, n.p. URL : <https://www.vox.com/2014/5/1/11626346/throwing-back-to-the-origins-of-throwback-thursday>.

<sup>32</sup> Nous invitons à consulter les deux premières sections de notre bibliographie secondaire pour un aperçu de la recherche sur la nostalgie réalisée à partir de la fin des années 1980.

que, dans le contexte des médias, il serait plus profitable de parler de *nostalgies* au pluriel, en raison des différents sens associés à ce mot au fil du temps<sup>33</sup>. Datant de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, la genèse du concept est attribuée à Johannes Hofer qui cherchait à décrire la maladie psychique et physique qui affectait les mercenaires suisses déployés à l'étranger ; le médecin suisse forge alors un néologisme sur la base des deux mots grecs : *nostos* (le retour à la maison ou au pays, le voyage)<sup>34</sup>, et *algos* (la douleur et le chagrin)<sup>35</sup>. Traduite littéralement, la nostalgie serait donc la « douleur du retour », qu'Hofer identifie comme un désir, une envie pressante de retourner à son propre foyer. Ce n'est qu'au tournant du XX<sup>e</sup> siècle que le concept sera démedicalisé, dépsychologisé et démilitarisé par son assimilation progressive au langage commun dès les années 1950<sup>36</sup>. Le caractère pathologique conféré au sentiment nostalgique cédera alors graduellement la place à une connotation plus romantisée<sup>37</sup>. Comme Fred Davis le constate, l'idée du foyer (*home*) perd son ancienne signification à cause de l'extrême et constante mobilité des personnes dans l'espace socio-géographique à partir de la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, conduisant à la dissolution de l'attachement psychologique profond qui relie une personne à un foyer spécifique<sup>38</sup>. Malcom Chase et Christopher Shaw précisent que le nouvel usage du terme est, par conséquent, distinctement moderne et métaphorique, dans la mesure où l'objet de ce désir « n'est plus un lieu géographiquement défini, mais plutôt un état d'esprit »<sup>39</sup>. L'abstraction qui s'opère à ce stade est également accompagnée par un déplacement sémantique : l'accent est mis moins sur la qualité spatiale de la nostalgie que sur sa nature temporelle.

Au fil du XX<sup>e</sup> siècle, la nostalgie tend en outre à être de plus en plus privée et internalisée<sup>40</sup> ; la personne qui est animée d'un sentiment nostalgique tourne le regard vers son propre passé individuel. Une grande partie des chercheurs identifie cette période du passé à l'enfance<sup>41</sup>. Michael S. Roth remarque qu'on est parvenu au consensus sur le fait que les racines

---

<sup>33</sup> Katharina Niemeyer, « Introduction : Media and Nostalgia », in Katharina Niemeyer (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, p. 6.

<sup>34</sup> « Nostos », Dizionario Greco Antico [en ligne]. URL : <https://www.grecoantico.com/>.

<sup>35</sup> « Algos », Dizionario Greco Antico [en ligne]. URL : <https://www.grecoantico.com/>.

<sup>36</sup> Fred Davis, « From *Yearning for Yesterday* », in J. K. Olick, Vered Vinitzky-Seroussi & Daniel Levy (éd.), *Collective Memory Reader*, Oxford, Oxford University Press, 2011, p. 446.

<sup>37</sup> Svetlana Boym (*The Future of Nostalgia*, pp. 3-18), Katharina Niemeyer (*Media and Nostalgia*, pp. 7-10) et Simon Reynolds (*Retromania*, xxv-xxx) retracent respectivement l'évolution sémantique de la nostalgie depuis son origine.

<sup>38</sup> Fred Davis, « From *Yearning for Yesterday* », *op. cit.*, p. 447.

<sup>39</sup> Malcom Chase & Christopher Shaw, « The Dimensions of Nostalgia », in C. Shaw & M. Chase (éd.), *The Imagined Past : History and Nostalgia*, Manchester, Manchester University Press, 1989, p. 1 (ma traduction).

<sup>40</sup> J. Starobinski & M. Roth, cités par Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 162.

<sup>41</sup> Parmi ces études, nous suggérons en particulier la lecture de l'article de Joe Moran, « Childhood and Nostalgia in Contemporary Culture », publié dans le vol. 5, n°2 du *European Journal of Cultural Studies* en 2002, qui offre

de la nostalgie puisent dans la prime jeunesse, précisément parce que c'est le moment où se forment les premières connexions affectives qui laissent des impressions permanentes sur le cerveau auxquelles il est plus facile de s'attacher émotionnellement<sup>42</sup>. De même, dans son étude sociologique sur la relation entre l'identité et la nostalgie, Janelle Wilson conclue que cette dernière peut faciliter la continuité de l'identité et elle remarque la présence d'une tendance selon laquelle « à mesure qu'une génération donnée vieillit, il semble y avoir de plus en plus d'allusions et de références à l'époque pendant laquelle elle devenait adulte »<sup>43</sup>. Communément, le rapport entre la nostalgie et l'enfance s'explique par la perception de l'âge prépubère comme « l'âge de la simplicité »<sup>44</sup>. Le désir d'y retourner qui anime le sujet nostalgique résulterait de son inadaptation à la vie adulte<sup>45</sup>. Ce n'est pas un hasard si des séries comme *Stranger Things* mettent en scène un récit qui suit de près le passage à l'âge adulte des protagonistes, en visant soit à un public d'adolescents qui vient de vivre les mêmes préoccupations soit à un public de jeunes adultes qui ont fait l'expérience de la transition à l'âge adulte dans le même contexte des années 1980. En effet, Davis observe que le partage nostalgique « est un comportement typique des jeunes adultes *en soi*, quelle que soit l'époque », parce que ce partage « renforce le sentiment de notre propre normalité, ce dont les adolescents et les jeunes adultes ont particulièrement besoin, compte tenu des changements sociaux et des tensions identitaires auxquelles ils sont soumis »<sup>46</sup>. À partir de ce moment, il se produit donc naturellement un désir pressant, qui peut accompagner l'adulte pendant une grande partie de sa vie, de revenir à l'état « innocent et perpétuellement enjoué »<sup>47</sup> de son propre passé, notamment une enfance qui sera revécue d'une façon stable et idéalisée.

---

une exploration des significations et des fonctions de la nostalgie de l'enfance dans les sociétés capitalistes avancées.

<sup>42</sup> Michael S. Roth, cité par Ryan Lizardi, *Mediated Nostalgia : Individual Memory and Contemporary Mass Media*, Lanham, Lexington Books, 2016, p. 3.

<sup>43</sup> Janelle Wilson, citée par Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 25 (ma traduction).

<sup>44</sup> Bien qu'apparaissant souvent comme une notion-cliché, la conception de l'enfance comme un âge « plus simple » s'explique par les différences cognitives entre l'enfant et l'adulte. En particulier, la théorie du développement cognitif de Piaget montre comment l'enfant vit d'abord (normalement entre 7 et 12 ans) un stade d'égoïsme pendant lequel il n'est préoccupé que par son bien-être, pour ensuite développer une pensée plus complexe et, par conséquent, des relations sociales plus « compliquées ». (Tran-Thong, *Stades et concept de stade de développement de l'enfant dans la psychologie contemporaine*, Paris, Librairie Philosophique J. Vrin, 1992, p. 19.)

<sup>45</sup> J. Starobinski & M. Roth, cités par Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 162.

<sup>46</sup> Fred Davis, cité par Derek Kompare, *Rerun Nation : How Repeats Invented American Television*, New York/Londres, Routledge, 2005, p. 115 (ma traduction).

<sup>47</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, p. 131.

Cependant, les facteurs contribuant à l'émergence des phénomènes nostalgiques dans les médias sont à identifier plus largement dans les bouleversements socio-historiques qui ont perturbé le XX<sup>e</sup> siècle :

Tout comme l'échelonnement du cycle de vie implique périodiquement des transitions de statut qui, dans leur discontinuité perçue et l'anxiété qui en découle, suscitent des réactions nostalgiques chez les individus, de même des événements historiques majeurs et des changements sociaux abrupts constituent une menace similaire et suscitent une réaction similaire de la part des personnes dans leur ensemble. La différence, bien sûr, est que les événements historiques et les changements sociaux ne sont pas institutionnellement programmés dans le cours de nos vies<sup>48</sup>.

Les manifestations nostalgiques, écrit Boym, sont les « symptômes de l'âge contemporain » parce qu'ils ne sont que des effets secondaires du progrès technologique : « le rythme rapide de l'industrialisation et de la modernisation ont accru l'intensité du désir des gens pour les rythmes plus lents du passé, pour la continuité, la cohésion sociale et la tradition »<sup>49</sup>. Toutefois, le tempo accéléré de la vie contemporaine est accompagné par un autre phénomène : l'avènement de « l'ère du témoin »<sup>50</sup> et du « boom de la mémoire », qui dans les sociétés occidentales à partir des années 1980 suscite une vague de fondations de musées et d'archives et, par conséquent, une manie pour la commémoration, la documentation et la préservation<sup>51</sup>. À ce propos, Simon Reynolds écrit en 2012 que les ères qui nous ont précédés « avaient bien sûr leurs propres obsessions pour l'antiquité [...] [m]ais il n'y a jamais eu une société dans l'histoire de l'humanité si obsédée par les artefacts culturels de son propre passé immédiat »<sup>52</sup>. C'est précisément dans cette préservation soigneuse des artefacts que Chase et Shaw identifient la troisième condition pour le déclenchement de la nostalgie : la disponibilité des objets, des images, et des bâtiments du passé va s'ajouter à la vision linéaire du temps développée par les sociétés actuelles – dans lesquelles la distinction cruciale entre le passé et le présent disparaît, en nous faisant vivre dans un présent éternel – et à la perception du présent comme déficitaire<sup>53</sup>.

---

<sup>48</sup> Fred Davis, « From *Yearning for Yesterday* », *op. cit.*, pp. 448-9 (ma traduction).

<sup>49</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 73 (ma traduction).

<sup>50</sup> Définition donnée par Ioanis Deroide, basée sur la publication d'Annette Wiewiorka *L'ère du témoin*. (Ioanis Deroide, « Les séries historiques entre la fiction et le réel : quand les scénaristes rivalisent avec les historiens », *TV/Series* [en ligne], n° 1, 2012, p. 18.)

<sup>51</sup> Andreas Huyssen, « Present Pasts : Media, Politics, Amnesia », *Public Culture* [en ligne], vol. 12, n° 1, hiver 2000, p. 25.

<sup>52</sup> Simon Reynolds, *op. cit.*, p. xiii (ma traduction). L'expression « passé immédiat », souvent utilisée comme synonyme de la périphrase verbale « passé récent » (*Je viens de...*), se réfère à un passé qui vient d'avoir lieu. C'est donc un passé qui a été vécu à la première personne par ceux qui en parlent.

<sup>53</sup> Malcome Chase & Christopher Shaw, « The Dimensions of Nostalgia », in C. Shaw & M. Chase (éd.), *op. cit.*, pp. 2-4.

La source de la préoccupation occidentale quant à la mémoire et à l'histoire est à chercher, selon Fredric Jameson, dans l'avènement de l'ère postmoderne. Dans son étude fondatrice *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*, Jameson explique que le postmodernisme n'est pas un style, mais plutôt une dominante culturelle (principalement aux États-Unis et en Europe) caractérisant la logique du capitalisme tardif. Ce dernier est marqué par l'effondrement de la sphère économique et culturelle l'une dans l'autre, en nous obligeant à parler des phénomènes culturels du moins en termes commerciaux. Cette nouvelle logique s'articule autour de l'affaiblissement de l'historicité ; d'un nouveau type de ton émotionnel ; du rapport à une toute nouvelle technologie ; de la mission de l'art politique ; et avant tout, d'une « absence de profondeur » (*depthlessness*) provoquée par la nouvelle culture de l'image et du simulacre<sup>54</sup>. Du point de vue de l'esthétique postmoderne, la transition vers cette nouvelle textualité culturelle se distingue principalement par ce que Jameson considère comme une forme médiatique entièrement nouvelle : la vidéo<sup>55</sup>. L'essence du postmodernisme résiderait ainsi dans ce manque de profondeur qui a détérioré notre rapport à l'Histoire publique et privée, en nous proposant une vision falsifiée et idéalisée du passé qui apparaît sous forme de clichés, d'une « vaste collection d'images, de simulacres photographiques »<sup>56</sup>. La nostalgie, dont l'*algos* (le sentiment de douleur) est partagé, mais dont le *nostos* (l'objet du désir) nous divise en restant individuel et personnel<sup>57</sup>, intervient donc à ce stade comme un mécanisme de défense inévitable. Afin de contrer cette amnésie générale qui se répand dans la société contemporaine, on adopte des stratégies de commémoration publique et privée qui impliquent, entre autres, la consommation de souvenirs commercialisés en masse<sup>58</sup> par les dispositifs médiatiques (la photographie, le cinéma, la télévision, etc.). À l'opposé de Jameson et Huyssen, Linda Hutcheon souligne comment il serait réducteur de considérer tout rappel du passé comme de la nostalgie sentimentale ou de l'antiquarisme, et elle affirme que l'Histoire en soi n'est pas rendue obsolète ; pourtant, elle est repensée comme une construction humaine, dont l'accessibilité est entièrement conditionnée par la textualité. C'est-à-dire qu'on ne connaît pas le passé sauf par le biais de ses textes et par le point de vue thématique et formel que le

---

<sup>54</sup> Fredric Jameson, *op. cit.*, pp. 55-56. Selon la conception platonicienne, le simulacre est une copie identique pour laquelle il n'a jamais existé d'original.

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 24.

<sup>56</sup> *Ibid.*, p. 84 (ma traduction).

<sup>57</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 453.

<sup>58</sup> Andreas Huyssen, *op. cit.*, p. 27.

postmodernisme adopte à l'égard de l'historicité, souvent distingué par ce que l'autrice appelle « intertextualité parodique »<sup>59</sup>.

Dans un tournant de siècle marqué par l'accélération des rythmes de vie et par des changements socio-économiques incessants, l'inquiétude postmoderne pour la perte d'une mémoire collective et individuelle entraîne une démocratisation de l'histoire<sup>60</sup> opérée, en particulier, par les médias, qui préparent un terrain fertile pour l'apparition de l'esthétique typiquement postmoderne de la nostalgie. Son démedicalisation et dépsychologisation au cours du XX<sup>e</sup> siècle entraînent une connotation plus romantique et personnalisée de la nostalgie : le désir pour un lieu réellement existant, le foyer d'origine, se transforme en un désir de revenir à un état d'esprit situé en arrière dans le temps (celui de l'enfance, par exemple), considéré comme un moyen de faire face à un présent mal vécu. Si nous convenons avec l'avertissement de Hutcheon que pas toutes les références au passé impliquent de la nostalgie, nous devons néanmoins reconnaître que l'affinité entre cette dernière et les médias contemporains, qui se font distributeurs et recycleurs d'images et de représentations d'objets du passé, rendent la plupart de ces contenus potentiellement nostalgiques. De même, les séries télévisées, protagonistes du panorama médiatique actuel, sont aptes à être analysées comme porteuses d'un regard sur le passé construit à travers leur choix de sujets et de formes esthétiques. Elles peuvent donc participer au « boom de la mémoire » contemporain, en encourageant la nostalgie et en programmant les spectateurs à la réception d'un de ses types donnés, tel que nous l'explorerons dans les prochains chapitres.

---

<sup>59</sup> Linda Hutcheon, *A Poetics of Postmodernism : History, Theory, Fiction*, Londres/New York, Routledge, 1988, p. 16.

<sup>60</sup> Pierre Nora, « From « Reasons for the Current Upsurge in Memory » », in J. K. Olick, Vered Vinitzky-Seroussi & Daniel Levy (éd.), *Collective Memory Reader*, Oxford, Oxford University Press, 2011, p. 439.

## II. « Rétro » et « Vintage » : les faux synonymes et la question de la distance spatio-temporelle

Avant de poursuivre notre exploration de la nostalgie et de ses types, il est nécessaire d'apporter une précision terminologique qui nous permet aussi de clarifier un des traits décisifs du rapport entre le sujet et l'objet nostalgique. Très souvent, dans les discours sur Internet et dans les articles non strictement académiques, le mot « nostalgie » est librement remplacé par les termes « rétro » ou « vintage »<sup>61</sup>. Malgré le fait que les trois termes s'apparentent, ils ne peuvent pas être employés de manière interchangeable. Dans *Retromania : Pop Culture's Addiction to its Own Past*, Reynolds observe que le concept « rétro » est erronément utilisé « pour décrire presque tout ce qui se rapporte au passé relativement récent de la culture populaire »<sup>62</sup>, alors que le rétro se réfère plutôt à « un fétichisme conscient pour la stylisation d'une période (dans la musique, les vêtements et le design) qui est exprimée de façon créative à travers le pastiche et la citation »<sup>63</sup>. Parmi les caractéristiques listées par Reynolds, ce qui distingue essentiellement le rétro de la nostalgie est le fait que la sensibilité rétro a tendance ni à idéaliser ni à sentimentaliser le passé ; elle nous invite plutôt à nous amuser et à nous laisser charmer par ce dernier<sup>64</sup>. De même, Elizabeth Guffey développe ce point en remarquant que le rétro considère le passé récent d'une façon désentimentalisée : « là où la nostalgie se relie à une sensibilité romantique qui résonne avec les idées d'exil et de désir, le rétro tempère ces associations avec une forte dose de cynisme ou de détachement [ironique] »<sup>65</sup> à travers la citation des styles du passé dans des contextes déplacés. Grâce aux médias, le rétro est injecté dans la culture de masse à travers la création des nouveaux produits qui regardent vers l'arrière (des archaïsmes imitatifs du passé), en essayant d'en imiter les styles, les histoires et les textures, mais qui restent néanmoins ancrés dans le présent.

Selon l'origine œnologique du terme, le mot « vintage » s'applique en revanche à l'ensemble d'objets ayant au moins vingt ans, qui sont authentiquement d'époque et qui maintiennent leur qualité de production (c'est-à-dire, qu'ils sont dans leur état originel sans

---

<sup>61</sup> Un autre terme qui apparaît souvent en substitution à « nostalgie » est celui de « mélancolie ». Toutefois, Boym spécifie que « contrairement à la mélancolie, qui se limite aux plans de la conscience individuelle, la nostalgie est liée à la relation entre la biographie individuelle et la biographie de groupes ou de nations, entre la mémoire personnelle et collective ». (Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 17, ma traduction.)

<sup>62</sup> Simon Reynolds, *op. cit.*, pp. xii-xiii (ma traduction).

<sup>63</sup> *Ibid.*, p. xiii (ma traduction).

<sup>64</sup> *Ibid.*, pp. xxx-xxxii.

<sup>65</sup> Elizabeth Guffey, *Retro : The Culture of Revival*, Islington, Reaktion Books, 2006, p. 20 (ma traduction).

avoir subi des transformations)<sup>66</sup> et qui sont gardés dans le présent d'une manière anachronique comme des artéfacts culturels<sup>67</sup>. Le vintage, écrit Morreale, se rattache particulièrement à la question de la mode :

[il] peut être considéré comme la dernière frontière de l'équation entre *camp* et *chic* : c'est la récupération des modes passées, qui ne sont plus considérées avec du sarcasme, mais comme du « dernier cri ». [Le vintage] est presque synonyme de *revival* [...], bien que peut-être ce terme donne l'idée de quelque chose de plus programmé, organique, alors que le vintage présuppose une disponibilité immédiate de toutes (les marchandises) du passé, comme si tous les *revivals* possibles avaient déjà eu lieu.<sup>68</sup>

Un film ou une série ne peuvent pas, de fait, être vintage ; leurs supports physiques de reproduction (la pellicule, le VHS, le DVD), au contraire, oui. De même, tous les deux peuvent présenter une esthétique rétro que lorsqu'ils essaient de recréer la manière de produire, mettre en scène et monter des contenus, qui peuvent être datés ou contemporains. Là où la nostalgie exprime de la peine face à une distance temporelle – dont l'écart n'est et ne pourra jamais être comblé – le vintage et le rétro symbolisent une rencontre concrète du passé et du présent, qui est pourtant vide de toute signification sentimentale nostalgique relative à ce que ce passé représente. Le sentiment que nous éprouvons reste circonscrit à la matérialité de l'objet et pas à son contexte. Si nous éprouvons de l'émotion face à un objet défini comme « rétro » ou « vintage », cela n'implique pas qu'on veut revenir à son contexte d'origine. Comme nous l'apprendrons dans notre analyse de *Stranger Things* et *GLOW*, l'esthétique nostalgique essaie de reconstruire intégralement l'atmosphère audiovisuelle d'une époque d'antan, de voyager dans le temps et d'essayer d'y « rester ». Au contraire, les points de départ et d'arrivée de l'esthétique vintage et rétro, bien qu'en transitant par le passé, restent toujours ancrés dans le présent. Lorsqu'il s'agit du vintage par exemple, le collectionneur et l'objet du passé ne sont pas séparés par cette distance spatiale et temporelle irréductible qui distingue l'expérience nostalgique, précisément parce que dans ce dernier cas, ce que l'on désire ne pourrait plus jamais exister dans notre présent. À ce sujet Susan Stewart constate que « [l]e nostalgique est enamouré de la distance, et pas du référent lui-même. La nostalgie ne peut pas être soutenue sans [une] perte »<sup>69</sup>. Une perte qui, comme nous le verrons, est palliée par les produits à

---

<sup>66</sup> Mireille Berton, « Petite définition du vintage », La Robe De Mes Rêves [en ligne], publié le 8 février 2012, n.p. URL : <http://larobedemesrves.blogspot.com/2012/02/petite-definition-du-vintage.html>.

<sup>67</sup> Stefano Baschiera & Elena Caoduro, « The New Old : Archaisms and Anachronisms Across Media – Editorial », *Alphaville. Journal of Film and Screen Media* [en ligne], n° 12, hiver 2016, p. 1.

<sup>68</sup> Emiliano Morreale, *L'invenzione della nostalgia: il vintage nel cinema italiano e dintorni*, Rome, Donzelli Editore, 2009, p. 39 (ma traduction).

<sup>69</sup> Susan Stewart, *On Longing : Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Durham/Londres, Duke University Press, 1993, p. 145 (ma traduction).

caractère nostalgique créés par les médias. À la différence du rétro et du vintage, le sentiment nostalgique est donc caractérisé par l'état du désir de quelque chose que l'on sait irrécupérable, mais qu'on essaie toutefois d'atteindre<sup>70</sup>. Parfois, ce n'est même pas ce qu'on pense regretter qui provoque de la nostalgie, mais c'est le fait « arbitraire, irraisonnable, et même irrationnel du *pastness* en soi »<sup>71</sup> ; ce qui impliquerait, selon Emmanuelle Fantin, qu'il y a une cause ineffable pour laquelle, de fait, chaque élément du passé pourrait déclencher en nous de la nostalgie<sup>72</sup>.

Bien que souvent utilisés comme des termes interchangeables, le rétro, le vintage et la nostalgie ne sont pas synonymes. Néanmoins, la présentation de leurs significations différentes nous permet de faire ressortir un aspect fondamental : la distance temporelle, qu'elle que soit réelle ou arbitraire, mais toujours impossible à combler, distingue essentiellement la nostalgie des deux autres concepts. Cela nous requiert de considérer la place primordiale occupée par l'esthétique dans la récréation du contexte original du référent ou du moins d'un effet de *pastness*, afin de donner l'impression au spectateur que cette distance soit réduite à près de zéro. Il en résulte aussi une complexité propre à la nostalgie et à son rapport avec l'histoire : c'est enfin au spectateur de décider si utiliser cette proximité au passé comme outil de réflexion sur son propre présent ou si se laisser abandonner, ne serait-ce que temporairement, à cette illusion de pouvoir remonter le temps.

---

<sup>70</sup> Pam Cook, *Screening the Past*, Londres/New York, Routledge, 2005, p. 2.

<sup>71</sup> Vladimir Jankélévitch, cité par Emmanuelle Fantin, « Anti-nostalgia in Citroën's Advertising Campaign », in Katharina Niemeyer (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, p. 95 (ma traduction). Le mot *pastness* est intraduisible en français. En général, en anglais on emploie le suffixe « -ness » pour indiquer un état ou une condition (Oxford Dictionary of English). Le *pastness* représenterait donc « l'état/condition d'être passé ».

<sup>72</sup> Emmanuelle Fantin, « Anti-nostalgia in Citroën's Advertising Campaign », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 95.

### III. Les différentes tendances de la nostalgie et ses clés de lecture

Un premier grand débat critique s'articule autour de deux qualités qui peuvent accompagner les sentiments nostalgiques, notamment leur caractère progressif ou régressif. Des auteurs tels que Stewart et Jameson sont plutôt critiques du mode nostalgique précisément à cause de son aspect idéaliste. Selon la première, la nostalgie serait une maladie sociale, « une répétition qui pleure l'inauthenticité de toute répétition et nie la capacité de la répétition de former une identité »<sup>73</sup>, aussi bien qu'elle cultive l'idée de séparation, en promettant faussement une restauration du passé la grâce à l'utilisation de souvenirs<sup>74</sup>. De la même manière, Jameson estime que les films nostalgiques<sup>75</sup> tentent désespérément de s'approprier d'un passé manquant par la représentation de stéréotypes, d'idées de faits et de réalités historiques par lesquelles cette période est connue à nos jours, en ne proposant toutefois qu'un traitement allégorique du passé vide d'un vrai contenu :

Alors que le film nostalgique classique échappe complètement à son présent, il registre son manque historiciste en se perdant dans la fascination hypnotisant des images somptueuses d'un passé générationnel spécifique.<sup>76</sup>

Autant par Jameson que par Lizardi, alors qu'on pourrait profiter pour utiliser le passé comme un « miroir adaptatif et fonctionnel avec lequel on pourrait comparer et contraster [le passé] à notre situation contemporaine »<sup>77</sup>, on se focalise plutôt sur une représentation superficielle, individualisée et stylisée, dépouillée de toute représentation critique. En outre, une rencontre nostalgique sincère entre le passé et le présent ne pourrait pas se produire, sauf au risque d'annihiler le sentiment lui-même :

L'amour nostalgique ne peut survivre que dans une relation à distance. Une image cinématographique de la nostalgie est une double exposition, ou une superposition de deux images – du foyer et de l'étranger, du passé et du présent, du rêve et de la vie quotidienne. Le moment où nous essayons de la forcer dans une seule image, elle casse le cadre ou brûle la surface.<sup>78</sup>

D'après Boym, le danger le plus évident résultant de la nostalgie est sa propension à confondre le foyer réel avec le foyer imaginaire à cause de son « inculcation » dans la marchandise comme

---

<sup>73</sup> Susan Stewart, *op. cit.*, p. 23 (ma traduction).

<sup>74</sup> *Ibid.*, p. 145 et p. 150.

<sup>75</sup> Jameson considère *American Graffiti* (George Lucas, 1973) comme le film inaugural de la nouvelle esthétique nostalgique. (Fredric Jameson, *op. cit.*, pp. 85-6.)

<sup>76</sup> *Ibid.*, p. 752 (ma traduction).

<sup>77</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 1 (ma traduction).

<sup>78</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 14 (ma traduction).

stratégie de marketing et dans la sursaturation d'artefacts nostalgiques qui en résulte, qui dupent les consommateurs « à faire leur manquer ce qu'ils n'ont pas perdu »<sup>79</sup>. Parmi les critiques les plus fréquentes de la nostalgie, David Lowenthal reconnaît de fait sa commercialisation et l'inauthenticité perçue l'accompagner, son infiltration dans les médias avec le sentiment d'irréalité qui l'accompagne, et son absence d'un engagement historique critique<sup>80</sup>. Cependant, Lowenthal rentre dans l'ensemble de chercheurs qui nuancent l'effet des émotions nostalgiques, en soulignant comment elles « n'implique[nt] pas non plus nécessairement un rejet désespéré du présent », parce que « [p]eu d'admirateurs du passé choisiraient en fait d'y revenir – la nostalgie exprime le désir de vivre des moments qui sont sans danger, plutôt que [...] hors de la mémoire »<sup>81</sup> :

Les divers objectifs de la nostalgie contemporaine ont un point commun. Ils envisagent principalement une époque où les gens ne se sentaient pas fragmentés [...] un passé unifié et compréhensible, contrairement au présent incohérent et divisé. Ce passé est faux, non seulement parce que ses caractéristiques sont enjolivées et ses vertus exagérées, mais aussi parce que ceux qui l'ont vécu n'auraient jamais pu considérer ainsi leur propre situation.<sup>82</sup>

De la même façon, Cook constate que la nostalgie peut représenter un outil adaptatif. À la place de la reléguer au statut d'état régressif et empreint de sentimentale, il faut la percevoir comme un moyen d'exorciser le passé et de l'accepter, en permettant à la société d'avancer dans le présent, parce que « bien qu'elle ne soit pas nécessairement progressiste en soi, la nostalgie peut faire partie d'une transition vers le progrès et la modernité »<sup>83</sup>.

Situé au pôle opposé des critiques hostiles qui tendent à dominer les écrits sur la nostalgie, Stuart Tannock expose les limitations d'une vision qui écarte cette émotion à cause de sa faiblesse sentimentale et qui l'attaque à cause de ses distorsions ou interprétations erronées. En revanche, il plaide en faveur de l'importance de la nostalgie qui permet soit de répondre à une diversité de besoins personnels et de désirs politiques, soit de fournir des narratives qui peuvent incarner n'importe quel nombre de visions, valeurs, et idéaux différents : la structure de sentiment créée par la nostalgie permet d'invoquer un passé évalué positivement en réponse au monde présent considéré comme déficient<sup>84</sup>. C'est pour cette raison que certains

---

<sup>79</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 72 (ma traduction).

<sup>80</sup> David Lowenthal, « Nostalgia Tells It Like It Wasn't », in C. Shaw & M. Chase (éd.), *The Imagined Past : History and Nostalgia*, Manchester, Manchester University Press, 1989, pp. 21-22.

<sup>81</sup> *Ibid.*, p. 18 (ma traduction).

<sup>82</sup> *Ibid.*, p. 29 (ma traduction).

<sup>83</sup> Pam Cook, *op. cit.*, p. 3 (ma traduction).

<sup>84</sup> Stuart Tannock, « Nostalgia Critique », *Cultural Studies* [en ligne], vol. 9, n° 3, 1995, p. 454.

chercheurs considèrent que la nostalgie ne pointe pas toujours dans la direction du passé<sup>85</sup>, mais peut être autant rétrospective que prospective ; à cause de la dimension utopique de la nostalgie, « les fantasmes du passé déterminés par les besoins du présent ont un impact direct sur les réalités du futur »<sup>86</sup>. Parfois, affirme Boym, elle n'est même pas tournée vers le passé, mais plutôt s'oriente « de travers », en écrasant le temps et l'espace<sup>87</sup>.

Parmi les études académiques qui se focalisent sur la nostalgie, le travail de Svetlana Boym publié en 2001 est le premier qui essaie d'expliquer ses différentes facettes, en fournissant un modèle binaire qui, presque vingt ans après, reste encore le plus cité<sup>88</sup>. Tenant compte du fait qu'aucune nouvelle proposition solide n'a été faite entretemps, l'opposition entre la « nostalgie réflexive » et « nostalgie restauratrice » reste toujours d'actualité, sinon que la définition de cette dernière type a fait l'objet d'une dépolitisation progressive. Dans *The Future of Nostalgia*, la chercheuse précise que son objectif n'était pas d'établir deux types absolus de nostalgie, mais plutôt de présenter deux tendances qui illustrent les mécanismes de séduction et de manipulation du désir nostalgique<sup>89</sup>. Ces deux tendances n'expliqueraient pas sa nature ou sa composition psychologique, mais elles permettraient de donner un sens à ce sentiment apparemment ineffable. Comme son nom l'indique, la nostalgie conservatrice ou restauratrice (*restorative nostalgia*) met l'accent sur le retour à une *stasis* originelle et à la reconstruction du foyer perdu (*nostos*), en réparant les trous de mémoire<sup>90</sup>. Dans sa lecture socio-politique, Boym affirme que ce type de nostalgie engendre des discours dans lesquels on n'expose pas ce sentiment conservateur comme de la nostalgie, mais plutôt comme une vérité absolue et une tradition qui reviennent aux symboles et aux mythes nationaux, en prospérant donc dans les récits de renouveau nationaux et religieux : « [la nostalgie conservatrice] persiste sur les ruines, sur la patine du temps et de l'histoire, dans les rêves d'un autre endroit et d'un autre temps »<sup>91</sup>, en évoquant le passé et le futur national. Ce qui la motive n'est pas le sentiment de distance et le désir, mais le fait que le passé constitue une valeur pour le présent ; il n'est pas une durée, mais un instantané parfait. De plus, ce passé n'est censé révéler aucun signe de décadence : il doit être « peint dans son “image originale” et rester éternellement

---

<sup>85</sup> Reynolds va jusqu'à proposer la notion de « neo-stalgie », c'est à dire la sensation d'un serrement au cœur lorsqu'on pense à un futur qui n'est jamais arrivé. (Simon Reynolds, *op. cit.*, pp. 363-4.)

<sup>86</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 26 (ma traduction).

<sup>87</sup> *Ibid.*, p. 20.

<sup>88</sup> Dans l'étude sociologique *Yearning for Yesterday : A Sociology of Nostalgia* publié en 1979, Fred Devis propose une distinction tripartite, qui se base cependant sur les différentes façons dont on fait l'expérience de la nostalgie, plutôt que sur leur finalité.

<sup>89</sup> Svetlana Boym, *op. cit.* p. 30 et p. 132.

<sup>90</sup> *Ibid.*, p. 132.

<sup>91</sup> *Ibid.*, p. 132 (ma traduction).

jeune » ; ce qui explique pourquoi ce type de nostalgie gravite autour des symboles picturaux collectifs et de la culture orale<sup>92</sup>. Pourtant, nous croyons que la traduction de *restorative nostalgia* doit désormais être « nostalgie restauratrice » plutôt que « conservatrice », qui renvoie à une connotation très politique. En effet, au fil du temps cette définition a été dépolitisée pour décrire plus amplement le désir de rétablissement d'un temps historique idéalisé dont on est nostalgique, en particulier à travers une focalisation sur les artefacts et sur la mythologie qui leur est liée, plutôt que sur les récits qui le caractérisent<sup>93</sup>.

La nostalgie restauratrice prend en charge la douleur causée à la fois par la distance et par le déplacement spatio-temporel ; elle compense la distance par l'expérience intime et la disponibilité de l'objet désiré, alors que le déplacement est soigné par un retour au foyer, préférablement un foyer collectif<sup>94</sup>. En revanche, la nostalgie réflexive (*reflective nostalgia*) ne porte pas sur le rétablissement de la *statis*, sur la reconstruction instantanée parfaite, mais sur le fait de « demeurer » perpétuellement dans cet espace-temps désiré :

La nostalgie ne signifie pas seulement un souvenir mélancolique de ce qui était, mais [elle signifie] aussi le regret que cela n'ait pas été différent, le fantasme de ce qui aurait pu être<sup>95</sup>.

En effet, d'après Boym cette nostalgie se nourrit de l'*algia*, du sentiment douloureux en soi, qui contribue à retarder volontairement ce retour au foyer. Elle ne vise pas à une vérité absolue, mais plutôt elle explore les façons d'habiter simultanément plusieurs endroits et plusieurs temps historiques, en s'orientant vers « un récit individuel qui savoure les détails et les signes commémoratifs » tout en reconnaissant le caractère irrévocable du passé<sup>96</sup>. Par rapport à la nostalgie restauratrice, ce deuxième type de nostalgie est conscient de l'écart entre identité et ressemblance. Le passé qui est reproposé à travers un texte nostalgique ne pourra jamais être identique à celui qui a été réellement vécu, soit parce que le foyer visé n'existe plus soit parce qu'il est en ruines ou il a été transformé au point d'être méconnaissable<sup>97</sup>. Dans ce cas, la volonté de la nostalgie réflexive n'est pas tant de reconstruire ou de revenir à ce foyer perdu que de l'approcher, y compris l'ironie et l'humour, de sorte à s'en servir comme moyen de réflexion, tout en présentant un défi à la fois éthique et créatif : « [l]a nostalgie réflexive est

---

<sup>92</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 152.

<sup>93</sup> Thomas Leitch, « There's No Nostalgia Like Hollywood Nostalgia », *Humanities* [en ligne], vol. 7, n° 4, 2018, p. 4.

<sup>94</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 140.

<sup>95</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 135 (ma traduction).

<sup>96</sup> *Ibid.*, p. 152 (ma traduction).

<sup>97</sup> *Ibid.*, p. 153.

une forme d'affliction profonde qui performe un travail de deuil par une réflexion sur la douleur et par un jeu qui pointe vers l'avenir »<sup>98</sup>.

Malgré le fait qu'elle n'a pas encore été clairement théorisée, il y a une seconde distinction de type qualitatif qu'on pourrait établir, celle entre la « vraie » nostalgie et la « fausse » nostalgie, qui se rattache aux critiques présentées auparavant autour de la question du caractère progressif ou régressif du sentiment. Le terme « fausse » peut être aussi remplacé par « artificielle » ou, comme Niemeyer et Wentz le proposent, par « préfabriquée »<sup>99</sup>. Dans cette optique, la fausse nostalgie n'est que l'aspiration (visant au plaisir) de revenir à un temps passé qu'on n'a pas, de fait, vécu<sup>100</sup>, qui se base sur une approche superficielle de l'historicité : dans ce cas, la représentation du passé se limite à ses caractéristiques de surface, en ne touchant qu'à une certaine esthétique qu'on lui associe. La condition *sine qua non* pour que la nostalgie artificielle puisse exister est la présence des médias dans nos vies. Ce type de sentiment, observe Cook, est produit par des processus médiatiques contemporains qui construisent et commercialisent des souvenirs qui ne sont pas fondés sur des expériences de première main, grâce à l'adoption de stratégies d'empathie et d'identification, qui ont pourtant un impact émotionnel puissant<sup>101</sup>. Ces stratégies reposent sur la narration et sur une esthétique nostalgique, quelquefois déterminée par l'imitation de la matérialité du support lui-même, ainsi que sur la « capacité de la communication par les médias électroniques à transcender le temps et l'espace »<sup>102</sup>. Pour cette raison, les médias peuvent comporter l'expérience d'un héritage partagé par des personnes qui n'ont aucun lien géographique ou biologique en commun<sup>103</sup>. L'imitation de l'esthétique des médias analogiques, ce que Gil Bartholeyns appelle « nostalgie simulée » (*staged*)<sup>104</sup> et Schrey « nostalgie analogique », comporte « la remédiation digitale de

---

<sup>98</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 166 (ma traduction).

<sup>99</sup> *Ibid.*, p. 129.

<sup>100</sup> Ce type de nostalgie doit être rattachée notamment au concept du « primo-spectateur » (cf. *infra*, p. 69).

<sup>101</sup> Pam Cook, *op. cit.*, p. 2.

<sup>102</sup> George Lipsitz, « From *Time Passages : Collective Memory and American Popular Culture* », in J. K. Olick, Vered Vinitzky-Seroussi & Daniel Levy (éd.), *Collective Memory Reader*, Oxford, Oxford University Press, 2011, p. 352 (ma traduction).

<sup>103</sup> Dans l'anthologie éditée par Katharina Niemeyer (pp. 51-69), Gil Bartholeyns propose que la nostalgie artificielle présente des sous-catégories qu'il nomme « nostalgie auto-induite » (qu'on se provoque à soi-même) et « nostalgie biographique ». Toutefois, elles ne seront pas utiles pour notre analyse, en tant que le sentiment provoqué par les séries télévisées n'est pas principalement auto-induit par le spectateur et il ne concerne pas la biographie personnelle de ce dernier sinon que par similitude (au moins que la série soit effectivement basée sur l'histoire réelle de ce spectateur).

