

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

VIDÉOS TIKTOK METTANT EN SCÈNE DES GRANDS-PARENTS ET LEURS PETITS-ENFANTS
ADULTES : QUELLES REPRÉSENTATIONS DU LIEN INTERGÉNÉRATIONNEL ?

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

LOUVINIA SAINTE-ROSE-FANCHINE

SEPTEMBRE 2025

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je remercie tout d'abord la Fondation de l'UQAM, qui en m'octroyant la Bourse Après-l'UQAM-Francine-David, m'a soutenue dans la dernière ligne droite de ma maîtrise.

Durant mon parcours académique et la rédaction de ce mémoire de recherche, j'ai eu le bonheur d'être entourée et conseillée par des personnes de qualité, des professeurs engagés, au premier rang desquels mon directeur de recherche, Alexandre Coutant. Cher Alexandre, tu le sais, pour la maman-solo que je suis ce retour aux études, après une carrière dans le journalisme, n'a pas été simple. Mais ton soutien, ta bienveillance et ta confiance m'ont permis d'y croire et de résister au découragement dans les moments critiques. Aujourd'hui que nous arrivons au bout de cette étape importante, je veux te remercier d'avoir accepté d'encadrer mon travail alors que tu ne savais pas grand-chose de moi. Ton professionnalisme, ta curiosité scientifique et ton ouverture au monde sont pour moi des sources quotidiennes d'inspiration. Je me réjouis de pouvoir continuer de travailler avec toi.

Je remercie également les membres de mon jury, Florence Millerand et Mélanie Millette, pour leur regard attentif et leurs remarques constructives qui ont permis de transformer ce projet en mémoire.

Ensuite, je tiens à remercier mes amis et collègues de la maîtrise, pour les marathons d'écriture, les lectures croisées et les conseils avisés : Mamoudou, Sandrine, Prince, Makhlouf, sans oublier Mideline et Cynthia, merci d'avoir fait de cette expérience un souvenir inoubliable.

Enfin, un merci à celles et ceux qui, depuis le Canada, les États-Unis, la Guyane et la Martinique, ont rendu tout cela possible. Mes fils, Leyti et Hylan, merci pour la patience et les câlins. Ma maman, Christiane, mes frère et sœur, Démaria et Séverine, ma Boule de suif, Gab, merci de croire en moi et de me soutenir à distance, par vos appels, vos prières ou votre aide financière. Mickaëlla, ma cousine-sœur, merci d'être là, d'avoir toujours été là, je n'ai pas de mot... JC, merci pour l'écoute et les encouragements. Ma Cole, merci pour ta bienveillance. Pearl et Jonathan, mes cousins de Montréal, merci pour les fous rires et l'affection. Mes sœurs Québécoises, Marie-Josée et Marie-Line, merci pour la sororité. Mes âmes sœurs en Martinique, Liline, Mumu, Sab, Cathoune et Tonton Léonce, mési anpil, anchay. Enfin, un merci particulier aux Sarments, pour leurs prières, leurs appels réguliers, leur solidarité et leur tendresse : mon Ange Michel, Poupouch, Gilou, ma Suzy d'Amour, Vivi, José, Kty, Jakline, Sandrine. À tous, du fond du cœur, MERCI.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES	vii
LISTE DES TABLEAUX	vii
RÉSUMÉ.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE	4
1.1 De la Chine au reste du monde, le vibrato de ByteDance.....	4
1.1.1 Des chiffres qui en disent long.....	5
1.1.2 Interdictions tous azimuts	7
1.2 TikTok : son design, ses usages et ses affordances	9
1.2.1 Addiction prédictive.....	9
1.2.1.1 Un design innovant	9
1.2.1.2 La faute à l’algorithme	11
1.2.1.3 La publication soutenue	13
1.2.2 Usages et appropriations	15
1.3 Des aînés TikTokeurs ou TikTokés ?	18
1.3.1 L’intergénérationnel à la lumière des TIC.....	18
1.3.2 La déprise comme moteur de l’appropriation	20
1.4 Questions de recherche	21
1.4.1 Question principale et questions complémentaires	21
1.4.2 Quelle(s) pertinence(s) ?.....	22
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....	24
2.1 Pourquoi la sociologie des usages ?.....	24
2.1.1 Définitions et origines.....	25
2.1.2 Au commencement était...L’invention du quotidien	26
2.2 Usages et appropriations	27
2.2.1 Utilisation du dispositif	28
2.2.2 Intégration significative de l’usage dans la pratique quotidienne de l’acteur	29
2.2.3 Utilisation répétée du dispositif et ouvrant à des possibilités de nouveauté dans la pratique sociale..	29
2.3 Le lien intergénérationnel.....	29