<sup>104</sup> Gil Bartholeyns, « The Instant Past : Nostalgia and Digital Retro Photography », in Katharina Niemeyer (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, p. 60.

l'esthétique analogique au sein du numérique [lui-même] »<sup>105</sup> et donc l'imitation de vieilles formes esthétiques (les grains de poussière sur la pellicule, par exemple, ou la qualité « organique » du son d'un vinyle) comme formes de faux-vintage et d'autoréférence<sup>106</sup> qui déclenchent soit la nostalgie pour l'ancien média en soi, soit la nostalgie pour son contenu ou pour le passé tout court.

En effet, nous constatons que la culture actuelle est marquée par une marchandisation agressive d'images et d'artefacts, dont l'objectif est d'exploiter un sentiment personnel et intense comme celui de la nostalgie afin d'en encourager une consommation qui n'offre pas forcément un regard critique. Même si ces représentations idéalisées perpétuent des stéréotypes sur une certaine époque, Hutcheon nous rappelle que, paradoxalement, on ne pourra jamais reconstruire une version intégrale du passé précisément parce qu'il nous a été transmis par des textes<sup>107</sup> qui ont opéré eux-mêmes une sélection des faits à raconter. Qu'elle soit progressive ou régressive, la manière dont on se sert de la nostalgie pour affronter le présent, ou lui échapper, dépend de la réception par le spectateur lui-même : « [a]ppeler quelque chose « ironique » ou « nostalgique » est, de fait, moins une description de l'entité elle-même qu'une attribution à la qualité de la réponse. [...] C'est l'élément de la réponse – soit intellectuelle soit affective – qui fait le pouvoir »<sup>108</sup>. Il revient donc au spectateur de s'approprier des contenus nostalgiques et de soit les consommer comme simple divertissement, soit se laisser tenter par la promesse du retour au foyer, soit s'en servir pour réfléchir à sa propre situation actuelle et future. Cependant, en sachant que la lecture opérée par le spectateur est influencée par les signes esthétiques qui lui sont proposés, nous considérons qu'il sera nécessaire d'examiner les rapports entre la forme esthétique et le contenu de *Stranger Things* et de *GLOW* pour déterminer si l'esthétique elle-même peut suggérer une certaine clé de lecture de la nostalgie, restauratrice ou réflexive. Toutefois, il est fondamental de considérer d'abord le rôle des médias dans l'évocation de la nostalgie, en tant que diffuseurs de ces contenus et ces esthétiques du passé.

---

<sup>105</sup> Dominik Schrey, « Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation », in Katharina Niemeyer (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014, p. 34 (ma traduction).

<sup>106</sup> Katharina Niemeyer, « Introduction : Media and Nostalgia », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 12.

<sup>107</sup> Linda Hutcheon, *op. cit.*, p. 16.

<sup>108</sup> Linda Hutcheon & Mario J. Valdes, *op. cit.*, p. 22.

#### IV. L'esthétique nostalgique dans les médias

L'hypothèse de Katharina Niemeyer selon laquelle « la nostalgie a toujours été une affaire de processus de médiation, tant dans la littérature que dans les arts », et cela même avant la démedicalisation du terme qui s'opère au tournant du siècle dernier<sup>109</sup>, résume bien l'importance que les médias revêtent dans la production de contenus nostalgiques, parfois en assumant eux-mêmes la fonction de déclencheurs de cette émotion. En effet, non seulement la nostalgie peut devenir le contenu ou le style des représentations médiatiques, mais les médias eux-mêmes peuvent prendre la place de l'objet du sentiment nostalgique<sup>110</sup>. Simone Natale et Gabriele Balbi identifient celui-ci comme un phénomène cyclique récurrent : lorsqu'un nouveau média supplante partiellement ou complètement un ancien média, ils apparaissent des mécanismes d'affection émotionnelle nostalgique entre les utilisateurs et les technologies précédentes, qui sont donc réinterprétées comme plus fascinantes ou authentiques<sup>111</sup>. Le rôle capital que les moyens de communication endossent est ainsi reconnu par la plupart des chercheurs. La *backwards-looking culture* telle que définie par Reynolds, nécessite des médias comme dispositifs mnémoniques pour construire des « ponts » qui puissent raccourcir les distances entre passé et présent<sup>112</sup>. Les nouveaux médias, explique Huyssen, exercent une énorme influence sur notre vie parce qu'ils sont impliqués dans la transformation de la temporalité provoquée par les changements technologiques et les nouveaux modèles de consommation de l'époque postmoderne, et parce qu'ils provoquent et ils satisfont à la fois le désir pour le passé en tant que porteurs de toutes les formes de mémoire<sup>113</sup>.

L'investigation de Lizardi à propos des différentes stratégies médiatiques permettant la construction du sujet nostalgique révèle qu'elles partagent toutes la volonté de puiser dans les

---

<sup>109</sup> Niemeyer valide cette hypothèse en attirant l'attention sur le fait que déjà alors les médecins soulignaient l'importance de l'acte de narration dans la guérison de cette « maladie », bien que son objectif ne soit pas de postuler un déterminisme technologique dans la production de la nostalgie. Il faut toujours considérer les médias dans leur rapport aux pratiques sociales et aux conditions de production historiques et économiques. (Katharina Niemeyer, « Introduction : Media and Nostalgia », *op. cit.*, pp. 7-8, ma traduction.)

<sup>110</sup> Dominik Schrey, « Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 29.

<sup>111</sup> Simone Natale et Gabriele Balbi, « Media and the Imaginary in History », *Media History* [en ligne], vol. 20, n° 2, 2004, p. 211. Un des exemples fournis par les auteurs est le passage du vinyle au numérique (dont parle aussi Simon Reynolds dans *Retromania*), qui est accompagné par l'émergence du vinyle comme un objet culte et de collection. Le même phénomène se produit dans le cas du passage de la photographie analogique à la photographie numérique.

<sup>112</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 501.

<sup>113</sup> Andreas Huyssen, *op. cit.*, pp. 29-31.

liaisons affectives que chaque individu entretient avec son propre passé et sa propre aspiration à appartenir à un passé culturel collectif<sup>114</sup> :

les médias numériques encouragent une mentalité de collectionneur répétitif face au passé, la télévision cultive des attachements perpétuels à des programmes même après leur annulation, les jeux vidéo démontrent une répétition comportementale nostalgique, et les films s'appuient sur l'épistémologie de la nostalgie.<sup>115</sup>

Dans *Mediated Nostalgia*, l'auteur identifie plusieurs façons des médias d'approcher le passé dans la production culturelle contemporaine, qui éveillent le désir nostalgique en recréant des textes auxquelles nous sommes affectionnés : les *releases* (des coffrets des séries télévisées) ; les *repackages* (des nouvelles éditions de ces coffrets) ; les *reunions* (par exemple des acteurs d'une série connue du passé) ; les *reruns*<sup>116</sup> ; les résurrections des séries télévisées ou, comme il les appelle, les *zombie TV series* (qui ne correspondent pas aux *spin-offs* ou aux films inspirés par la série)<sup>117</sup> ; les *remakes* (dans le cinéma et dans la télévision). Toutes ces stratégies, « se traduisent bien d'un média à l'autre, en montrant à quel point il s'agit vraiment d'un phénomène médiatique de convergence »<sup>118</sup>. De ce point de vue, la série *GLOW* représente un objet d'examen particulièrement stimulant précisément en raison de ses réactualisations médiatiques qui ont alimenté sa force nostalgique. La production Netflix, qui présente une version fictionnalisée de la série originellement diffusée en direct dans la deuxième moitié des années 1980 (une catégorie qu'on pourrait rajouter à la liste proposée par Lizardi), ne constitue que le dernier élément d'une chaîne composée d'un événement en direct au début des années 2000, d'une réunion et d'un documentaire réalisé en 2012.

Déjà en 1994, Umberto Eco reconnaît le *remake* comme une pratique culturelle spécifique à l'esthétique postmoderne, car elle réenvisage plus généralement les concepts de répétition et de réitération à partir d'une nouvelle perspective<sup>119</sup>. Eco développe en particulier la question d'intertextualité, c'est-à-dire l'écho, dans un texte donné, à des textes antérieurs. Cette citation, consciente ou inconsciente, peut se faire de façon explicite ou implicite par

---

<sup>114</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 3.

<sup>115</sup> *Ibid.*, p. 31 (ma traduction).

<sup>116</sup> Amy Holdsworth offre une analyse détaillée de cette pratique dans *Television, Memory and Nostalgia* (Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011), en se focalisant sur le contexte britannique et états-unien.

<sup>117</sup> Lizardi définit les *zombies TV series* comme des séries « qui sont ressuscitées par la continuation d'une série précédemment annulée, avec essentiellement la même distribution et les mêmes caractéristiques ». Un des exemples qu'il propose est celui de *Arrested Development* dont les trois premières saisons ont été produites par FOX (2003-2006) et les deux dernières par Netflix (2013 ; 2018-2019). (Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 65, ma traduction.)

<sup>118</sup> *Ibid.*, p. 115 (ma traduction).

<sup>119</sup> Umberto Eco, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », *Réseaux* [en ligne], n° 68, 1994, p. 14.

l'imitation des traits stylistiques d'un texte et par l'évocation ironique de lieux communs<sup>120</sup>. Dans le cadre de la nostalgie, l'intertextualité occupe une place très importante dans la construction du sentiment, précisément parce qu'elle nous donne accès à des référents situés dans une temporalité passée (nous ne pouvons pas citer un texte simultanément à sa première occurrence dans le présent), qui sont donc potentiellement nostalgiques. Toutefois, l'intertextualité requiert des compétences « encyclopédiques » de la part des spectateurs, qui supposent la connaissance des textes antérieurs cités pour vraiment apprécier le nouveau texte<sup>121</sup>. Cela implique que certains téléspectateurs ne peuvent pas saisir ces références et, par conséquent, cette stratégie ne suffit pas à elle seule pour l'évocation de la nostalgie.

Alors que Jameson critique l'incompatibilité d'un langage artistique postmoderne nostalgique avec une historicité authentique, il reconnaît cependant que cette contradiction encourage une nouvelle inventivité esthétique, complexe et intéressante, qui se traduit concrètement dans l'emploi du pastiche, à savoir l'imitation d'un style particulier, unique ou idiosyncratique, mais d'une façon neutre, sans les arrière-pensées de la parodie<sup>122</sup>. La nostalgie serait donc pour lui une forme de pastiche qui, en particulier au cinéma, recyclerait l'atmosphère et les styles cinématographiques du passé, en véhiculant son caractère de « *pastness* » par la qualité esthétique « satinée » (*glossy*<sup>123</sup>) de l'image et les attributs d'une certaine époque par la mode qui l'a caractérisée<sup>124</sup>. Il est intéressant de noter que Davis définit la nostalgie comme une « optique spéciale »<sup>125</sup>, un (télé)objectif psychologique associé à la « lueur », à la « coloration » du passé (*glow*). De même, Boym décrit l'image cinématographique de la nostalgie comme une « double exposition, ou une superposition de deux images – du foyer et de l'étranger, du passé et du présent, du rêve et de la vie quotidienne »<sup>126</sup>. Ces deux définitions renvoient directement à l'idée d'une manipulation esthétique qui va modifier concrètement l'image. Comme nous le démontrerons plus tard, la couleur et l'étalonnage de l'image cinématographique et télévisuelle représentent des composantes majeures dans l'évocation de la nostalgie.

---

<sup>120</sup> Umberto Eco, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », *op. cit.*, p. 16.

<sup>121</sup> *Ibid.*, p. 17.

<sup>122</sup> Fredric Jameson, *op. cit.*, p. 81. Linda Hutcheon définira plus tard la parodie comme une répétition dont la distance critique « permet une signalisation ironique de la différence au cœur même de la similarité ». (Linda Hutcheon, *op. cit.*, p. 26, ma traduction.)

<sup>123</sup> En anglais, le terme *glossy* est employé pour définir, à propos des revues et des photographies, ce qui est imprimé sur un papier lisse, brillant et de haute qualité (Oxford Dictionary of English).

<sup>124</sup> Fredric Jameson, *op. cit.*, p. 87.

<sup>125</sup> Fred Davis, cité par Susannah Radstone, *The Sexual Politics of Time : Confession, nostalgia, memory*, Londres/New York, Routledge, 2008, p. 152.

<sup>126</sup> Svetlana Boym, *op. cit.*, p. 14.

Les médias contemporains – dont notamment la télévision – occupent une place cruciale dans l’attisement du désir nostalgique. En tant que dispositifs mnémoniques qui bâtissent des ponts spatiales et temporelles entre les sujets nostalgiques et leurs états souhaités, les médias peuvent être à la fois objets et déclencheurs du désir. Les stratégies qu’ils présentent puisent surtout dans les liaisons affectives de leurs utilisateurs : elles peuvent être liées plutôt à la diffusion (*remakes, zombie series, reruns*) ou à la marchandisation des produits (*releases, repackages*). Sur le plan des contenus, l’intertextualité qui peut les caractériser (si remarquée par le spectateur) peut jouer un rôle primaire dans l’évocation de la nostalgie, comme elle touche soit à des références au passé soit à leur esthétique du *pastness*.

À ce jour, ce que nous appelons « nostalgie » ne ressemble aucunement ce qu’Hofer avait défini originellement à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle. Retracer par plusieurs auteurs au cours de ces quarante dernières années, l’évolution profonde connue par le sens du terme à la suite des bouleversements socio-historiques de l’époque contemporaine nous amène à considérer la nostalgie comme un phénomène qui caractérise particulièrement bien l’ère de la technologie et de la communication. La nostalgie, qu’elle soit définie comme réflexive ou restauratrice, authentique ou artificielle, individuelle ou collective, renvoie à un désir profond de réduire la distance temporelle et géographique entre nous et un foyer réel ou un état d’esprit symbolique. Ce sentiment n’est pas seulement susceptible d’être alimenté par la disponibilité d’objets et d’images que les médias de télécommunications ont permis à l’ère actuelle, mais les médias nous apprennent aussi la lecture des signes esthétiques visuels, sonores et narratifs – qui parfois eux-mêmes ont créés – pour nous sensibiliser à la réception de la nostalgie appropriée. L’esthétique adoptée par une série permet aussi de compenser une éventuelle carence de la part des téléspectateurs des compétences encyclopédiques exigées pour la compréhension des citations intertextuelles (de textes et d’artéfacts du passé), qui distinguent notamment les produits culturels nostalgiques. Il sera donc pour nous intéressant de déterminer quel est le rôle que joue, en premier lieu, le média de support de Netflix (en tant que télévision web et plateforme de streaming) dans la création et le renforcement de la nostalgie ; et, en deuxième lieu, comment les paradigmes esthétiques de *Stranger Things* et de *GLOW* encouragent le sentiment, tout en fournissant aux spectateurs de clés de lecture (critiques ou moins critiques) du contenu nostalgique présenté.



DEUXIÈME PARTIE

**NETFLIX ET LA NOSTALGIE**



Au cours de cette deuxième partie, nous explorerons d'abord brièvement l'histoire et l'évolution de Netflix en tant que diffuseur et producteur de contenus en streaming pour comprendre quelle place occupe la plateforme dans le cadre de la période « *Post-Network* » et de l'avènement de la télévision Web. Cela nous permettra de montrer que Netflix peut être considéré comme de la télévision parce qu'il s'inscrit dans la continuité temporelle du média. Après avoir expliqué le lien entre la télévision et la nostalgie dans le deuxième chapitre, nous serons en mesure de démontrer, dans le troisième chapitre, que la plateforme conserve le même type de rapport au sentiment. Ainsi, dans le dernier chapitre, nous expliquerons la façon dont Netflix et les nouveaux outils technologiques caractérisant la transition à la diffusion numérique au début du XXI<sup>e</sup> siècle ont exacerbé davantage l'accès à et la production de textes nostalgiques, autant du point de vue de l'organisation de la plateforme que des nouvelles pratiques de consommation qu'elle engendre.

## V. Ce n'est pas de la télévision, c'est de la télévision Web

Créé par Reed Hastings et Marc Randolph en 1997, Netflix – de l'union de *net* (Internet) et *flicks* (jargon anglophone daté pour « films ») – voit le jour comme service de location de DVD par courrier. Ces derniers étaient envoyés à domicile pour le prix de \$4 chacun à une période où l'achat de biens et de services sur le Web est en train d'émerger (Jeff Bezos vient de fonder Amazon en 1994) et les consommateurs commencent à adopter le nouveau format du DVD. Dans son examen des stratégies de programmation originale de Netflix et du *binge-viewing*, Chuck Tryon identifie trois moments charnières dans l'évolution de la société états-unienne depuis la fin des années 1990<sup>127</sup>. Le premier, en 2001, voit l'implantation de la part de Netflix d'un système d'abonnement de \$20 par mois qui permettait à ses abonnés d'avoir accès à un nombre illimité de locations, bien qu'avec un maximum de trois DVD à la fois<sup>128</sup>. Mais surtout, l'innovation principale de ce modèle réside dans l'emploi d'algorithmes qui tiennent compte

---

<sup>127</sup> Chuck Tryon, « TV Got Better : Netflix's Original Programming Strategies and Binge Viewing », *Media Industries Journal* [en ligne], vol. 2, n° 2, 2015, p. 108.

<sup>128</sup> Cette limitation est ensuite assouplie par l'introduction d'un système de tarification échelonnée qui permet de louer jusqu'à huit DVD à la fois (*Ibid.*, p. 108).

des préférences des clients et de leurs profils « pour leur envoyer, par courrier, des suggestions de films censés correspondre à leurs goûts »<sup>129</sup>.

Le deuxième tournant décisif se produit en 2007, lorsque Netflix assume le nouveau rôle de fournisseur de services de streaming<sup>130</sup> sur abonnement à côté de son offre de location de DVD. La particularité de ce service, fonctionnant sur les ordinateurs et les téléviseurs, consiste en une distribution des contenus directement sur Internet, en mode *OTT*<sup>131</sup>. En outre, une attention croissante est accordée à l'algorithme de recommandation qui est conservé et affiné à la suite de ce développement commercial. Au cours des cinq années suivantes, tous les concurrents majeurs de Netflix (*HBO Go*, *Prime Instant Video* d'Amazon et *Hulu* – résultat de l'effort conjoint de NBC, Fox et Disney) rejoignent le principe du streaming *OTT*. C'est à ce moment que Netflix commence à négocier avec des studios hollywoodiens les droits de films et de séries afin de nourrir son catalogue et à signer des contrats exclusifs qui lui permettront de proposer des produits à succès peu après leur diffusion à la télévision<sup>132</sup>.

En 2009, Netflix dépasse les 12 millions d'abonnements ; en 2010, il lance son service uniquement pour le streaming à \$7.99 par mois et publie une application pour iPad et pour les téléphones portables, en augmentant sa base d'abonnements de 63%<sup>133</sup>. Malgré le fait que les grands studios américains prennent conscience de la valeur ajoutée de ce service qui leur permettait « de recycler les précédentes saisons de leurs séries phares et de recruter des nouveaux fidèles »<sup>134</sup>, la plupart d'entre eux sont déjà en contrats exclusifs avec des chaînes câblées comme HBO, Starz et Showtime. Cela pousse donc Netflix à s'éloigner de son modèle commercial d'origine : le dernier avancement majeur de la plateforme est ainsi marqué par ses débuts dans la production et diffusion de contenus originaux, de manière à attirer encore plus d'abonnés. La première série à être diffusée exclusivement<sup>135</sup> par la plateforme est le thriller politique *House of Cards* (2013-2018), dont l'investissement pour les deux premières saisons

---

<sup>129</sup> Capucine Cousin, *Netflix & Cie : Les coulisses d'une (r)évolution*, Malakoff, Armand Colin, 2018, p. 9.

<sup>130</sup> « Le streaming permet la lecture d'un flux audio ou vidéo [...] à mesure qu'il est diffusé. Il s'oppose ainsi à la diffusion par téléchargement de fichiers qui nécessite de récupérer l'ensemble des données d'un morceau ou d'un extrait vidéo avant de pouvoir l'écouter ou le regarder ». (« Streaming », Wikipedia [en ligne], publié le 1 avril 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Streaming>.)

<sup>131</sup> Cette expression est utilisée pour indiquer les « services par contournement » (*over the top services*) qui livrent des contenus sans passer par des opérateurs traditionnels, comme les compagnies téléphoniques ou les télédiffuseurs, en n'ayant pas besoin de posséder leur propre chaîne ou TV-Box.

<sup>132</sup> Capucine Cousin, *op. cit.*, pp. 13-14.

<sup>133</sup> Amanda D. Lotz, *We Now Disrupt This Broadcast : How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*, Cambridge, MIT Press, 2018, p. 114.

<sup>134</sup> Capucine Cousin, *op. cit.*, p. 15.

<sup>135</sup> De fait, la première série présentée comme « le premier contenu exclusif de Netflix » n'est pas *House of Cards*, mais la série norvégienne-américaine *Lilyhammer* (NFK & Netflix, 2012-2014), qui a cependant été diffusée d'abord sur la chaîne norvégienne NFK.

est de 100 millions de dollars<sup>136</sup>. Ce qui différencie particulièrement Netflix des vieux modèles de production des réseaux télévisuels est le fait que la plateforme « fournit de l'argent à l'avance, et commande d'emblée deux saisons la plupart du temps »<sup>137</sup>. De plus, ces séries sont souvent rattachées à des noms prestigieux de réalisateurs provenant du cinéma (David Fincher, Baz Luhrmann, les sœurs Wachowski, Spike Lee). Une seconde nouveauté réside dans la publication en bloc d'une saison entière, ce qui a été le cas déjà pour *Lilyhammer* (NFK & Netflix, 2012-2014), dont les huit épisodes étaient disponibles sur la plateforme deux semaines après la diffusion du premier épisode à la télévision norvégienne.

Début 2016, les services offerts par Netflix s'étendent dans 140 pays, le mettant dans la position de devenir le premier « network » télévisuel mondial se distinguant de l'industrie de la *legacy TV* par trois attributs principaux : l'accès sur demande, le financement par abonnements et la portée globale<sup>138</sup>, à savoir son accessibilité dans la plupart du monde grâce à Internet. Comme Amanda Lotz nous l'explique, l'ascension du « géant du streaming » se poursuit, en janvier 2017, au festival de Sundance. Alors que, jusqu'à là, Netflix était considéré comme un acteur de second rang rachetant des films déjà sortis en salle, la société rentre parmi les premiers acquéreurs de droits de diffusion de films avec Amazon. En février 2017, Netflix s'installe à Hollywood<sup>139</sup> et, toujours à l'instar d'Amazon, il est récompensé pour la première fois aux Oscars, en tant que coproducteur d'un documentaire en format court appelé *The White Helmets* (Orlando von Einsiedel, 2016)<sup>140</sup>, suivi par les Oscar du meilleur film étranger, meilleur réalisateur et meilleur photographie attribuées à *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) en 2019. En mai 2020, Netflix compte plus de 182.9 millions d'abonnements<sup>141</sup> (fin 2011, ils étaient 21.6 millions<sup>142</sup>) avec un budget prévu pour l'année de 17.3 milliards de dollars : en 2019 la société occupait le troisième rang du classement des budgets pour le contenu

---

<sup>136</sup> Brad Adgate, « Whether 'House Of Cards' Returns Or Not, Its Place In History Is Secure », *Forbes* [en ligne], publié le 15 novembre 2017, n.p. URL : <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2017/11/15/house-of-cards-role-in-televisionvideo-history-is-secure/>.

<sup>137</sup> Capucine Cousin, *op. cit.*, p. 42.

<sup>138</sup> Amanda D. Lotz, *We Now Disrupt This Broadcast*, *op. cit.*, 2018, p. 123.

<sup>139</sup> Son siège « historique » se trouve à Los Gatos en Californie.

<sup>140</sup> Amanda D. Lotz, *We Now Disrupt This Broadcast*, *op. cit.*, 2018, p. 83 et p. 85.

<sup>141</sup> 15.8 millions de ces souscriptions ont été gagnées en seulement trois mois, entre janvier et mars 2020, en raison du confinement social imposé à la suite de la pandémie du Covid-19. (Lisa Richwine & Akanksha Rana, « Netflix Doubles Expected Signups but Warns Coronavirus Boost May Fade », Reuters [en ligne], publié le 21 avril 2020, n.p. URL : <https://www.reuters.com/article/us-netflix-results/netflix-doubles-expected-signups-but-warns-coronavirus-boost-may-fade-idUSKCN223337>.)

<sup>142</sup> Amy Watson, « Number of Netflix Paying Streaming Subscribers Worldwide from 3rd quarter 2011 to 4th quarter 2019 », Statista [en ligne], publié le 7 avril 2020, n.p. URL : <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>.

original<sup>143</sup>. Kevin McDonald et Daniel Smith-Rowsey identifient les motifs principaux du succès de la plateforme dans la convergence entre le service de streaming, l'adoption croissante des connexions Internet à haut débit, et d'autres technologies de communication comme les smartphones et les connexions sans fil, qui accélèrent ultérieurement la circulation de la culture à la demande<sup>144</sup>.

Depuis son évolution en tant que fournisseur de services en streaming en 2007, la diffusion de ses contenus est toujours passée par Internet. En effet, Netflix est un produit emblématique du tournant numérique qui marque la télévision au début du XXI<sup>e</sup> siècle, notamment dans la période qu'Amanda Lotz nomme l'« Ère *Post-Network* » (*Post-Network Era*). Dans son travail fondateur sur l'histoire techno-économique de la télévision, Lotz propose de distinguer l'histoire de la production télévisuelle états-unienne en trois périodes : l'« Ère du *Network* » (*Network Era*), qui va de 1952 environ à la moitié des années 1980 ; la « Transition des Multi-chaînes » (*Multi-Channel Transition*), qui distingue l'époque entre les années 1980 et les années 2000 marquée par l'apparition du système de câble analogique et des *time-shifting technologies* ; et l'« Ère *Post-Network* », dans laquelle nous nous trouvons depuis la moitié des années 2000<sup>145</sup>. Netflix émerge donc dans le cadre de l'exploitation de la diffusion numérique, en se présentant comme distinct de la télévision traditionnelle des époques précédentes. Par « traditionnelle » nous entendons le modèle de production qui a caractérisé l'industrie télévisuelle états-unienne jusqu'à la fin de la transition des multi-chaînes. Aux États-Unis, la télévision s'établit d'abord sous le monopole de trois grands réseaux nationaux (ABC, CBS, NBC) qui dictent les conditions de production et qui fournissent aux filiales locales les programmes à diffuser. Cette diffusion se fait par un écran unique, celui du poste de télévision au sein du foyer domestique :

La disponibilité assez uniforme des trois réseaux de diffusion sur chaque marché a obligé les téléspectateurs à l'échelle nationale à choisir parmi les mêmes options limitées, et la variation entre le *day time* et le *prime time* indique l'ampleur de l'audience ciblée à cette époque de grande audience.<sup>146</sup>

---

<sup>143</sup> Todd Spangler, « Netflix Projected to Spend More Than \$17 Billion on Content in 2020 », Variety [en ligne], publié le 16 janvier 2020, n.p. URL : <https://variety.com/2020/digital/news/netflix-2020-content-spending-17-billion-1203469237/>.

<sup>144</sup> Kevin McDonald & Daniel Smith-Rowsey, « Introduction », in K. McDonald & D. Smith-Rowsey (éd.), *The Netflix Effect, Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York, Bloomsbury Publishing USA, 2016, p. 2.

<sup>145</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, New York, NYU Press, 2014 [2007], p. 7.

<sup>146</sup> *Ibid.*, p. 11.

Ensuite, l'introduction des technologies de décalage temporel (*time-shifting technologies*), à partir des années 1980, modifie profondément l'expérience spectatorielle de la télévision, amorçant une ère de transition. La télécommande et le VCR, couplés avec l'arrivée des systèmes câblés analogiques, élargissent considérablement le choix et favorisent le contrôle du spectateur sur les contenus à visionner en termes temporels. En outre, grâce à des nouveaux règlements gouvernementaux, d'autres réseaux – et, par conséquent, beaucoup de nouveaux contenus – peuvent voir le jour, accompagnées par l'émergence des chaînes satellitaires et de chaînes câblées sur abonnement qui introduisent la programmation sans publicité<sup>147</sup>. La télévision traditionnelle se définit donc principalement par la diffusion analogique des contenus selon une programmation hebdomadaire et par leur visionnement à partir de l'écran télévisuel domestique.

Dans la période dite « *Post-Network* », on assiste à une rupture par rapport à l'expérience dominante de l'ère des réseaux : l'expansion radicale du contrôle acquis par le téléspectateur dans les décennies précédentes amène à un changement dans l'utilisation du média<sup>148</sup>. Plusieurs options pour le financement des productions télévisuelles élargissent la gamme de programmes commercialement viables, tandis que les nouvelles stratégies publicitaires (*product placing*) viennent coexister avec l'ancien modèle de la publicité en trente secondes. Aux choix de quoi et quand regarder s'ajoute celui du « où » (sur quel écran), grâce aux avancées technologiques dans le domaine numérique. La télévision « traditionnelle » sort de la sphère domestique pour devenir portable et mobile, et sa diffusion passe avant tout par Internet. Netflix représente précisément un modèle hybride entre ce qu'on appelle la « télévision Web » (*Web TV*) et la « télévision sur Internet » (*Internet TV*). Ce qui différencie fondamentalement ces deux catégories est le modèle de diffusion de leurs contenus : la « télévision sur Internet » inclut la transmission sur Internet de programmes créés soit pour la diffusion en ligne soit pour la diffusion traditionnelle par câble ou par satellite ; en revanche, la « télévision Web » diffuse des contenus épisodiques inédits<sup>149</sup>, uniquement pensés pour Internet<sup>150</sup>. Toutefois, on considère Netflix principalement comme de la télévision Web, parce que du point de vue des productions originales, elles sont destinées spécifiquement à la

---

<sup>147</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, *op. cit.*, p. 12.

<sup>148</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>149</sup> Dans le cas de Netflix, la référence à un contenu inédit dit « épisodique » de cette définition pourrait désormais être changée en « contenu inédit » tout court, en tant que la plateforme produit aussi des longs métrages.

<sup>150</sup> « Web Television », Wikipedia [en ligne], publié le 28 mars 2020.

URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_television](https://en.wikipedia.org/wiki/Web_television).

diffusion en ligne ; les acquisitions, au contraire, sont diffusées à la base par câble ou par satellite.

Mareike Jenner argumente que l'on pourrait presque considérer Netflix comme inaugurant une nouvelle ère en soi, en tant qu'il « se positionne aussi clairement comme autre chose que la télévision par ses formes de distribution, son modèle commercial, ses pratiques d'écoute (supposées) et son marketing »<sup>151</sup>, tout en s'inspirant des formats et des stratégies de marketing familiers de la TVIII<sup>152</sup>. De toute évidence, il y a des différences considérables entre Netflix et la télévision traditionnelle. Alors que Netflix rentre dans le domaine de la production en 2013, en se situant dans le même paysage institutionnel que la télévision traditionnelle (dont il devient un concurrent potentiel), Sarah Arnold remarque qu'il se distingue de cette dernière par une transmission qui manque de « *liveness* »<sup>153</sup> et par le fait qu'il s'abstient de diffuser des programmes qui dépendent de l'expérience en direct comme les émissions de débat, les journaux télévisés ou le sport<sup>154</sup>. Tryon nuance cette affirmation en constatant que Netflix a simplement proposée une autre forme de l'immédiateté<sup>155</sup> qui continue néanmoins à définir le média « en permettant aux téléspectateurs de regarder des saisons complètes de programmes simultanément, consécutivement et collectivement » d'une façon qui se rapproche « de la perception de la vivacité de la télévision »<sup>156</sup>. Toutefois, plutôt qu'un flux linéaire fixe de contenus, Netflix fournit un catalogue à partir duquel le spectateur fait son choix, offrant donc une expérience visuelle qui est sensiblement différente de celle de la télévision traditionnelle<sup>157</sup>.

---

<sup>151</sup> Mareike Jenner, « Is This TVIV ? On Netflix, TVIII and Binge-watching », *New Media & Society* [en ligne], vol. 18, n° 2, juillet 2014, p. 11 (ma traduction).

<sup>152</sup> Aux cours des années, les étiquettes « TVI », « TVII » et « TVIII » ont aussi été adoptées par les chercheurs pour essayer de diviser l'histoire de la télévision états-unienne en périodes qui se distinguent en termes techniques et économiques de production et de réception. Ces trois périodes correspondent à peu près à la même périodisation proposée par Lotz.

<sup>153</sup> Derek Kompare explique que, de fait, très peu d'émissions de la télévision traditionnelle contemporaine sont effectivement « en direct » dans le sens classique du terme. Aujourd'hui, le *liveness* se réfère plutôt à l'expérience nationale simultanée d'un nouveau programme. (Derek Kompare, « Streaming as Shelving : The Media Past in The Media Future », *Flow* [en ligne], 5 mai 2014, 2005, p. xi.)

<sup>154</sup> Sarah Arnold, « Netflix and the Myth of Choice/Participation/Autonomy », in K. McDonald & D. Smith-Rowsey (éd.), *The Netflix Effect, Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York, Bloomsbury Publishing USA, 2016, pp. 50-51.

<sup>155</sup> Même dans le cadre de la télévision traditionnelle, Mireille Berton remarque que le principe d'immédiateté est plutôt une illusion. En s'appuyant sur les études de Jane Feuer, elle remarque que l'impression d'immédiateté est renforcée chez les téléspectateurs à travers des « stratégies discursives et économiques des chaînes qui consistent à oblitérer la distance entre temps réel et temps de la transmission ». (Mireille Berton, « Technologies numériques et fantasmes panoptiques dans les séries télévisées contemporaines », *Décadrages*, n° 32-33, printemps 2016, p. 57.)

<sup>156</sup> Chuck Tryon, *op. cit.*, p. 107 (ma traduction).

<sup>157</sup> Sarah Arnold, « Netflix and the Myth of Choice/Participation/Autonomy », in K. McDonald & D. Smith-Rowsey (éd.), *op. cit.*, p. 51.

Cependant, nous considérons que Netflix n'est pas forcément « autre chose que la télévision », mais simplement une étape ultérieure dans l'évolution du média, ce qui nous permettra aussi de démontrer pourquoi les séries proposées dans son catalogue ont une telle affinité avec la nostalgie. Comme l'affirme notamment J. P. Kelly :

La télévision dans l'ère en ligne n'est pas une rupture radicale des vieilles utilisations de la télévision, mais plutôt un amalgame des vieilles et nouvelles logiques en prolongeant des pratiques établies ou le flux de diffusion, alors qu'on capitalise sur les nouvelles possibilités économiques et textuelles inhérentes aux médias numériques.<sup>158</sup>

De même, Amanda Lotz propose de partir du principe que la télévision Web et la télévision sur Internet ne sont que des nouvelles extensions de la télévision traditionnelle. Déjà en 2007, la chercheuse se demandait si les contenus créés par les réseaux états-uniens devaient être considérés encore comme de la télévision alors qu'ils étaient affichés sur un ordinateur portable ou sur l'écran d'un téléphone. Selon Lotz, il faudrait aborder la télévision contemporaine plutôt comme un objet qui dépasse le simple statut d'appareil (*hardware*), comme une technologie dont l'essence tient au contexte de son utilisation, à savoir à l'ensemble des comportements et des pratiques associées à son emploi<sup>159</sup>. Même si les technologies télévisuelles dont nous disposons aujourd'hui exigent des nouveaux rituels d'utilisation – tout comme les nouvelles manières de produire des contenus comportent des nouvelles façons de les consommer<sup>160</sup> – cette transition n'a curieusement pas changé la perception du public par rapport à ce qu'on appelait « télévision » :

La raison pour laquelle une bataille immédiate entre la télévision et le nouveau média n'a pas eu lieu en est la façon dont la compréhension de la télévision [...] a évolué. [...] [L]orsque Netflix et HBO Go ont permis le streaming d'épisodes entiers en haute définition, on le comprend, étonnamment, comme de la « télévision ». [...] Il aurait été compliqué d'expliquer comment un épisode d'une émission télévisée originellement produit pour un réseau de diffusion ou pour une chaîne câblée serait devenu quelque chose d'autre que de la télévision parce qu'il était transmis sur Internet.<sup>161</sup>

La montée de Netflix vers le statut de superpuissance du streaming en l'espace d'une décennie est l'emblème du tournant numérique de la télévision des années 2010. Ses contenus originaux n'ont pas seulement changé les pratiques de production, mais aussi celle de consommation : la fusion de la technologie et du divertissement à un rythme si accéléré a eu

---

<sup>158</sup> J. P. Kelly, cité par Kathleen Williams, « The Wonder Years : Nostalgia, Memory and Pastness in Television Credits », *Alphaville. Journal of Film and Screen Media* [en ligne], n° 12, hiver 2016, p. 70 (ma traduction).

<sup>159</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, op. cit., p. 29.

<sup>160</sup> *Ibid.*, pp. 2-3.

<sup>161</sup> Amanda D. Lotz, *We Now Disrupt This Broadcast*, op. cit., p. 115 (ma traduction).

un impact majeur sur l'industrie télévisuelle et sur l'économie des médias de masse<sup>162</sup>. Pourtant, la plateforme s'inscrit dans la continuité de la télévision Web : bien que ses contenus (séries et long métrages) passent toujours d'abord par la diffusion Internet, Netflix n'est pas à considérer comme un nouveau média complètement isolé, mais plutôt comme une évolution, une nouvelle extension de la télévision. Ainsi, nous estimons que ce rapport de continuité entre Netflix et la télévision traditionnelle, en particulier vis-à-vis des formats de narration et de l'esthétique, nous permettra de fonder notre examen de *Stranger Things* et de *GLOW* sur les outils déjà solides de l'analyse esthétique de la télévision. En outre, comme nous l'expliquerons dans le prochain chapitre, il nous permettra de comprendre pourquoi les formes sérielles proposées par la plateforme de streaming présentent autant d'affinité à la nostalgie.

---

<sup>162</sup> Kevin McDonald & Daniel Smith-Rowsey, « Introduction », in K. McDonald & D. Smith-Rowsey (éd.), *op. cit.*, p. 2.

## VI. La télévision, un média intrinsèquement nostalgique

Dans la littérature académique, la télévision a souvent été définie comme le « média de la mémoire », à la fois dans les textes qu'elle produit et dans les contextes de réception qui l'entourent. Juan Francisco Gutiérrez Lozano affirme que la mémoire télévisuelle est marquée par une nostalgie autoréflexive en lien avec un passé socialement partagé, qui se traduit par une programmation nostalgique de la part des chaînes contemporaines et par la réutilisation de vieux matériel télévisuel par les utilisateurs d'Internet et des nouveaux médias. Cette mémoire peut être une expression collective qui puise dans les archives audiovisuelles et une expression individuelle qui se base sur une histoire orale, construite grâce au partage de souvenirs s'appuyant sur l'expérience personnelle<sup>163</sup>. Dans son étude *Television, Memory and Nostalgia*<sup>164</sup>, Amy Holdsworth explore le lien entre le média et la mémoire à travers l'analyse des *memory texts* et des manières de « se souvenir » qui les caractérisent – telles que celles employées dans les émissions à caractère documentaire et dans la narration des séries télévisées – ainsi qu'en examinant les approches nostalgiques de rediffusion et résurrection d'anciens textes. Ces dernières, comme nous l'avons déjà vu dans le quatrième chapitre, ont eu selon Derek Kompare un impact significatif sur l'industrie télévisuelle états-unienne, sur l'expérience spectatorielle, et plus généralement sur la compréhension de notre passé récent. D'après l'auteur, grâce à ce passé culturel encapsulé par les rediffusions, la télévision fonctionnerait comme une « fenêtre sur le passé, littéralement une machine à voyager dans le temps »<sup>165</sup>. Toutefois, il n'entend pas que la télévision soit ouverte sur le passé, mais qu'elle est une machine qui produit et reproduit le temps, à partir d'un temps recyclé. Kompare en arrive même à soutenir que la caractéristique ontologique principale qui structure la télévision commerciale aux États-Unis ne serait pas son immédiateté, mais le principe de la répétition elle-même.