2.4	La déprise comme guide pour l'observation.....	32
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE.....		34
3.1	Observation non participante pendant plus de trois ans.....	34
3.2	Une démarche qualitative abductive.....	35
3.3	Papy et mamie en contexte numérique.....	36
3.3.1.	Description du corpus.....	36
3.3.2.	Une technique d'enquête : l'analyse de contenu.....	38
3.4	La grille d'analyse.....	40
CHAPITRE 4 ANALYSE DU CORPUS.....		42
4.1	Résultats.....	43
4.1.1	Le cas de « Valerian x Josette x Claude ».....	43
4.1.1.1	Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos ?.....	44
4.1.1.2	De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?.....	45
4.1.1.3	Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?.....	48
4.1.2	Le cas de « Mel & Fernande ».....	48
4.1.2.1	Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos ?.....	49
4.1.2.2	De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?.....	50
4.1.2.3	Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?.....	52
4.1.3	Le cas de « Miss Jacqueline ».....	54
4.1.3.1	Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos ?.....	54
4.1.3.2	De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?.....	55
4.1.3.3	Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?.....	57
4.1.4	Le cas de « dimitri_tsr ».....	58
4.1.4.1	Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos ?.....	59
4.1.4.2	De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?.....	59
4.1.4.3	Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?.....	61
4.2	Synthèse des résultats.....	62
4.2.1	Des thèmes partagés.....	62
4.2.2	Le lien intergénérationnel valorisé.....	63
4.2.3	Des formes nouvelles d'appropriation.....	63

CHAPITRE 5 DISCUSSION	65
5.1 Des habiletés partagées, une cognition distribuée	65
5.2 Une nouvelle illustration de la notion de déprise ?	67
CONCLUSION	70
ANNEXES : LA GRILLE D'ANALYSE	722
ANNEXE A : VUE GLOBALE DE LA GRILLE D'ANALYSE	723
ANNEXE B : PRÉSENTATION FRACTIONNÉE DE LA GRILLE D'ANALYSE	724
BIBLIOGRAPHIE.....	84

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Capture d'écran partielle de la grille d'analyse de « Valerian x Josette x Claude ».....	43
Figure 2. Capture d'écran d'une vidéo rémunérée de « Valerian x Josette x Claude » pour Google.....	45
Figure 3. Lien intergénérationnel, exemple de la grille de « Valerian x Josette x Claude ».....	47
Figure 4. Capture d'écran partielle de la grille d'analyse de Mel & Fernande.....	50
Figure 5. Capture d'écran de la première vidéo de Mel & Fernande.....	53
Figure 6. Capture d'écran partielle de la grille de Miss Jacqueline.....	55
Figure 7. Capture d'écran d'une vidéo de Miss Jacqueline.....	57
Figure 8. Capture d'écran partielle du compte de « dimitri_tsr ».....	58
Figure 9. Capture d'écran d'une vidéo de « dimitri_tsr ».....	61

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Compte TikTok « Valerian x Josette x Claude »	37
Tableau 2. Compte TikTok « Mel & Fernande ».....	37
Tableau 3. Compte TikTok « Miss Jacqueline ».....	38
Tableau 4. Compte TikTok « dimitri_tsr ».....	38

RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur le lien intergénérationnel visible dans les vidéos TikTok francophones mettant en scène des aînés grands-parents et leurs petits-enfants adultes. Il s'agit là d'un public non-prévu, analysé à partir d'un usage également non-prévu : des mises en scènes inspirées de l'histoire personnelle voire intime des familles ou au contraire totalement fantasques. Ce mémoire montre que le lien intergénérationnel s'épanouit sur la plateforme et que les grands-parents TikTokeurs développent des formes d'appropriation du dispositif sociotechnique. Il révèle également que TikTok peut devenir un support de socialisation pour ces aînés. Inscrite dans le courant théorique de la sociologie des usages, cette enquête s'articule autour des concepts d'usages, d'appropriation et de lien intergénérationnel. Pour notre devis méthodologique, nous avons retenu une démarche qualitative abductive. Elle s'est développée à partir de l'analyse de contenu des vidéos TikTok sélectionnées et d'une observation flottante de la plateforme de plus de trois ans.

Mots clés : TikTok, usages, public non-prévu, lien intergénérationnel, appropriation, autonomie, cognition distribuée, déprise, socialisation.

ABSTRACT

This thesis focuses on the intergenerational bond visible in French-language TikTok videos featuring elderly grandparents and their adult grandchildren. This unexpected audience is analysed on the basis of an equally unexpected use: scenes inspired by the families' personal or even intimate history or, on the contrary, totally fantastical. This thesis shows that intergenerational ties flourish on the platform and that grandparent TikTokers develop forms of appropriation of the socio-technical device. It also shows that TikTok can become a means of socialisation for these elders. Embedded in the theoretical current of sociology of use, this research is articulated around the concepts of use, appropriation and intergenerational relations. Its methodological approach is qualitative and abductive. It is based on a content analysis of selected TikTok videos and a floating observation of the platform over three years.

Keywords : TikTok, uses, unintended audience, intergenerational link, appropriation, autonomy, distributed cognition, disengagement, socialisation.

INTRODUCTION

En écho à l'interrogation de Vincent Caradec, dans son article consacré au vieillissement et à l'usage des technologies (Caradec, 1999) - « Les personnes âgées peuvent-elles s'adapter aux évolutions technologiques ? » - nous nous sommes demandés si les personnes âgées peuvent s'adapter aux médias sociaux et singulièrement à TikTok. Issue de l'observation que nous avons pu faire de 2020 à 2024, révélant que les aînés sont bien présents sur cette plateforme et ont des choses à dire et à (dé)montrer, cette question en appelle plusieurs autres. Qui sont ces aînés ? Répondent-ils aux « découpages usuels » de la sociologie des âges et des générations (Mauger, 2015) ? Leur présence sur ce média social récent suggère-t-elle des trajectoires similaires ? Que signifie ou raconte cette présence ? Autant d'interrogations qui affleurent immédiatement à l'esprit. Mais, pour intéressantes qu'elles soient, ces questions appellent des réponses d'un niveau de généralité dépassant le cadre de notre travail. Soucieuse de ne pas verser dans une généralisation hasardeuse des *personnes âgées*, nous avons choisi de creuser ce questionnement en envisageant ce public à travers le « prisme des parcours de vie ».

L'un des principaux apports de [la sociologie des parcours] est d'éclairer ces processus de changements individuels au cours de la vie, et de souligner l'empreinte des normes d'autonomie, de mobilité et de réalisation de soi sur la conduite des existences. L'autonomie devient un prisme de lecture des parcours, que ce soit sous l'angle de sa conquête au moment de la jeunesse, ou de sa préservation au grand âge... (Van de Velde, 2015, p.25)

Cette définition convient parfaitement au groupe spécifique sur lequel nous nous sommes penchés : celui formé par les grands-parents et leurs petits-enfants adultes, tel que représenté dans les vidéos publiées sur TikTok. L'intérêt pour nous était de voir notamment si cette présence contribue à la préservation d'une autonomie ou encore si elle traduit et/ou induit des formes d'appropriation de la plateforme.

Pourquoi TikTok et pas un autre média social ? Plusieurs raisons motivent ce choix. En 2017, lorsque l'application TikTok est lancée à l'international, le succès est immédiat. Particulièrement auprès du public cible, les adolescents. Appartenant à une génération plus proche des baby-boomers qu'à la génération Z ou Alpha, nous avons d'abord regardé la plateforme avec une certaine méfiance, voire même une forme de dédain, tant elle nous paraissait aussi chronophage qu'abrutissante. Mais -comme nombre d'entre nous-, durant la pandémie de Covid-19 et plus spécifiquement pendant les confinements qui ont essaimé un peu partout sur la planète en 2020, nous nous sommes retrouvés à dérouler le fil de ce média social... pendant des heures, commençant même à suivre certains TikTokers, curieux de leurs

dernières vidéos, des *challenges* proposés et des *trends* de danse apparaissant au gré des inspirations. Un temps qui in fine ne sera pas perdu, puisqu'il nous aura permis d'identifier un objet inattendu dans cet espace et qui est devenu notre objet de recherche.