Effectivement, la répétition a constitué un élément décisif pour le développement du média télévisuel tout au long de son histoire et pour la définition de son caractère particulièrement nostalgique. Tout d'abord, entre la fin des années 1960 et le début des années 1980, s'opère un changement significatif dans la perception critique de la télévision. Le

---

<sup>163</sup> Juan Francisco Gutiérrez Lozano, « Television Memory After the End of Television History ? », in M. De Valck & J. Teurlings (éd.), *After the Break, Television Theory Today*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2013, p. 131.

<sup>164</sup> Amy Holdsworth, *Television, Memory and Nostalgia*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011.

<sup>165</sup> Derek Kompare, *Rerun Nation : How Repeats Invented American Television*, New York/Londres, Routledge, 2005, p. x (ma traduction).

processus d’historicisation de la télévision entamé pendant les années 1970, à savoir de « son articulation dans les discours à l’histoire et à la mémoire »<sup>166</sup>, contribue à sa légitimation dans la culture états-unienne et au début d’une nostalgie autoréflexive : « [c]ette nouvelle validation du populaire », écrit Kompare « s’est également traduite par une nostalgie sans précédent et très médiatisée qui a défini une grande partie du paysage culturel à cette époque. »<sup>167</sup>. Les rediffusions ont donc joué un rôle clé dans l’apparition de la nostalgie dans les années 1970, en participant à la construction de l’héritage télévisuel et en favorisant l’exploitation des contenus du passé comme « source immédiate de capital culturel et industriel »<sup>168</sup>. Cela se fait notamment à travers le développement des « boutiques câblées » qui offrent une gamme limitée de produits destinés à un public de niche<sup>169</sup>, tel est le cas de la chaîne câblée *Bravo* qui originalement était dédiée aux films et aux arts de la scène<sup>170</sup>. Après les années 1970, la consommation télévisuelle est aussi marquée par l’avènement des technologies vidéo domestiques : d’abord le magnétoscope en 1972<sup>171</sup>, et ensuite le DVR et le DVD pendant les années 1990, accompagnés par l’émergence des vidéo-clubs qui permettent une location répétée des films. Les fonctions spécifiques de ces appareils pouvaient différer, mais ils partageaient tous la principale innovation de la technologie vidéo : « la possibilité de lire sélectivement des programmes préenregistrés »<sup>172</sup>, à savoir la possibilité de la répétition :

Les principales technologies médiatiques des cinquante dernières années, allant de la bande audio analogique à l’ordinateur personnel en passant par la vidéo numérique haute définition, se sont toutes concentrées sur la question du stockage et de la reproduction des informations, contribuant à favoriser l’abandon des formes médiatiques “en direct” au profit de la collecte et de la répétition des textes existants.<sup>173</sup>

L’acte de répétition représente un rouage autant essentiel du processus de création des sentiments nostalgiques : la *re*-production des objets et des images du passé requiert, de fait, une répétition.

La répétition fait partie de l’ADN des contenus télévisuels depuis bien avant que les rediffusions deviennent une des stratégies de la programmation et de la consommation

---

<sup>166</sup> Derek Kompare, *op. cit.*, 2005, p. 102 (ma traduction).

<sup>167</sup> *Ibid.*, p. 102 (ma traduction).

<sup>168</sup> *Ibid.*, p. 198 (ma traduction).

<sup>169</sup> *Ibid.*, p. 198.

<sup>170</sup> De nos jours, cette chaîne diffuse principalement de la télé-réalité, des séries originales et acquises, ainsi que des longs métrages grand public. (« Bravo (American TV network) », Wikipedia [en ligne], publié le 24 mai 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Bravo\\_\(American\\_TV\\_network\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Bravo_(American_TV_network)).)

<sup>171</sup> « Videocassette recorder », Wikipedia [en ligne], publié le 10 mai 2020.

URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Videocassette\\_recorder](https://en.wikipedia.org/wiki/Videocassette_recorder).

<sup>172</sup> Derek Kompare, *op. cit.*, 2005, p. 198 (ma traduction).

<sup>173</sup> *Ibid.*, p. 206 (ma traduction).

télévisuelles aux années 1970 et 1980. Elle caractérise les produits sérialisés (séries et émissions hebdomadaires) dès leur apparition autour des années 1950. Toutefois, c'est notamment la fin du XX<sup>e</sup> siècle – qui coïncide à peu près avec la transition des multi-chaînes – que Umberto Eco identifie comme l'ère de la répétition, dont la « sérialité », qui rentre dans le cadre de l'esthétique moderne, n'est qu'un autre terme pour « art répétitif »<sup>174</sup>. En effet, selon Niemeyer et Wentz, les séries télévisées sont intrinsèquement liées à la nostalgie à cause des caractéristiques de la sérialité télévisuelle elle-même :

Une série nostalgique est très souvent l'objet du désir de son public. En même temps, la nostalgie semble être l'un des sujets préférés des séries télévisées avec lesquels s'engager à plusieurs niveaux. Ces deux concepts [...] ne se basent pas seulement sur le fait qu'une série, en raison notamment de ses caractéristiques structurelles et temporelles, est particulièrement apte à dévoiler les dimensions multiples de la nostalgie, mais aussi [sur le fait] que la nostalgie, à travers ses modes d'être et son temps [verbal], peut elle-même être considérée comme une de ces caractéristiques.<sup>175</sup>

Si, d'une manière générale, les séries télévisées historiques paraissent connaître « un retentissement et un succès particulier quand elles se déclinent en épisodes »<sup>176</sup> plutôt que lorsqu'elles sont présentées sous forme de long métrage, cela s'expliquerait, en partie, par le format de la série elle-même. D'après Thalia Brero et Sébastien Farré, les produits sériels ont une durée plus importante, qui permet de poser calmement le contexte d'une autre époque, en favorisant une immersion profonde dans cet « ailleurs » temporel. En outre, une bonne partie des sujets des récits sériels s'articule autour de la représentation d'un passé « proche, lointain, voire imaginaire »<sup>177</sup>, témoignant du goût évident des téléspectateurs pour une dimension historique (réelle ou fantasmée) des intrigues. Comme le remarque Kathryn Pallister, les séries peuvent présenter plusieurs types de rapport avec la nostalgie du point de vue des contenus et de la réception, et que nous pouvons articuler à la question de la répétition. Dans le premier cas, elles peuvent se présenter comme des textes situés dans le passé, entourés par des discours qui ne cachent pas leur volonté d'être nostalgiques, mais qui, au contraire, la mettent en avant. En revanche, le deuxième type concerne ces séries produites une ou deux décennies plus tôt, qui peuvent être situées ou pas dans le passé, dont la valeur pour le spectateur peut être celle d'un objet nostalgique, sans que la nostalgie occupe de fait une place centrale dans ses discours. Enfin, Pallister inclut aussi les séries auxquelles le spectateur est particulièrement affectonné,

---

<sup>174</sup> Umberto Eco, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », *op. cit.*, p. 14.

<sup>175</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 130 (ma traduction).

<sup>176</sup> Thalia Brero & Sébastien Farré, « Introduction », in T. Brero & S. Farré (dir.), *The Historians Saison 1. Les séries TV décryptées par les historiens*, Genève, Georg/Université de Genève - Maison de l'histoire, 2017, p. 12.

<sup>177</sup> *Ibid.*, p. 11.

qui déclenchent le sentiment nostalgique lors d'un nouveau visionnement après qu'on ne les a pas regardées pendant un certain temps<sup>178</sup>. Dans tous les cas, la répétition occupe une place fondamentale : on peut assister à la recréation d'une époque qui a déjà eu lieu, tout comme à la répétition de l'acte de visionnement. Niemeyer et Wentz en viennent même à avancer l'hypothèse que les séries ne peuvent jamais échapper à l'évocation d'un sentiment de nostalgie, parce qu'elles « se basent sur l'impératif de toujours laisser un vide »<sup>179</sup>, en provoquant et apaisant le désir nostalgique « par leur statut particulier de créatrices et briseuses de rituels »<sup>180</sup>. Une composante des séries elles-mêmes est la nécessité de les regarder régulièrement (du moins à leur premier visionnement), en créant des liens avec les habitudes personnelles du public, et en donnant lieu à des rituels qui s'insinuent dans la vie quotidienne. Ces rituels, qui se transforment en pratiques et souvenirs partagés entre les spectateurs, peuvent être eux-mêmes objet de nostalgie. Les séries peuvent aussi provoquer de la nostalgie auto-induite par l'emploi d'une certaine esthétique du passé et de stratégies narratives de répétition comme l'analepse, en devenant nostalgiques d'elles-mêmes au fur et à mesure qu'elles accumulent du temps et donc un passé et un futur imaginé<sup>181</sup>.

En plus de la répétition et de la sérialité, une deuxième caractéristique est constamment indiquée comme inhérente au média télévisuel, à savoir son « intimité ». En 1974, Horace Newcomb met en évidence des caractéristiques spécifiques à la télévision qui permettraient de la regarder « comme quelque chose de plus qu'un dispositif de transmission »<sup>182</sup> : l'intimité, la continuité et l'histoire. Alors que les deux dernières ont été réexaminées trente ans plus tard et substituées respectivement par les termes de sérialité et de liminalité<sup>183</sup>, selon l'auteur l'intimité serait restée un trait distinctif autant de la néo-télévision des années 1980 que de la post-télévision des années 2000<sup>184</sup>. En 1974, Newcomb avance l'hypothèse que le besoin d'intimité

---

<sup>178</sup> Kathryn Pallister, *op. cit.*, pp. 2-3.

<sup>179</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 134 (ma traduction).

<sup>180</sup> Katharina Niemeyer, « Introduction : Media and Nostalgia », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 15 (ma traduction).

<sup>181</sup> Katharina Niemeyer & Daniela Wentz, « Nostalgia Is Not What It Used to Be : Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 135.

<sup>182</sup> Horace Newcomb, cité par Ursula Ganz-Blätter, *Signs of Time : Cumulative Narrative in Broadcast Television Fiction*, Münster, LIT Verlag, 2018, p. 217 (ma traduction).

<sup>183</sup> Ganz Blätter décrit la liminalité comme l'habileté des récits de nous extraire de et de nous placer à l'intérieur d'évènements, problèmes, sujets, thèmes sociaux et culturels. (Ursula Ganz-Blätter, *Signs of Time : Cumulative Narrative in Broadcast Television Fiction*, Münster, LIT Verlag, 2018, pp. 219-220.)

<sup>184</sup> La « néo-télévision » est un néologisme inventé par Umberto Eco pour définir la télévision italienne des années 1980 qui s'opposait à la « paléo-télévision » des décennies précédentes. Les deux se différencient principalement par leur objet d'intérêt : la paléo-télévision parlait du monde extérieur (ou du moins le prétendait), alors que la néo-télévision parle d'elle-même et de son contact avec le public d'une façon réflexive (Umberto Eco, « A Guide to the Neo-Television of the 1980s », in Zygmunt G. Barański & Robert Lumley (éd.), *Culture and Conflict in*

est lié à une logique économique plutôt que culturelle. En revanche, en 2005, il constate que le sens physique de l'intimité est clairement basé sur les nécessités économiques de la production télévisuelle, car il est plus facile de filmer dans des studios qu'en extérieur, mais qu'il ne faut pas oublier que l'intimité est aussi cruciale pour établir une familiarité avec certains personnages au fil du temps. En outre, la fiction télévisuelle, tout comme les actualités, les documentaires et les émissions de télé-réalité, « continuent à être fascinés par et sont dépendents de récits qui racontent de questions intimes d'une manière intime » avec une perspective voyeuriste<sup>185</sup>. L'émotion nostalgique qui, au cours du dernier siècle, est devenue une affaire toujours plus privée et intériorisée, repose fortement sur la sphère intime du sujet nostalgique, précisément parce que le désir se tourne fréquemment vers un passé profondément personnel, tel que celui de sa propre enfance. Dans « Greyish Rectangles : Creating the Television Heritage », Derek Kompare propose même que l'épicentre de la nostalgie est incarné par l'interface télévisuelle à l'intérieur du foyer domestique, qui, déjà depuis la fin des années 1940, représente le symbole culturel par excellence de la vie familiale<sup>186</sup>. Kompare souligne comment ces discours étaient particulièrement saillants pour la génération des *Baby-boomers* qui grandit en parallèle à l'hégémonie culturelle croissante de la télévision aux États-Unis. Nous pouvons aussi étendre ce constat à la *Génération X*, à celle des *Millennials* (ou *Génération Y*) et peut-être même à une partie de la *Génération Z*<sup>187</sup>, dont l'enfance a été encore scandée par les après-midis passés devant la télévision. Le poste de télévision et la télévision elle-même peuvent devenir des évocateurs du passé, ainsi que représenter un état de confort et de sécurité auquel tendre, surtout si ces personnes vivent mal leur situation présente. Dans son exploration du média télévisuel et du rôle qu'il joue dans la vie quotidienne, Roger Silverstone s'appuie sur le travail du sociologue Anthony Giddens pour avancer l'hypothèse qu'une « grande partie de la télévision peut servir d'objet transitionnel », c'est-à-dire comme un de ces objets que l'enfant « investit de sentiments de sécurité ontologique assurée par la mère »<sup>188</sup> (un

---

*Postwar Italy : Essays on Mass and Popular Culture*, Londres, Macmillan, 1990, p. 245). Le concept de « post-télévision », en revanche, a été développé par Jean-Louis Missika au début des années 2000 pour distinguer une nouvelle évolution dans la télévision marquée par l'hypersegmentation de l'offre et l'affirmation narcissique de l'identité individuelle, qui portent à sa délinéarisation. (David Colon, *Propagande : La manipulation de masse dans le monde contemporain*, Paris, Belin, 2019, n.p.)

<sup>185</sup> Horace Newcomb, cité par Ursula Ganz-Blätter, *op. cit.*, p. 218 (ma traduction).

<sup>186</sup> Derek Kompare, « Greyish Rectangles : Creating the Television Heritage », *Media History* [en ligne], vol. 9, n° 2, 2010, p. 156.

<sup>187</sup> Ces expressions sont utilisées pour distinguer une génération de la successive et vice versa. Les *Baby-boomers* sont généralement définis comme des personnes nées entre 1946 et 1964, la *Generation X* entre 1965 et 1980, la *Generation Y* entre 1980 et 1995, et la *Génération Z* entre 1995 et 2009 environ. Les délimitations temporelles sont indicatives et changent souvent selon les sources.

<sup>188</sup> Roger Silverstone, cité par Jonathan Gray & Amanda D. Lotz, *op. cit.*, p. 82 (ma traduction).

doudou, une peluche, ou le jouet préféré). En effet, selon Giddens la société contemporaine est angoissée par l'incertitude de dangers potentiels (actes de terrorisme, crise boursière, ...) et requiert ce moyen d'adaptation, de sécurité et confort, appelé « sécurité ontologique ». D'après Silverstone, la télévision fonctionnerait donc comme objet transitionnel « pas seulement pour les enfants [...], mais pour toute une population confrontée à une société pleine de risques et de dangers »<sup>189</sup>.

Qu'on la définisse comme le « média de la mémoire », la « fenêtre sur le passé » ou la « machine à voyager dans le temps », la télévision présente clairement un rapport spécial avec le passé personnel et le passé commun. En tant que reproductrice du temps réel ou fictif et de la sphère de l'intimité, la télévision se sert de la répétition pour développer des stratégies de programmation et la structuration de ses contenus – dont notamment les séries télévisées – jusqu'à en faire son identité primaire. Grâce à ces caractéristiques, le média télévisuel présente une affinité marquée à la nostalgie et à ses mécanismes de production qui se construisent précisément sur la récréation et rediffusion d'images et d'esthétiques du passé. Bien qu'en se définissant par rapport au dispositif de représentation qui l'a précédé<sup>190</sup>, la technologie numérique sur laquelle repose Netflix (le streaming OTT) nous oblige à reconsidérer sa relation à la répétition et à l'intimité au cœur du sentiment nostalgique. Cependant, nous démontrerons que, par ses composantes structurelles (le catalogue et les suggestions personnalisées) et les manières de consommation qu'elle propose comme le binge-watching, la plateforme ne perd pas cette affinité à la nostalgie, mais au contraire, elle la renforce.

---

<sup>189</sup> Roger Silverstone, cité par Jonathan Gray & Amanda D. Lotz, *op. cit.*, p. 83 (ma traduction).

<sup>190</sup> Selon Bolter et Grusin, « les nouveaux médias se définissent toujours en relation avec les technologies de représentation précédentes » (J. D. Bolter & R. Grusin, cités par Dominik Schrey, « Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 29).

## VII. Netflix comme plateforme inductrice de nostalgie

Comme nous l'avons mentionné auparavant, l'arrivée de Netflix est largement considérée comme l'un des changements profonds qui ont marqué l'évolution de la télévision – d'abord aux États-Unis, puis au niveau international – laquelle a été possible grâce à l'avènement de nouvelles technologies de distribution numérique pendant l'ère « *Post-Network* ». Ces ajustements n'ont pas seulement entraîné des modifications dans les processus de production, mais ils ont aussi influencé la façon dont les téléspectateurs utilisent la télévision. Les attributs d'« accessibilité », d'« ubiquité » et de « qualité » identifiés par Lotz, qui ont marqué le média dans la période de la « Transition des Multi-chaînes », ont été réélaborés en des attentes de « commodité » (*convenience*), « mobilité »<sup>191</sup> et « théâtralité ». Cette dernière, en particulier, est à envisager comme la qualité « de vie réelle » ou même « cinématographique » de l'image qui a été améliorée par les progrès technologiques de la diffusion numérique<sup>192</sup>. La satisfaction de ces exigences va de pair avec le respect des conditions qui assurent le déclenchement de la nostalgie : afin que le sentiment nostalgique puisse prospérer, il faut garantir la disponibilité omniprésente d'objets, images et textes culturels du passé (commodité et mobilité), qui présentent soit une véridicité historique soit une esthétique du *pastness* permises par la qualité cinématographique de l'image (théâtralité). En tant que technologie numérique qui se fonde sur l'utilisation de nouveaux dispositifs de visionnement à la fois en dehors et à l'intérieur du foyer, Netflix propose de même une articulation différente au caractère de l'intimité – si important pour la télévision des réseaux – alors qu'on pourrait supposer ce rapport au poste de télévision domestique perdu à cause de la mobilité offerte par le service. Cette analyse de la plateforme nous permettra ainsi de mieux comprendre le cadre qui entoure la diffusion de séries originales comme *Stranger Things* et *GLOW* et la réception de leur signes esthétiques nostalgiques.

---

<sup>191</sup> La mobilité est à distinguer de la portabilité, qui se réfère à l'accès « *time- and place-shifting* » à des programmes téléchargés sur un dispositif portable, en élargissant l'utilisation pratique de la télévision, mais en exigeant aussi de planifier cette action. La mobilité au contraire concerne l'accès à la télévision en direct en dehors de la maison, en répondant au désir immédiat de l'utilisateur. (Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, *op. cit.*, p. 60.)

<sup>192</sup> *Ibid.*, p. 50.

## VII.a La construction de la « playlist du passé »

Bien qu'à présent l'image perçue de Netflix soit celle d'une « usine à séries », le processus d'acquisition de contenus non-originaux qui s'opère depuis ses débuts en 2007 reste un des aspects essentiels du géant du streaming. En effet, Tryon identifie deux modes de visionnage dominants offerts par les services SVoD<sup>193</sup> et par Netflix en particulier : le mode « instantané », qui invite à la consommation immédiate de nouveau contenu original et qui est encouragé par la pratique de la plateforme qui consiste à diffuser une saison en bloc ; et le mode de « découverte » ou « archivage », grâce auquel lequel les téléspectateurs « peuvent rencontrer des émissions plus anciennes qu'ils auraient pu manquer lors de leur première diffusion »<sup>194</sup>. Ainsi, ce qu'offre la plateforme n'est pas seulement un catalogue de nouvelles productions, mais aussi le catalogue d'une *archive* d'émissions du passé. Tous ces contenus sont à la fois visionnables à n'importe quel moment – ce que Lotz définit comme la première commodité gagnée par le spectateur par rapport à la programmation linéaire des chaînes – et dans n'importe quel lieu, grâce aux interfaces et aux applications développées par Netflix vers 2010<sup>195</sup> qui permettent de visionner ses contenus à partir de supports portables (ordinateurs, tablettes et smartphones). Netflix se présente donc comme une « bibliothèque en ligne de films et de séries télévisuelles »<sup>196</sup>, dont la « carte lecteur » donne accès à environ 4 000 films et 47 000 épisodes de séries télévisées<sup>197</sup>, pour donner des chiffres datant de 2019<sup>198</sup>. Ted Sarandos remarque que c'est justement grâce à l'accessibilité numérique et la capacité de stockage du streaming que Netflix peut avoir un espace d'inventaire illimité<sup>199</sup>.

---

<sup>193</sup> « Subscription/Streaming Video on Demand », c'est-à-dire les services qui utilisent un modèle d'entreprise d'abonnement dans lequel les abonnés sont facturés des frais réguliers pour l'accès illimité des programmes (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Hulu, ...). (« Vidéo on demand », Wikipedia [en ligne], publié le 20 mai 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_on\\_demand#Subscription\\_models](https://en.wikipedia.org/wiki/Video_on_demand#Subscription_models).)

<sup>194</sup> Chuck Tryon, *op. cit.*, p. 106 (ma traduction).

<sup>195</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, *op. cit.*, p. 64.

<sup>196</sup> Mareike Jenner, *op. cit.*, p. 1 (ma traduction).

<sup>197</sup> En 2018, le catalogue contenait 1569 séries télévisées. Cette information n'est pas disponible pour l'année 2019. (Travis Clark, « New Data Shows Netflix's Number of Movies Has Gone Down by Thousands of Titles Since 2010 – but Its TV Catalog Size Has Soared », Business Insider [en ligne], publié le 20 février 2018, n.p.

URL : <https://www.businessinsider.com/netflix-movie-catalog-size-has-gone-down-since-2010-2018-2?r=US&IR=T>.)

<sup>198</sup> Amy Watson, « Content Available on Disney's New Streaming Service's (Disney+) Compared to Netflix in the United States as of April 2019 », Statista [en ligne], publié le 21 août 2019, n.p.

URL : <https://www.statista.com/statistics/1041104/disney-catalog-netflix-comparison-us/>.

<sup>199</sup> Ted Sarandos, cité par Michael Curtin, Jennifer Holt & Kevin Sanson (éd.), *Distribution Revolution : Conversations about the Digital Future of Film and Television*, Oakland, University of California Press, 2014, p. 136.

De la même manière que les archives représentent une source fondamentale pour la programmation nostalgique de la télévision traditionnelle, le catalogue de Netflix proposant une grande quantité de textes contemporains et anciens est un outil central pour l'accès au passé :

Comme la plupart des nouveaux médias, en fait, Internet a renforcé le poids culturel du passé, en augmentant son intelligibilité et accessibilité. [...] Les nouvelles technologies ne prennent pas seulement le relais des technologies antérieures, mais, de plus en plus, elles s'appuient sur le travail de collection et agglomération d'une technologie précédente [...] [Ces processus] nous ont donné d'innombrables collections de musique, films, ou textualité écrite du passé, qui, dans leur disposition minutieuse et leurs annotations élaborées, ont servi à historiciser ces formes culturelles de manière presque fétichiste.<sup>200</sup>

Ce travail de collection et agglomération dont parle William Straw fait partie du processus de « remédiation » que Jay David Bolter et Richard Grusin décrivent comme « la caractéristique distinctive des nouveaux médias numériques »<sup>201</sup>. Par remédiation ils entendent la représentation d'un média à l'intérieur d'un autre média qui peut se produire de plusieurs façons. Dans le premier cas, on propose le média numérique comme un nouveau moyen d'accéder à des contenus médiatiques plus anciens sans une ironie ou une critique apparente, en le rendant donc « transparent » pour permettre aux utilisateurs de garder le même rapport qu'ils avaient au média original. En revanche, dans le deuxième cas, on met l'accent sur la différence entre les médias plutôt que l'effacer pour proposer le numérique comme une amélioration, bien qu'il se justifie toujours par rapport à l'ancien média et cherche à rester fidèle à son caractère<sup>202</sup>. Dans la troisième et dernière façon, le nouveau média peut remédier l'ancien par son absorption complète, afin de minimiser les discontinuités entre les deux. Cependant l'acte même de remédiation garantit que l'ancien média ne peut pas être complètement effacé et que le nouveau en reste dépendant de manière reconnue ou non<sup>203</sup>. Netflix rentre plutôt dans le deuxième cas, en s'offrant comme une amélioration de la télévision traditionnelle, mais en dépendant toujours de ses contenus sériels. En Effet, Kompare constate que le streaming devient l'« étagère » du futur pour les textes du passé, dont la répétition fonctionne aussi en grande partie au nom de l'innovation, parce que « le “vieux” ostensiblement familier – les vieilles séries et films – est utilisé pour légitimer et soutenir le “nouveau” – les nouvelles chaînes et

---

<sup>200</sup> Will Straw, « Embedded Memories », in Charles R. Acland (éd.), *Residual Media, Residual Media*, University of Minnesota Press, 2007 [2006], p. 11 (ma traduction).

<sup>201</sup> Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation : Understanding New Media*, Cambridge, MIT Press, 1999, p. 45 (ma traduction).

<sup>202</sup> *Ibid.*, p. 46.

<sup>203</sup> *Ibid.*, p. 47.

technologies »<sup>204</sup>. Ce n'est pas un hasard si le bord inférieur du logo de Netflix dessine un arc qui évoque les objectifs anamorphiques du CinemaScope utilisés entre 1953 et 1967<sup>205</sup> (fig. 1<sup>206</sup>) : « Il s'agit de créer une ambiance cinématographique de qualité, alors que nous continuons à établir la norme de l'industrie en matière de contenu original »<sup>207</sup>.



fig. 1 : Logo de Netflix évoquant le format du CinemaScope.

De la même manière que les archives représentent une source fondamentale pour la programmation nostalgique de la télévision traditionnelle, le catalogue de Netflix, qui propose une collection « immense » d'anciens et nouveaux contenus, est un outil central pour l'accès aux textes du passé et pour l'encourager la nostalgie. Sans les contraintes de la programmation, le surgissement des sentiments de nostalgie (qu'ils soient auto-induits ou involontaires) est favorisé par l'ampleur du choix accordé au spectateur, qui est susceptible de se construire une liste de contenus du passé préférés. Le concept de « playlist past », théorisé par Lizardi dans *Mediated Nostalgia*, reprend l'idée de l'écoute de la musique offerte par Spotify, Deezer, Apple Music ou Amazon Music. Grâce notamment à l'arrivée de l'iPod en 2001, de l'iTunes Store et de l'achat de la musique dématérialisée en 2003-2004, et de l'iPhone en 2007, les internautes se sont habitués à un nouveau type de consommation illimitée et sans contrainte de chansons qui viennent de sortir ou d'anciennes chansons<sup>208</sup>. Lizardi explique que cette « liste d'écoute » ne se limite pas à des biens dématérialisés, mais elle peut inclure de tout, allant des jeux vidéo vintage téléchargés aux coffrets DVD de programmes télévisés, en s'articulant autour de textes qui ont caractérisé l'enfance de l'utilisateur<sup>209</sup>. Le concept de « playlist past » comprend donc l'archivage et les nouvelles technologies de compilation, mais aussi les façons dont elles sont utilisées « pour gérer la consommation des médias et pour mettre en valeur les textes

---

<sup>204</sup> Derek Kompare, *Rerun Nation*, *op.cit.*, p. 137 (ma traduction).

<sup>205</sup> « CinemaScope », Wikipedia [en ligne], publié le 21 mai 2020.

URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/CinemaScope>.

<sup>206</sup> Toutes les sources des figures sont listées en annexe à la fin du travail.

<sup>207</sup> « Brand Assets », Netflix [en ligne], s.d. URL : <https://brand.netflix.com/en/assets/>.

<sup>208</sup> Capucine Cousin, *op. cit.*, p. 26.

<sup>209</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 38.

médiatiques sélectionnés individuellement et les connexions personnelles ». En effet, continue l'auteur, « souvent, la playlist nostalgique s'organise autour de textes de l'enfance »<sup>210</sup>. Chaque plateforme présente des formes de construction d'archivage nostalgique différentes : certaines fonctionnent plutôt comme des librairies (DVDs et iTunes), tandis que d'autres évoquent plutôt un souvenir instantané (Hulu et Netflix). Dans les deux cas, « [l]e dispositif technologique nous sert de machine à mémoire qui détermine notre modalité et notre approche à l'accès au passé »<sup>211</sup>. En même temps, Lizardi est particulièrement critique vis-à-vis de cet accès facilité en raison de l'image déformée et subjective qu'il offre du passé. D'après l'auteur, la compilation de textes médiatiques et la mentalité du collectionneur engendrent « une forme de réalité mal reconnue », qui refuse de questionner le passé et le discuter comme un outil adaptatif pour le présent, en se contenant au contraire d'explorer l'histoire comme une fin en soi<sup>212</sup>. Ce qui serait un terrain fertile pour la production du sentiment nostalgique qui, selon le chercheur, nécessite de représentations idéalisées et personnalisées pour exister.

Kathleen Williams remarque que cette articulation particulière entre le vieux et le nouveau établie par les services de streaming s'appuierait à la base sur une logique nostalgique, selon laquelle la consommation passée dicte les recommandations de visionnement futures<sup>213</sup>. En effet, un des avantages mis en avant par la plateforme pour attirer des nouveaux clients et les fidéliser est précisément son emploi d'un algorithme de recommandation qui tient compte des préférences des utilisateurs. Alors que le catalogue comprend des milliers de titres qui ne peuvent pas être tous affichés en même temps, l'interface s'organise selon les instructions fournies par l'algorithme. Comme Josephina Blattmann l'explique, à chaque fois qu'on appuie sur « play », Netflix recueille des données, en informant l'algorithme et en le réactualisant. La plateforme n'enregistre pas seulement ce qu'on regarde actuellement, mais aussi ce qu'on avait sélectionné avant, après, récemment et à quelle heure<sup>214</sup>. À moins de chercher un titre spécifique, si on choisit ce qu'on va regarder parmi les propositions sur la page d'accueil, on le fait à partir d'une première sélection qui a déjà été opérée par le système. Pour permettre que cet algorithme puisse fonctionner, Netflix a créé presque 77 000 micro-genres, c'est-à-dire 77 000 « façons uniques » de décrire les films et les séries télévisées, qu'Alexis Madrigal a listé

---

<sup>210</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, pp. 37-38 (ma traduction).

<sup>211</sup> *Ibid.*, p. 39 (ma traduction).

<sup>212</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>213</sup> Kathleen Williams, « The Wonder Years : Nostalgia, Memory and Pastness in Television Credits », *Alphaville. Journal of Film and Screen Media* [en ligne], n° 12, hiver 2016, p. 59.

<sup>214</sup> Josephina Blattmann, « Netflix: Binging on the Algorithm », *Medium* [en ligne], publié le 2 août 2018, n.p. URL : <https://uxplanet.org/netflix-binging-on-the-algorithm-a3a74a6c1f59>.

en 2014 à la suite d'une recherche approfondie pour son article « How Netflix Reverse-Engineered Hollywood »<sup>215</sup>. Pourtant, Madrigal explique que les micro-genres n'ont pas toujours des contenus qui leur sont rattachés, mais la liste obtenue représenterait l'univers total possible des différents micro-genres. Les suggestions proposées sur la page principale de la plateforme (fig. 2) et celles faites à travers des notifications écrites (la cloche en haut à droite) se basent sur les micro-genres auxquels appartiennent les textes déjà consommés, ainsi que sur les « communautés de goût » (*taste communities*) dans lesquelles l'algorithme a placé l'utilisateur<sup>216</sup>.

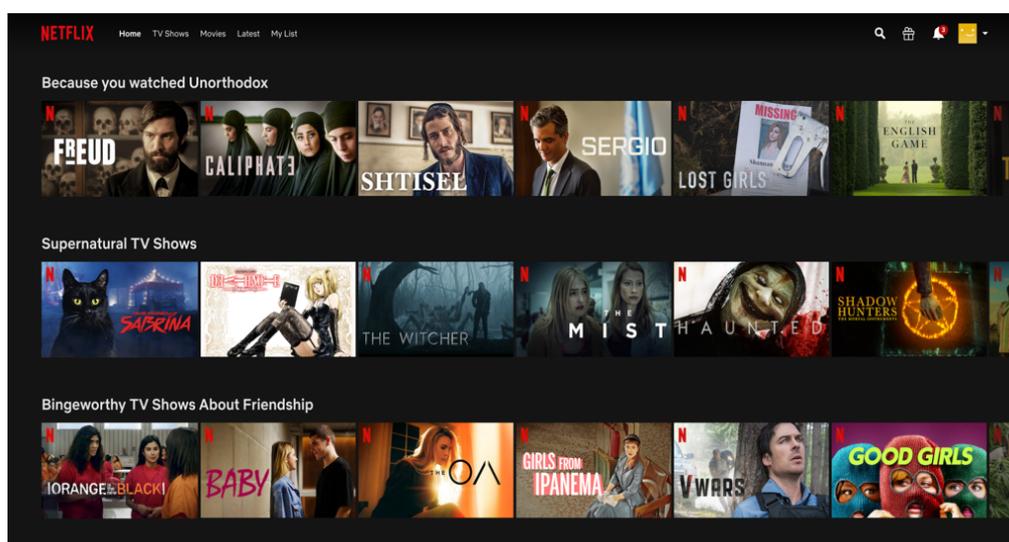


fig. 2 : Exemple d'une page principale d'un compte Netflix et des suggestions qui sont organisées en rangs et colonnes.

Parmi ces étiquettes, qui s'articulent autour d'un vocabulaire défini et une syntaxe précise, Madrigal retrouve l'adjectif « nostalgique », comme par exemple « Visually-striking Foreign Nostalgic Dramas »<sup>217</sup>. Alors que « Nostalgic Films » ou « Nostalgic TV Series » ne sont pas indiquées parmi les catégories « secrètes » principales de Netflix<sup>218</sup>, la présence de cet adjectif

<sup>215</sup> Madrigal trouve précisément 76 897 micro-genres (aussi appelé « altgenres » par Netflix). Dans son entretien avec Todd Yellin (*VP of Product* chez Netflix), l'auteur apprend que ces micro-genres ont été créés par l'analyse et l'étiquetage de tous les films et les séries télévisées « imaginables ». Cela a été fait par des grandes équipes de personnes spécifiquement formées pour regarder ces contenus et les classer selon une douzaine d'attributs, à partir d'un document-guide fourni par Netflix lui-même. (Alexis C. Madrigal, « How Netflix Reverse-Engineered Hollywood », *The Atlantic* [en ligne], publié le 2 janvier 2014, n.p. URL : [https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/.](https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/))

<sup>216</sup> Chaque utilisateur appartient à trois ou quatre de ces communautés de goût. En 2019, ces communautés étaient environ 2000. (Angela Watercutter, « Netflix Is Using *The Defenders* to Understand Its Audience », *Wired* [en ligne], publié le 22 août 2017, n.p. URL : [https://www.wired.com/story/netflix-the-defenders-audience-data/.](https://www.wired.com/story/netflix-the-defenders-audience-data/))

<sup>217</sup> Alexis C. Madrigal, « Netflix-Matrix », *Google Docs* [en ligne], s.d. URL : [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1m9AX-m\\_t3KFRVteH-DIIyPD2xMJcVJREfb6IBFsruls/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1m9AX-m_t3KFRVteH-DIIyPD2xMJcVJREfb6IBFsruls/edit#gid=0).

<sup>218</sup> « NetFlix Streaming by Alternate Genres », *Ogre's Crypt* [en ligne], s.d. URL : <http://ogres-crypt.com/public/NetFlix-Streaming-Genres2.html>.

montre que la plateforme peut favoriser la consommation de séries dont le contenu est nostalgique une fois que l'utilisateur est associé à cette communauté de goût. En outre, les textes dans lesquels le passé ou la nostalgie ne sont pas forcément thématiques pourraient tout de même acquérir une valeur nostalgique pour le spectateur. Alors que le système n'a pas (encore) les moyens pour distinguer ce type de contenus, il apprendra néanmoins à reconnaître leur importance pour l'utilisateur grâce à ses habitudes de visionnement, en contribuant ainsi à la construction de la « playlist du passé » et des sentiments nostalgiques. De la même façon, Netflix participe à la production d'une nostalgie instantanée par l'affichage dans la page principale des titres « vus récemment », en incitant à « revivre les émotions » éprouvées lors du premier visionnement, alors que parfois, les séries en question ont été terminées quelques jours plus tôt.

Il est également intéressant de noter que Netflix opère une sélection ultérieure au niveau des miniatures des films et des séries (*artwork*) affichées sur la page. Au moyen d'un autre algorithme, depuis 2016 le système est en mesure de déterminer quelles images fonctionnent le mieux pour attirer chaque utilisateur à partir des acteurs, des aspects de l'intrigue ou des émotions auxquelles il est censé répondre davantage<sup>219</sup>. Nous avons mentionné à plusieurs reprises comment l'image et l'esthétique en général jouent un rôle essentiel dans la création des émotions nostalgiques. Grâce à ces algorithmes, Netflix peut établir si l'utilisateur appartient à une communauté de goût potentiellement nostalgique<sup>220</sup>, afin de lui proposer des images qui favorisent la consommation de ce type de contenu en perpétuant le surgissement du désir nostalgique.

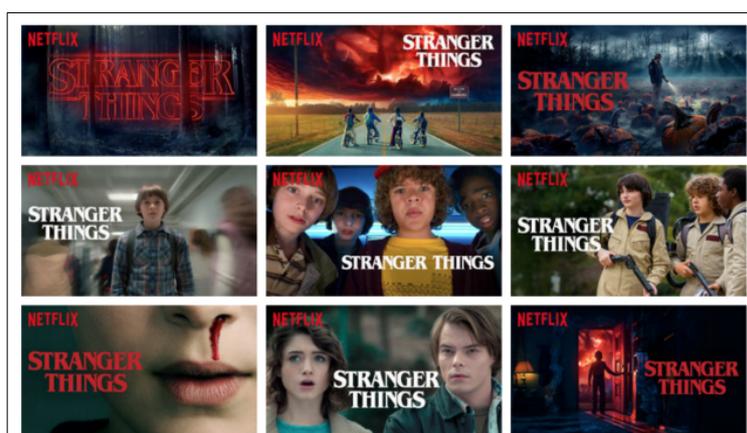


fig. 3 : Différentes miniatures de *Stranger Things* selon les éléments de la série que l'on met en avant (l'amitié, la romance, l'horreur, etc.).

<sup>219</sup> Josephina Blattmann, *op. cit.*, n.p.

<sup>220</sup> À ce jour, Netflix n'a pas révélé la liste de ses communautés de goût, mais nous pouvons bien imaginer qu'il en existe une qui tient compte de l'aspect nostalgique des contenus.

Dans le cas de *Stranger Things* par exemple (fig. 3), alors que certaines miniatures mettent en lumière des aspects comme les genres de l'horreur ou de la science-fiction, d'autres promeuvent les éléments thématiques de la série, tels que l'amitié, l'enfance ou la romance, qui peuvent avoir des connotations nostalgiques pour le spectateur.

L'organisation de Netflix, qui se distingue en catalogue d'acquisition de produits télévisuels et filmiques et nouveaux contenus originaux, remplit cette condition fondamentale selon laquelle la nostalgie nécessite d'un accès aux textes du passé. En permettant au téléspectateur de se construire une « playlist » *ad hoc* ou de se laisser proposer des contenus par l'algorithme qui régit la plateforme, on encourage en permanence le surgissement du désir de consommation de textes culturels, afin de combler temporairement cette distance temporelle et géographique réelle ou fictionnelle ressentie par le spectateur.

## **VII.b Pour une consommation nostalgique : l'intimité et le binge-watching**

Dans son exploration de l'impact de Netflix sur le paysage numérique télévisuel, Mareike Jenner affirme que Netflix et les plateformes de la vidéo sur demande ont marqué une distanciation vis-à-vis du poste de télévision<sup>221</sup>. Cette distance pourrait faire croire que non seulement la nostalgie ne trouve plus son épicerie dans l'espace domestique, mais aussi que le caractère essentiel du dispositif télévisuel – qui raconte des sujets intimes, d'une manière intime, et au sein d'un environnement intime – est perdu. Cependant, en 2018, Netflix annonce que 70% des streamings se fait sur un écran de télévision, et pas sur un dispositif portable<sup>222</sup>. Néanmoins, nous avançons l'hypothèse que, dans le cadre des nouveaux développements télévisuels, la création d'un lieu d'intimité s'est tournée vers d'autres aspects de la consommation des contenus télévisuels. Si nous considérons l'intimité à proprement parler, la mobilité des dispositifs numériques a entraîné en effet un déplacement des écrans hors des foyers ; toutefois, l'expérience de visionnement se transforme rarement en une expérience « publique » et partagée. Même lorsque le visionnement est partagé entre plusieurs spectateurs

---

<sup>221</sup> Mareike Jenner, *op. cit.*, p. 3.

<sup>222</sup> Peter Kafka, « You Can Watch Netflix on Any Screen You Want, but You're Probably Watching It on a TV », Vox [en ligne], publié le 7 mars 2018, n.p. URL : <https://www.vox.com/2018/3/7/17094610/netflix-70-percent-tv-viewing-statistics>.

par des services comme Netflix Party (une extension du browser Chrome qui permet de synchroniser le lecteur vidéo et de commenter en direct via un chat sur le côté), l'intimité de son propre dispositif est préservée. La plupart du temps, lorsqu'on regarde une série en dehors de la maison, on le fait avec des écouteurs et pour son propre compte. En outre, les dispositifs portables comme les téléphones, les tablettes et, dans une certaine mesure, les ordinateurs, ont acquis un statut particulier au sein de nos vies :

Les smartphones modifient les interactions entre les personnes et les organisations, rendant les connexions radicalement intimes. Parce que le smartphone est intégré au mouvement physique d'une personne, tenu à la main et souvent gardé près du cœur, il supplante tous les autres outils que les gens utilisent traditionnellement pour communiquer, recueillir des informations et s'exprimer.<sup>223</sup>

Malgré leur mobilité en dehors du foyer, ces appareils se présentent plutôt comme des extensions de la sphère privée de leurs utilisateurs, permettant de maintenir un rapport personnel avec les contenus consommés et ainsi garantir cette intimité qui est à la base du sentiment nostalgique. L'individualisation de la « playlist » du passé offerte par Netflix – combinaison entre les choix du spectateur et les propositions de l'algorithme – favorisent ultérieurement cette familiarité « ressentie ».

Les supports utilisés pour le visionnement ne sont pas le seul aspect de la consommation des produits du catalogue Netflix qui aide à mettre en place un cadre d'intimité favorisant le surgissement de la nostalgie. D'après l'analyse de Mario Natarelli et Rina Plapler, Netflix a construit son intimité de marque autour de la satisfaction (*fulfillment*) et du rituel :

La possibilité de consommer le contenu à son rythme, notamment sous forme de *binging* [...], crée un nouveau monde où le temps se rétrécit et où les personnages du contenu deviennent [une partie de] sa réalité. Demandez à toute personne qui sort d'une séance de *binging* et vous entendrez à quel point il peut être difficile de revenir à une routine normale.<sup>224</sup>

La perte du rituel hebdomadaire de visionnement qui distinguait la télévision des chaînes et des networks a été substituée par la nouvelle pratique de la consommation en bloc de saisons entières de séries télévisées<sup>225</sup>, nommée « *binge-watching* ». Ce comportement est subtilement

---

<sup>223</sup> Dan Bricklin, « Radical Intimacy and the Smartphone », Strategy+Business [en ligne], publié le 5 avril 2016, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.strategy-business.com/article/Radical-Intimacy-and-the-Smartphone?gko=b8254>.

<sup>224</sup> Mario Natarelli & Rina Plapler, *Brand Intimacy : A New Paradigm in Marketing* [Google Books], New York, Hatherleigh Press, 2017, n.p. (ma traduction).

<sup>225</sup> Nous considérons qu'une séance de *binge-watching* implique le visionnement d'une saison entière. Toutefois, comme le souligne Debra Ramsay, on n'a pas encore officiellement défini le nombre minimal d'épisodes ou de programmes enchaînés pour que l'on puisse parler de *binge-watching*. (Debra Ramsay, citée par Mareike Jenner, *op. cit.*, p. 15.)

encouragé<sup>226</sup> par le fonctionnement de la plateforme elle-même qui, dès qu'un épisode est achevé, nous invite à passer directement au prochain avant le générique de fin ; lorsque l'utilisateur n'effectue aucune action, le nouvel épisode démarrera automatiquement. Qu'il soit au tout début ou après quelques minutes de récit, le générique peut également être sauté, selon le désir du spectateur. D'après Lizardi, cet enchaînement offert par des services comme Netflix, qui est dépourvu de toute publicité et attente, fortifierait davantage les émotions nostalgiques du spectateur, précisément parce qu'il permet de créer des expériences de visionnement idéalisées des séries préférées (à savoir, sans aucune interruption) qui n'auraient jamais pu exister dans les modèles télévisuels économiques préalables<sup>227</sup>.

Comme nous l'avons mentionné auparavant, selon Niemeyer et Wentz, les séries ne peuvent jamais *ne pas* évoquer de la nostalgie. Les séries diffusées hebdomadairement favorisent le désir nostalgique par le moyen des *cliffhangers*, à savoir en interrompant brusquement le récit à la fin d'un épisode à un moment où la tension atteint son point culminant. Ce faisant, on provoque chez le spectateur l'envie de pouvoir regarder le prochain épisode ou de combler ce vide par des hypothèses sur la suite de l'intrigue. En revanche, la manière de consommer une saison crée d'emblée un vide encore plus profond parce que la distance temporelle qui sépare la diffusion suivante est bien plus grande. Pour cette raison, la nostalgie peut survenir de différentes manières à la suite d'un visionnement vorace : on devient immédiatement nostalgiques non seulement du moment où l'on a découvert une série pour la première fois, mais du fait même d'avoir des épisodes à regarder, ce qui comporte aussi une forme de « neo-stalgie »<sup>228</sup>, c'est-à-dire d'une nostalgie anticipée pour le moment dans le futur où on aura à disposition des nouveaux épisodes. La pratique du *binge-watching* participe à la construction d'un rapport très fort à ces textes qui sont ou qui peuvent devenir objets de nostalgie, parce qu'elle permet de s'attacher rapidement aux personnages et aux intrigues et de satisfaire ce désir de revivre le passé d'une façon intense et particulièrement émotive. Selon Sidneyeve Matrix, le *binge-watching* serait même une forme de « thérapie télévisuelle » qui

---

<sup>226</sup> Depuis 2018, Netflix a réduit au minimum les références explicites au *binge-watching* dans les discours de promotion à cause de certaines connotations négatives que cette pratique a acquis au fil du temps (notamment, à propos des effets nocifs sur le sommeil et la vie sociale). (Deborah D'Souza, « Netflix Doesn't Want to Talk About Binge-Watching », Investopedia [en ligne], publié le 22 avril 2020, n.p.

URL : [https://www.investopedia.com/tech/netflix-obsessed-binge-watching-and-its-problem/#:~:text=Netflix%20promoted%20binge%2Dwatching%20because,binge%20viewing%2C%E2%80%9D%20he%20said.\)](https://www.investopedia.com/tech/netflix-obsessed-binge-watching-and-its-problem/#:~:text=Netflix%20promoted%20binge%2Dwatching%20because,binge%20viewing%2C%E2%80%9D%20he%20said.))

<sup>227</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 77.

<sup>228</sup> cf. *supra*, p. 22, note 85.

procure un plaisir d'évasion<sup>229</sup> : cette évasion correspond à l'état d'esprit visé par le sujet nostalgique qui rêve de se déplacer dans le temps et dans l'espace pour atteindre une condition imaginaire ou réellement vécue, mais désormais perdue. Comme nous l'avons mentionné dans la première partie, cet état est perdu précisément parce que l'on ne pourra jamais le recréer d'une façon identique<sup>230</sup>.

Tryon remarque qu'on tend à associer le *binge-watching* à la « télévision de qualité » (*quality TV*)<sup>231</sup>, à savoir la production de contenus visuels par des chaînes comme HBO ou Showtime, qui « cherchent à maximiser le potentiel artistique de la télévision » par la mise à disposition « de budgets et de valeurs de production autrefois communs seulement aux films produits par les grands studios »<sup>232</sup>. De manière analogue, Netflix tente de reproduire cette stratégie de production, mais – comme le précise Benjamin Burroughs – il le fait par le biais d'un modèle de distribution numérique<sup>233</sup>. La télévision de qualité renvoie à un autre critère qui marque autant la période « *Post-Network* » et Netflix : la théâtralité, c'est-à-dire cette qualité cinématographique « de vie réelle » permise par les avancées technologiques de la transition numérique<sup>234</sup>. La théâtralité d'une série dépend de la valeur de production<sup>235</sup> et de l'apparence visuelle du contenu. Une « cinématographie » de qualité facilite la création d'une esthétique du *pastness* qui se base sur des nombreux éléments liés à la mise en scène et à la post-production, comme l'étalonnage. Tandis qu'une haute valeur de production comporte la présence de budgets très élevés permettant des reconstructions historiques de décors et accessoires de qualité. En outre, la télévision de qualité implique souvent l'inclusion d'acteurs de renom dans la distribution, qui sont probablement apparus dans des films ou des séries désormais considérés comme cultes et donc potentiellement objets de nostalgie. Au moins pour une partie de spectateurs, leur présence garantit des références intertextuelles qui sont très susceptibles de renforcer cette esthétique du *pastness* et, conséquemment, la production du sentiment nostalgique.

---

<sup>229</sup> Sidneyeve Matrix, « The Netflix Effect : Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends », *Jeunesse : Young People, Texts, Cultures* [en ligne], vol. 6, n° 1, janvier 2014, p. 129.

<sup>230</sup> cf. *supra*, p. 23.

<sup>231</sup> Chuck Tryon, *op. cit.*, p. 104.

<sup>232</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, *op. cit.*, p. 74 (ma traduction).

<sup>233</sup> Benjamin Burroughs, « House of Netflix : Streaming Media and Digital Lore », *Popular Communication* [en ligne], vol. 17, n° 1, février 2018, p. 6.

<sup>234</sup> Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, *op. cit.*, p. 50.

<sup>235</sup> Par valeur de production nous entendons « la qualité d'une production médiatique (telle qu'un film) en ce qui concerne des éléments tels que les couleurs, la qualité, le style, etc. » (« Production values », *Collins* [dictionnaire en ligne], s.d. (ma traduction). URL : [https://www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese/production-values.](https://www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese/production-values))

La mobilité permise par Netflix et l'ubiquité de ses écrans portables (smartphones, tablettes et ordinateurs) ne permet pas seulement d'accéder à ses contenus à tout moment, mais également de préserver l'intimité et l'individualité du visionnement en dehors du foyer. Les nouveaux rituels de consommation mis en place par le service de streaming, tel que le *binge-watching*, entraînent également des nouveaux rapports à la production du sentiment nostalgique. Si la diffusion télévisuelle de l'ère des networks et de la transition des multi-chaînes étalait le renouvellement du désir nostalgique sur l'arc de plusieurs mois, le visionnement de groupes d'épisodes ou de saisons entières laisse un vide encore plus puissant chez les spectateurs, en particulier à cause de l'intensité de l'attachement qu'il engendre vis-à-vis des personnages et les récits. De même, l'esthétique cinématographique qui distingue ce type de produits participe au renforcement de la nostalgie grâce à l'attention accordée à l'esthétique de « qualité », garantie par les budgets de production beaucoup plus consistants que dans la période télévisuelle précédente.

D'après Tryon, dès ses débuts dans la création de contenus originaux en 2012-2013, Netflix a essayé de se positionner comme le futur de la télévision grâce à ses offres de prestige (« une télévision originale et novatrice qui remet en question les normes des récits télévisés traditionnels »<sup>236</sup>), de plénitude (abondance des contenus) et de participation (le haut degré d'engagement demandé par le *binge-watching*). Bien que la plateforme vise à construire son identité par sa distanciation du modèle de la télévision traditionnelle, elle en représente plutôt une nouvelle extension sur le Web. Des éléments de continuité entre les deux médias, comme l'archivage, la répétition, la sérialité nous permettent de mieux comprendre pourquoi Netflix entretient une relation si étroite à la nostalgie. En même temps, les innovations qui caractérisent l'avènement des technologies du streaming du point de vue de la commodité, de la mobilité et de la théâtralité ont engendré des aspects esthétiques et narratifs qui sont aussi propices au surgissement d'émotions nostalgiques. En particulier, l'accès illimité à des contenus du passé, la possibilité de créer des « playlists » très personnalisées et intimes, ainsi que la consommation en *binge-watching*, permettent de soutenir le désir nostalgique chez le spectateur. Ayant compris l'intensité de ce genre de sentiment, le géant du streaming continue à puiser dans les acquisitions et se servir de la puissance de son algorithme pour proposer constamment aux

---

<sup>236</sup> Chuck Tryon, *op. cit.*, p. 100.

télespectateurs des nouveaux textes qui puissent fournir une satisfaction temporaire à ce désir. L'établissement du fonctionnement de la plateforme et de son rapport à la nostalgie nous a donc permis de poser le cadre médiatique et technologique dans lequel s'insèrent *Stranger Things* et *GLOW*, avant d'aborder l'analyse de leur esthétique et des types de nostalgie qu'elles engendrent.



TROISIÈME PARTIE

**L'ESTHÉTIQUE DE LA NOSTALGIE  
DANS *STRANGER THINGS* ET *GLOW***



Dans cette troisième partie dédiée principalement à *Stranger Things* et *GLOW*, nous expliquerons en premier lieu ce que nous entendons par « esthétique télévisuelle » et quels sont les outils sur lesquels nous appuierons notre analyse. Dans le chapitre suivant, nous essaierons de comprendre pourquoi l'esthétique des années 1980 est si populaire parmi les œuvres audiovisuelles et quels sont les éléments caractéristiques de l'époque qui contribuent au déclenchement de la nostalgie à son égard. Nous proposerons ensuite une analyse comparative des composantes esthétiques de *Stranger Things* et *GLOW*, afin de faire ressortir leurs similarités et différences dans l'encouragement de la nostalgie, et de comprendre quelles clés de lecture du sentiment elles encouragent chez le spectateur ; tout cela dans le contexte d'une plateforme médiatique comme Netflix déjà particulièrement nostalgique en soi.

## VIII. L'esthétique sérielle

Dans leur œuvre d'introduction à la recherche sur la télévision, en 2012, Jonathan Gray et Amanda Lotz écrivent qu'ils souhaitent « une réintégration plus réussie de l'esthétique et de l'analyse critique » et qu'ils considèrent cela « comme une frontière clé pour le domaine ». D'autant plus que, depuis l'avènement de la télévision de qualité, « le vocabulaire de l'art et de l'esthétique est beaucoup plus répandu dans les conversations quotidiennes sur la télévision »<sup>237</sup>. Alors qu'aujourd'hui, paraissent de plus en plus de recherches qui suivent cette approche, l'esthétique a été pendant longtemps mise à l'écart pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les études sur la télévision ont plutôt porté sur l'importance culturelle du média et sur le rôle idéologique de ses programmes, les deux jugés plus importants par rapport à la question de l'esthétique<sup>238</sup>. En outre, la tendance est à la méfiance vis-à-vis de ce terme à cause des valeurs élitistes qui lui sont associées : l'« esthétique » est associée au concept de l'art, à l'idée d'une adresse à la classe supérieure et à une uniformisation des goûts d'un groupe social déterminé<sup>239</sup>. Le nombre restreint d'études, surtout celles sur l'esthétique des séries

---

<sup>237</sup> Jonathan Gray & Amanda D. Lotz, *op. cit.*, p. 53 (ma traduction).

<sup>238</sup> *Ibid.*, p. 54.

<sup>239</sup> *Ibid.*, p. 54.

télévisuelles, est également dû à la proximité temporelle de leur objet d'analyse. Comme Marc Jimenez le remarque de manière plus générale dans *Qu'est-ce que l'esthétique ?* :

L'esthétique est fréquemment restée discrète à l'égard de l'art en train de se faire, timorée devant les œuvres nouvelles, plus facilement encline à se pencher sur les créations reconnues, sanctifiées par la postérité, qu'à se prononcer sur la valeur des choses nouvelles, parce que précisément trop nouvelles.<sup>240</sup>

De la même manière, les séries télévisées – et en particulier celles qu'on associe à la télévision de qualité – seraient moins considérées du point de vue de leur esthétique précisément parce qu'elles sont des textes culturels produits récemment. D'après l'hypothèse de David Thorburn, il est probable que la culture nécessite un recul afin de percevoir le caractère artistique de ses systèmes de divertissement primaires (les films, les romans, le théâtre...). Une fois devenus des artefacts culturels, à savoir « lorsqu'ils ne sont plus ressentis comme habituels et communs », comme centraux à la vie quotidienne, ils pourraient être examinés selon une approche esthétique<sup>241</sup>. En même temps, et d'une façon paradoxale, Thorburn considère les perspectives esthétiques comme fondamentales pour comprendre la télévision en tant que forme culturelle et la progression esthétique au sein de l'histoire de ses programmes sériels<sup>242</sup>.

Nous souhaitons donc résoudre ce paradoxe en réfutant l'hypothèse qu'une distance temporelle et critique soit requise pour examiner des textes qui nous sont contemporains. Au contraire, ce type d'analyse pourrait permettre non seulement de mieux comprendre l'époque actuelle, mais aussi de mettre en valeur des approches comme celle de l'esthétique – qui est peu considérée précisément parce qu'associée à des objets culturels du passé – voir même de repenser son rôle. Dans le cadre particulier des séries, alors qu'il serait plus compliqué d'entreprendre une analyse de séries anthologiques en cours de diffusion<sup>243</sup>, nous estimons que la démarche esthétique peut tout à fait être adoptée pour étudier les séries dont le récit est feuilletonnalisant ou sérialisant<sup>244</sup>, en tant qu'elles définissent leur programme esthétique déjà

---

<sup>240</sup> Marc Jimenez, *Qu'est-ce que l'esthétique ?*, Paris, Gallimard, 2011 [1997], p. 12.

<sup>241</sup> David Thorburn, « Aesthetics, Television », in Horace Newcomb (éd.), *Encyclopedia of Television*, New York, Fitzroy Dearborn, 2014 [1997], p. 41 (ma traduction).

<sup>242</sup> David Thorburn, *op. cit.*, p. 40.

<sup>243</sup> Par séries anthologiques nous nous référons à ces séries dont les contenus et/ou la distribution changent à chaque saison.

<sup>244</sup> Dans le cadre des séries télévisées, Stéphane Benassi propose de distinguer le procès de mise en série du récit et celui de mise en feuilleton. Dans le premier cas, on a un récit à épisodes fermés, qui raconte d'un héros ou un groupe de héros permanent autour duquel gravitent des personnages secondaires variables, et qui met en scène des variations plutôt spatiales ou discursives. Dans le deuxième cas, le récit résiste à la clôture narrative par la multiplication des arcs narratifs, qui décrivent le vieillissement des personnages et leurs changements au cours de la narration dans un monde qui reste relativement stable du point de vue de l'espace et du discours. En revanche, les variations s'opèrent du point de vue de la temporalité, de la narration, et de la sémantique. (Stéphane Benassi, « Fictions singulières et fictions plurielles », in S. Benassi, *Séries et feuilletons T.V. : pour une typologie des fictions télévisuelles*, Liège, Editions du Céfal, 2000, pp. 35-50.)

au cours de la première saison. Pour cette raison, nous avons choisi de prendre comme objet d'étude *Stranger Things* et *GLOW*, en dépit du fait qu'elles soient encore « en train de se faire ». Les saisons déjà diffusées nous permettent de baser notre analyse sur une esthétique définie, sans oublier que – particulièrement dans le cas des séries nostalgiques – les canons esthétiques et les références intertextuelles pourraient évoluer au fur et à mesure que le récit avance dans le temps<sup>245</sup>. Mais surtout, elles pourraient s'adapter à l'évolution des goûts du public et au fait que, étant l'esthétique nostalgique toujours plus présente, elles nécessiteraient d'être innovées pour se démarquer de la masse. De notre part, nous nous focaliserons moins sur ces dernières hypothèses (qui nécessiteraient d'un travail bien plus complexe), mais plutôt sur le fait que l'approche esthétique est effectivement apte à être utilisée pour l'examen de séries contemporaines, en démontrant que l'esthétique occupe une place essentielle dans la programmation du spectateur à la réception de la nostalgie.

La définition de l'esthétique que nous empruntons à Thorburn, publiée dans la dernière version de *Encyclopedia of Television* éditée par Horace Newcomb, s'articule autour du sens anthropologique et descriptif du terme :

[Le fait d']identifier certains objets culturels comme esthétiques n'est pas de faire l'éloge de leur beauté ou de leur excellence, mais simplement décrire leur principale caractéristique : leur appartenance à une catégorie d'expériences comprises comme fictives ou imaginaires, comprises comme se produisant dans un espace imaginaire symbolique et culturellement accepté – [...] les espaces intimes et privatisés de notre expérience de la télévision [...] – où l'expérience « réelle » est re-présentée, recréée, affichée symboliquement.<sup>246</sup>

Dans ce sens, l'esthétique d'une série télévisuelle est donc fortement liée à la question de la perception sensorielle chez le spectateur, et moins à la question de la « beauté » du texte. Selon Stéphane Benassi, la fiction télévisuelle procéderait principalement « de deux formes d'intention distinctes, mais simultanées et indissociables »<sup>247</sup>. D'un côté, elle posséderait une visée esthétique, généralement perçue comme non-utilitaire par les spectateurs ; et de l'autre côté, elle présente une visée économique (perçue comme utilitaire), qui est majoritairement souhaitée par les producteurs et les diffuseurs. L'auteur remarque qu'à partir du moment où ces fictions sont diffusées par des chaînes qui tirent leurs bénéfices de la vente d'espaces publicitaires, la visée première de tout programme serait plutôt économique, et s'appuierait

---

<sup>245</sup> Tel est le cas des deux séries que nous analyserons, dont le cadre temporel s'approche toujours plus aux années 1990. La première saison de *Stranger Things* se déroule en 1983 et la quatrième est censée se passer en 1986 ; en revanche, *GLOW* commence en 1985 et sa quatrième saison se situera probablement en 1987.

<sup>246</sup> David Thorburn, *op. cit.*, p. 40 (ma traduction).

<sup>247</sup> Stéphane Benassi, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *op. cit.*, p. 2.

secondairement sur une visée apparente d'ordre esthétique<sup>248</sup>. Dans le cas de Netflix, pour lequel la publicité ne constitue plus une source de profit, la visée économique s'étend plus globalement à l'ensemble de contenus offerts par la plateforme (qui encourage les utilisateurs à souscrire à un abonnement), et moins à la série individuelle. Conséquemment, l'intention esthétique gagne en importance. D'après Benassi, cette visée serait à la base de l'établissement de la relation entre l'objet fictionnel et le spectateur, en tant que la stratégie de communication de la production télévisuelle « reposerait essentiellement sur une *relation sensible*, donc *esthétique* »<sup>249</sup>. L'expérience de la fiction chez le téléspectateur se construirait sur deux stratégies complémentaires que l'auteur appelle « *sérialité matricielle* » et « *sérialité éditoriale* » (fig. 4), qui à leur tour se fondent sur des paramètres aspectuels, performatifs et programmationnels :

[S]i la *sérialité* peut se jouer au niveau de l'œuvre au travers du développement sériel et/ou feuilletonesque d'une *matrice* (c'est ce que nous nommerons la *sérialité matricielle*), elle peut aussi se situer au niveau du média, non seulement au travers du développement d'un certain nombre de paramètres éditoriaux liés aux promesses de la fiction, à son rapport à l'expérience quotidienne, et à la programmation ; mais aussi dans la mesure où même les œuvres de logique éditoriale [...] ne peuvent échapper à une forme de contagion sérielle liée aux phénomènes de mise en *module* ou en *paradigme* (nous la nommerons *sérialité éditoriale*).<sup>250</sup>

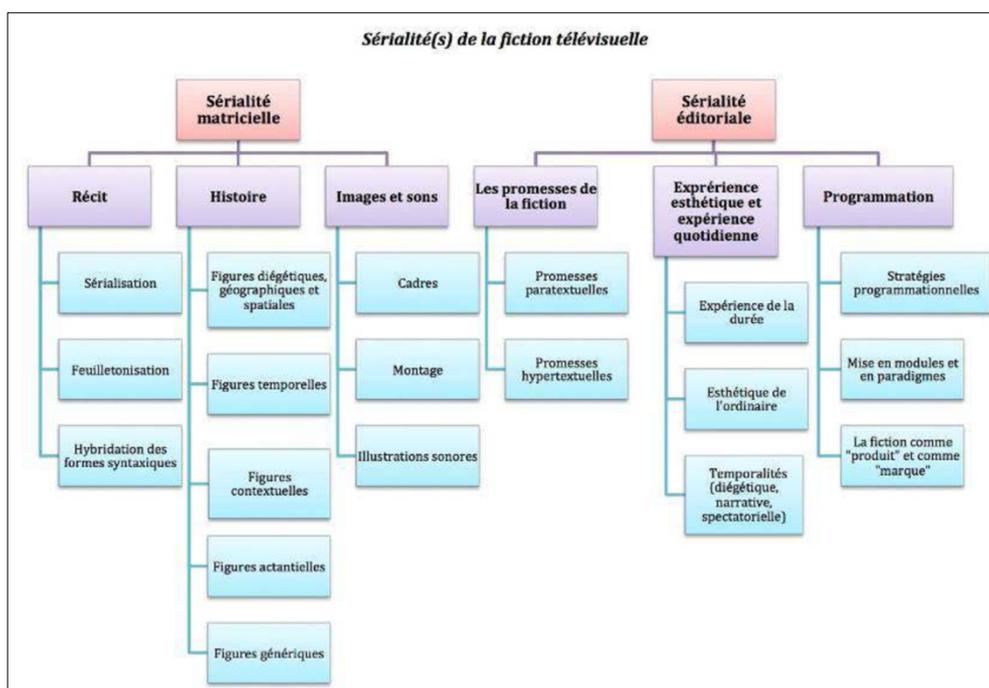


fig. 4 : Diagramme des paramètres sur lesquels repose la relation esthétique de la sérialité.

<sup>248</sup> Stéphane Benassi, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *op. cit.*, p. 3.

<sup>249</sup> *Ibid.*, p. 3.

<sup>250</sup> *Ibid.*, p. 3.

Bien que ce modèle nécessite d'être repensée à la lumière des nouveautés de diffusion et de narration introduites par la télévision sur le Web<sup>251</sup>, il nous offre les fondements sur lesquels construire notre démarche d'analyse de l'esthétique de *Stranger Things* et de *GLOW* et de leur rôle dans la production de la nostalgie chez le spectateur, tout en prenant en considération à la fois de la forme, du format et du contenu de la série. Compte tenu de l'ampleur du modèle de Benassi, dans cette partie du travail, nous reprendrons principalement le modèle de la sérialité matricielle qui concerne ces aspects les plus délaissés dans l'étude des séries télévisées, tandis que nous laisserons de côté les questions d'ordre plus économique ou sociologique qui caractérisent la sérialité éditoriale. D'une certaine manière, nous avons de toute façon abordé ce deuxième paradigme dans la partie précédente du travail, dédiée à la discussion de Netflix en tant que média nostalgique : nous avons exploré comment les promesses paratextuelles et hypertextuelles (les images d'aperçu et les propositions de l'algorithme pour des titres similaires), les stratégies de « programmation » (la diffusion en bloc), et l'esthétique de la plateforme (playlist du passé, expérience de l'intimité, binge-watching), participent à la provocation du sentiment nostalgique. En outre, cela nous permettra de comprendre certains traits esthétiques, qui sont apparus en réponse aux contraintes techniques engendrées par la plateforme<sup>252</sup>.

Par la notion de « sérialité matricielle », le chercheur décrit la stratégie sérielle dont la fonction première est de définir, qualifier et fixer les invariants du récit, c'est-à-dire ses paramètres aspectuels. La matrice – constituée ainsi par la forme syntaxique et les principales caractéristiques formelles, diégétiques et idéologiques – peut être donc considérée comme le programme esthétique d'une série, qui nous permet de penser la relation *sensible* qui lie le spectateur à la fiction<sup>253</sup>. En reprenant et révisant la formulation proposée par Benassi, notre objectif sera donc de déterminer comment se construisent les programmes esthétiques de *Stranger Things* et de *GLOW*, c'est-à-dire de « chercher (objectivement) les raisons (subjectives) »<sup>254</sup> pour lesquelles les propriétés de ces séries sont susceptibles de déclencher le

---

<sup>251</sup> Un nouvel ouvrage sur l'approche esthétique des séries proposée par Benassi vient de sortir chez Classiques Garnier (*Les Émotions imaginaires. Une esthétique des séries télé*). Nous n'avons pas toutefois eu accès à cette publication et il nous est impossible de déterminer si ce modèle a été effectivement actualisé en fonction des nouveautés introduites au cours des dernières années par la production de séries de la part de Netflix, Amazon, etc.

<sup>252</sup> D'après David Thorburn, en plus de l'influence des agents humains, les caractéristiques esthétiques de la télévision évoluent au fur et à mesure des nouvelles contraintes techniques, idéologiques ou culturelles qui apparaissent au fil de son histoire. Par exemple, dans les années 1950, le style visuel des produits télévisuels met l'accent sur les gros plans et les espaces fermés domestiques de manière à respecter les dimensions modestes de l'écran. (David Thorburn, *op. cit.*, p. 41)

<sup>253</sup> Stéphane Benassi, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *op. cit.*, p. 4.

<sup>254</sup> *Ibid.*, p. 3.

désir nostalgique chez le spectateur. Nous mettrons en évidence des paramètres liés à l'histoire, au récit et aux images des deux séries, en les articulant aussi à nos constatations précédentes sur la structuration de la plateforme Netflix. En outre, nous les comparerons afin de déterminer les similarités et les différences des clés de lecture de la nostalgie qu'elles proposent. Cependant, comme l'esthétique nostalgique qu'elles présentent prend comme cadre temporel de référence une époque précise – à savoir les années 1980 – nous essayerons d'abord de comprendre pourquoi cette période de notre passé récent est aussi populaire parmi les productions télévisuelles contemporaines. Cela nous permettra aussi de définir quels sont certains traits culturels et historiques des années 1980 à partir desquels *Stranger Things* et *GLOW* construisent des représentations stéréotypiques, aptes à évoquer une esthétique du *pastness* ou des connotations personnelles nostalgiques chez les téléspectateurs.

## IX. *[We] Love the '80s*<sup>255</sup>, mais pour quelle raison ?

Bien que dans l'introduction à l'anthologie *The Historians Season 1*, publiée en 2017, Brero et Farre écrivent que « [a]u cours des dernières années, [...] deux époques semblent avoir été particulièrement privilégiées par les séries anglo-saxonnes (historiques) : la fin du Moyen Âge et la Renaissance et la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle »<sup>256</sup>, le survol rapide de la production télévisuelle de Netflix des années 2010 dans l'introduction à notre étude<sup>257</sup> nous fait penser que ce sont plutôt les années 1980 qui sont le cadre favori des narrations tournées vers le passé, offertes par cette plateforme. Comme nous l'avons vu à l'orée de ce travail, une des raisons principales qui expliquerait cet intérêt marqué tient aux créateurs de contenus audiovisuels. Désormais à la tête de la production de la culture de masse actuelle et donc dans une position économique dominante, des producteurs comme les Duffer Brothers dans *Stranger Things* mettent en scène leur propre expérience de l'enfance et de l'adolescence, vécues dans cette décennie. En essayant de « reproduire et consommer leur propre jeunesse », ils permettent ainsi à une génération entière de revivre un passé plus innocent et plus complet par rapport à sa situation actuelle fragmentée et affligée par le conflit intérieur<sup>258</sup>. En effet, et presque paradoxalement, *Stranger Things* n'est pas conseillée au mineur de 16 ans dans certains pays, ce qui confirme leur volonté de s'adresser plutôt à une génération d'adultes ou jeunes adultes, censés revivre leur propre jeunesse à travers les images. À ce propos, Lizardi reconnaît deux classes de spectateurs<sup>259</sup> : le spectateur « idéal », c'est-à-dire celui qui a expérimenté les années 1980 et qui, à ce point de sa vie, détient le pouvoir d'achat et de consommation majeur par rapport aux autres générations ; et le « primo-spectateur »<sup>260</sup> (*first-time viewer*) qui, né à la fin de ou après les années 1980, fait l'expérience du texte à un niveau plus simple et plus direct, en éprouvant une nostalgie qui est artificielle. A cela, Lizardi ajoute que les textes auxquels on

---

<sup>255</sup> Le titre se réfère à la série de programmes *I Love...* produits par BBC2 en Angleterre et ensuite par VH1 aux États-Unis. Ces programmes, menés par des célébrités ou des acteurs moins connus, présentaient des feuilletons télévisés, des émissions à succès, des chansons pop, des coiffures et vêtements, jouets et jeux, scandales, slogans et *catchphrases* appartenant à une certaine décennie (Simon Reynolds, *op. cit.*, p. 27). Il est intéressant de noter que le premier entre eux à être réalisé a été précisément *I Love the '80s* (2002) et pas *I Love the '70s* (2003).

<sup>256</sup> Thalia Brero & Sébastien Farre, « Introduction », in T. Brero & S. Farré (dir.), *op. cit.*, p. 14.

<sup>257</sup> cf. *supra*, pp. 1-2.

<sup>258</sup> Faye Woods, *op. cit.*, p. 28.

<sup>259</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 49.

<sup>260</sup> Le terme « primo-spectateur » est notre proposition personnelle pour la traduction de *first-time viewer*.

fait référence ne sont pas forcément des classiques, mais c'est plutôt la période en soi qui est considérée comme telle par ceux qui en sont nostalgiques<sup>261</sup>.

Si les références intertextuelles ancrées dans les années 1980 risquent d'être moins facilement saisies parce qu'elles ne font pas partie du vécu culturel des primo-spectateurs (sauf si elles ont été acquises comme compétences spectatoriennes encyclopédiques), l'absence de ce déclencheur favorable à la nostalgie peut être compensé par l'esthétique de l'image. C'est le cas pour la nostalgie analogique où l'on applique des « filtres » au son et à l'image, ces marqueurs du passé fonctionnant comme des points de repère esthétiques pour les primo-spectateurs qui apprennent à les lire comme des indicateurs de distance temporelle (réelle ou simulée) et à les associer à une époque déterminée ou au passé tout court. Même si David Sirota nous rappelle qu'il n'y a simplement pas de brefs slogans ou des théories unifiées qui puissent résumer les années 1980<sup>262</sup>, on a néanmoins appris à les reconnaître grâce aux stéréotypes esthétiques véhiculés par les textes de la culture populaire elle-même au fil du temps. Ainsi, de nos jours, cette période se traduit par des couleurs brillantes, des vêtements et accessoires fluorescents, des permanentes à l'allure folle, des mélodies générées par le synthétiseur, et des supports médiatiques tels que les cassettes audio ou les VHS ; des éléments qu'on associe spontanément à cette ère qui est à la fois lointaine et proche de nous, qu'on l'ait vécues à la première personne ou non.

Néanmoins, l'esthétique particulièrement discernable des années 1980 et la biographie des producteurs de contenus culturels ne sont pas les seuls facteurs qui déterminent l'intérêt actuel pour la représentation de cette époque. Dans sa tentative de comprendre pourquoi les années 1980 sont devenues « cool » au cours de la deuxième décennie du XXI<sup>e</sup> siècle, Sirota constate que les transformations socio-économiques qui les ont marquées, en particulier dans le contexte américain, ont contribué à leur mythologisation dans la culture contemporaine. D'après l'auteur, les années 1980 sont les ancêtres du concept de la « super taille » (« tout était grand – très grand »), ce qui a laissé « une impression psychologique immense sur l'Amérique au moment précis où cette impression pouvait durer »<sup>263</sup>. En outre, les changements économiques, structurels et socio-politiques de l'ère Reagan ont déterminé l'entrée sur le marché du travail d'un nombre très important de femmes, entraînant des mutations dans l'occupation du temps libre des enfants. Ainsi, le divertissement de ces derniers dépend de plus

---

<sup>261</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 136.

<sup>262</sup> David Sirota, *Back to Our Future : How the 1980s Explain the World We Live in Now – Our Culture, Our Politics, Our Everything* [e-book], New York, Ballantine Books, 2011, p. 18.

<sup>263</sup> David Sirota, *op. cit.*, p. 19 (ma traduction).

en plus de l'utilisation de médias que Sirota appelle les « nouveaux pédagogues de la culture contemporaine », tels que la télévision, le troisième modèle dans la série des ordinateurs portables produite par Apple *Apple IIe*, le VCR ou la console de jeu Atari<sup>264</sup>. De fait, les années 1980 correspondent à une révolution multimédia étonnante qui a porté la majorité des foyers américains à posséder « un téléviseur, un magnétoscope et un service de câble » et, près de la moitié d'entre eux à disposer d'un système de jeu vidéo<sup>265</sup>. Les années 1980 sont ainsi une époque emblématique précisément en raison de la rencontre entre la technologie et la culture qui marque le début de la révolution numérique. Ce n'est donc pas un hasard si, pendant les années 1980, le cinéma développe une poétique de la nostalgie particulièrement intense en raison de l'avènement du numérique. À ce propos, Graham Thompson décrit ce bouleversement comme la révolution des technologies du « décalage temporel », qui amènent à des nouveaux produits culturels et à des nouvelles formes de consommation individuelles et domestiques :

La culture était soudainement portable et plus facilement reproductible. Le monde numérique qui, pendant plusieurs années, n'avait été qu'envisagé devenait un nouvel ordre de réalité et un nouvel espace dans lequel la culture serait produite et consommée.<sup>266</sup>

Ces nouvelles technologies ne permettaient pas seulement un décalage temporel à travers l'enregistrement des programmes et leur vision répétée, mais aussi un décalage spatial, particulièrement dans le cas de la musique et de la création, en 1982, du Sony Walkman D-50, un lecteur de CD portable<sup>267</sup>.

Les années 1980 ont laissé une empreinte profonde sur l'histoire de la culture populaire occidentale qui se calque généralement sur la représentation donnée par la culture de masse états-unienne. Par rapport aux années 1960 et 1970, marquées par les mouvements radicaux et contre-culturels, le scandale Watergate, la guerre du Vietnam et la crise économique, cette décennie a vécu des transformations socio-économiques majeures sous la nouvelle présidence de Reagan qui ont instillé une attitude particulièrement positive dans le peuple états-unien<sup>268</sup>.

---

<sup>264</sup> David Sirota, *op. cit.*, p. 22.

<sup>265</sup> *Ibid.*, pp. 19-20. Vingt ans plus tard, la console Atari sera notamment l'objet d'une réédition sous le nom de *Atari Flashback*, une console dont l'apparence rappelait celle de la console originale, déjà équipée de ses jeux « classiques ».

<sup>266</sup> Graham Thompson, *American Culture in the 1980s*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2007, p. 30 (ma traduction).

<sup>267</sup> Le premier modèle du Sony Walkman, le TPS-L2, a été créé en 1979 pour la lecture portable des cassettes audio. « Walkman® 1979-2019 », Sony.net [en ligne].

URL : <https://www.sony.net/united/walkman40th/archive/#/>.