Plateforme de partage de vidéos courtes, souvent parodiques et humoristiques, destinées principalement aux moins de 30 ans¹, TikTok connaît un succès fulgurant dans le monde, fin 2017, un an seulement après son lancement en Chine, sous le nom de Douyin. Le média socionumérique atteint en trois ans le milliard d'utilisateurs, quand Instagram a mis huit années et Facebook plus de dix pour parvenir à ce résultat (TikTok Report, 2022).

Mais ce qui retient très vite notre attention, c'est qu'à côté du public cible, nous notons la présence de publics non-prévus, ayant des usages également non-prévus de la plateforme. Certes « les risques sont grands quand il s'agit de dresser le portrait d'un public particulier car l'hétérogénéité semble le trait dominant de nombreux publics : il ne suffit pas d'assister à la sortie d'un stade pour pouvoir dire quelque chose de général sur le public d'un match » (Esquenazi, 2009, p.3). Dans le cas qui nous occupe, le public cible de TikTok est connu : d'une part, il a moins de 30 ans et, d'autre part, il crée du contenu divertissant. Pourtant, plusieurs études soulignent déjà la politisation de TikTok. En effet, des usages plus politiques et engagés (féministes, anti-racistes, inclusifs) y ont fait leur apparition assez rapidement (Allard, 2021). Les groupes concernés l'utilisent comme une tribune, pour porter leurs revendications ou défendre leurs opinions. « La période de pandémie de la Covid-19 laisse observer une politisation globale des usages de cette application et lui confère également le statut d'une scène où se performe un certain agir *protestataire contemporain*, de corps à chœurs » (Allard, 2021, p.70). La présence des usagers aînés, grands-parents, sur la plateforme est-elle portée par les mêmes aspirations ? Le terrain nous a offert de précieux éléments de réponse. Cependant, ces usagers illustrent bien que « les publics se situent au confluent du réel et de l'imaginaire » (Esquenazi, 2009, p.82), quelque part entre « des publics imaginés (ciblés et donc prévus) et les publics concrets (non-prévus) » (ibid, p.82). Nous avons ainsi relevé que les aînés sont de plus en plus nombreux à faire de la plateforme leur terrain de jeu et suscitent en retour une certaine hostilité de la part des plus jeunes (Ng & Indran, 2022). Un rejet que l'on peut identifier dans les publications portées par les mots-clés #boomers ou #babyboomers. Pourtant, au moment de notre enquête, peu d'études -deux pour l'essentiel (Nouwen et Duflos, 2022 ; Guzman et al., 2022)- s'intéressent

¹ 35% des utilisateurs de TikTok ont entre 19 et 29 ans (TikTok Report, 2022).

à la plateforme en tant que vecteur ou support de lien intergénérationnel entre grands-parents et petits-enfants adultes. Un manque que nous avons souhaité combler, avec cette recherche.

L'objectif de notre recherche est de comprendre comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent le lien intergénérationnel. La plateforme permet-elle d'approcher autrement ce lien ? Et, dans l'affirmative, cela suggère-t-il que ce dispositif sociotechnique, au-delà de son appropriation, contribue à favoriser le maintien, le développement voire l'éclosion d'une relation riche entre des générations éloignées d'une même famille ? Pour y répondre, nous avons organisé notre mémoire en cinq chapitres.