<sup>268</sup> History.com Editors, « The 1980s », History.com [en ligne], publié le 7 juin 2019, n.p. URL : <https://www.history.com/topics/1980s/1980s>.

En outre, l'enthousiasme suscité par les nouveautés apportées par la période de transition entre la culture analogique et numérique ont imprégné cette ère d'une aura mythique, qui demeure fascinante au regard contemporain. La popularité de cette époque comme cadre temporel des récits sériels, en particulier pour les séries de Netflix, s'explique autant par les points de référence des créateurs de contenus, qui puisent leur l'inspiration dans leur propre passé ou dans leur propre désir nostalgique, que par son identité visuelle facilement reproductible et identifiable. En effet, un des aspects les plus fascinants de l'esthétique nostalgique est cette capacité d'éveiller un désir nostalgique même chez des spectateurs qui n'ont pas vraiment vécu cette période. Il sera donc intéressant pour nous d'examiner quels sont les éléments de la sérialité matricielle qui sont mis en avant pour toucher le plus grand nombre de spectateurs, et quelles sont les différentes clés de lecture du contenu nostalgique qu'ils proposent.

## X. Analyse des esthétiques nostalgiques dans *Stranger Things* et *GLOW*

*Stranger Things* (2016–) et de *GLOW* (2017–) se déroulent pendant les années 1980, mais leurs intrigues ne pourraient être plus différents. Créé par les frères Duffers, le récit de *Stranger Things* débute en 1983 dans la petite ville de Hawkins, dans l'Indiana : à l'écran, l'alerte à un accident non spécifié dans le Laboratoire National du Département de l'Énergie des États-Unis. Le jeune Will Byers, alors qu'il rentre après une partie à *Dungeons & Dragons* avec ses meilleurs amis, disparaît dans des circonstances mystérieuses, chassé par une créature qui se cache dans l'ombre. La première saison voit donc le groupe d'amis composé par Mike, Dustin et Lucas, et aidé par Eleven (une jeune fille avec des pouvoirs psychiques échappée du laboratoire), essayant de sauver Will, alors qu'il est coincé dans un monde parallèle habité par un monstre qu'ils nomment Demogorgon. Les saisons suivantes, s'étalant entre 1983 et 1985, racontent leur lutte contre les forces obscures provenant de l'*Upside Down* (littéralement « le monde à l'envers ») qui tentent de prendre le contrôle total de monde et de ses habitants. En revanche, le duo féminin formé par Liz Flahive et Carly Mensch a créé *GLOW* sur la base d'une émission télévisuelle de catch féminin appelée *Gorgeous Women of Wrestling* qui a été réellement diffusée durant les années 1980. La série n'est toutefois ni un *remake* ni une rediffusion, mais plutôt une fictionnalisation de l'histoire du programme et de ses vrais protagonistes. Au fil des épisodes, commençant en 1985, on suit ce groupe très diversifié de femmes de différents âges qui se lancent dans le monde du catch à la télévision. Elles se préparent physiquement et donnent chacune vie à un personnage qu'il s'agit d'incarner pendant les matchs, tout en faisant face aux imprévus économiques et organisationnels de la production.

Bien qu'à première vue ces séries semblent partager seulement le cadre temporel de référence, toutes les deux recourent à des stratégies similaires dans l'adoption d'une esthétique nostalgique. Pourtant, comme nous le démontrerons dans les prochains sous-chapitres, leur comparaison nous permet d'identifier des visées divergentes dans les clés de lecture de la nostalgie que leur esthétique suggère aux différents types de spectateur<sup>269</sup>. Nous examinerons d'abord le générique des deux séries qui, en tant qu'élément paratextuel, sort légèrement du modèle de la sérialité matricielle proposé par Benassi, mais qui joue néanmoins un rôle important dans la mise en place de l'esthétique nostalgique. Nous analyserons ensuite les

---

<sup>269</sup> Ceux qui ont vécu les années 1980, les spectateurs idéaux, et ceux qui ne les ont pas vécues, les « primo-spectateurs » (cf. *supra*, p. 69).

composantes formelles de mise en scène et de la mise en chaîne de *Stranger Things* et de *GLOW* (décor, accessoires, étalonnage, musique et effet de post-production), afin de les articuler aux contenus de la narration et de faire ressortir les types de nostalgie auxquelles les deux séries font appel.

### **X.a Le générique comme synecdoque du programme esthétique nostalgique**

Considérés pendant longtemps comme marginaux, les génériques des séries télévisées ont acquis un nouveau statut au sein de l'industrie télévisuelle et de la recherche académique à la suite de l'avènement de la « télévision de qualité » aux années 1990. Notamment dans le cadre des séries diffusées sur les chaînes câblées comme HBO, la fonction originelle du générique évolue : elle passe de la « simple » présentation des personnes physiques et morales ayant contribué à la réalisation de la série à un élément dont la richesse et la complexité audiovisuelle s'adressent à un public de niche, exigeant et plus cultivé. Alors qu'il peut être intégré à la diégèse, le générique fait plutôt partie de ce qu'on définit comme le « paratexte » d'une série, c'est-à-dire cette zone « indéfinie » où se situe le seuil entre le texte et le hors-texte<sup>270</sup>. Le paratexte ne rentre pas dans la stratégie de la sérialité matricielle telle que définie par Benassi, mais nous estimons que le générique est un élément à prendre en compte lors de l'analyse esthétique d'une série. Non seulement il témoigne d'une expérimentation créative et d'une sophistication sémantique, narrative et esthétique, mais il est aussi le lieu où se déploie l'identité audiovisuelle d'une série ; ce qui nous permettra d'articuler d'autres aspects de son esthétique générale déjà à ce stade. D'un côté, le générique assume une fonction de synecdoque<sup>271</sup>, en identifiant une marque de fabrique à travers laquelle la série est ensuite reconnue par les téléspectateurs ; de l'autre côté, la richesse et densité de signes plastiques, d'effets visuels et sonores, vise à exalter les sens du spectateur et à favoriser son immersion dans la diégèse. Le générique occupe une place essentielle dans l'établissement de l'esthétique nostalgique parce qu'il permet aux spectateurs de se forger un horizon d'attente par rapport à

---

<sup>270</sup> Gérard Genette, *Seuils*, Paris, Seuil, 1987, p. 8.

<sup>271</sup> Dans ce cas, nous entendons la synecdoque dans son sens de « partie pour le tout ».

la série et à ses thématiques, et d'apprendre quelles sont les clés de lecture pour la décoder<sup>272</sup>. De plus, en raison de leur nature fortement référentielle et rituelle, les génériques peuvent même devenir des déclencheurs de la nostalgie vis-à-vis de la série elle-même, rien que par l'écoute de leur thème musical.

À l'ère de Netflix, les génériques ont subi des mutations dans leur structure et leur mode de consommation à cause des nouvelles pratiques de visionnement suggérées par la plateforme. Comme Benjamin Campion l'explique, une fonction de lecture automatique sans interruptions (« Postplay ») est activée par défaut, au moins que l'utilisateur y renonce :

L'interface vidéo de Netflix propose plusieurs options (saut du « Précédemment... », du générique de début, des crédits de fin) visant à ne conserver que le « corps » de l'épisode, c'est-à-dire sa matière organique supposément non redondante. Ces options oblitérent toutefois des fonctions narratives qu'il est important de rappeler : le rafraîchissement de la mémoire et la préparation du spectateur aux rebondissements à venir (« Précédemment... »), le *spoiler* indirect par l'image indicielle ou le crédit de *guest-star* dont on anticipe l'apparition fictionnelle (générique de début), ou encore le prolongement de la diégèse par l'accompagnement musical ou, à l'inverse, le silence qui suit un événement traumatique (générique de fin).<sup>273</sup>

Cette fonction ne concerne que les génériques statiques, à savoir ceux qui demeurent inchangés au fil des épisodes, et pas les génériques évolutifs. Or, dans *Stranger Things*, le générique est statique, tandis que *GLOW* présente une version statique montrée au début de chaque saison, et une version « réduite » hybride pour le reste des épisodes<sup>274</sup>. Cette option pourrait donc fonctionner au détriment de l'évocation des sentiments nostalgiques parce que, comme Williams le souligne, les génériques sont des espaces très stylisés qui permettent de guider la compréhension du spectateur en lui rappelant les objectifs esthétiques et narratifs de la série, ainsi que les préoccupations thématiques plus larges qui les régissent<sup>275</sup>. Néanmoins, nous partons de l'hypothèse que le générique est vu au moins une fois : de fait, lorsque l'on regarde des productions originales de Netflix, cette fonction n'est proposée qu'à partir du deuxième épisode. Cela suffit pour que les spectateurs puissent toujours établir un lien associatif à la série : la richesse expressive du générique implique qu'il reste imprimé dans la mémoire du spectateur. Nous analyserons ainsi les génériques de *Stranger Things* et de *GLOW* à partir des

---

<sup>272</sup> À ce propos, nous conseillons la lecture l'article de Kathleen Williams « The Wonder Years : Nostalgia, Memory and Pastness in Television Credits » dans lequel elle étudie les génériques de *Transparent*, *The Walking Dead*, *Arrested Development* et *Californication* pour établir comment la mémoire et la nostalgie, en tant que dispositifs rhétoriques et esthétiques (un état d'esprit et une modalité) peuvent inviter les spectateurs à entrer dans le monde d'une série télévisée.

<sup>273</sup> Benjamin Campion, « Regarder des séries sur Netflix : l'illusion d'une expérience spectatorielle augmentée », *TV/Séries* [en ligne], n° 15, juillet 2019, p. 2.

<sup>274</sup> Par hybride, nous entendons que les graphismes du générique restent les mêmes, mais ils sont accompagnés par une musique différente à chaque fois.

<sup>275</sup> Kathleen Williams, *op. cit.*, p. 72.

matières d'expression mobilisés (images, sons, notions écrites) pour déterminer comment ils invitent le spectateur vers une lecture nostalgique des images. Pour ce faire, nous nous baserons partiellement sur la grille d'analyse des génériques de film proposée par Anne Goliot-Lété et Francis Vanoye<sup>276</sup>, qui peut être aussi adaptée aux séries télévisées : nous examinerons et comparerons la place du générique, sa forme, son contenu audiovisuel, la place du titre et les informations apportées.

Le générique de *Stranger Things* dure presque une minute et n'est jamais placé au début des épisodes, mais après trois-quatre minutes du récit (sauf dans le tout premier épisode où il apparaît après huit minutes). Au contraire, la première saison de *GLOW* s'ouvre directement sur un générique de durée semblable. Toutefois, cette séquence n'est pas répétée dans les épisodes à venir : elle est remplacée par une version réduite (moins de dix secondes) qui se manifeste aussi à trois ou quatre minutes du début, et ne réapparaît que dans les premiers épisodes de chaque nouvelle saison. Le déroulement de l'épisode suivant le modèle « début de l'épisode-générique-continuation de l'épisode »<sup>277</sup> rentre dans la stratégie de Netflix de proposer une transition en douceur entre les épisodes, afin d'encourager le binge-watching. Cependant, son emplacement *in medias res* implique que, pour que la nostalgie puisse s'activer chez les spectateurs, les débuts des épisodes présentent une esthétique nostalgique assez reconnaissable. Dans le cas de *Stranger Things*, où même pas la première saison s'ouvre sur le générique, les premières images sont fondamentales. En effet, la série commence par des mentions écrites en surimpression, présentant le cadre spatio-temporel des États-Unis des années 1980 (fig. 5). Cette référence immédiate au passé permet la compréhension des scènes suivantes comme appartenant à une autre époque, alors qu'elles ne renvoient pas forcément aux années 1980. En effet, on nous présente d'abord plutôt une facette de l'esthétique de *Stranger Things* qui renvoie à son genre, à savoir l'horreur et la science-fiction, à travers les images du laboratoire, le signal sonore d'alarme et la lumière sombre et contrastée (fig. 6).

---

<sup>276</sup> Anne Goliot-Lété & Francis Vanoye, *Précis d'analyse filmique*, Paris, Armand Colin, 2009 [1992], pp. 79-80.

<sup>277</sup> Dans sa contribution au numéro hors-série « Séries télé in/out » d'*Entrelacs* en 2008, Stéphane Massa-Bidal définit plusieurs syntagmes possibles concernant le déroulement de l'épisode selon l'emplacement du générique et son intercalation avec ou entre les autres paratextes (rappel, logo, etc.). (Stéphane Massa-Bidal, « Composition générique », *Entrelacs* [en ligne], n° hors-série « Séries télé in/out », 2008, p. 6.)



fig. 5 : La toute première image de *Stranger Things* présente le cadre-spatiotemporel de la série.



fig. 6 : L'atmosphère à l'intérieur du Laboratoire imite celle des films d'horreur et de science-fiction très en vogue pendant les années 1980.

De cette manière, quelle que soit la nature du spectateur, ce dernier sera encadré dans une lecture des images « au passé », du moins jusqu'à la prochaine référence temporelle explicite<sup>278</sup>. En effet, cela évite d'être désorientés par les scènes suivantes se passant dans la maison des Wheelers qui abonde en décors, accessoires, vêtements et coupes de cheveux « années 1980 » qui ne sont pas forcément évidentes pour tous les téléspectateurs. Le générique émerge donc à la suite de ces images dont les références textuelles et temporelles affirment très clairement le caractère nostalgique de la série : en recourant à la re-mise en scène d'une époque passée et à une esthétique du *pastness*, *Stranger Things* jette dès son début des bases très fortes pour le déclenchement de la nostalgie. Selon les classes de générique proposées par Massa-Bidal, celui de *Stranger Things* est un générique de création « classique »<sup>279</sup> qui ne reprend pas d'images diégétiques ou des protagonistes. Au contraire, la séquence est dépourvue de toute figure humaine : elle démarre par la mention « Netflix Original Series » en surimpression sur un fond noir et accompagnée par le thème musical principal de la série, joué au synthétiseur – une claire référence aux années 1980<sup>280</sup> – suivi par l'énumération des acteurs principaux (fig. 7). À l'arrière-plan, des traits rouges luminescents contrastent avec le noir (fig. 8) jusqu'au moment où, grâce à un zoom en arrière progressif, on les découvre comme les lettres du titre de la série en train de se mettre en place (fig. 9).

<sup>278</sup> Il est intéressant de noter que la deuxième saison s'ouvre sans aucune mention temporelle, tandis que la troisième débute avec la date du « 28 juin 1984 ». Dans les deux cas, on suppose que le public a vu la première saison et qu'il est désormais accoutumé au cadre temporel et spatiale de la série ; en revanche, la référence au juin 1984 sert plutôt pour dénoter un flashback dans le récit que pour rappeler à nouveau qu'on se trouve dans les années 1980.

<sup>279</sup> Stéphane Massa-Bidal, « Composition générique », *Entrelacs* [en ligne], n° hors-série « Séries télé in/out », 2008, p. 3.

<sup>280</sup> En étant lié à la question plus générale de la place de la musique dans l'évocation de la nostalgie, le thème musical du générique sera approfondi dans le chapitre dédié à la bande son des deux séries (cf. chapitre X.c.i)

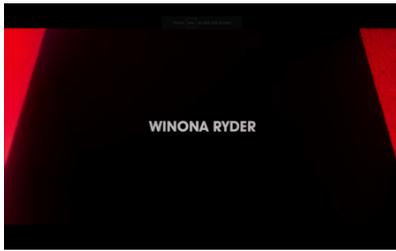


fig. 7 : Début du générique de Stranger Things, le premier nom qui apparaît est celui de Winona Ryder.



fig. 8 : Les traits rouges lumineux contrastant avec le noir de l'arrière-fond.



fig. 9 : Zoom arrière révélant les lettres du titre qui se mettent en place.

Sarah Gless remarque que la proximité visuelle aux lettres contribue à la création d'un niveau d'intimité qui rend le spectateur vulnérable et donc plus enclin à des émotions profondes lors du visionnement<sup>281</sup>, ce qui permet d'établir davantage un rapport personnel à l'image et de faciliter le surgissement du sentiment nostalgique.

Le fait de mentionner Winona Ryder en premier dans la distribution (en plus de raisons sûrement contractuelles), permet non seulement de rattacher une actrice très connue à la série, mais aussi de créer des références à sa carrière cinématographique qui a atteint son sommet précisément entre la deuxième moitié des années 1980 et les années 1990. Pour cette raison, les spectateurs qui connaissent Ryder et ses films associeront immédiatement son nom à des textes produits pendant ces années et/ou, peut-être, à une période spécifique de leur vie, en évoquant potentiellement de la nostalgie. Du point de vue de l'image, la silhouette rouge des lettres rétroéclairées et la lumière tremblotante rappellent les tubes néons et leur couleur originelle rouge-orange<sup>282</sup>, renvoyant à l'idée des années 1980. En réalité, l'acmé de leur utilisation « populaire » (c'est-à-dire comme enseignes dans les lieux de loisirs) se situe entre les années 1950 et 1960. Pendant les années 1980, il y a plutôt un *revival* de la part du monde de l'art américain à la suite de l'ouverture de la galerie « Let There Be Neon » en 1972. D'après Claire Shaffer, le modelage des tubes à néon devient donc une forme d'art, faisant à cette époque son entrée dans la conscience culturelle populaire : « Dans notre version brumeuse, fantasmée et teintée de nostalgie de cette décennie [les années 1980], des néons et autres éclairages similaires pouvaient être trouvés partout, des clips musicaux à gros budget aux boîtes

<sup>281</sup> Sarah Gless, « The Typography of 'Stranger Things' », Nelson Cash [en ligne], publié le 27 juillet 2016, n.p. URL : <https://blog.nelsoncash.com/the-typography-of-stranger-things-e35771f40d31#m17110ogj>.

<sup>282</sup> Sur Wikipedia on explique que « [s]eul le rouge est en effet possible avec le néon et les autres couleurs sont, soit obtenues avec d'autres composés [...] soit produites par un revêtement fluorescent excité par un rayonnement ultraviolet ». (« Néon », Wikipedia [en ligne], publié le 4 juin 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/N%C3%A9on>.)

de nuit alimentées à la cocaïne »<sup>283</sup>. Alors que les couleurs néons ont caractérisé plutôt les vêtements des années 1980 que la lumière, dans l'imaginaire collectif les enseignes néons font aussi partie de l'esthétique de la période. Ceci démontre que parfois, on essaie d'encourager la nostalgie chez les spectateurs à partir de reconstructions stéréotypiques et communément acceptées d'une certaine époque, bien que pas complètement véridiques ; une inauthenticité historique que Lowenthal condamnait déjà en 1989<sup>284</sup>.

Le mouvement des lettres, l'effet tremblant de la lumière rouge et les grains de poussière visibles à l'écran contribuent aussi à l'esthétique analogique de l'image voulue par les frères Duffer et les créateurs du générique, le studio états-unien de production *Imaginary Forces*<sup>285</sup> :

Nous voulions donner l'impression que ça venait de 1983. Nous voulions donc imiter le langage visuel de l'époque, qui n'était pas un mouvement de verrouillage ou de claquement. [...] Quand nous avons regardé les optiques de cette époque, nous cherchions essentiellement les erreurs. Vous regardez la lumière passer à travers le film, donc il y a cette beauté, mais il y a aussi des erreurs qui se produisent en cours de route.<sup>286</sup>

Comme nous l'avons expliqué dans la première partie du travail, l'imitation d'une esthétique analogique peut avoir une double fonction nostalgique, soit vis-à-vis du média qu'elle cherche à reproduire soit par rapport à son contenu et au passé tout court<sup>287</sup>. À ce propos, Michelle Dougherty, conceptrice graphique chez *Imaginary Forces*, explique qu'ils ont décidé de recréer et rétroéclairer les silhouettes rouges des lettres à l'aide d'un ancien processus : la Kodalith, c'est-à-dire une pellicule 35mm développée par Kodak<sup>288</sup> qui permettait un très grand contraste<sup>289</sup>. Ce faisant, ils avaient une référence à partir de laquelle reproduire numériquement

---

<sup>283</sup> Claire Shaffer, « Why Neon is Cool Again: Tacky and Beautiful, It's the Artistic Choice of Pop Culture », Newsweek [en ligne], publié le 23 août 2017, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.newsweek.com/neon-instagram-trend-1980s-music-videos-654249>.

<sup>284</sup> cf. *supra*, p. 20.

<sup>285</sup> L'avènement de la « télévision de qualité » a entraîné l'utilisation de génériques extrêmement sophistiqués, produits par des sociétés de design graphique, comme *Elastic* (*Game of Thrones*, *Altered Carbon*), *Digital Kitchen* (*Westworld*, *Narcos*), *yU+co* (*The Walking Dead*, *Crazy Rich Asians*), *The Mill* (*Marco Polo*, *Vikings*), etc.

<sup>286</sup> Will Perkins, « Stranger Things (2016) », Art of the Title [en ligne], publié le 9 août 2016, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>.

<sup>287</sup> cf. *supra*, p. 25.

<sup>288</sup> Il est intéressant de noter que, depuis la fin du 2015, Kodak encourage la « renaissance de l'analogique ». À ce propos, André Habib étudie l'histoire de la pellicule Kodachrome et de son « exhumation » grâce aux technologies numériques reproduisant ses caractéristiques visuelles. Selon l'auteur, « [l]a nostalgie envers l'analogique, régulièrement associée à la pellicule (surtout la photographie argentique ou le super8, introduite par Kodak en 1965), se rapporterait ici par extension à la compagnie Kodak elle-même ». (André Habib, « Kodachrome : la couleur de la nostalgie », *Cinémas : Revue d'études cinématographiques*, n°« Ecrans de nostalgie », dirigé par Katharina Niemeyer (à paraître), n.p.)

<sup>289</sup> La Kodalith a aussi été utilisé pour la création du générique de *Star Wars* en 1977.

les imperfections de l'image et donner l'impression que la séquence a été effectivement produite dans les années 1980.

Un autre aspect très important du générique de *Stranger Things* est la référence typographique aux polices utilisées dans la culture populaire des années 1980. En effet, la police « ITC Benguiat » adoptée pour le titre de la série (fig. 10) est la même que celle figurant sur la couverture de certains romans de Stephen King ou des livres « *Choose Your Own Adventure* » (fig. 11 et 12), quoiqu'avec des petites modifications. Le choix final a été fait parmi plusieurs polices utilisées pour les couvertures de romans publiés pendant les années 1980 qui ont aussi servi d'inspiration, tel est le cas de *The Cats* de Nick Sharman (fig. 13).



fig. 10 : La typographie du titre fait référence à celle utilisée pour les romans de King et Sharman.

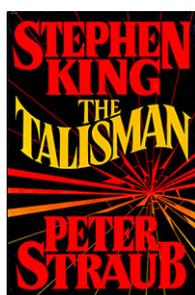


fig. 11 : Couverture de *The Talisman* (1984).

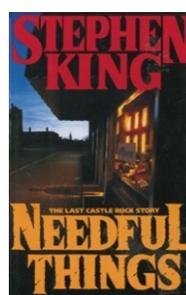


fig. 12 : Couverture de *Needful Things* (1991).

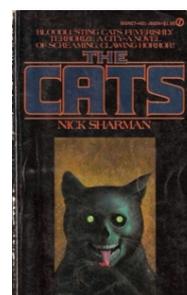


fig. 13 : Couverture de *Cats* (1977).

Le titre même de la série rappelle volontairement celui du roman *Needful Things* de Stephen King<sup>290</sup> ; avec sa typographie, il renvoie aux genres de l'horreur et de la science-fiction caractérisant le récit et, en partie, l'esthétique de la série. La police ne remplit pas seulement la fonction de référence intertextuelle, mais son utilisation découle aussi du désir nostalgique des frères Duffers de revivre les œuvres qui ont accompagné leur enfance et adolescence. L'« ITC Benguiat » a aussi été adopté pour les mentions écrites à l'intérieur de la série, et en particulier pour les cartons suivant le générique qui mentionnant le titre spécifique de chaque épisode. Le fait qu'on se réfère à chaque épisode comme à des « chapitres »<sup>291</sup> renvoie une fois encore aux romans de King, mais aussi à l'activité même de la lecture qui, à nos jours, pourrait être

---

<sup>290</sup> La série était d'abord appelée *Montauk* d'après un village de la Côte Est états-unienne et en hommage au film préféré des frères Duffers, *Jaws*, qui se situait dans un village fictif du Long Island. (Gina McIntyre, *Stranger Things : Worlds Turned Upside Down : The Official Behind-The-Scenes Companion*, New York, Random House, 2018, p. 19.)

<sup>291</sup> Cet aspect du « chapitrage » est lié également à la question du *binge-watching*. D'après Mitchell Hurwitz, cette pratique de consommation aurait changé la consommation de la télévision en la rendant plus proche de la lecture d'un roman : « Vous pouvez choisir de lire ce roman ou non. Mais nous n'allons pas vous consulter après chaque chapitre ». (Mitchell Hurwitz, cité par Chuck Tryon, « TV Got Better : Netflix's Original Programming Strategies and Binge Viewing », *Media Industries Journal* [en ligne], vol. 2, n° 2, 2015, p. 112, ma traduction.)

associée plutôt à l'enfance ou au passé en général, et pour laquelle on éprouve donc de la nostalgie.

Le générique de *GLOW*, toujours de forme « classique » a été réalisé par le studio *Shynola*. Comme pour *Stranger Things*, la séquence commence par la « marque de fabrique » de Netflix et son coproducteur, suivis par le titre de la série (fig. 14) et la distribution, tandis qu'à l'arrière-fond se jouent des scènes de préparation aux matchs et des mouvements de catch sur le ring (fig. 15).



fig. 14 : Comme pour *Stranger Things*, on voit le contour lumineux des lettres du titre de *GLOW*.



fig. 15 : Silhouettes des catcheuses dans le générique.



fig. 16 : Image de l'émission originale *Gorgeous Ladies of Wrestling*.

Les polices utilisées ne sont pas particulièrement reconnaissables, mais les contours des mentions écrites et des silhouettes féminines font aussi référence au design des enseignes lumineuses et néons qui étaient visibles dans l'émission originale du programme, dans la deuxième moitié des années 1980 (fig. 16). Une fois de plus, le néon est fortement associé à une période pendant laquelle, en réalité, il était plutôt répandu comme couleur pour les vêtements ou comme œuvre d'art ; cela à l'exception de Las Vegas où se trouvait le vrai casino Riviera qui hébergeait le programme. De fait, dans le troisième épisode de la première saison, une petite enseigne néon faisant partie du décor de la maison de Bash (fig. 17) devient l'objet d'une remarque ironique :

Sam : Vous tripez tous les deux ?

Ruth : On est en train d'apprécier cet œuvre d'art.

Sam : Ah ouais, j'aime l'art qui dit exactement c'est qu'il est<sup>292</sup>.



fig. 17 : L'art néon connaît une période de renouveau pendant les années 1980.

<sup>292</sup> *GLOW*, S01E03 (13:18-13:33).

La sélection de scènes montrées dans le générique (les collants enfilés, la préparation physique et le maquillage) permet au spectateur d'entrer « derrière les coulisses » de la vie des catcheuses et de former ainsi un rapport plus intime et personnel avec les images.



fig. 18 : Les silhouettes des catcheuses dans le générique ont été retracées à partir d'images réelles.

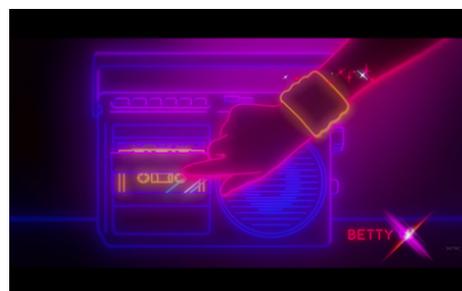


fig. 19 : Les silhouettes des catcheuses dans le générique ont été retracées à partir d'images réelles.

Toutes les silhouettes dans le générique ont été retracées à l'aide d'une technique d'animation appelée *rotoscoping*. À partir des images originales de *Gorgeous Ladies of Wrestling*, les animateurs ont décalqué les actions image par image pour donner une impression de réalisme<sup>293</sup> (fig. 18 et 19) qui, comme Liz Flahive le souligne, fait appel aux sentiments nostalgiques du spectateur vis-à-vis des années 1980 :

Liz [Flahive] : [...] Ils nous ont montré trois concepts très différents, y compris une première version de celui que nous avons choisi. Elle était basée sur des graphiques d'événements sportifs réels télévisés dans les années 1980. Nous n'avions pas pensé à aller dans une direction si rétro et animée, mais [...] ça met le spectateur en plein dans les années 1980 et met l'accent sur le sport et la force et touche un nerf nostalgique sans être trop évident.

[...]

Richard [Kenworthy] : C'est une version sophistiquée de ce qu'étaient les années 1980. Il y a quelques tenues de mauvais goût et d'autres choses, mais ce n'est pas exagéré et fou. Il n'y a pas que ça. Il y a une certaine sophistication. Il est tourné en 4K, pas en VHS ! Il fallait donc que nos titres aient cela. Nous avons joué avec l'idée de l'effacer complètement, de le mettre en VHS et de le remonter, mais c'était trop. Il fallait que ça ressemble à une version moderne de quelque chose, comme si on était presque téléporté à travers le temps. C'est ton souvenir des années 80, mais pas une caricature des années 80.<sup>294</sup>

Pour la création de l'esthétique du générique, la volonté première n'était pas donc celle de reproduire une esthétique du *pastness* ou une esthétique analogique. Finalement, la version choisie est précisément celle qui arrive à « téléporter » le spectateur en plein dans les années 1980 en touchant « un nerf nostalgique » et en proposant une vision de cette époque qui ne soit pas toutefois sa parodie. En même temps, l'intention de Kenworthy (le concepteur du

<sup>293</sup> Will Perkins, « GLOW (2017) », Art of the Title [en ligne], publié le 5 juillet 2017, n.p.  
URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>, consulté le 31 mai 2020.

<sup>294</sup> Will Perkins, *op. cit.*, n.p.

générique) était de proposer une séquence « qui aurait pu provenir de l'émission originale »<sup>295</sup>. Le fait que le générique soit positionné avant le récit lors du premier épisode permet aussi une meilleure compréhension du cadre temporel de la série, en tant que, à la différence de *Stranger Things*, le tout premier plan du récit (serré sur le visage de Ruth) ne fournit pas d'informations claires à ce propos (fig. 20) ; en particulier, lorsqu'on se rend compte qu'on a assisté à un monologue. C'est seulement à partir du deuxième plan sur la directrice de casting et son assistante que l'on peut remarquer des signes esthétiques plus évidents comme la caméra, les coiffures et les vêtements années 1980 (fig. 21).



fig. 20 : GLOW s'ouvre sur l'audition assez catastrophique de Ruth.



fig. 21 : Seulement à partir du contre-champ le cadre temporel devient plus clair.

À la différence de *Stranger Things*, le générique de *GLOW* commence, même avant les images, par la chanson « The Warrior » de Scandal (ft. Patty Smith) devenue très célèbre à sa sortie en 1984. Néanmoins, alors qu'elle est associée à la série comme étant son thème musical, on l'entend qu'au début de chaque saison. Cela est dû au fait que le générique dans sa version complète n'est pas montré dans chaque épisode. Le générique « réduit » de *GLOW* dure quelques secondes et il est accompagné à chaque fois par une chanson différente : dans le premier plan, on reprend un très bref fragment du générique complet (fig. 22) ; dans le deuxième plan, on propose à nouveau le titre de la série avec un arrière-fond différent (fig. 23), en restant cependant dans sa continuité esthétique.



fig. 22 : Ce plan qui est présent soit dans le générique complet soit dans le générique réduit rappelle celui du titre de *Stranger Things*.



fig. 23 : Plan différent du générique réduit.



fig. 24 : La similarité des contours rouges des titres des deux génériques crée une référence intertextuelle entre les deux séries.

<sup>295</sup> Will Perkins, *op. cit.*, n.p. (ma traduction).

Alors que le caractère volontaire ou involontaire de la référence est sûrement à discuter – on pourrait bien imaginer que cela a été encouragé par la stratégie de marketing de Netflix visant à mettre en avant ses productions originales – il est probable que les contours rouges du titre rappellent aux spectateurs le logo et le générique de *Stranger Things* (fig. 24). D'un côté, la référence intertextuelle se fonde sur la connaissance de la part du spectateur de l'une ou de l'autre série ; de l'autre côté, elle se construit à partir de l'esthétique des années 1980, basée sur l'image clichée des enseignes et des tubes néon. Si ces séquences ont effectivement le pouvoir de provoquer la nostalgie chez le spectateur, une fois qu'il apprend à associer la présence du néon au sentiment nostalgique, ce dernier sera plus facilement déclenché lors de la réitération du même signe esthétique.

Au sein du paradigme d'expérience de la fiction proposé par Benassi, le générique se situe en dehors de la sérialité matricielle et plutôt dans le cadre des paratextes du texte sériel. Cependant, le générique joue un rôle essentiel dans l'établissement de la relation sensible qui lie le spectateur à la fiction grâce à sa fonction de synecdoque : qu'il soit inséré au début de l'épisode ou après quelques scènes, il offre une concentration du programme esthétique de la série. De cette manière, il forge l'horizon d'attente des téléspectateurs, dont les émotions nostalgiques sont notablement encouragées par la densité de signes esthétiques renvoyant à un cadre temporel et à des textes passés. Alors que dans les séries originales de Netflix, le générique pourrait être volontairement sauté – sauf dans les tous premiers épisodes – il reste néanmoins un des points de référence pour les amateurs des séries télévisées, devenant aussi un potentiel déclencheur de nostalgie par rapport à la série elle-même.

Le générique de *Stranger Things* se construit à partir du désir nostalgique personnel des créateurs de la série qui visent à créer une esthétique se référant aux textes consommés pendant leur enfance et adolescence, à cheval entre les années 1980 et 1990. Le générique se fonde ainsi sur la volonté nostalgique de proposer des références à l'esthétique de la couverture des romans d'horreur et de science-fiction de l'époque et au cadre des années 1980 qui l'entourent, qui puissent résonner avec les souvenirs personnels du spectateur idéal (à savoir, celui qui a aussi vécu cette ère) et provoquer de la nostalgie. Pour qu'il puisse servir de paradigme de lecture aussi pour les primo-spectateurs (ceux qui n'ont pas vécu les années 1980), le générique de *Stranger Things* construit une esthétique du *pastness* qui soit discernable par tout le monde à partir d'images et sons transmis par la culture populaire, comme les tubes à néon et la musique jouée au synthétiseur. En outre, il se base sur une esthétique analogique d'imitation des défauts d'images (grains de poussière, tremblement de la lumière) dus à ce type de pellicule qui était réellement utilisée pendant les années 1980 pour produire les génériques.

Si le générique de *GLOW* ne partage pas cette esthétique analogique, il fait une utilisation encore plus poussée des stéréotypes visuels liés aux tubes néons et il se prévaut, du moins dans le générique complet, d'images prenant comme référence l'émission originale. Il s'agit de rester fidèles aux contenus de *Gorgeous Ladies of Wrestling*, mais sans que la nostalgie soit forcément une des visées principales de la série (« Nous n'avions pas pensé à aller dans une direction si rétro et animée », dit Liz Flahive). Néanmoins, cela pourrait de toute façon évoquer des sentiments nostalgiques chez les spectateurs qui regardaient vraiment le programme à l'époque. Comme le thématise l'extrait de l'entretien avec Liz Flahive et Richard Kenworthy, l'esthétique du générique de *GLOW* dessine une tension entre le présent – le « moderne » entendu comme contemporain – et le passé – un cadre temporel qui vise à une représentation « véridique » et auquel se sentir personnellement rattaché (« c'est ton souvenir ») – qui pose la nostalgie plutôt comme un moyen plutôt qu'un but.

Pourtant, les deux séquences forgent par leur esthétique une atmosphère du passé et un cadre d'intimité (par la proximité initiale du logo dans *Stranger Things* et les images du « *backstage* » des catcheuses dans *GLOW*) favorisant l'immersion émotionnelle des spectateurs qui deviennent potentiellement sujets de nostalgie. Même si à ce stade, il est encore tôt pour déterminer quelles clés de lecture nostalgique sont avancées par les deux séries et par rapport à quel type de spectateur, nous pouvons quand même déjà remarquer deux directions différentes : d'un côté, le générique de *Stranger Things* tend à une nostalgie restauratrice – explicitée aussi par les discours des créateurs – qui vise à revivre les années 1980 à travers les citations de ses textes culturels « cultes » ; de l'autre côté, le générique de *GLOW* s'articule autour d'une tendance plus réflexive, fondée sur une tension entre le passé et le présent qui veut réinscrire des images passées dans un cadre plus « modernisé ». Paradoxalement, dans ce dernier cas, le titre même de la série appartient au vocabulaire lié à la nostalgie : comme nous l'avons déjà mentionné, Fred Davis définissait le sentiment nostalgique comme une optique spéciale, caractérisée par le « *glow* » du passé, qui toutefois, ne concerne que la surface de l'image<sup>296</sup>. Ce qu'on retrouve dans le fait de retracer les contours des images de l'émission d'origine, plutôt que les reproduire dans leur intégralité visuelle.

Dans les chapitres suivants, nous poursuivrons ainsi notre analyse de l'esthétique des deux séries et de l'articulation à leurs contenus, afin de déterminer si la tendance restauratrice de la nostalgie chez *Stranger Things* et celle réflexive chez *GLOW* se confirment ou si elles présentent des variations par rapport à ce que nous avons pu dégager jusqu'ici.

---

<sup>296</sup> cf. *supra*, p. 28.

## X.b La construction de l'esthétique du *pastness* par la mise en scène et les références intertextuelles

Nous nous éloignons de la question du paratexte pour revenir aux aspects de la sérialité matricielle que Benassi définit comme appartenant à l'« histoire ». En particulier, nous nous focaliserons sur les caractères esthétiques récurrents dans la « fiction-monde », à savoir ce que l'auteur décrit comme la figure diégétique principale des fictions télévisuelles plurielles, la « modélisation du monde “réel”, où l'imprévu peut à tout moment faire irruption dans la routine du quotidien »<sup>297</sup>. Ainsi, nous examinerons les éléments de mise en scène de *Stranger Things* et *GLOW*, liés aux décors, vêtements et maquillages pour déterminer comment ils participent à la construction d'une esthétique de « surface »<sup>298</sup> qui, une fois articulée au contenu des séries, donne lieu à deux clés de lectures nostalgiques différentes. Nous aborderons aussi les figures contextuelles, telles que les procédés verbaux ou visuels d'intertextualité, dont nous avons déjà pu remarquer l'importance lors de la construction du sentiment nostalgique au sein des médias contemporains<sup>299</sup>.

Dans les discours entourant la série créée par les frères Duffer, on revendique à plusieurs reprises la volonté d'une attention particulière aux détails des années 1980 en termes de mise en scène. Sam Adams écrit dans un article pour *Rolling Stones* que *Stranger Things* « est pleine de clins d'œil nostalgiques à la décennie et à ses produits pop-culturels, mais elle est aussi d'une rare rigueur dans la mise au point des détails »<sup>300</sup>. Alors que la représentation reste toujours idéale, la précision et la cohérence dans la reproduction des décors sont fondamentales pour une immersion totale dans la diégèse et dans l'atmosphère des années 1980, du moins pour les téléspectateurs qui ont vraiment vécu l'époque. La tendance nostalgique restauratrice de la série annoncée par le générique va aussi dans ce sens : *Stranger Things* vise à reconstruire dans sa fiction-monde un foyer qui se puisse rapprocher le plus possible à une version croyable, bien que toujours fictive, des années 1980 aux États-Unis. Cette représentation se construit ainsi sur une densité très forte d'éléments de mise en scène rappelant cette ère : dans le cas du décor, les extérieurs ont été choisis dans les alentours

---

<sup>297</sup> Stéphane Benassi, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *op. cit.*, p. 5.

<sup>298</sup> cf. *supra*, p. 28.

<sup>299</sup> cf. *supra*, pp. 27-28.

<sup>300</sup> Sam Adams, « *Stranger Things* : How Netflix's Retro Hit Resurrects the Eighties », *Rolling Stones* [en ligne], publié le 21 juillet 2016, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.rollingstone.com/tv/tv-features/stranger-things-how-netflixs-retro-hit-resurrects-the-eighties-109430/>.

d'Atlanta où certains quartiers n'ont pas changé depuis les années 1980 ; les intérieurs, surtout les maisons des Wheelers et des Byers et une partie du laboratoire de Hawkins, ont été entièrement reconstruits sur un plateau<sup>301</sup>. À ce propos, la décoratrice Jess Royal explique qu'elle a modelé l'intérieur de la maison des Wheelers d'après son propre foyer d'enfance, en recourant à des objets provenant de la cave de ses parents et à des éléments de décor comme le papier peint qui rappelle les designs populaires à l'époque<sup>302</sup> (fig. 25), un élément qu'on retrouve aussi dans *GLOW* (fig. 26).

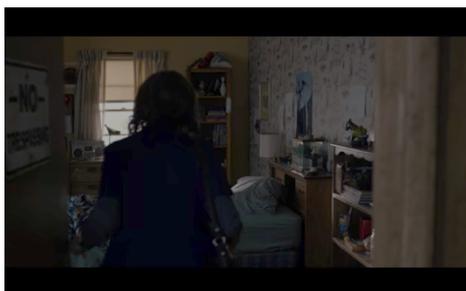


fig. 25 : Intérieur de la chambre de Will (Stranger Things).

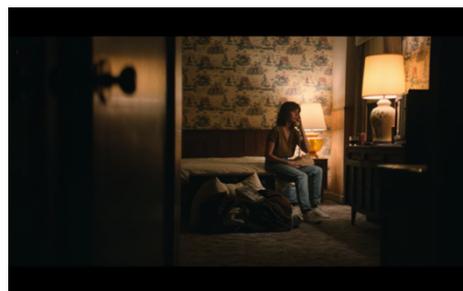


fig. 26 : Intérieur de la chambre de motel de Ruth (GLOW).

De la même manière, les créatrices de *GLOW* ont visé à la précision des décors, se prévalant de la collaboration d'historiens pour la reconstruction et le choix des lieux de tournage, tel que le bâtiment hébergeant l'hôtel-casino de Las Vegas dans la troisième saison<sup>303</sup>. Le chef décorateur de *Stranger Things*, Chris Trujillo, souligne aussi l'importance de construire une esthétique vivante de l'époque qui ne soit toutefois pas basée sur les « couleurs criardes souvent associées à cette décennie », mais plutôt sur une palette automnale de couleurs<sup>304</sup>. Bien que ce choix, qui va de pair avec l'étalonnage de la série dont nous parlerons après, s'écarte de la représentation stéréotypique des enseignes néons, elle participe à la création d'une atmosphère nostalgique, précisément grâce à cette palette (fig. 27). Les couleurs automnales, et l'automne plus généralement, sont souvent associées à la nostalgie, et cela notamment dans la poésie et dans les réflexions philosophiques, tel que l'exprime cette citation de l'écrivain Tom Todd : « J'ai entendu des gens parler de la nostalgie de l'automne. Plus exactement, c'est

---

<sup>301</sup> Gina McIntyre, *Stranger Things : Worlds Turned Upside Down : The Official Behind-The-Scenes Companion*, New York, Random House, 2018, p. 52.

<sup>302</sup> *Ibid.* pp. 52-53.

<sup>303</sup> Danielle Turchiano, « 'GLOW' Team Talks Re-Creating 1980s Las Vegas as a 'Claustrophobic Place' », Variety [en ligne], publié le 7 août 2019, n.p. URL: <https://variety.com/2019/tv/features/glow-season-3-production-design-las-vegas-fan-tan-casino-miniature-strip-1203290331/#article-comments>.

<sup>304</sup> Gina McIntyre, *op. cit.*, p. 51 (ma traduction).

notre sens de la nostalgie que l'automne évoque en nous »<sup>305</sup>. Nous retrouvons le même type de palette dans *GLOW*, notamment pour les décors plus intimes des chambres du motel (fig. 28).



fig. 27 : En plus de la mise en scène, ce plan est très chargé de nostalgie aussi dans son contenu narratif : c'est un moment très intime pour Mike qui doit se séparer de ses jouets d'enfance, tout en pensant à Eleven qui est partie (*Stranger Things*).



fig. 28 : Intérieur de la chambre de motel – Debbie et Ruth parlent du premier match devant un public.

Ce qui participe à la construction d'une mise en scène nostalgique ne sont pas seulement les lieux de tournage, mais aussi tous les accessoires qui les habitent, ayant plus ou moins un rôle dans le déroulement du récit. Dans les deux séries, chaque objet est soigneusement sélectionné, afin que les spectateurs puissent rester ancrés dans les années 1980, car un élément hors contexte risquerait de briser l'atmosphère nostalgique représentée. Parmi les accessoires les plus présents à l'écran, l'on retrouve les moyens de transport comme les voitures dont l'aspect « désuet » est capté par n'importe quel type de spectateur ; dans le cas de *Stranger Things*, le vélo est aussi très utilisé. Ce dernier remplit deux fonctions : d'un côté, il symbolise l'enfance en rappelant la jeunesse du spectateur lui-même ; de l'autre côté, il fonctionne en tant que référence à toute une série de films produits pendant les années 1980 comme *E.T.* (Steven Spielberg, 1982) ou *The Goonies* (Richard Donner, 1985). À ces accessoires s'en ajoutent d'autres du point de vue de la nourriture qui étaient particulièrement appréciés à l'époque, comme les *Eggos* (des gaufres précuites surgelées), les sucreries *3 Musketeers* et *Reese's Pieces*<sup>306</sup> ou les *Hunt's Snack Pack* (pudding en cannette), que les spectateurs états-uniens pourraient associer à leur propre expérience des années 1980. En outre, toujours dans *Stranger Things*, on revoit des jeux caractéristiques, parmi lesquels *Dungeons & Dragons* – publié pour

---

<sup>305</sup> Tom Todd, *Hooked on Nature : The Wanderings and Wondering of an Amateur Naturalist*, Ingleside, Wales Village Press, 2001, p. 96.

<sup>306</sup> Cette marque de bonbons est devenue très populaire à la suite de son apparition dans *E.T.* en 1982, à tel point que l'on considère comme une des stratégies de placements de produit les plus réussies au cinéma. Leur inclusion dans *Stranger Things* sert donc de double référence, au film de Spielberg et aux années 1980.

la première fois en 1974 et devenu très populaire dans la décennie suivante<sup>307</sup> – dont le *gameplay* sert d’analogie du monde diégétique<sup>308</sup>; ou les jeux vidéo qui connaissent leur « âge d’or » précisément entre les années 1970 et 1980. Bien que présentant un souci similaire pour les détails, comparée à *Strangers Things*, la mise en scène de *GLOW* est moins abondante en éléments purement *eighties* reconnaissables à l’image – à l’exception des technologies et des médias que nous examinerons plus en profondeur dans le chapitre X.c.ii. Au contraire, elle renvoie à la vie quotidienne ou à la culture populaire plutôt à travers ses dialogues, tout comme au climat social et politique de l’époque à travers des références au président Reagan et à la guerre froide, ces dernières présentes aussi dans *Stranger Things*. On mentionne ainsi souvent des personnalités politiques et publiques, des faits divers comme le détournement du vol TWA 847, ou des problèmes sociaux de l’époque comme l’avortement ou le syndrome du choc toxique. Les spectateurs les plus attentifs qui regardent les deux séries pourraient aussi saisir, à certains moments, des éléments référentiels partagés, tel que le fauteuil inclinable « La-Z-Boy » (mentionné dans *GLOW* et vu dans *Stranger Things*) ou l’expression « Bitchin » utilisée par Bash et Eleven et devenue assez « iconique » parmi les fans de *Stranger Things*. Si perçus, ces détails fonctionnent au profit de la nostalgie sur plusieurs fronts. D’une part, ils renforcent les images stéréotypiques des années 1980 que l’on met en avance et qui servent comme évocations du passé et donc du sentiment ; d’autre part, ils créent à leur tour un réseau de références entre les deux textes sériels qui renvoient non seulement à leur cadre historique, mais aussi à une éventuelle nostalgie des séries elles-mêmes.

Une fois encore, l’effort différent des deux séries est indicatif des deux directions visées en termes de nostalgie. Comme nous l’avons expliqué lors de notre exploration historiographique du concept, la nostalgie contemporaine, et celle restauratrice en particulier, sont considérées dans l’optique d’une sursaturation des artefacts du passé à notre disposition. Visant à la reconstruction idéale et totale d’un état perdu, l’encouragement d’une nostalgie restauratrice dans une série telle que *Stranger Things* repose ainsi sur une mise en scène très dense, qui puisse à la fois toucher le passé des spectateurs et présenter des éléments clairs de référence à la décennie. Cela faisant, on crée une diégèse immersive située dans le passé qui

---

<sup>307</sup> *Dungeons & Dragons* (abrévié *D&D*) est le jeu de rôle fantastique le plus populaire au monde. Publié pour la première fois en 1974, il connaît deux nouvelles éditions du kit de base en 1981 et 1983. À partir de 1982, il est traduit en plusieurs langues et, entre 1983 et 1985, on diffuse une série d’animation basée sur le jeu. (« *Dungeons & Dragons* », Wikipedia [en ligne], publié le 15 juillet 2020.  
URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Dungeons\\_%26\\_Dragons](https://en.wikipedia.org/wiki/Dungeons_%26_Dragons))

<sup>308</sup> Le concept du monde de *D&D* est aussi utilisé comme analogie pour expliquer comment marche le Upside Down et ses créatures dont le Demogorgon (dans la première saison) et le Mind-Flayer (dans la deuxième et troisième saison), tous les deux noms repris du jeu.

décourage le spectateur de « revenir » au présent, en l’invitant, au contraire, à y demeurer. Notamment dans le cas de *Stranger Things*, ce qui ressort de ces constatations sur la mise en scène est l’intention d’offrir aux spectateurs de nombreuses citations intertextuelles se référant aux années 1980 et aux textes culturels de l’époque, en s’appuyant aussi sur le choix des éléments de décor et des accessoires. Notre objectif ici n’est pas de reconstruire l’entièreté du réseau des références – un travail déjà accompli exhaustivement par plusieurs articles et vidéos sur le web<sup>309</sup> – mais plutôt de considérer leur place dans la construction du rapport entre le spectateur et le récit des deux séries. Il faut également être attentifs au fait que les références intertextuelles, comme le rappelle Eco, ne suffisent pas à elles seules pour éveiller le sentiment nostalgique chez les spectateurs, en tant qu’elles demandent des compétences « encyclopédiques » de leur part. Le réseau des références intertextuelles s’étend davantage lorsque les deux séries emploient les mêmes citations : tel est le cas par exemple des romans de Stephen King, mentionnés par la tante de Eleven dans *Stranger Things*, lorsqu’elle essaie d’expliquer quelles seraient les « capacités psychiques » de sa nièce (« You read any Stephen King ? », S01E06<sup>310</sup>) ; ou lus par Ruth dans *GLOW* lorsqu’elle attend la directrice du casting dans la toilette (S01E01).

Par rapport aux jeunes générations, les téléspectateurs quarantennaires ou cinquantennaires pourraient capter plus aisément ces citations qui ont fait partie de la culture populaire de l’époque. En effet, les frères Duffers rendent spécialement hommage au cinéma et à ses acteurs (*E.T.*, *Poltergeist*, *IT*, *Terminator*, *Back to the Future*, *Halloween*, *Chinatown*, *Day of the Dead*), à la littérature, et, comme nous l’avons mentionné juste avant, à la vie quotidienne. Dans son ouvrage *Back to Our Future* sorti en 2011, David Sirota écrit :

En 1988, j’étais en sixième année. Mes journées étaient un cycle sans fin de gaufres Eggo, de bus jaunes Laidlaw, de dioramas en carton, de devoirs, et d’émissions de radio de Philadelphia. Des sacs pour les livres, des Crados, des *dirt bikes* Huffy, des dés à vingt faces *Dungeons & Dragons* et des maillots de la East Abington Little League étaient mon *bling* de rock star.<sup>311</sup>

En s’appuyant plutôt sur leur expérience personnelle, les créateurs de la série visent à offrir une représentation intime de cette ère qui, bien que subjective, puisse du moins résonner avec les souvenirs des spectateurs de leur propre génération, comme la citation de Sirota le

---

<sup>309</sup> Ashley Hoffman, « Breaking Down the Many *Stranger Things* References You Might Have Missed », Time [en ligne], publié le 1er novembre 2017, n.p. URL : <https://time.com/4978928/stranger-things-movie-references/>; Wired, « Every Major *Stranger Things* Movie Reference Explained By the Duffer Brothers | WIRED », YouTube [en ligne], publié le 25 juillet 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=qGGc1wGmgbM>.

<sup>310</sup> S = Saison, E = Épisode.

<sup>311</sup> David Sirota, *op. cit.*, p. 339.

démontre. En se référant aussi à des domaines comme le cinéma et la littérature – dont la connaissance des textes est plus répandue à l'époque contemporaine – ou à des produits encore existants aujourd'hui, la série permet également aux nouvelles générations de comprendre plus facilement ses clins d'œil. Dans *Stranger Things*, les références intertextuelles se construisent de trois façons : par des éléments du décor comme les posters, les jouets ou les vêtements ; par des mentions explicites dans les dialogues ; ou par la reprise de l'esthétique des textes que l'on vise à citer. À ce propos, Jameson posait la question de savoir si « les propriétés formelles de ces segments et pièces cités sont transférées quelque part dans le [video]texte lui-même »<sup>312</sup>. À plusieurs reprises dans la série, les *showrunners* ne reprennent pas seulement des éléments narratifs de la source, mais ils en imitent aussi l'esthétique. Tel est le cas de la scène pendant laquelle Will s'échappe dans l'abri de jardin ou celle qui voit le groupe d'enfants rencontrer Eleven pour la première fois (S01E01), les deux se référant à *E.T.* par leur composition de plan et par le cadrage<sup>313</sup>. Cela faisant, le caractère de *pastness* des images devient très fort, précisément parce qu'elles se basent sur de « vraies » esthétiques cinématographiques des années 1980. Par rapport au postulat de Eco, les citations utilisées par les frères Duffers dans *Stranger Things* sont conscientes et imitent les traits stylistiques des textes évoqués, mais sans que ces références tombent dans la parodie<sup>314</sup>. Dans le cadre de cette série, l'intertextualité occupe une place essentielle dans la construction du sentiment nostalgique parce qu'elle donne non seulement accès aux années 1980 et au passé du point de vue de citations stylistiques, mais aussi parce qu'elle constitue la base sur laquelle s'appuie une grande partie de l'élaboration du décor et de la mise en scène. Ainsi, ces derniers permettent de recréer ce monde idéal, enfantin et fantastique, que les *showrunners* avant tout, mais les spectateurs aussi, visent à restaurer.

En comparaison avec *Stranger Things*, dans *GLOW*, la carence d'artéfacts artificiels ou réels des années 1980 et de références intertextuelles à l'écran est compensée par un accent sur le maquillage, l'habillement et les coiffures des protagonistes. Bien que présents, ces aspects sont moins perceptibles dans *Stranger Things* étant donné la composition des acteurs principaux (pour la plupart enfants ou adolescents – Mrs. Wheeler est la seule qu'on voit souvent maquillée) ; le genre de la série ; et le fait qu'elle s'appuie plutôt sur les références intertextuelles du point de vue de la culture populaire que de l'apparence. En revanche, dans

---

<sup>312</sup> Fredric Jameson, *op. cit.*, p. 238.

<sup>313</sup> De nombreuses vidéos proposent une comparaison des images mises les unes à côté des autres. Nous conseillons de regarder « References to 70-80's movies in Stranger Things » publié sur Vimeo par Ulysse Thevenon en 2017. URL : <https://vimeo.com/175929311>.

<sup>314</sup> Ce qu'affirmait en revanche Hutcheon à propos de l'approche postmoderniste à l'égard de l'historicité (cf. *supra*, pp. 15-16).

*GLOW*, le maquillage et les cheveux sont notablement soignés pour créer une esthétique de surface qui soit très évidente pour les spectateurs. Le maquillage et les coiffures ont été réalisés par Theraesa Rivers et Lana Grossman, les deux ayant déjà travaillé pour la série *Mad Men* et comprenant ainsi l'importance de la précision historique à l'image. Par exemple, Rivers explique que le *look* de Ruth se base sur celui de Sigourney Weaver pendant les années 1980, tandis que pour les autres protagonistes elles ont utilisé de nombreux photos et livres de référence, toujours en recourant à des outils et des produits qui auraient été vraiment disponibles durant cette ère, comme le gel, la mousse et la laque<sup>315</sup>. Les vêtements et le maquillage lors des matchs de catch devaient apparaître « artisanaux » (et caricaturaux) comme dans l'émission originale<sup>316</sup> (fig. 29 et 30), alors qu'en dehors du ring, ils reflètent les looks « classiques » qu'on pouvait retrouver pendant les années 1980 (fig. 31 et 32).



fig. 29 : Les cheveux et les costumes utilisés pendant les matchs se réfèrent à ceux de l'émission originale et sont encore plus voyants.



fig. 30 : Costumes et coiffures dans l'émission originale.

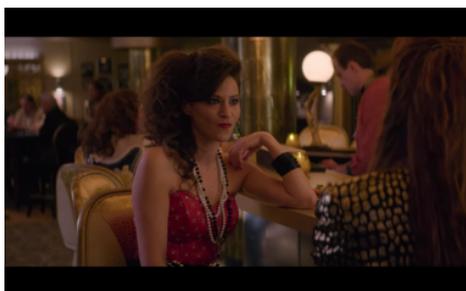


fig. 31 : Les looks « typiques » des années 1980 comprenaient des vêtements aux couleurs criardes, beaucoup d'accessoires et des coiffures très volumineuses.



fig. 32 : Les looks « typiques » des années 1980 comprenaient des vêtements aux couleurs criardes, beaucoup d'accessoires et des coiffures très volumineuses.

<sup>315</sup> Rachel Wilkerson Miller, « Just 19 Fascinating Things About the Hair & Makeup On “GLOW” », BuzzFeed [en ligne], publié le 18 juillet 2017, n.p. URL : <https://www.buzzfeed.com/rachelwmiller/things-you-probably-didnt-know-about-the-hair-makeup-on>.

<sup>316</sup> *Ibid.*, n.p.

Dans *Stranger Things* comme dans *GLOW*, les costumières se sont servies le plus possible de produits vintage, c'est-à-dire d'articles authentiquement d'époque<sup>317</sup>, du point de vue des pièces (comme les t-shirts-souvenirs de Dustin et de Carmen dans les deux séries) ou des tissus utilisés pour recréer certains types de tenues, comme les costumes pour le catch<sup>318</sup>. De la même manière, les accessoires comme les lunettes, les chaussures, les justaucorps ou les maillots de bains ont été soigneusement choisis à partir de vrais produits des années 1980.

Particulièrement dans le cas des années 1980, les couleurs criardes des vêtements, des accessoires et des fards à paupières, ainsi que les permanentes « sauvages » qui ont caractérisé l'époque<sup>319</sup>, ont laissé une empreinte profonde dans l'histoire de la mode : une histoire qui a été aussi transmise aux nouvelles générations grâce aux reprises constantes des tendances du passé par le milieu de la mode contemporaine. Même lorsque les spectateurs n'arrivent pas à situer précisément ces références, ils comprennent que ce qu'ils voient à l'écran diffère de leur présent à cause de l'esthétique du passé qui entoure ces éléments et à cause de leur apparence « vieille » ou démodée. L'imitation des images de l'émission originale et la précision dans l'apparence des protagonistes – cette dernière jouant tout de même un rôle important aussi au niveau de l'histoire – permettent d'ancrer *GLOW* dans les années 1980 et ainsi encourager la nostalgie chez les spectateurs qui ont vécu la période et/ou qui connaissaient le programme. En même temps, bien que l'esthétique de surface très éclatante permette de créer une atmosphère de *pastness* particulièrement fertile pour l'évocation de la nostalgie, elle se révèle parfois contrastante avec les contenus diégétiques proposés, en offrant plutôt une clé de lecture réflexive du sentiment. Il faut bien reconnaître que l'émission originale des *Gorgeous Ladies of Wrestling* était un précurseur dans son genre en tant que premier programme télévisuel de catch complètement au féminin. En outre, la diversité raciale et physique des actrices dans l'adaptation de Netflix n'est pas un choix pour rendre la série plus contemporaine, mais elle reflète assez fidèlement l'hétérogénéité de la distribution. Cela dit, la série réalisée par Mensch et Flahive, qui vise à offrir un accès fictionnel aux coulisses de *GLOW*, développe des discours que le produit original n'aurait jamais pu vraiment adresser. Elle reste fidèle à l'émission des années 1980 par son caractère intentionnellement exagéré, se moquant de l'économie et de la

---

<sup>317</sup> cf. *supra*, pp. 17-18.

<sup>318</sup> Avery Matera, « The Funny Story Behind Eleven's Battle Outfit Pants On 'Stranger Things' », Bustle [en ligne], publié le 3 juillet 2020, n.p. URL : <https://www.bustle.com/p/stranger-things-hollywood-glow-costume-designers-on-creating-retro-looks-for-netflix-28786195>.

<sup>319</sup> Plusieurs articles explorent les deux séries pour repérer les tendances *eighties* qu'elles mettent en avance en termes de maquillage et costumes. Dans le cas de *GLOW*, nous conseillons en particulier « Netflix's 'GLOW' Brings Back the Most Delightful '80s Fashion » par Jessica Radloff et « Glitter, Perms, & Pounds of Hairspray — Inside the World of Glow Season 2 » par Megan Decker.

politique internationale et s'appuyant sur des stéréotypes très poussés dans les sketches ; mais finalement, elle tourne autour d'un ensemble de problématiques sociales et de genre comme l'objectification de la femme, sa place dans le monde du travail, les attentes à son égard à l'échelle familiale, l'acceptation et l'appropriation du corps, l'avortement, etc. qui apparaissent anachroniques. Ce qu'écrit Lizardi à propos de *Glory Daze* pourrait également s'appliquer à *GLOW* : « *Glory Daze* (2010-2011) utilisait des éléments de mise en scène comme les costumes et les accessoires pour dénoter clairement les années 1980, mais la plupart de la matière et du langage portait des connotations plus contemporaines »<sup>320</sup>. De ce point de vue, *GLOW* repose sur une stratégie nostalgique réflexive parce que la vision du passé qu'elle propose est consciemment artificielle. À la différence de *Stranger Things*, où l'on vise à reconstruire un foyer perdu – abstraction faite des monstres qui l'habitent – caractérisé par l'état de l'enfance des protagonistes, la volonté de *GLOW* est d'inviter les spectateurs à s'approcher de ce passé et à y demeurer pour s'en servir comme un moyen de réflexion par rapport au présent, et surtout, par rapport à la place de la femme dans la société. Le rôle de la mise en scène est de récréer à l'image une esthétique nostalgique renvoyant aux années 1980 qui contraste avec les contenus de la série, et rendre le spectateur attentif aux discours sociaux et politiques qu'elle met en avant. À ce propos, dans une critique de la série, Amal Awad remarque :

Ce n'est pas ce que l'on attend d'un programme qui, à première vue, avec ses grands cheveux minutieusement récrés et son maquillage éclatant, semble viser les rires faciles. De plus, il est difficile de rencontrer la femme d'aujourd'hui avec son homologue des années 1980, qui est peut-être consciente des obstacles à la liberté et au succès, mais qui existe dans des limites beaucoup plus étroites.<sup>321</sup>

Dans ce paragraphe, l'autrice identifie trois points clés concernant le rapport entre *GLOW* et la nostalgie : la mise en scène minutieuse du point de vue des cheveux et du maquillage ; l'apparence « comique » de la série ; et la rencontre temporelle entre la femme « d'hier » et la femme d'aujourd'hui. Le but primaire des références aux années 1980 et de celles à l'émission originale n'est pas la parodie (ce que nous avons aussi observé auparavant à l'égard à *Stranger Things*) ; au contraire, la mise en scène joue un rôle crucial dans la rencontre entre le passé représenté à l'image (la femme des années 1980) et les discours de la série résonnant avec le présent du spectateur (la femme à l'ère contemporaine). En s'appuyant sur une stratégie

---

<sup>320</sup> Ryan Lizardi, *op. cit.*, p. 19 (ma traduction).

<sup>321</sup> Amal Awad, « Glow : Netflix's Gorgeous Ladies of Wrestling Is Full of Rich and Relatable Stories – and Big 80s Hair », *The Guardian* [en ligne], publié le 6 mai 2020, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.theguardian.com/culture/2020/may/06/glow-netflixs-gorgeous-ladies-of-wrestling-is-full-of-rich-and-relatable-stories-and-big-80s-hair>.

réflexive, les spectateurs sont invités à éprouver de la nostalgie pour un état qui n'est pas vraiment situé ni dans le présent ni dans le passé, mais dans une temporalité « transversale », utopique<sup>322</sup>.

L'analyse des décors, maquillages, vêtements et accessoires de *Stranger Things* et de *GLOW* nous permet de comprendre la place fondamentale de la mise en scène – dont la grande richesse est permise par les gros budgets accordés par Netflix – dans le processus d'encouragement du sentiment nostalgique. En premier lieu, elle pose les bases à partir desquelles construire une esthétique du *pastness*, articulée aux références culturelles et temporelles des années 1980, tout comme aux textes qui les ont caractérisés ; en deuxième lieu, elle permet de cadrer les discours de la série, soit en les renforçant soit en les contrastant. Alors que la fiction-monde présentée par *Stranger Things* n'est pas idyllique (se justifiant toutefois par le genre de l'horreur et de la science-fiction qui lui sont rattachés), la série encourage le spectateur à une immersion totale dans les années 1980 et ainsi à une clé de lecture restauratrice de la nostalgie, par une mise en scène très soignée et fortement ancrée dans les citations intertextuelles et dans les références à la vie quotidienne de l'époque. En revanche, par sa mise en scène, *GLOW* adopte une esthétique se focalisant sur les références temporelles et sur la « surface » de ses personnages, pour finalement se révéler artificielle et anachronique par rapport à ses contenus qui sont plutôt conformes aux discours d'un féminisme plus contemporain, dont le mouvement du « #MeToo »<sup>323</sup>. La série avance ainsi une interprétation réflexive de la nostalgie en amenant le spectateur à reconsidérer le passé et le présent par la provocation d'un désir pour un foyer idéal dans lequel la femme des années 1980 est consciente de son corps et de ses capacités comme une femme des années 2010 ; un état qui, forcément, n'a jamais existé.

Que ce soit du point de vue des citations intertextuelles, culturelles ou politiques, dans les deux séries les références occupent une place cruciale dans l'encouragement de la nostalgie. Cependant, il faut tenir compte du fait qu'il puisse exister un éventail de spectateurs qui ne

---

<sup>322</sup> cf. *supra*, p. 22.

<sup>323</sup> À l'heure actuelle, le mouvement « Me Too » est défini comme un « mouvement de lutte contre le harcèlement et les abus sexuels dans le cadre duquel des personnes rendent publiques des allégations de crimes sexuels commis par des hommes puissants et/ou influents » (« Me Too Mouvement », Wikipedia [en ligne], publié le 19 juillet 2020, ma traduction. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Me\\_Too\\_movement](https://en.wikipedia.org/wiki/Me_Too_movement)). Nous faisons notamment référence au cinquième épisode de la deuxième saison, dans lequel Ruth refuse de coucher avec un dirigeant de la chaîne censée transmettre leurs matchs à la télévision et où Debbie la culpabilise une fois que l'émission est déplacée à 2h du matin. La référence indirecte au mouvement a été faite volontairement par Mensch et Flahive. (Jackie Strause, « Why 'GLOW' Added a Weinstein-Inspired Storyline in Season 2 », The Hollywood Reporter [en ligne], publié le 30 juin 2018, n.p. URL : <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/glow-season-2-harassment-scene-metoo-fight-explained-1123733>.)

possède pas un degré de connaissances encyclopédiques suffisant pour capter ces éléments. Il y a donc d'autres moyens au-delà de la mise en scène et des références visuelles et intertextuelles qui jouent en faveur du surgissement du sentiment nostalgique. Ainsi, dans le prochain chapitre, nous examinerons les procédés de mise en chaîne (à savoir, de post-production) employés par les deux séries, afin de déterminer comment la nostalgie pourrait être sollicitée chez les téléspectateurs malgré un possible manque de connaissances de leur part. Même si à ce point de l'analyse nous sommes persuadés que *Stranger Things* et *GLOW* présentent deux tendances nostalgiques différentes, la prise en compte des éléments de mise en chaîne visera également à établir ultérieurement l'existence d'une éventuelle corrélation entre les caractéristiques esthétiques d'une ou de l'autre série et de leurs dispositions restauratrice ou réflexive.

### **X.c La construction de l'esthétique du *pastness* par la mise en chaîne**

Dans ces derniers chapitres dédiés à notre analyse, nous nous focaliserons sur la troisième ramification proposée dans le schéma de la sérialité matricielle de Benassi, à savoir les images et les sons. Nous nous examinerons en particulier la présence des illustrations sonores dans *Stranger Things* et dans *GLOW*, mais nous laisserons de côté le cadrage et le montage en tant que nous les considérons moins décisifs dans l'encouragement du sentiment nostalgique. Par contre, nous aborderons les éléments de l'étalonnage et de la post-production que Benassi n'avait pas explicitement inclus dans son modèle, mais qui sont néanmoins cruciales dans la mise en place de l'esthétique sérielle. Surtout de nos jours, et suite à l'avènement de la télévision de qualité, la création des séries est sujette à des approches plus « cinématographiques » qui prévoient une attention majeure à des éléments de narration visuelle comme les couleurs ou les effets spéciaux. Cela est également dû aux gros budgets accordés par Netflix à ses productions. Dans le cadre des séries nostalgiques, le travail de post-production remplit une fonction encore plus centrale, parce qu'il permet de manipuler le niveau le plus en surface des images et de créer un « filtre nostalgique » donnant de la cohérence à l'ensemble de la série. En particulier, nous nous pencherons sur la question de l'imitation de l'esthétique des vieux médias – ce que nous avons déjà défini comme « esthétique

analogique »<sup>324</sup> – qui dans *Stranger Things*, mais avant tout dans *GLOW*, renforce considérablement l’encouragement de la nostalgie. Ceci, grâce également à leur présence constante dans la mise en scène des deux séries.

### **X.c.i La bande sonore comme encouragement à la nostalgie : la fonction atmosphérique et le renforcement des discours**

Le premier aspect que nous aimerons aborder est donc l’utilisation de la bande sonore comme déclencheur très puissant de la nostalgie. Dans sa description des illustrations sonores, Benassi explique qu’elles peuvent assumer trois rôles différents dans le cadre des séries télévisuelles : « accentuer la dimension sérielle de la fiction », notamment par la récurrence de certains motifs musicaux ; renforcer le rapport émotionnel des spectateurs à l’histoire racontée « en apportant un commentaire “sensible” sur cette dernière » ; et raviver leurs souvenirs « en ancrant le récit dans la culture populaire d’une époque »<sup>325</sup>. En effet, Reynolds reconnaît à la musique populaire cette capacité « sans égal de distiller l’atmosphère d’une période historique » justifiée par sa connexion au « nouveau » et au présent ; une habilité qu’elle partage avec la mode dont nous avons déjà parlé :

Dans les films de drame historique et dans les séries TV rien évoque l’atmosphère d’une époque plus efficacement des chansons pop de cette époque. Rien – à l’exception de la mode, qui, curieusement, est l’autre domaine de la culture populaire qui est complètement régné par le rétro. Dans les deux cas, c’est cette actualité même, cette qualité « estampillée » [*date-stamped*] qui les amène à devenir rapidement datées et, ensuite, après un intervalle raisonnable, si manifestement évocatrices d’une époque, si « revivifiables »<sup>326</sup>

Parmi les autres fonctions listées par Benassi, dans *Stranger Things* et dans *GLOW* la bande sonore participe aussi à la création de l’identité visuelle et sonore de la série, une identité qui est particulièrement exprimée lors du dévoilement du générique. Comme nous l’avons démontré auparavant, le générique sert de synecdoque du programme esthétique global en forgeant l’horizon d’attente des téléspectateurs et en les invitant à une lecture nostalgique du texte sériel. Autant que les images, la musique qui accompagne le générique participe à cette stratégie en créant des références fortes à une époque et à sa culture musicale populaire, que ce

---

<sup>324</sup> cf. *supra*, p. 25.

<sup>325</sup> Stéphane Benassi, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *op. cit.*, p. 9.

<sup>326</sup> Simon Reynolds, *op. cit.*, p. xix (ma traduction).

soit par l'utilisation d'une chanson célèbre (« The Warrior ») dans *GLOW*, ou d'un motif original joué au synthétiseur – un instrument électronique très en vogue pendant cette période – tel est le cas de *Stranger Things*. De plus, comme pour le générique, une fois associés à la série, ces thèmes musicaux pourraient évoquer de la nostalgie chez les spectateurs lorsqu'ils sont écoutés indépendamment des images.

Au cours des épisodes, la musique non seulement éveille les émotions du spectateur face à des scènes visant à susciter le bonheur, la tristesse, l'angoisse, la peur, etc., mais accentue aussi son rapport nostalgique aux contenus. Dans son analyse de l'emploi de la musique à des fins nostalgiques dans *American Dreams* (NBC, 2002-2005), Faye Woods remarque que, bien qu'un marqueur de surface, la bande sonore joue un rôle émotionnel puissant dans la mémoire culturelle<sup>327</sup>. Étant omniprésentes dans la culture populaire même des nombreuses années après leur sortie, les chansons « classiques » d'une certaine époque permettent « une manipulation accrue de leur placement et de leur statut narratif »<sup>328</sup>, précisément grâce à la connaissance préalable des spectateurs qui sont en mesure de les identifier y compris lorsqu'elles sont fragmentées. En outre, à la différence des références visuelles au passé, la musique présente encore plus de possibilités d'être reconnue et associée à une certaine époque, en particulier par les plus jeunes. Selon Lesley Speed, la connaissance des jeunes générations de la musique du passé est justement motivée par cette tendance contemporaine à « canoniser les vestiges historiques en l'absence d'un accès direct au passé »<sup>329</sup>. Parfois, affirme David Shumway, les chansons ne doivent même pas évoquer un passé réel :

Les chansons ne doivent pas littéralement faire revivre le passé pour le spectateur mais donner l'impression d'une telle expérience, créant un ensemble fictif de souvenirs qui, surtout lorsqu'ils sont pris ensemble avec d'autres représentations de ce type, peuvent en fait remplacer le sens « original » du passé pour le public. Bien sûr, ceux qui n'ont aucune autre représentation de l'époque seront d'autant plus enclins à supposer que la représentation dans le film est « vraie ».<sup>330</sup>

La musique permet ainsi de donner une dimension très profonde de *pastness* aux images qui facilite le surgissement du sentiment nostalgique même chez les primo-spectateurs.

En effet, *Stranger Things* et *GLOW* utilisent fréquemment la musique, mais de façons différentes. Dans le premier cas, les frères Duffers recourent à deux types de morceaux musicaux : d'une part, des leitmotifs originaux composés par le duo Survive ; d'autre part, des

---

<sup>327</sup> Faye Woods, *op. cit.*, p. 30.

<sup>328</sup> *Ibid.*, p. 36 (ma traduction).

<sup>329</sup> Lesley Speed, citée par Faye Woods, *op. cit.*, p. 30 (ma traduction).

<sup>330</sup> David R. Shumway, « Rock 'n' Roll Sound Tracks and the Production of Nostalgia », *Cinema Journal* [en ligne], vol. 38, n° 2, hiver 1999, p. 40 (ma traduction).

chansons des années 1970 ou 1980 très connues à leur époque. Ces dernières sont employées à la fois intra- et extradiégétiquement, soit pour restituer une certaine atmosphère ou fortifier une émotion exprimée à l'image, soit pour produire des références temporelles, toujours en respectant la précision historique de ce qui était effectivement diffusé ou vendu sur vinyle à l'époque<sup>331</sup>. De cette manière, ils essaient de s'appuyer sur les souvenirs personnels des spectateurs vis-à-vis de ces chansons et ainsi encourager la nostalgie pour la période. Comme nous avons pu le voir à propos des autres textes populaires, cinématographiques ou sériels, qui deviennent également des références intertextuelles, ce qui se passe souvent avec les chansons célèbres, c'est qu'elles sont utilisées tout le temps comme marqueurs instantanés d'une certaine décennie. Du point de vue de la bande sonore originale, les créateurs de *Stranger Things* ont pris comme référence celle du film *Drive* (Nicolas Winding Refn, 2011) et celles écrites par John Carpenter lui-même pour certains de ses films. Ils ont donc compté sur la collaboration avec Kyle Dixon et Michael Stein, dont la chanson « Dirge » avait servi d'accompagnement à la vidéo de présentation lors de la vente du concept de la série<sup>332</sup>. Leur approche de la composition de la bande originale – qui est toujours jouée extradiégétiquement – était de se servir principalement des éléments provenant de vieilles palettes sonores des années 1970 et 1980, avec quelques sonorités contemporaines. L'utilisation des références sonores électroniques, et surtout celles du synthétiseur, permet de se rapporter plus généralement aux mélodies qui ont caractérisé cette période et de donner ainsi un « air » de passé aux images. De plus, les chansons elles-mêmes, qu'elles soient originales ou non, peuvent exprimer une émotion nostalgique par leurs mots ou par des accords spécifiques évoquant une atmosphère « douce-amère ».<sup>333</sup>

Si la musique originale est particulièrement présente et puissante dans *Stranger Things*, elle n'est guère employée dans *GLOW*, mais lorsqu'elle l'est, le compositeur Craig Wedren se sert aussi des sonorités des années 1980 et du synthétiseur pour l'écriture des mélodies. Toutefois, on peut entendre souvent des chansons populaires – en particulier durant les matchs de catch – qui ne s'arrêtent pas qu'à la période 1970-1980, mais qui viennent aussi des années 1950 et 1960. Contrairement à la majorité des séries, on n'entend la « vraie » musique du

---

<sup>331</sup> Un exemple est la chanson « Should I Stay or Should I go » publiée en 1982 par The Clash qui devient une sorte de leitmotiv lié à Will et plus généralement à la série. Elle connaît ainsi un renouveau en popularité après la sortie de *Stranger Things* en 2017, en particulier parmi les plus jeunes.

<sup>332</sup> Gina McIntyre, *op. cit.*, p. 126.

<sup>333</sup> Tel est le cas en particulier de la chanson « Eulogy » composée par Dixon et Stein qui est jouée, dans la deuxième et troisième saison, lorsqu'on se réfère à la mort des personnages de Barb et de Bob. La mélodie rappelle cette idée de quelque chose qui est perdu à jamais et qui ne peut être revécu que par les souvenirs.

générique de *GLOW* qu’au début de chaque saison, lorsque ce dernier est présenté en entier. Le reste du temps, lorsqu’on assiste au générique réduit, la chanson utilisée est toujours différente ; ce qui crée une identité sonore de la série beaucoup plus faible et moins reconnaissable hors du contexte sériel. Par rapport à *Stranger Things*, les chansons originales de *GLOW* et celles populaires de l’époque servent moins pour créer une certaine ambiance émotionnelle que pour commenter les images d’une façon presque littérale (surtout pour les chansons *seventies* et *eighties*)<sup>334</sup> ou ironique. Tel est le cas de « Going to the Chapel of Love » (The Dixie Cups, 1964) jouée après l’annonce de Britannica de son mariage avec un admirateur (afin d’obtenir un permis de séjour)<sup>335</sup> et chantonnée par toutes les protagonistes ; ou de « Magic Moments » (Perry Como, 1957) pendant la scène où Sam essaie d’embrasser Justine sans savoir qu’elle était sa fille<sup>336</sup>. Dans ce cadre, la musique contribue à l’esthétique superficielle de la série, mais plus particulièrement à renforcer les discours sociaux et politiques mis en avant par le texte.