Une première partie, dédiée à notre problématique, nous a amenés à formuler et justifier la question de recherche suivante : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? ». Le second chapitre développe notre cadre théorique, qui s'articule autour d'un courant théorique principal, la sociologie des usages, de son concept central, l'appropriation et du concept de lien intergénérationnel. Au chapitre trois, notre devis méthodologique détaille l'approche qualitative retenue pour cette recherche, ainsi que la technique d'enquête choisie, l'analyse de contenu. La présentation de nos résultats fait l'objet du chapitre quatre, avant de laisser place à la discussion dans le cinquième et dernier chapitre.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE

2020-12-22. La France émerge de son deuxième confinement². Sur TikTok, Valérian, 24 ans, et Josette, sa grand-mère, 85 ans, discutent de leur dernière vidéo. Le sujet : le nombre de vues enregistrées par celle-ci. Derrière son masque chirurgical, Josette essaie de deviner ce chiffre à peine croyable, sous les encouragements de son petits-fils. Elle commence par un timide 10, poursuit crescendo, et n'en revient pas d'entendre son petit-fils lui répondre « beaucoup plus ! », alors qu'elle vient de suggérer 100 000 vues... « Ha... Mais ils sont fous ! ». Une surprise non feinte qui fait sourire Valérian et qui va encore augmenter lorsque Josette reçoit la bonne réponse : 4,6 millions de vues (cumulées entre TikTok et Instagram). Et, pour la petite histoire, cette vidéo du 22 décembre va engranger pour sa part 1,1 M de vues, plus de 210 000 mentions « J'aime », 2500 enregistrements, 474 commentaires et 107 partages...

Cette famille -au sein de laquelle figure aussi Claude, le grand-père, 88 ans, est indéniablement l'une de celles qui nous ont emmenés à nous interroger sur les usages de TikTok qu'en ont ses différents publics. Et plus spécifiquement à nous intéresser à la question des appropriations, par le public des aînés grands-parents. Nous développons quatre points dans ce chapitre. Le premier nous permet de présenter TikTok, à partir d'un bref historique et des chiffres clés de sa croissance. Le second aborde le design de la plateforme, ses usages et ses affordances³, en s'appuyant sur la littérature, tandis que le troisième fait le lien entre les usages numériques et les aînés. Enfin, le point 4 renvoie à notre question de recherche principale et aux questions complémentaires qu'elle soulève.

1.1 De la Chine au reste du monde, le vibrato de ByteDance

« Inspire Creativity, Enrich Life »... Ce slogan, qui traduit l'ambition de l'entreprise chinoise ByteDance, pourrait aussi s'appliquer au fleuron de l'entreprise de nouvelles technologies : TikTok. Fondée en 2012,

² Durant la pandémie de Covid-19, la France a connu trois périodes de confinement : du 17 mars au 11 mai 2020, du 30 octobre au 15 décembre 2020 et du 03 avril au 03 mai 2021.

³ Le terme est ici employé comme un « anglicisme qui renvoie aux propriétés intrinsèques d'un objet, ici numérique, [les affordances permettent] de faciliter son usage par les internautes. Les choix de design doivent garantir la meilleure affordance possible pour que l'utilisateur comprenne sans explication comment utiliser un bouton ou un champ de texte sur un site Web. Le fait par exemple de souligner les liens cliquables dans un texte digital améliore leur affordance » (Pelet, J.-É. Et Lucas-Boursier, J., 2017, p.223).

par le duo Yiming Zhang et Rubo Liang⁴, ByteDance investit le champ de l'Internet mobile, via les applications qu'elle développe, et s'empare du marché de la distribution de contenus, avec déjà ce souci de l'apprentissage automatique des algorithmes qu'elle crée. Elle connaît un premier succès avec la plateforme d'actualités Toutiao, système de recommandation lancé en août 2012. Puis, c'est le jackpot en 2016, avec le lancement de Douyin -littéralement vibrato ou note vibrante- une plateforme de vidéos courtes destinée uniquement au marché chinois. En moins d'un an, l'application comptabilise 100 millions d'utilisateurs⁵ et enregistre fin 2022 quelque 730 millions d'utilisateurs. Douyin constitue d'une certaine manière un prototype de TikTok, l'application qui sera lancée un an plus tard en dehors des frontières chinoises. Séduisant d'abord les pays d'Asie du Sud-Est, TikTok va ensuite conquérir le reste du monde, d'autant plus aisément que ByteDance, qui a racheté Musical.ly (concurrent de Tiktok) la même année, décide de fusionner les deux plateformes en 2018, pour se lancer dans cette conquête de l'Occident. Une stratégie qui sera payante.