Nous pouvons remarquer un usage différent de la musique (originale ou déjà existante) par les deux séries, usage qui reflète une fois encore les deux clés de lecture de la nostalgie qu’elles aimeraient suggérer. *Stranger Things* s’appuie sur la musique populaire de l’époque, soit intra- soit extradiégétiquement, pour rendre l’atmosphère du passé, en fournissant à tous les types de spectateurs des références sonores immédiates qui permettent de s’immerger dans ce monde pour lequel la série invoque une nostalgie restauratrice. De même, la bande originale, toujours extradiégétique, vise à évoquer les sonorités des années 1980, tout comme à intensifier l’émotion nostalgique en tant que telle à travers des mélodies spécifiques, en invitant le spectateur à demeurer dans cet état. À l’opposé, *GLOW* utilise des chansons célèbres de l’époque comme prétexte pour produire un commentaire descriptif ou ironique vis-à-vis des images et, seulement en deuxième lieu, comme références au passé. Cela correspond à l’objectif de la nostalgie réflexive de se servir du passé comme un moyen de réflexion à propos du présent et, en ce cas, aussi du présent des images et de ce qu’elles sont en train d’exprimer, plutôt que de rester dans un état imaginaire et impossible à rejoindre.

---

<sup>334</sup> Des fois les chansons sont utilisées d’une façon très descriptive, comme pour « Movin' Out (Anthony's Song) » (Billy Joel, 1977) qui est jouée pendant le déménagement dans le motel (*GLOW*, S1E04) ou « Head over Heels » (Tears For Fears, 1985) lorsque Justine ouvre la porte au livreur de pizza dont elle est amoureuse (*GLOW*, S01E05).

<sup>335</sup> *GLOW*, S02E10 (début de l’épisode).

<sup>336</sup> *GLOW*, S02E09.

## X.c.ii La surface de l'esthétique du passé : l'étalonnage et l'imitation de l'analogique

Les prochains éléments que nous considérons comme appartenant à la post-production et que nous aimerions examiner sont la couleur et l'imitation d'une esthétique analogique à des fins nostalgiques, les deux se distinguant de la musique parce que s'appuyant encore en partie sur la mise en scène. Toutes les deux dérivent du processus de l'étalonnage et participent activement à la création de l'esthétique nostalgique de surface, bien qu'à différents degrés dans *Stranger Things* et *GLOW*. Ainsi que nous l'avons souligné précédemment, la mise en scène requiert déjà un certain travail sur le choix des couleurs des éléments du décor, des vêtements ou des accessoires, tout comme de la lumière, mais c'est finalement en post-production qu'on peut influencer considérablement l'esthétique globale d'un film ou d'une série. Par étalonnage numérique, nous entendons le :

Procédé de traitement colorimétrique qui permet d'améliorer la qualité esthétique [du] film en ajustant l'aspect et les couleurs de l'image. Cette opération [...] intervient en pré ou post montage et permet de régler précisément la luminosité, le contraste, la saturation, les couleurs ou encore la définition de [l']image ; pour égaliser ou corriger les plans d'une même scène, attirer l'attention sur certains éléments [du] film ou développer une ambiance ou une esthétique particulière.<sup>337</sup>

Notamment, depuis l'avènement de la télévision de qualité et l'accroissement drastique des budgets pour la production dans les dernières années, le travail sur les images est fait avec le même soin et manipulation qu'au cinéma, d'où l'esthétique tendanciellement « cinématographique » de la majorité des séries contemporaines. L'étalonnage colorimétrique occupe donc un rôle de premier plan dans l'établissement d'une esthétique particulière en termes d'atmosphère, la couleur étant un de ces éléments perceptifs qui sont naturellement associés à certaines émotions et concepts, ce qu'on appelle souvent la « psychologie des couleurs » (fig. 33).

---

<sup>337</sup> « Qu'est-ce que l'étalonnage vidéo ? », Étalonnage Vidéo [en ligne], s.d.  
URL : <http://etalonnage-video.com/quest-ce-que-letalonnage/>.



fig. 33 : Émotions associées à la couleur rouge avec des exemples provenant de films très connus.

Comme pour les autres sentiments, la nostalgie est liée à un ensemble de couleur différentes qui, toutefois, n'est pas toujours consensuel : selon certains, elle serait plutôt représentée par le violet clair, tandis que pour d'autres se seraient les couleurs automnales qui l'évoqueraient le mieux<sup>338</sup>. Bien qu'il nous soit impossible d'apporter une réponse définitive à ce débat, nous pouvons remarquer qu'il y a effectivement des tonalités qui sont mises en évidence à certains moments du récit de *Stranger Things* et de *GLOW* pour donner l'illusion d'une « patine » (*glow*) sur la surface de l'image, contribuant à l'esthétique du *pastness* déjà établie par la mise en scène et la musique. Dans *Stranger Things* en particulier, à l'exclusion de l'Upside Down et du laboratoire, nous constatons à l'image une tension fréquente entre les tonalités chaudes (rouges, orange, jaune) et les tonalités froides (bleu claire, bleu foncé). En analysant le classement colorimétrique de la série, Rob Bessette (lui-même coloriste) constate que dans toutes les scènes tournées dans la maison des Wheelers, les tonalités sont chaudes « même dans les circonstances les plus difficiles », cela étant « une décision consciente prise par les cinéastes pour donner un sentiment d'unité et de famille (un thème sous-jacent tout au long de la série) »<sup>339</sup> (fig. 34).



fig. 34 : Intérieur de la maison des Wheelers, Mrs. Wheeler serre Mike dans ses bras après la découverte du corps présumé de Will.

<sup>338</sup> cf. *supra*, pp. 87-88.

<sup>339</sup> Rob Bessette, « The Grading Style of “Stranger Things” », Rob Bessette [en ligne], publié le 29 juillet 2016, n.p. (ma traduction). URL : <http://robbessette.com/2016/07/29/the-grading-style-of-stranger-things/>.

Les couleurs chaudes de ces séquences s’opposent principalement aux tons froids et stériles de celles tournées dans le laboratoire, ainsi qu’au traitement colorimétrique sombre et « toxique » soulignant les tonalités bleues et pétrole utilisées pour l’Upside Down. L’utilisation de couleurs complémentaires – au cinéma comme dans la télévision – est souvent associée au conflit, interne ou externe : « [q]uel que soit le choix des couleurs, les couleurs complémentaires combinent des couleurs chaudes et froides pour produire un contraste élevé et une tension vibrante »<sup>340</sup>. Au-delà de représenter le conflit symbolique et littéral entre les deux mondes dans *Stranger Things*, lorsque ce contraste se présente au niveau du même plan, il donne aux images une allure « d’autre temps », presque surréelle (fig. 35, 36 et 37). Cela se fait par les tons rouges/oranges renvoyant à l’idée des « souvenirs chaleureux » (en particulier pour les scènes entre les enfants tournées à l’intérieur de la maison), mais qui sont en opposition constante à la froideur des tons bleus et verts « d’un temps perdu ».

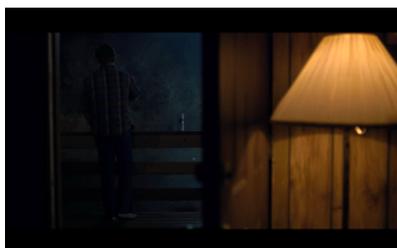


fig. 35 : Extérieur/intérieur de la maison de Hopper.



fig. 36 : Jonathan et Nancy dorment ensemble après leur première visite de l’Upside Down.

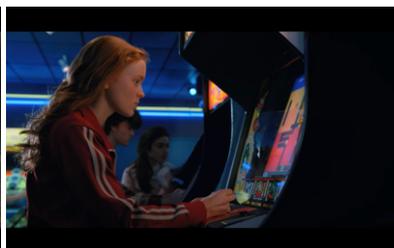


fig. 37 : Max bat tous les records des jeux dans l’arcade.

Bien que moins systématiquement, certaines scènes intimes de *GLOW* sont aussi caractérisées par une lumière et des tonalités plus chaudes pour leur donner cette apparence « patinée », en particulier lorsqu’elles se passent à l’intérieur (fig. 38 et 39) et dans les loges des protagonistes (fig. 40).



fig. 38 : Sam écrit son nouveau scénario à la machine à écrire.



fig. 39 : Les catcheuses regardent toutes ensemble la nouvelle du détournement du vol TWA 847 à la télévision.

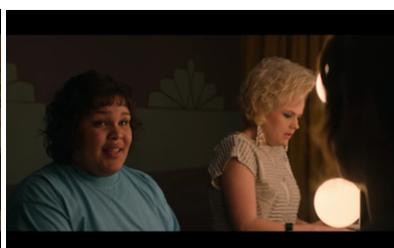


fig. 40 : Les catcheuses se préparent pour le premier enregistrement en direct.

<sup>340</sup> Mary, « How to Use Color in Film : 50+ Examples of Movie Color Palettes », StudioBinder [en ligne], publié le 27 juillet 2020, n.p. (ma traduction). URL : <https://www.studiobinder.com/blog/how-to-use-color-in-film-50-examples-of-movie-color-palettes/>.

En revanche, le reste du temps l'accent est mis plutôt sur les tons pastel de la mise en scène ou sur les couleurs vives des costumes, afin de se référer aux tonalités en vogue à l'époque (fig. 41, 42 et 43). Comme le coloriste de la série Ian Vertovec l'explique, le défi était de rendre le style de tournage et coloriage *eighties*, alors qu'à la base, la série était tournée en HDR (*high dynamic range*) – format dicté par les producteurs de Netflix – qui produit des images beaucoup plus lumineuses et contrastées. Cela leur a permis toutefois de produire des plans très différents en termes de luminosité selon les nécessités diégétiques (jour/nuit, intérieur/extérieur), en créant presque des « différents espaces temporels au sein du même épisode », mais qui gardent néanmoins leur réalisme<sup>341</sup>. L'objectif de l'étalonnage de *GLOW* est donc moins de créer une atmosphère « d'un autre temps » que de rendre au mieux l'impression que la série avait été tournée sur une vraie pellicule des années 1980.



fig. 41 : En voyant Ruth et Debbie se disputer, Sam imagine dans sa tête un match entre les deux.



fig. 42 : Les catcheuses prétendent d'être des anciennes droguées pour trouver les fonds pour le programme.



fig. 43 : Ruth, Rhonda, Sam et Bash essaient de convaincre le propriétaire de Patio Town de devenir leur sponsor.

En effet, soit *GLOW* soit *Stranger Things* ont été tournées avec des caméras numériques Red produisant des images en très haute résolution (6K ou 8K) et en post-production, en plus de l'étalonnage colorimétrique, des filtres ajoutant le grain typique des pellicules des années 1980 ont été utilisés<sup>342</sup>. Comme nous l'avons déjà démontré au cours de notre travail, la reproduction de la matérialité des vieilles pellicules fait partie de ce type d'esthétique propre à la nostalgie, à savoir l'esthétique analogique. L'esthétique analogique implique l'imitation numérique des vieilles formes analogiques, visuelles ou sonores, grâce à des méthodes qui vont du traitement

<sup>341</sup> Bryant Frazer, « Light Iron Colorist Ian Vertovec on *GLOW* and Getting a Mid-80s Film Look in HDR », Studio Daily [en ligne], publié le 25 juillet 2017, n.p. (ma traduction).

URL : <https://www.studiodaily.com/2017/07/glow-film-look-hdr/>.

<sup>342</sup> Soit pour *Stranger Things* soit pour *GLOW* le grain n'a pas été créé numériquement, mais scanné à partir d'une vraie pellicule de l'époque. (Emma Thrower, « Stranger Things: The Duffer Brothers Share the Secrets of Their Hit Show », Empire [en ligne], publié le 20 juillet 2016.

URL : <https://www.empireonline.com/movies/features/stranger-things-duffer-brothers-share-secrets-hit-show/>; Sarv Kreindler, « Gorgeous Lighting for *Gorgeous Ladies* : Revisiting (and Referencing) the 1980s for Netflix's 'GLOW' », Creative Planet [en ligne], publié le 20 juin 2017.

URL : <https://www.creativeplanetnetwork.com/news/gorgeous-lighting-gorgeous-ladies-revisiting-and-referencing-1980s-netflixs-glow-618672.>)

colorimétrique (comme les filtres noir et blanc ou sépia) à la retouche numérique des images et des sons, afin d'obtenir les mêmes imperfections au niveau du support comme les grains de poussière ou la matérialité du vinyle. Au sein du processus d'encouragement de la nostalgie, Bartholeyns remarque que l'esthétique des images intentionnellement vieilles – qui de nos jours est particulièrement répandue sur les réseaux sociaux – comporte un effet mythologisant : elle agit de la même manière pour tout le monde, et cela notamment pour les « enfants du numérique », parce que ces images « existent dans le présent, mais portent des marques d'authenticité qui suggèrent qu'elles ont également existées dans le passé »<sup>343</sup>. Ce n'est pas seulement l'esthétique de ces images créant un effet de nostalgie « instantanée » qui attire les jeunes générations, explique Reynolds, mais aussi les vieux dispositifs en eux-mêmes : « [i]l y a un culte massif parmi les jeunes pour les médias « morts » et les appareils démodés [...] bien qu'il s'étende rarement au-delà de l'affichage de l'image à la vraie utilisation du format ou de l'appareil dépassé »<sup>344</sup>. Les vieux médias et l'imitation de leur esthétique occupent donc une place essentielle dans l'encouragement de la nostalgie. Peu importe si les images ont été prises ou tournées récemment, en leur appliquant cette « couche » vieillissante, on tend à les associer immédiatement au passé. Le même effet est produit par la seule présence de vieux appareils qui restent omniprésents dans la culture contemporaine. C'est ce que Bartholeyns constate aussi : « lorsqu'ils sont enveloppés dans une esthétique datée, les objets et les décors semblent avoir été rétablis à leur époque respective. »<sup>345</sup>.

Effectivement, les vieux dispositifs médiatiques sont très présents au sein des deux séries, soit au niveau de la mise en scène soit au niveau de la reproduction de leur esthétique, en jouant des rôles aussi en termes de récit. Les créateurs de *Stranger Things* eux-mêmes affirment que la technologie des années 1980 sert d'instrument pour la narration, précisément à cause de sa désuétude et du fait qu'elle ne restreint pas la liberté des personnages : « Je sais que les parents peuvent désormais suivre leurs enfants, genre, où ils sont à n'importe quel moment. Alors que je me rappelle que quand nous sortions avec nos amis, c'était genre, la liberté »<sup>346</sup>. De cette manière, les vieux médias ne participent pas seulement à la fabrication d'une esthétique du passé, mais ils représentent aussi un état symbolique de liberté et simplicité ; ce même état auquel viserait le sujet nostalgique, notamment lorsqu'il se confronte

---

<sup>343</sup> Gil Bartholeyns, « The Instant Past : Nostalgia and Digital Retro Photography », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 54 (ma traduction).

<sup>344</sup> Simon Reynolds, *op. cit.*, p. 351 (ma traduction).

<sup>345</sup> Gil Bartholeyns, « The Instant Past : Nostalgia and Digital Retro Photography », in Katharina Niemeyer (éd.), *op. cit.*, p. 62 (ma traduction).

<sup>346</sup> Ross Duffer (*Beyond Stranger Things*, Michael Dempsey, Netflix, 2017, S01E02, ma traduction).

avec son présent marqué par la perte du concept de la vie privée suite à l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux<sup>347</sup>. Ainsi, le spectateur rencontre une pléthore de vieilles technologies de communication tout au long de la série : les téléphones, les walkie-talkies (dont le rôle est aussi celui d'adjuvants des héros) et les postes de transmission radio ; la radio, les tourne-disques, les stéréos, et les musicassettes ; les jeux vidéo arcade ; la machine à écrire ; le code morse ; les premiers ordinateurs ; les VHS et le téléviseur, qui est omniprésent dans les foyers ou comme écran de surveillance dans le laboratoire. La machine photographique occupe aussi une place centrale dans le récit, en tant qu'elle permet à Jonathan (et aux spectateurs) de « voir » le Demogorgon pour la première fois, tout comme la caméra vidéo qui, dans la deuxième saison, capte la présence du Mind Flayer. Dans ces deux derniers cas, on reproduit à l'écran l'esthétique même des dispositifs (fig. 44 et 45).



fig. 44 : On montre l'image captée par la caméra en image fixe en imitant le résultat qu'on aurait réellement obtenu.

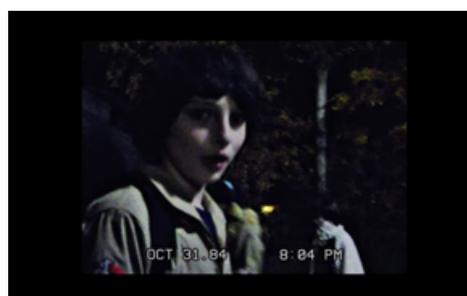


fig. 45 : Will filme ses amis à Halloween avec la caméra de Bob.

À plusieurs moments de la série, on adopte à l'écran une esthétique analogique qui essaie d'imiter fidèlement le format, le grain et les couleurs du média employé. Dans l'épisode dédié à Halloween par exemple (S02E02), selon chaque caméra utilisée par les personnages, des photos différentes sont montrées (fig. 46-49).

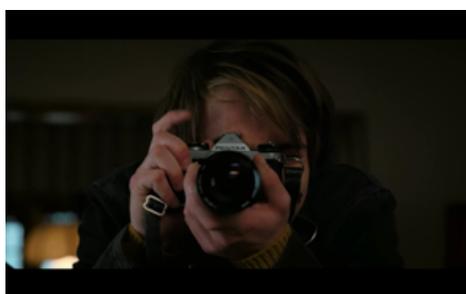


fig. 46 : Champ-contrechamp – caméra.

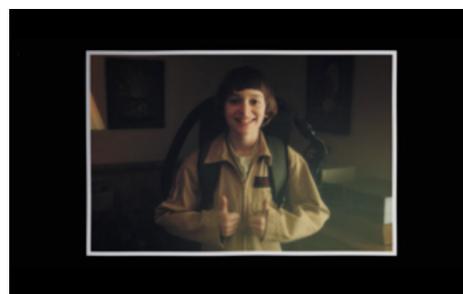


fig. 47 : Champ-contrechamp – photo.

<sup>347</sup> En effet, en reprenant les thématiques de la Guerre Froide et des conspirations qui ont caractérisé la période, la série présente les dispositifs de télécommunication comme sujets à un contrôle extérieur qui pénètre dans la sphère privée des protagonistes en les mettant aussi en danger (le téléphone) ou comme moyens de surveillance eux-mêmes (les téléviseurs liés aux caméras de surveillance dans le laboratoire).



fig. 48 : *Champ-contrechamp – caméra.*



fig. 49 : *Champ-contrechamp – photo.*

De la même manière, les épisodes de *GLOW* sont ponctués par l'apparition de vieilles technologies médiatiques, comme le téléphone fixe et le répondeur ; la machine à écrire et les imprimantes ; les stéréos et les walkmans ; les Polaroids ; les caméras vidéo ; les téléviseurs et le VHS ; la station de montage ; ainsi que les premiers radiotéléphones. Mais surtout, la série repose largement sur la mise en abyme des caméras et du dispositif télévisuel. Les téléspectateurs ont à la fois accès aux coulisses de la caméra intradiégétique et à l'image prise en direct, cela des fois en même temps (fig. 50). On reproduit ainsi l'esthétique analogique de ces images à plusieurs niveaux : soit on les voit apparaître dans le cadre des écrans de l'époque (fig. 51), soit l'écran du spectateur et celui du dispositif de l'époque fusionnent (fig. 52), en essayant de donner l'illusion de regarder la scène à partir d'un appareil des années 1980.



fig. 50 : *On fait les premiers tests caméra des personnages créés par les catcheuses.*



fig. 51 : *Sam observe les images des matchs en train d'être enregistrées.*



fig. 52 : *Debbie casse la cheville de Ruth pendant leur match.*



fig. 53 : *Champ-contrechamp montrant la caméra qui est alterné avec les images qu'elle cadre*

En outre, hormis la séquence annonçant le match entre Liberty Belle et Welfare Queen<sup>348</sup>, la plupart des séquences « analogiques » alternent un champ-contrechamp (fig. 52 et 53) qui cadre la scène filmée et puis l'appareil en train de filmer. Ceci non seulement expose la matérialité du média, mais produit aussi un contraste entre le « passé » représenté à travers l'esthétique analogique et le « passé » tel que recréé par les images en haute définition, modifiées en post-production pour créer une esthétique du *pastness*. À la différence de *Stranger Things*, où les épisodes adoptant cette technique sont très réduits, la fréquence avec laquelle on l'utilise dans *GLOW* en fait une thématique de premier plan au sein de la série. Le huitième épisode de la deuxième saison en particulier constitue presque un épisode à part, puisqu'en plus de reprendre exactement la structure de l'émission originale (logo du diffuseur, séquence introductive, générique, épisode, fig. 54-57) ponctuée par des interruptions publicitaires, il est entièrement montré à travers une esthétique analogique. C'est seulement à quelques secondes de la fin qu'un zoom arrière fait « sortir » le spectateur du téléviseur (fig. 58).



fig. 54 : Logo du réseau télévisuel fictionnel qui diffuse le programme.



fig. 55 : Séquence introductive de « l'épisode dans l'épisode ».



fig. 56 : Générique de « l'épisode dans l'épisode » dont on a vu aussi la fabrication lors du premier épisode de la deuxième saison.



fig. 57 : Une scène du match vue à travers la caméra des années 1980.



fig. 58 : On « sort » du téléviseur et de l'esthétique analogique pour revenir à l'esthétique nostalgique « en haute définition ».

Le directeur de la photographie Adrian Peng Correia explique qu'ils ont travaillé sur la mise en scène et la mise en cadre afin d'imiter le « manque de soin » dicté par les moyens disponibles à l'époque<sup>349</sup>. Cet épisode n'est donc pas seulement un hommage à l'émission, mais il essaie

<sup>348</sup> *GLOW*, S02E04 (début de l'épisode).

<sup>349</sup> Emily Buder, « Netflix 'Glow' DP on 'Embracing the Imperfection' of '80s-Style Cinematography », No Film School [en ligne], publié le 19 juillet 2019, n.p. URL : <https://nofilmschool.com/glow-netflix-dp-interview>.

d'encapsuler les contenus télévisuels et culturels typiques des années 1980, en incluant même une vidéo musicale et une chanson chorale (« Don't Kidnap, Kindapping is Wrong to Do ») se référant aux enlèvements d'enfants qui ont marqué les faits divers de la période<sup>350</sup>.

Grâce à l'étalonnage et aux filtres appliqués en post-production, la mise en chaîne contribue ultérieurement à l'esthétique du passé nécessaire pour l'encouragement de la nostalgie. Dans le cas de *Stranger Things*, la manipulation des tonalités est faite par les créateurs de la série non seulement à des fins thématiques, mais aussi pour ajouter un certain *glow* aux images qui évoque une atmosphère renvoyant à la fois au passé et à l'idée d'un temps perdu. En revanche, dans *GLOW*, la correction colorimétrique est calibrée dans le but de faire ressortir les tonalités en vogue à l'époque et de reproduire le plus fidèlement possible les résultats obtenus avec des pellicules des années 1980. La volonté d'imitation des supports du passé se reflète aussi à l'intérieur de la diégèse des deux séries, autant par la forte disponibilité d'artefacts médiatiques que par l'imitation de leurs esthétiques analogiques. D'un côté, les vieux dispositifs se révèlent des références culturelles faciles à capter même par les spectateurs les plus jeunes grâce à leur apparence « datée » et à leur permanence dans l'espace culturel contemporain – une circulation à laquelle contribuent aussi *Stranger Things* et *GLOW* – et en particulier au sein des réseaux sociaux. De l'autre côté, et cela notamment dans le cas de *GLOW*, la mise en abyme du dispositif télévisuel et l'opposition entre l'esthétique analogique et l'esthétique du passé propre à la série mettent en évidence le caractère construit de la représentation nostalgique qui contraste avec l'image contemporaine (au spectateur) en haute définition. Comme nous avons pu le voir, lorsqu'on se réfère au niveau le plus superficiel de l'image (les couleurs et le grain), il est plus compliqué de distinguer nettement deux tendances différentes en termes de nostalgie restauratrice ou réflexive telles que suggérées jusqu'ici. Par contre, ce que nous pouvons constater à travers l'analyse des utilisations diverses de l'esthétique nostalgique faites par les deux séries, c'est la création de deux atmosphères visuelles de fait différentes : l'une imprégnée tout au long de la série par un *glow* distinguant les images plus positives qu'elle suggère de restaurer – ce que nous pouvons définir comme une atmosphère « idéalisée » (*Stranger Things*) ; l'autre proposant des contenus visuellement plus neutres, qui visent à se lier au contexte des années 1980 d'une façon plus référentielle (*GLOW*). En revanche, le plus large recours que *GLOW* fait aux séquences d'esthétique analogique est indicatif de la clé de lecture réflexive du contenu nostalgique que la série vise à

---

<sup>350</sup> Cette dernière est présentée presque comme une parodie de la chanson caritative « We Are the World » qui est sortie en 1985.

proposer, en tant que le contraste qui se produit entre les deux formes artificielles de passé qu'elle met en scène contribue à la tension plus générale entre le présent et le passé.

Encore aujourd'hui, l'approche esthétique des séries est régulièrement mise de côté en faveur des aspects sociaux et discursifs, également de par l'impression erronée qu'elle requiert forcément une distance temporelle et critique vis-à-vis objets étudiés. Cependant, nous sommes partis des deux hypothèses différentes : d'abord, que l'étude des séries en cours de diffusion est tout à fait possible du point de vue esthétique, puisque celle-ci se définit déjà au cours de la première saison, du moins pour les séries sérialisantes et feuilletonnalisantes. En outre, l'esthétique d'une série, en tant que relation sensible entre le spectateur et la fiction, joue un rôle crucial dans l'évocation nostalgique. En particulier, elle permet de reconstruire, sur le plan des images et de sons, un cadre historique et social passé, tout comme de fournir des références culturelles précises à la période en question. Pour les séries nostalgiques contemporaines se déroulant dans le passé, les années 1980 se présentent comme un des cadres favoris pour la narration et des plus appréciés par le public en raison de l'impact qu'elles ont laissé sur la culture populaire occidentale du point de vue social, économique et culturel. Effectivement, notre analyse de *Stranger Things* et de *GLOW* qui s'appuie sur le générique, sur la mise en scène et sur la mise en chaîne, confirme que, à la fois pour les téléspectateurs idéaux ayant vécu l'époque et pour les primo-spectateurs nés après, la période est traduisible en éléments référentiels et esthétiques très reconnaissables, visant à nourrir le sentiment nostalgique. Pour les deux séries, le générique fonctionne comme une synecdoque du programme esthétique nostalgique dont l'objectif est de situer le spectateur dans le contexte historique de la diégèse en lui fournissant une grande densité d'éléments visuels et sonores, ainsi que des références intertextuelles aux années 1980. La différence entre la clé de lecture de la nostalgie restauratrice proposée par *Stranger Things* et celle réflexive avancée par *GLOW*, ressortant déjà au cours de cette première analyse, trouve une ultérieure confirmation dans l'étude de la mise en scène. Les décors, les maquillages, les vêtements et les accessoires utilisés remplissent plusieurs fonctions dans la mise en place du sentiment nostalgique : d'une part, ils constituent les fondements de l'esthétique du *pastness* ; d'autre part, ils permettent de cadrer les discours des deux séries. Visant à une lecture restauratrice des contenus nostalgiques, *Stranger Things* déploie particulièrement une mise en scène soignée du point de vue des décors, des accessoires et des citations intertextuelles ; tandis que *GLOW* se sert plutôt des composantes de surface

comme les vêtements et le maquillage, qui contrastent avec ses discours pour avancer une interprétation réflexive de la nostalgie. De son côté, la mise en chaîne permet aux deux séries d'ajouter des niveaux supplémentaires à l'esthétique de surface établie par la mise en scène – qui peuvent solliciter ultérieurement l'émotion nostalgique – et de confirmer les deux tendances dégagées : restauratrice et réflexive respectivement. Parmi ces éléments, la bande sonore occupe une place centrale dans les deux séries, parce qu'elle fortifie l'ancrage du récit dans le contexte des années 1980. En outre, dans *Stranger Things*, elle participe à la création d'une ambiance nostalgique dans l'intention de faire ressentir au spectateur un lien émotif à l'histoire ; alors que dans *GLOW*, elle agit comme commentaire descriptif ou ironique des images et de leur rapport au passé aussi bien qu'au présent. En termes de mise en chaîne, le traitement colorimétrique et la reproduction de l'esthétique des vieux médias ajoutent une dernière couche à la surface de l'esthétique du *pastness*. La manipulation de la couleur permet notamment de donner aux images de *Stranger Things* cette « patine » du temps, en créant une représentation idéalisée de cette ère. Enfin, l'imitation de l'esthétique analogique occupe une place centrale dans *GLOW* en tant qu'elle expose l'artificialité des images représentées et renforce le contraste entre le contenu et l'esthétique générale de la série. En outre, la présence massive d'artefacts médiatiques dans la mise en scène des deux séries contribue considérablement au surgissement de la nostalgie, même chez les spectateurs les plus jeunes, grâce au statut qu'ils occupent au sein de la culture contemporaine et de l'état de « simplicité » qu'ils représentent.

## Conclusion

À l'origine de notre travail résident trois problématiques principales s'articulant autour de la nostalgie et de sa place au sein des séries contemporaines. Nous nous sommes interrogés avant tout sur sa définition, son fonctionnement et sur son rapport aux médias contemporains, pour ensuite considérer sa synergie avec la télévision et les textes sériels, ainsi qu'avec la plateforme de streaming Netflix. Notamment, nous nous sommes demandé si la configuration du géant du streaming et les nouvelles pratiques qu'il génère contribuent à la sollicitation du sentiment nostalgique chez les spectateurs et, de cette façon, à la profusion de séries présentant une esthétique du passé. Enfin, nous avons tenté d'établir quels sont les signes esthétiques adoptés par *Stranger Things* et *GLOW* – deux productions originales de Netflix – afin d'ancrer le récit dans les années 1980 et éveiller chez les spectateurs (même ceux n'ayant pas vécu cette époque) des émotions nostalgiques. De manière à répondre à ces interrogations, nous avons tout d'abord adopté une approche historiographique pour déterminer comment la nostalgie a été théorisée dans l'histoire des médias et pour retracer l'évolution du concept au cours du XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècle. Tout cela dans le but de définir les différents types de nostalgie, leur rapport à l'individu et les raisons sociales, historiques et technologiques qui ont déterminé leur diffusion en termes de contenu et d'esthétique dans le paysage médiatique contemporain. En deuxième lieu, nous nous sommes penchés sur Netflix en tant que plateforme de diffusion de streaming et producteur de contenus, à la lumière de l'analyse des médias, de leur usage et des discours de production. Nous nous sommes aussi focalisés sur sa relation à la télévision traditionnelle pour dégager les aspects intrinsèques qui la relie au sentiment nostalgique. En dernier lieu, nous avons adopté une approche esthétique et comparative pour l'analyse de *Stranger Things* et de *GLOW*, tout en appliquant les concepts définis dans les deux premières parties du travail. Nous nous sommes appuyés sur le modèle de la matrice sérielle de Benassi comme point de départ de l'examen de l'esthétique nostalgique mise en valeur par les deux séries. Nous avons ainsi comparé comment les composantes de mise en scène (décor, vêtements, maquillage, accessoires) et de mise en chaîne (bande sonore, étalonnage colorimétrique, imitation de l'esthétique analogique) des deux séries s'articulent au contenu diégétique nostalgique pour en suggérer des clés de lecture différentes. À savoir, une tendance restauratrice présentée dans *Stranger Things* qui invite les spectateurs à demeurer dans un foyer idéalisé des années 1980 – dont la menace des monstres qui l'habitent sert plutôt à évoquer les films d'horreur de

l'époque ; et une tendance réflexive proposée par *GLOW*, qui encourage le public à se nourrir du désir pour cet état imaginaire, tout en produisant un contraste entre la mise en scène et les discours qui invite à la considération de la place de la femme dans la société de nos jours et il y a trente ans.

Une première constatation qui ressort de ce travail est l'importance d'adresser les systèmes de diffusion lors de l'analyse esthétique d'une série. Surtout à la suite de ces deux dernières décennies caractérisées par la naissance et l'exploitation exponentielle des plateformes de streaming, les nouveaux écrans et supports de visionnement demandent une attention majeure. Dans le cas des produits nostalgiques, la manière dont ces derniers sont distribués et consommés peut influencer le rapport que les spectateurs entretiennent avec eux. L'encouragement d'une mentalité de collectionneur de la part de Netflix, tout comme l'implémentation d'algorithmes toujours plus sophistiqués, exige de considérer les séries dans le cadre plus large de la plateforme, de son organisation, et même de sa propre « esthétique », entendue comme présentation visuelle des contenus. La plateforme se présente comme un cadre très fertile pour le surgissement de la nostalgie : le slogan de Netflix « See What's Next » – dont les trois connotations principales sont « découvre le prochain grand succès », « découvre la prochaine grande plateforme » et « découvre le prochain épisode »<sup>351</sup> – pourrait également être reformulé en « See What's Past » non seulement en raison de la prolifération des séries produites, situées dans d'autres époques, mais aussi de tous les textes du passé qu'il conserve sur son serveur. Pour cette raison, nous estimons aussi que le modèle de la sérialité matricielle et éditoriale proposé par Benassi pour l'analyse esthétique des séries nécessiterait d'être mis à jour à la lumière des nouveaux moyens de diffusion numérique et de leurs conséquences sur la consommation et sur la forme des séries. Il se peut que ce paradigme ait été effectivement reformulé dans son nouvel ouvrage *Les Émotions imaginaires. Une Esthétique des séries télé* sorti en 2020 chez Classiques Garnier, auquel nous n'avons pas eu accès en temps utile. Bien qu'à première vue, la table des matières paraisse reprendre exactement la même structure que le modèle proposé en 2016<sup>352</sup>.

---

<sup>351</sup> « What is Netflix's slogan ? », Quora [en ligne], publié le 3 mai 2018.

URL : [https://www.quora.com/What-is-Netflix-s-slogan#:~:text=Their%20current%20slogan%20is%20%E2%80%9CSee,once%20\(sec%20the%20next%20show\).](https://www.quora.com/What-is-Netflix-s-slogan#:~:text=Their%20current%20slogan%20is%20%E2%80%9CSee,once%20(sec%20the%20next%20show).)

<sup>352</sup> « Les Émotions imaginaires. Une esthétique des séries télé – Table des matières », Classiques Garnier [en ligne], s.d. URL : <https://classiques-garnier.com/les-emotions-imaginaires-une-esthetique-des-series-tele-table-des-matieres.html?displaymode=full>.

Un deuxième aspect qui se dégage des réflexions sur le rapport entre les médias et la nostalgie est leur omniprésence dans le contenu diégétique des séries nostalgiques. Même à une époque où ils étaient moins développés, dans *Stranger Things* et dans *GLOW*, les appareils médiatiques sont omniprésents dans le décor, voire mis en exergue par la narration. En considération de la capacité des médias à ancrer le récit dans des périodes précises par l'esthétique des appareils et par leur esthétique analogique de reproduction, il serait intéressant de mener une analyse approfondie de leur rôle au sein des séries nostalgiques. En particulier, il serait utile d'étudier des séries situées dans des époques autre que les années 1980 pour déterminer si la présence élevée des médias se limite à cette décennie (à cause de la révolution médiatique qui a touché cette période) ou si elle concerne tous les textes nostalgiques. En outre, on pourrait aussi examiner la place des médias analogiques dans des séries qui ne sont pas basées dans le passé, afin de déterminer comment ils s'articulent à la nostalgie dans un cadre diégétique contemporain.

Au-delà d'une attention aux médias, au cœur de notre travail demeure également l'intention d'accorder une place prépondérante à l'approche esthétique, une approche moins considérée à la fois dans la recherche sur les séries et sur la nostalgie. La « cinématographisation » progressive des séries depuis l'avènement de la télévision de qualité nous a permis de nous appuyer sur des fondements analytiques déjà établis par les études cinématographiques. L'originalité de notre propos réside ainsi dans l'analyse des images et des éléments formels des textes nostalgiques qui sont souvent ignorés ou abordés brièvement en faveur des aspects sociologiques, historiques, narratologiques ou discursifs. Nous invitons à poursuivre ce travail en élargissant le corpus à d'autres séries situées dans les années 1980 et à d'autres plateformes de production et diffusion de contenus originales, afin de déterminer si la façon dont on construit l'esthétique nostalgique pourrait dépendre finalement d'une stratégie de marque. De plus, il y a certains aspects de l'analyse esthétique comme l'utilisation du traitement colorimétrique ou d'une bande sonore originale qui mériteraient d'être ultérieurement développés, tout comme l'étude de scènes où la nostalgie est ouvertement thématifiée au sein du récit<sup>353</sup>. Néanmoins, nous constatons que l'approche esthétique, depuis qu'elle n'est plus considérée comme l'étude du « beau » en soi, nécessite toujours d'être

---

<sup>353</sup> Nous pensons en particulier à la scène où Mike parle de la « valeur émotionnelle » rattachée aux jeux lorsque sa mère lui demande de remplir deux boîtes à remettre à des œuvres de charité (*Stranger Things*, S02E01) ou celle pendant laquelle Bash visite sa chambre d'enfance et regarde nostalgiquement dans une boîte des souvenirs de son enfance et adolescence (*GLOW*, S02E05)

articulée à d'autres perspectives dans le but d'éviter la description pure et simple des images. En effet, bien qu'assez superficielle, l'analyse des discours critiques et de la production de *Stranger Things* et de *GLOW* s'est avérée indispensable pour comprendre que chaque élément formel naît des choix prémédités des créateurs et de l'équipe de production. Cela suggère que les différents types de nostalgie encouragés par l'esthétique de ces séries ne découlent pas seulement de la réception du public. Cependant, la relation sensible liant le spectateur à la fiction joue tout de même un rôle essentiel dans les textes nostalgiques : puisque l'esthétique d'une série ne se révèle qu'à travers les yeux d'un sujet qui la regarde, seulement une analyse de la réception qui ne soit pas limitée à notre expérience de spectatrice pourrait confirmer ou contredire quelles sont les clés de lecture concrètes, inspirées par les deux séries. De plus que, comme nous l'avons pu déterminer, le bagage des connaissances encyclopédiques des spectateurs peut influencer largement l'efficacité des références intertextuelles : un aspect finalement indispensable pour créer des liens forts avec le passé. Nous avons décidé de ne pas nous engager dans une étude sociologique de *Stranger Things* et de *GLOW* à cause de la portée restreinte de notre travail, mais nous encourageons vivement un prolongement de nos analyses avec des méthodes quantitatives qui puissent prendre en compte l'âge du spectateur, ainsi que ses connaissances préalables vis-à-vis des années 1980 d'un point de vue historique et culturel. Nous estimons que les conclusions auxquelles on parviendra seront les mêmes : à savoir que, dans chaque série nostalgique, on peut remarquer une tendance de lecture restauratrice ou réflexive dominante, mais la manière dont les contenus sont interprétés dépendra toujours des spectateurs. Finalement, c'est peut-être la raison pour laquelle la nostalgie fonctionne très bien comme accroche des séries contemporaines.



## Sériegraphie

*Beyond Stranger Things* (Michael Dempsey, Netflix, 2017)  
*Stranger Things* (Ross Duffer & Matt Duffer, Netflix, 2016–)  
*GLOW* (Liz Flahive & Carly Mensch, Netflix, 2017–)

## Filmographie

*GLOW : The Story of the Gorgeous Ladies of Wrestling* (Brett Whitcomb, 2012)

## Bibliographie

### Sources secondaires

#### Médias et nostalgie

##### Monographies et ouvrages collectifs

- ACLAND, Charles R. (éd.), *Residual Media*, University of Minnesota Press, 2007 [2006].
- BOLTER, Jay David Bolter & GRUSIN, Richard Grusin, *Remediation : Understanding New Media*, Cambridge, MIT Press, 1999.
- BOYM, Svetlana, *The Future of Nostalgia* [e-book], New York, Basic Books, 2001.
- COOK, Pam, *Screening the Past*, Londres/New York, Routledge, 2005.
- GUFFEY, Elizabeth, *Retro : The Culture of Revival*, Islington, Reaktion Books, 2006.
- HOLDSWORTH, Amy, *Television, Memory and Nostalgia*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011.
- KOMPARE, Derek, *Rerun Nation : How Repeats Invented American Television*, New York/Londres, Routledge, 2005.
- LIZARDI, Ryan, *Mediated Nostalgia : Individual Memory and Contemporary Mass Media*, Lanham, Lexington Books, 2016.
- MORREALE, Emiliano, *L'invenzione della nostalgia: il vintage nel cinema italiano e dintorni*, Rome, Donzelli Editore, 2009.
- NIEMEYER, Katharina (éd.), *Media and Nostalgia : Yearning for the Past, Present and Future*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014.
- OLICK, Jeffrey K., VINITZKY-SEROUSSI, Vered & LEVY, Daniel (éd.), *Collective Memory Reader*, Oxford, Oxford University Press, 2011.

RADSTONE, Susannah, *The Sexual Politics of Time : Confession, nostalgia, memory*, Londres/New York, Routledge, 2008.

REYNOLDS, Simon, *Retromania : Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, Londres, Faber & Faber, 2012.

SHAW, Christopher & CHASE, Malcolm (éd.), *The Imagined Past : History and Nostalgia*, Manchester, Manchester University Press, 1989.

STEWART, Susan, *On Longing : Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Durham/Londres, Duke University Press, 1993.

THRAN-THONG, *Stades et concept de stade de développement de l'enfant dans la psychologie contemporaine*, Paris, Librairie Philosophique J. Vrin, 1992.

TODD, Tom, *Hooked on Nature : The Wanderings and Wondering of an Amateur Naturalist*, Ingleside, Wales Village Press, 2001.

#### Articles de périodiques & articles en ligne

BASCHIERA, Stefano & CAODURO, Elena, « The New Old : Archaisms and Anachronisms Across Media – Editorial », *Alphaville. Journal of Film and Screen Media* [en ligne], n° 12, hiver 2016, pp. 1-7. URL : <http://www.alphavillejournal.com/Issue12/Editorial.pdf>.

BERTON, Mireille, « Petite définition du vintage », La Robe De Mes Rêves [en ligne], publié le 8 février 2012, n.p. URL : <http://larobedemesrves.blogspot.com/2012/02/petite-definition-du-vintage.html>, consulté le 10 mai 2020.

DEROIDE, Ioanis, « Les séries historiques entre la fiction et le réel : quand les scénaristes rivalisent avec les historiens », *TV/Series* [en ligne], n° 1, 2012, pp. 13-24. URL : <https://doi.org/10.4000/tvseries.1038>.

GANNES, Liz, « Throwing Back to the Origins of Throwback Thursday », *Vox* [en ligne], publié le 1<sup>er</sup> mai 2014, n.p. URL : <https://www.vox.com/2014/5/1/11626346/throwing-back-to-the-origins-of-throwback-thursday>, consulté le 12 février 2020.

HABIB, André, « Kodachrome : la couleur de la nostalgie », *Cinémas : Revue d'études cinématographiques*, n°« Ecrans de nostalgie », dirigé par Katharina Niemeyer (à paraître).

HUYSSSEN, Andreas, « Present Pasts : Media, Politics, Amnesia », *Public Culture* [en ligne], vol. 12, n° 1, hiver 2000, pp. 21-38. URL : <https://muse.jhu.edu/article/26184>.

KOMPARE, Derek, « Greyish Rectangles : Creating the Television Heritage », *Media History* [en ligne], vol. 9, n° 2, 2010, pp. 153-169. URL : <https://doi.org/10.1080/13688800306763>.

LEITCH, Thomas, « There's No Nostalgia Like Hollywood Nostalgia », *Humanities* [en ligne], vol. 7, n° 4, 2018, n. p. URL : <https://www.mdpi.com/2076-0787/7/4/101>.

MORAN, Joe, « Childhood and Nostalgia in Contemporary Culture », *European Journal of Cultural Studies* [en ligne], vol. 5, n° 2, 2002, pp. 155-173.

URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1364942002005002869>.

MORREALE, Emiliano, « Regarder les années 1980. *Vintage*, mise en abyme et romans d'apprentissage », *Vintage* [en ligne], vol. 3, n° 44, automne 2012, pp. 77-82.

URL : <https://www.cairn.info/revue-vertigo-2012-3-page-77.htm>.

NATALE, Simone & BALBI, Gabriele, « Media and the Imaginary in History », *Media History* [en ligne], vol. 20, n° 2, 2004, pp. 203-218. URL :

<https://doi.org/10.1080/13688804.2014.898904>.

RUBENS, Robert, « The Backward Glance – A Contemporary Taste for Nostalgia », *Contemporary Review* [en ligne], vol. 239, n° 1388, 1981, pp. 149-150.

URL : <https://search.proquest.com/docview/1294668298>.

SHUMWAY, David R., « Rock 'n' Roll Sound Tracks and the Production of Nostalgia », *Cinema Journal* [en ligne], vol. 38, n° 2, hiver 1999, pp. 36-51.

URL : [https://www.jstor.org/stable/1225623?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1225623?seq=1#metadata_info_tab_contents).

TANNOCK, Stuart, « Nostalgia Critique », *Cultural Studies* [en ligne], vol. 9, n° 3, 1995, pp. 453-464. URL : [https://www.researchgate.net/publication/233096760\\_Nostalgia\\_Critique](https://www.researchgate.net/publication/233096760_Nostalgia_Critique).

WILLIAMS, Kathleen, « The Wonder Years : Nostalgia, Memory and Pastness in Television Credits », *Alphaville. Journal of Film and Screen Media* [en ligne], n° 12, hiver 2016, pp. 1-7.

URL : [http://www.alphavillejournal.com/Issue12/12\\_4Article\\_Williams.pdf](http://www.alphavillejournal.com/Issue12/12_4Article_Williams.pdf).

WOODS, Faye, « Nostalgia, Music and the Television Past Revisited in *American Dreams* », *Music, Sound, and the Moving Image* [en ligne], vol. 2, n° 1, printemps 2008, pp. 27-50.

URL : [muse.jhu.edu/article/269081](http://muse.jhu.edu/article/269081).

## **Postmodernisme & esthétique postmoderne**

### Monographies, ouvrages collectifs & articles de périodiques

ECO, Umberto, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », *Réseaux* [en ligne], n° 68, 1994, pp. 1-18.

URL : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1994\\_num\\_12\\_68\\_2617](https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_68_2617).

HUTCHEON, Linda, *A Poetics of Postmodernism : History, Theory, Fiction*, Londres/New York, Routledge, 1988.

HUTCHEON, Linda & VALDES, Mario J., « Irony, Nostalgia and the Postmodern : A Dialogue », *Poligrafias. Revista de Literatura Comparada* [en ligne], n° 3, 1998, pp. 18-41.

URL : <http://www.journals.unam.mx/index.php/poligrafias/article/view/31312/28976>.

JAMESON, Fredric, *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism* [e-book], Londres, Verso, 1991.

JIMENEZ, Marc, *Qu'est-ce que l'esthétique ?*, Paris, Gallimard, 2011 [1997].

### Études télévisuelles & outils d'analyse esthétique

#### Monographies, ouvrages collectifs & chapitres d'ouvrages

BENASSI, Stéphane, « Fictions singulières et fictions plurielles », in S. Benassi, *Séries et feuilletons T.V. : pour une typologie des fictions télévisuelles*, Liège, Editions du Céfal, 2000, pp. 35-50.

BRERO, Thalia & FARRE, Sébastien, « Introduction », in T. Brero & S. Farré (dir.), *The Historians Saison 1. Les séries TV décryptées par les historiens*, Genève, Georg/Université de Genève - Maison de l'histoire, 2017, pp. 8-19.

BUXTON, David, *Les séries télévisées. Formes, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, 2010.

COLON, David, *Propagande : La manipulation de masse dans le monde contemporain*, Paris, Belin, 2019.

DE VALCK, Marijke & TEURLINGS, Jan (éd.), *After the Break, Television Theory Today*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2013.

ECO, Umberto, « A Guide to the Neo-Television of the 1980s », in Zygmunt G. Barański & Robert Lumley (éd.), *Culture and Conflict in Postwar Italy : Essays on Mass and Popular Culture*, Springer, 1990, pp. 245-255.

GANZ-BLÄTTER, Ursula, *Signs of Time : Cumulative Narrative in Broadcast Television Fiction*, Münster, LIT Verlag, 2018.

GENETTE, Gérard, *Seuils*, Paris, Seuil, 1987.

GOLIOT-LÉTÉ, Anne & VANOYE, Francis, *Précis d'analyse filmique*, Paris, Armand Colin, 2009 [1992].

GRAY, Jonathan & LOTZ, Amanda D., *Television Studies*, Cambridge/Malden, Polity Press, 2012.

LOTZ, Amanda D., *The Television Will Be Revolutionized*, New York, NYU Press, 2014 [2007].

LOTZ, Amanda D., *We Now Disrupt This Broadcast : How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*, Cambridge, MIT Press, 2018.

THORBURN, David, « Aesthetics, Television », in Horace Newcomb (éd.), *Encyclopedia of Television*, New York, Fitzroy Dearborn, 2014 [1997], pp. 40-44.

### Articles de périodiques

BENASSI, Stéphane, « Sérialités(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *Belphégor* [en ligne], n° 14, 2016, pp. 1-17. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/770>.

BERTON, Mireille, « Technologies numériques et fantasmes panoptiques dans les séries télévisées contemporaines », *Décadrages*, n° 32-33, printemps 2016, pp. 38-72.

FAURE, Antoine & TAIEB, Emmanuel, « Les “esthétiques narratives” : l’autre réel des séries », *Quaderni* [en ligne], vol. 3, n° 88, 2015, pp. 5-20. URL : <https://www.cairn.info/revue-quaderni-2015-3-page-5.htm>.

MASSA-BIDAL, Stéphane, « Composition générique », *Entrelacs* [en ligne], n° hors-série « Séries télé in/out », 2008, pp. 1-10. URL : <https://journals.openedition.org/entrelacs/258>.

## **Netflix**

### Monographies & ouvrages collectifs

COUSIN, Capucine, *Netflix & Cie : Les coulisses d'une (r)évolution*, Malakoff, Armand Colin, 2018.

CURTIN, Michael, HOLT, Jennifer & SANSON, Kevin (éd.), *Distribution Revolution : Conversations about the Digital Future of Film and Television*, Oakland, University of California Press, 2014.

MCDONALD, Kevin & SMITH-ROWSEY, Daniel (éd.), *The Netflix Effect, Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York, Bloomsbury Publishing USA, 2016.

NATARELLI, Mario & PLAPLER, Rina, *Brand Intimacy : A New Paradigm in Marketing* [Google Books], New York, Hatherleigh Press, 2017. URL : <https://books.google.ch/books?id=Z-DGDAAAQBAJ>.

PALLISTER, Kathryn, *Netflix Nostalgia : Streaming the Past on Demand*, Lanham, Lexington Books. 2019.

### Articles de périodiques & articles en ligne

ADGATE, Brad, « Whether 'House Of Cards' Returns Or Not, Its Place In History Is Secure », *Forbes* [en ligne], 15 novembre 2017, n.p.

URL : <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2017/11/15/house-of-cards-role-in-televisionvideo-history-is-secure/>, consulté le 10 mai 2020.

BLATTMANN, Josephina, « Netflix: Binging on the Algorithm », Medium [en ligne], publié le 2 août 2018, n.p. URL : <https://uxplanet.org/netflix-binging-on-the-algorithm-a3a74a6c1f59>, consulté le 2 avril 2020.

BRICKLIN, Dan, « Radical Intimacy and the Smartphone », *Strategy+Business* [en ligne], publié le 5 avril 2016, n.p. URL : <https://www.strategy-business.com/article/Radical-Intimacy-and-the-Smartphone?gko=b8254>, consulté le 25 mai 2020.

BURROUGHS, Benjamin, « House of Netflix : Streaming Media and Digital Lore », *Popular Communication* [en ligne], vol. 17, n° 1, février 2018, pp. 1-17.  
URL : <https://www.researchgate.net/publication/323423129>, consulté le 2 avril 2020.

CAMPION, Benjamin, « Regarder des séries sur Netflix : l'illusion d'une expérience spectatorielle augmentée », *TV/Series* [en ligne], n° 15, juillet 2019, pp. 1-22.  
URL : <https://journals.openedition.org/tvseries/3479>, consulté le 17 juin 2020.

CLARK, Travis, « New Data Shows Netflix's Number of Movies Has Gone Down by Thousands of Titles Since 2010 – but Its TV Catalog Size Has Soared », *Business Insider* [en ligne], publié le 20 février 2018, n.p. URL : <https://www.businessinsider.com/netflix-movie-catalog-size-has-gone-down-since-2010-2018-2?r=US&IR=T>, consulté le 20 mai 2020.

D'SOUZA, Deborah, « Netflix Doesn't Want to Talk About Binge-Watching », *Investopedia* [en ligne], publié le 22 avril 2020.  
URL : <https://www.investopedia.com/tech/netflix-obsessed-binge-watching-and-its-problem/#:~:text=Netflix%20promoted%20binge%2Dwatching%20because,binge%20viewing%2C%E2%80%9D%20he%20said.>, consulté le 25 mai 2020.

HAWKS, Julie, « *Netflix Nostalgia : Streaming the Past on Demand* [review] », *The Journal of American Culture* [en ligne], vol. 42, n° 4, décembre 2019, p. 355.  
URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jacc.13106?af=R>.

HARDIMAN, Jess, « Sex Education Creators Explain Why the Show Looks Like It's Set in 1980s US High School », *LADbible* [en ligne], publié le 26 janvier 2020, n.p.  
URL : <https://www.ladbible.com/entertainment/tv-and-film-sex-education-creators-on-why-the-show-looks-like-its-set-in-80s-usa-20200123>, consulté le 12 février 2020.

JENNER, Mareike, « Is This TVIV ? On Netflix, TVIII and Binge-watching », *New Media & Society* [en ligne], vol. 18, n° 2, juillet 2014, pp. 257-273.  
URL : <https://www.researchgate.net/publication/274056599>.

KAFKA, Peter, « You Can Watch Netflix on Any Screen You Want, but You're Probably Watching It on a TV », *Vox* [en ligne], publié le 7 mars 2018.  
URL : <https://www.vox.com/2018/3/7/17094610/netflix-70-percent-tv-viewing-statistics>, consulté le 22 mai 2020.

KOMPARE, Derek, « Streaming as Shelving : The Media Past in The Media Future », *Flow* [en ligne], 5 mai 2014. URL : <https://www.flowjournal.org/2014/05/streaming-as-shelving/>, consulté le 5 mars 2020.

MADRIGAL, Alexis C., « How Netflix Reverse-Engineered Hollywood », *The Atlantic* [en ligne], publié le 2 janvier 2014.  
URL : <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>, consulté le 2 avril 2020.

MATRIX, Sidneyeve, « The Netflix Effect : Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends », *Jeunesse : Young People, Texts, Cultures* [en ligne], vol. 6, n° 1, janvier 2014, pp. 119-138.

URL : [https://www.researchgate.net/publication/270665559\\_The\\_Netflix\\_Effect\\_Teens\\_Binge\\_Watching\\_and\\_On-Demand\\_Digital\\_Media\\_Trends](https://www.researchgate.net/publication/270665559_The_Netflix_Effect_Teens_Binge_Watching_and_On-Demand_Digital_Media_Trends).

RICHWINE, Lisa & RANA, Akanksha, « Netflix Doubles Expected Signups but Warns Coronavirus Boost May Fade », Reuters [en ligne], publié le 21 avril 2020, n.p. URL : <https://www.reuters.com/article/us-netflix-results/netflix-doubles-expected-signups-but-warns-coronavirus-boost-may-fade-idUSKCN223337>, consulté le 16 mai 2020.

SPANGLER, Todd, « Netflix Projected to Spend More Than \$17 Billion on Content in 2020 », *Variety* [en ligne], publié le 16 janvier 2020. URL : <https://variety.com/2020/digital/news/netflix-2020-content-spending-17-billion-1203469237/>, consulté le 2 avril 2020.

TRYON, Chuck, « TV Got Better : Netflix's Original Programming Strategies and Binge Viewing », *Media Industries Journal* [en ligne], vol. 2, n° 2, 2015, pp. 104-116. URL : <http://dx.doi.org/10.3998/mij.15031809.0002.206>.

WATERCUTTER, Angela, « Netflix Is Using *The Defenders* to Understand Its Audience », *Wired* [en ligne], publié le 22 août 2017, n.p. URL : <https://www.wired.com/story/netflix-the-defenders-audience-data/>, consulté le 2 avril 2020.

WATSON, Amy, « Number of Netflix Paying Streaming Subscribers Worldwide from 3rd quarter 2011 to 4th quarter 2019 », Statista [en ligne], publié le 7 avril 2020, n.p. URL : <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>, consulté le 7 avril 2020.

WATSON, Amy, « Content Available on Disney's New Streaming Service's (Disney+) Compared to Netflix in the United States as of April 2019 », Statista [en ligne], publié le 21 août 2019. URL : <https://www.statista.com/statistics/1041104/disney-catalog-netflix-comparison-us/>, consulté le 20 mai 2020.

## **Les années 1980**

### Monographies & Articles en ligne

DAWN, Randee, « 'The Carrie Diaries' and 'The Americans' Revive 1980s Interest », *Los Angeles Time* [en ligne], publié le 30 mai 2013, n.p.

URL : <https://www.latimes.com/entertainment/movies/la-xpm-2013-may-30-la-et-st-the-80s-20130530-story.html>, consulté le 16 janvier 2020.

HISTORY.COM EDITORS, « The 1980s », *History.com* [en ligne], publié le 7 juin 2019, n.p. URL : <https://www.history.com/topics/1980s/1980s>, consulté le 10 juillet 2020.

SHAFFER, Claire, « Why Neon is Cool Again: Tacky and Beautiful, It's the Artistic Choice of Pop Culture », Newsweek [en ligne], publié le 23 août 2017, n.p.

URL : <https://www.newsweek.com/neon-instagram-trend-1980s-music-videos-654249>, consulté le 23 juin 2020.

SIROTA, David, *Back to Our Future : How the 1980s Explain the World We Live in Now – Our Culture, Our Politics, Our Everything* [e-book], New York, Ballantine Books, 2011.

THOMPSON, Graham, *American Culture in the 1980s*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2007.

## ***GLOW***

### Articles en ligne

AWAD, Amal, « Glow : Netflix's Gorgeous Ladies of Wrestling Is Full of Rich and Relatable Stories – and Big 80s Hair », The Guardian [en ligne], publié le 6 mai 2020, n.p.

URL : <https://www.theguardian.com/culture/2020/may/06/glow-netflixs-gorgeous-ladies-of-wrestling-is-full-of-rich-and-relatable-stories-and-big-80s-hair>, consulté le 15 juillet 2020.

BUDER, Emily, « Netflix 'Glow' DP on 'Embracing the Imperfection' of '80s-Style Cinematography », No Film School [en ligne], publié le 19 juillet 2019, n.p.

URL : <https://nofilmschool.com/glow-netflix-dp-interview>, consulté le 24 juillet 2020.

DECKER, Megan, « Glitter, Perms, & Pounds of Hairspray — Inside the World of Glow Season 2 », Refinery 29 [en ligne], publié le 13 juillet 2018, n.p. URL : <https://www.refinery29.com/en-us/glow-season-2-80s-hair-perm-body-makeup>, consulté le 12 juillet 2020.

FRAZER, Bryant, « Light Iron Colorist Ian Vertovec on *GLOW* and Getting a Mid-80s Film Look in HDR », Studio Daily [en ligne], publié le 25 juillet 2017, n.p.

URL : <https://www.studiodaily.com/2017/07/glow-film-look-hdr/>, consulté le 20 juillet 2020.

KREINDLER, Sarv, « Gorgeous Lighting for Gorgeous Ladies : Revisiting (and Referencing) the 1980s for Netflix's 'GLOW' », Creative Planet [en ligne], publié le 20 juin 2017, n.p.

URL : <https://www.creativeplanetnetwork.com/news/gorgeous-lighting-gorgeous-ladies-revisiting-and-referencing-1980s-netflixs-glow-618672>, consulté le 22 juillet 2020.

MATERA, Avery, « 'Stranger Things', 'Hollywood' & 'Glow' Costume Designers On Creating Retro Looks For Netflix », Bustle [en ligne], publié le 3 juillet 2020, n.p.

URL : <https://www.bustle.com/p/stranger-things-hollywood-glow-costume-designers-on-creating-retro-looks-for-netflix-28786195>, consulté le 3 juillet 2020.

PERKINS, Will, « GLOW (2017) », Art of the Title [en ligne], publié le 5 juillet 2017, n.p.

URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>, consulté le 31 mai 2020.

RADLOFF, Jessica, « Netflix's 'GLOW' Brings Back the Most Delightful '80s Fashion », Glamour [en ligne], publié le 14 juillet 2017, n.p.

URL : <https://www.glamour.com/gallery/glow-netflix-80s-fashion-trends-costume-designer-interview>, consulté le 12 juillet 2020.

STRAUSE, Jackie, « Why 'GLOW' Added a Weinstein-Inspired Storyline in Season 2 », The Hollywood Reporter [en ligne], publié le 30 juin 2018, n.p.

URL : <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/glow-season-2-harassment-scene-metoo-fight-explained-1123733>, consulté le 20 juillet 2020.

TURCHIANO, Danielle, « 'GLOW' Team Talks Re-Creating 1980s Las Vegas as a 'Claustrophobic Place' », Variety [en ligne], publié le 7 août 2019, n.p.

URL : <https://variety.com/2019/tv/features/glow-season-3-production-design-las-vegas-fan-tan-casino-miniature-strip-1203290331/#article-comments>, consulté le 10 juillet 2020.

WILKERSON MILLER, Rachel, « Just 19 Fascinating Things About the Hair & Makeup On "GLOW" », BuzzFeed [en ligne], publié le 18 juillet 2017, n.p.

URL : <https://www.buzzfeed.com/rachelwmiller/things-you-probably-didnt-know-about-the-hair-makeup-on>, consulté le 12 juillet 2020.

### *Stranger Things*

#### Monographies & Articles en ligne

ADAMS, Sam, « Stranger Things': How Netflix's Retro Hit Resurrects the Eighties », Rolling Stones [en ligne], publié le 21 juillet 2016, n.p. URL : <https://www.rollingstone.com/tv/tv-features/stranger-things-how-netflixs-retro-hit-resurrects-the-eighties-109430/>, consulté le 3 juillet 2020.

BESSETTE, « The Grading Style of "Stranger Things" », Rob Bessette [en ligne], publié le 29 juillet 2016, n.p. URL : <http://robbessette.com/2016/07/29/the-grading-style-of-stranger-things/>, consulté le 22 juillet 2020.

GLESS, Sarah, « The Typography of 'Stranger Things' », Nelson Cash [en ligne], publié le 27 juillet 2016, n.p. URL : <https://blog.nelsoncash.com/the-typography-of-stranger-things-e35771f40d31#.ml7110ogj>, consulté le 31 mai 2020.

HOFFMAN, Ashley, « Breaking Down the Many *Stranger Things* References You Might Have Missed », Time [en ligne], publié le 1er novembre 2017, n.p.

URL : <https://time.com/4978928/stranger-things-movie-references/>, consulté le 12 juillet 2020.

McINTYRE, Gina, *Stranger Things : Worlds Turned Upside Down : The Official Behind-The-Scenes Companion*, New York, Random House, 2018.

PERKINS, Will, « Stranger Things (2016) », Art of the Title [en ligne], publié le 9 août 2016, n.p.

URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>, consulté le 31 mai 2020.

THROWER, Throwing, « Stranger Things: The Duffer Brothers Share the Secrets of Their Hit Show », Empire [en ligne], publié le 20 juillet 2016, n.p.  
URL : <https://www.empireonline.com/movies/features/stranger-things-duffer-brothers-share-secrets-hit-show/>, consulté le 22 juillet 2020.

WETMORE Jr., Kevin J. (éd.), *Uncovering Stranger Things : Essays on Eighties Nostalgia, Cynicism and Innocence in the Series*, Jefferson, McFarland, 2018.

## Webographie

MADRIGAL, Alexis C., « Netflix-Matrix », Google Docs [en ligne], s.d.

URL : [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1m9AX-m\\_t3KFRVteH-DIIyPD2xMJcVJREfb6IBFsru1s/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1m9AX-m_t3KFRVteH-DIIyPD2xMJcVJREfb6IBFsru1s/edit#gid=0), consulté le 20 mai 2020.

RISK, Mary, « How to Use Color in Film : 50+ Examples of Movie Color Palettes », StudioBinder [en ligne], publié le 27 juillet 2020, n.p.

URL : <https://www.studiobinder.com/blog/how-to-use-color-in-film-50-examples-of-movie-color-palettes/>, consulté le 15 juillet 2020.

THEVENON, Ulysse, « References to 70-80's movies in Stranger Things », Vimeo [en ligne], 2017. URL : <https://vimeo.com/175929311>, consulté le 10 juillet 2020.

VONPATRICK, « Movies Based on 80s Nostalgia », IMDb.com [en ligne], publié le 18 septembre 2018, n.p.

URL : [https://www.imdb.com/list/ls028313521/?sort=release\\_date](https://www.imdb.com/list/ls028313521/?sort=release_date), consulté le 17 janvier 2020.

WIRED, « Every Major Stranger Things Movie Reference Explained By the Duffer Brothers | WIRED », YouTube [en ligne], publié le 25 juillet 2019.

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=qGGc1wGmgbM>.

« Algos », Dizionario Greco Antico [en ligne], s.d. URL : <https://www.grecoantico.com/>, consulté le 3 avril 2020.

« Brand Assets », Netflix [en ligne], s.d. URL : <https://brand.netflix.com/en/assets/>, consulté le 2 juin 2020.

« Bravo (American TV network) », Wikipedia [en ligne], publié le 24 mai 2020.  
URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Bravo\\_\(American\\_TV\\_network\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Bravo_(American_TV_network)), consulté le 30 mai 2020.

« CinemaScope », Wikipedia [en ligne], publié le 21 mai 2020.  
URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/CinemaScope>, consulté le 2 juin 2020.

« Dungeons & Dragons », Wikipedia [en ligne], publié le 15 juillet 2020.  
URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Dungeons\\_%26\\_Dragons](https://en.wikipedia.org/wiki/Dungeons_%26_Dragons), consulté le 15 juillet 2020.

« Les Émotions imaginaires. Une esthétique des séries télé – Table des matières », Classiques Garnier [en ligne], s.d. URL : <https://classiques-garnier.com/les-emotions-imaginaires-une-esthetique-des-series-tele-table-des-matieres.html?displaymode=full>, consulté le 27 juillet 2020.

« Me Too Mouvement », Wikipedia [en ligne], publié le 19 juillet 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Me\\_Too\\_movement](https://en.wikipedia.org/wiki/Me_Too_movement), consulté le 19 juillet 2020.

« Néon », Wikipedia [en ligne], publié le 4 juin 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/N%C3%A9on>, consulté le 22 juin 2020.

« NetFlix Streaming by Alternate Genres », Ogre's Crypt [en ligne], s.d. URL : <http://ogres-crypt.com/public/NetFlix-Streaming-Genres2.html>, consulté le 20 mai 2020.

« Nostos », Dizionario Greco Antico [en ligne], s.d. URL : <https://www.grecoantico.com/>, consulté le 13 avril 2020.

« Production values », *Collins* [dictionnaire en ligne], s.d. URL : <https://www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese/production-values>, consulté le 17 juin 2020.

« Qu'est-ce que l'étalonnage vidéo ? », Étalonnage Vidéo [en ligne], s.d. URL : <http://etalonnage-video.com/quest-ce-que-letalonnage/>, consulté le 20 juillet 2020.

« Streaming », Wikipedia [en ligne], publié le 1 avril 2020. URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Streaming>, consulté le 1<sup>er</sup> mars 2020.

« Videocassette recorder », Wikipedia [en ligne], publié le 10 mai 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Videocassette\\_recorder](https://en.wikipedia.org/wiki/Videocassette_recorder), consulté le 18 mai 2020.

« Video on demand », Wikipedia [en ligne], publié le 20 mai 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_on\\_demand#Subscription\\_models](https://en.wikipedia.org/wiki/Video_on_demand#Subscription_models), consulté le 21 mai 2020.

« Walkman® 1979-2019 », Sony.net [en ligne], s.d. URL : <https://www.sony.net/united/walkman40th/archive/#/>, consulté le 25 avril 2020.

« Web Television », Wikipedia [en ligne], publié le 28 mars 2020. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_television](https://en.wikipedia.org/wiki/Web_television), consulté le 29 mars 2020.

« What is Netflix's slogan ? », Quora [en ligne], publié le 3 mai 2018. URL : [https://www.quora.com/What-is-Netflix-s-slogan#:~:text=Their%20current%20slogan%20is%20%E2%80%9CSee,once%20\(see%20the%20next%20show\).](https://www.quora.com/What-is-Netflix-s-slogan#:~:text=Their%20current%20slogan%20is%20%E2%80%9CSee,once%20(see%20the%20next%20show).)

## Liste des figures

### Chapitre VII.a

**Fig. 1** (p. 50) : Logo de Netflix évoquant le format du CinemaScope.

Source : « Brand Assets », Netflix [en ligne], s.d. URL : <https://brand.netflix.com/en/assets/>.

**Fig. 2** (p. 52) : Exemple d'une page principale d'un compte Netflix et des suggestions qui sont organisées en rangs et colonnes.

Source : Compte personnel de Netflix.

**Fig. 3** (p. 53) : Différentes miniatures de *Stranger Things* selon les éléments de la série que l'on met en avance (l'amitié, la romance, l'horreur, etc.).

Source : Josephina Blattmann, « Netflix: Binging on the Algorithm », Medium [en ligne], publié le 2 août 2018, n.p. URL : <https://uxplanet.org/netflix-binging-on-the-algorithm-a3a74a6c1f59>.

### Chapitre VIII

**Fig. 4** (p. 66) : Diagramme des paramètres sur lesquels repose la relation esthétique de la sérialité.

Source : Stéphane Benassi, « Sérialité(s) et esthétique de la fiction télévisuelle », *Belphégor* [en ligne], n° 14, 2016, p. 13. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/770>.

### Chapitre X.a

**Fig. 5** (p. 77) : La toute première image de *Stranger Things* présente le cadre-spatiotemporel de la série.

Source : *Stranger Things*, S01E01\*.

**Fig. 6** (p. 77) : L'atmosphère à l'intérieur du Laboratoire imite celle des films d'horreur et de science-fiction très en vogue pendant les années 1980.

Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 7** (p. 78) : Début du générique de *Stranger Things*, le premier nom qui apparaît est celui de Winona Ryder.

Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 8** (p. 78) : Traits rouges luminescents contrastant avec le noir de l'arrière-fond.

Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 9** (p. 78) : Zoom arrière révélant les lettres du titre qui se mettent en place.

Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 10** (p. 80) : La typographie du titre fait référence à celle utilisée pour les romans de King et Sharman.

Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 11** (p. 80) : Couverture de *The Talisman* (1984).

Source : « *The Talisman* (King and Straub novel) », Wikipedia [en ligne], publié le 22 juin 2020, n.p. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Talisman\\_\(King\\_and\\_Straub\\_novel\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Talisman_(King_and_Straub_novel)).

**Fig. 12** (p. 80) : Couverture de *Needful Things* (1991).

Source : Will Perkins, « *Stranger Things* (2016) », Art of the Title [en ligne], publié le 9 août 2016, n.p. URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>.

**Fig. 13** (p. 80) : Couverture de *Cats* (1977).

Source : Will Perkins, « *Stranger Things* (2016) », Art of the Title [en ligne], publié le 9 août 2016, n.p. URL : <https://www.artofthetitle.com/title/glow/>.

**Fig. 14** (p. 81) : Comme pour *Stranger Things*, on voit le contour luminescent des lettres du titre de *GLOW*.

Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 15** (p. 81) : Silhouettes des catcheuses dans le générique.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 16** (p. 81) : Image de l'émission originale *Gorgeous Ladies of Wrestling*.  
Source : *GLOW : The Story of the Gorgeous Ladies of Wrestling* (Brett Whitcomb, 2012).

**Fig. 17** (p. 81) : L'art néon connaît une période de renouveau pendant les années 1980.  
Source : *GLOW*, S01E03.

**Fig. 18** (p. 82) : Les silhouettes des catcheuses dans le générique ont été retracées à partir d'images réelles.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 19** (p. 82) : Les silhouettes des catcheuses dans le générique ont été retracées à partir d'images réelles.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 20** (p. 83) : *GLOW* s'ouvre sur l'audition assez catastrophique de Ruth.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 21** (p. 83) : Seulement à partir du contre-champ le cadre temporel devient plus clair.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 22** (p. 83) : Ce plan qui est présent soit dans le générique complet soit dans le générique réduit rappelle celui du titre de *Stranger Things*.  
Source : *GLOW*, S01E02.

**Fig. 23** (p. 83) : Plan différent du générique réduit.  
Source : *GLOW*, S01E02.

**Fig. 24** (p. 83) : La similarité des contours rouges des titres des deux génériques crée une référence intertextuelle entre les deux séries.  
Source : *Stranger Things*, S01E01.

## Chapitre X.b

**Fig. 25** (p. 87) : Intérieur de la chambre de Will (*Stranger Things*).  
Source : *Stranger Things*, S01E01.

**Fig. 26** (p. 87) : Intérieur de la chambre de motel de Ruth (*GLOW*).  
Source : *GLOW*, S01E08.

**Fig. 27** (p. 88) : En plus de la mise en scène, ce plan est très chargé de nostalgie aussi dans son contenu narratif : c'est un moment très intime pour Mike qui doit se séparer de ses jouets d'enfance, tout en pensant à Eleven qui est partie (*Stranger Things*).  
Source : *Stranger Things*, S02E01.

**Fig. 28** (p. 88) : Intérieur de la chambre de motel – Debbie et Ruth parlent du premier match devant un public.  
Source : *GLOW*, S01E07.

**Fig. 29** (p. 92) : Les cheveux et les costumes utilisés pendant les matchs se réfèrent à ceux de l'émission originale et sont encore plus voyants.  
Source : *GLOW*, S02E01.

**Fig. 30** (p. 92) : Costumes et coiffures dans l'émission originale.  
Source : *GLOW : The Story of the Gorgeous Ladies of Wrestling* (Brett Whitcomb, 2012).

**Fig. 31** (p. 92) : Les looks « typiques » des années 1980 comprenaient des vêtements aux couleurs criardes, beaucoup d'accessoires et des coiffures très volumineuses.  
Source : *GLOW*, S03E09.

**Fig. 32** (p. 92) : Les looks « typiques » des années 1980 comprenaient des vêtements aux couleurs criardes, beaucoup d'accessoires et des coiffures très volumineuses.  
Source : *GLOW*, S03E01.

## *Chapitre X.c.ii*

**Fig. 33** (p. 102) : Émotions associées à la couleur rouge avec des exemples provenant de films très connus.  
Source : Mary Risk, « How to Use Color in Film : 50+ Examples of Movie Color Palettes », StudioBinder [en ligne], publié le 27 juillet 2020, n.p. URL : <https://www.studiobinder.com/blog/how-to-use-color-in-film-50-examples-of-movie-color-palettes/>.

**Fig. 34** (p. 102) : Intérieur de la maison des Wheelers, Mrs. Wheeler serre Mike dans ses bras après la découverte du corps présumé de Will.  
Source : *Stranger Things*, S01E03.

**Fig. 35** (p. 103) : Extérieur/intérieur de la maison de Hopper.  
Source : *Stranger Things*, S01E02.

**Fig. 36** (p. 103) : Jonathan et Nancy dorment ensemble après leur première visite de l'Upside Down.  
Source : *Stranger Things*, S01E06.

**Fig. 37** (p. 103) : Max bat tous les records des jeux dans l'arcade.  
Source : *Stranger Things*, S02E01.

**Fig. 38** (p. 103) : Sam écrit son nouveau scénario à la machine à écrire.  
Source : *GLOW*, S01E03.

**Fig. 39** (p. 103) : Les catcheuses regardent toutes ensemble la nouvelle du détournement du vol TWA 847 à la télévision.  
Source : *GLOW*, S01E09.

**Fig. 40** (p. 103) : Les catcheuses se préparent pour le premier enregistrement en direct.  
Source : *GLOW*, S01E10.

**Fig. 41** (p. 104) : En voyant Ruth et Debbie se disputer, Sam imagine dans sa tête un match entre les deux.  
Source : *GLOW*, S01E01.

**Fig. 42** (p. 104) : Les catcheuses prétendent d'être des anciennes droguées pour trouver les fonds pour le programme.  
Source : *GLOW*, S01E09.

**Fig. 43** (p. 104) : Ruth, Rhonda, Sam et Bash essaient de convaincre le propriétaire de Patio Town de devenir leur sponsor.  
Source : *GLOW*, S01E05.

**Fig. 44** (p. 106) : On montre l'image captée par la caméra en image fixe en imitant le résultat qu'on aurait réellement obtenu.  
Source : *Stranger Things*, S01E02.

**Fig. 45** (p. 106) : Will filme ses amis à Halloween avec la caméra de Bob.  
Source : *Stranger Things*, S02E02.

**Fig. 46** (p. 106) : Champ-contrechamp – caméra.  
Source : *Stranger Things*, S02E02.

**Fig. 47** (p. 106) : Champ-contrechamp – photo.  
Source : *Stranger Things*, S02E02.

**Fig. 48** (p. 107) : Champ-contrechamp – caméra.  
Source : *Stranger Things*, S02E02.

**Fig. 49** (p. 107) : Champ-contrechamp – photo.  
Source : *Stranger Things*, S02E02.

**Fig. 50** (p. 107) : On fait les premiers tests caméra des personnages créés par les catcheuses.  
Source : *GLOW*, S01E03.

**Fig. 51** (p. 107) : Sam observe les images des matchs en train d’être enregistrées.  
Source : *GLOW*, S02E02.

**Fig. 52** (p. 107) : Debbie casse la cheville de Ruth pendant leur match.  
Source : *GLOW*, S02E06.

**Fig. 53** (p. 107) : Champ-contrechamp montrant la caméra qui est alterné avec les images qu’elle cadre.  
Source : *GLOW*, S02E06.

**Fig. 54** (p. 108) : Logo du réseau télévisuel fictionnel qui diffuse le programme.  
Source : *GLOW*, S02E08.

**Fig. 55** (p. 108) : Séquence introductive de « l’épisode dans l’épisode ».  
Source : *GLOW*, S02E08.

**Fig. 56** (p. 108) : Générique de « l’épisode dans l’épisode » dont on a vu aussi la fabrication lors du premier épisode de la deuxième saison.  
Source : *GLOW*, S02E08.

**Fig. 57** (p. 108) : Une scène du match vue à travers la caméra des années 1980.  
Source : *GLOW*, S02E08.

**Fig. 58** (p. 108) : On « sort » du téléviseur et de l’esthétique analogique pour revenir à l’esthétique nostalgique « en haute définition ».  
Source : *GLOW*, S02E08.

\*(S = Saison, E = Épisode)