En effet, le succès est immédiat. Les jeunes, des adolescents aux jeunes adultes, plébiscitent le média socionumérique et, très vite, TikTok passe du statut de petit nouveau dans la famille des médias socionumériques à celui beaucoup plus enviable et envié de média préféré de ces publics.

1.1.1 Des chiffres qui en disent long

Dédié avant tout au divertissement, TikTok atteint sa cible et se taille une jolie part du gâteau socionumérique⁶, puisque 35% des 1,2 milliard d'utilisateurs actifs par mois en 2021 ont entre 19 et 29 ans. Certes, encore loin des mastodontes que sont Instagram ou Facebook -respectivement plus de 2 milliards et près de 3 milliards d'utilisateurs actifs par mois en 2021- la plateforme a néanmoins définitivement renvoyé Snapchat et ses 310 millions d'utilisateurs mensuels dans les cordes. Mais surtout, elle a connu une croissance très rapide : de l'ordre de +45% entre 2020 et 2021.

Autre indicateur très intéressant à observer : le taux d'engagement de la plateforme numérique. Cet outil qui permet de mesurer le nombre d'interactions qu'un contenu, une campagne ou même un compte peuvent générer, est sans doute le plus pertinent aux yeux des annonceurs.

⁴ <https://www.bytedance.com>

⁵ « TikTok : The story of a social media giant », 2020-08-05, by Joe Tidy & Sophia Smith Galer, BBC News. <https://bbc.com/news/technology-53640724>

⁶ TikTok Report, *op.cit.*

When it comes to social media analytics, follower growth is important, but it doesn't mean a lot if your audience doesn't care about the content you post. You need comments, shares, likes and other actions that prove your content is resonating with the people who see it (Hootsuite, 2022)⁷.

Ce taux d'engagement est considéré comme bon, s'il est compris entre 1 et 5%. Dans le cas de TikTok, il est de 9,4% pour les comptes de moins de 1000 utilisateurs et de 5,3% pour les plus de 100 000 utilisateurs (Hootsuite, 2022). Ce qui place ce média socionumérique loin au-dessus de « X » (Twitter) et d'Instagram. «TikTok's engagement rate is far better on several metrics than other social media apps. Because of this, some see it as the next major platform for advertising and influencer agencies » (TikTok Report, 2022)⁸. Une croissance qui s'est faite à la faveur de la pandémie de Covid-19 et des confinements successifs qu'elle a engendrés -TikTok est l'application la plus téléchargée en 2020, avec 315 millions de téléchargements en un trimestre (ibid), mais qui ne s'est pas infléchi depuis la sortie de crise. Ce qui renforce l'intérêt de la recherche pour ce média socionumérique, pensé pour un public jeune, et même très jeune, à la recherche de divertissement mais pas seulement.

Sur cette même période, nous notons qu'en France le nombre d'utilisateurs mensuels de TikTok est passé de 2,6 millions en 2018 à 15,2 millions en 2021. Un chiffre qui a donc été multiplié quasiment par 6 en trois ans, en partie du fait de la pandémie de Covid-19. Au Québec, l'agence de publicité PUBinteractive⁹, spécialisée dans le marketing numérique, fait état de 1 888 000 utilisateurs mensuels de la plateforme en septembre 2021¹⁰, majoritairement jeunes (47,5% ont entre 18 et 24 ans), femmes (55,6%) et anglophones (65%).

⁷ En matière d'analyse des médias sociaux, la croissance du nombre de followers est importante, mais elle ne signifie pas grand-chose si votre public ne s'intéresse pas au contenu que vous publiez. Vous avez besoin de commentaires, de partages, de likes et d'autres actions qui prouvent que votre contenu trouve un écho auprès des personnes qui le voient. (Hootsuit, 2022). *Traduction libre*.

⁸ Le taux d'engagement de TikTok est bien meilleur que celui des autres applications de médias sociaux. C'est pourquoi certains la considèrent comme la prochaine grande plateforme pour les agences de publicité et d'influence. (TikTok Report, 2022). *Traduction libre*.

⁹ <https://pubinteractive.ca/blogue/tiktok-portee-et-profil-socio-demographique-au-quebec-et-au-canada-septembre-2021/>

¹⁰ Sur une population de 8 604 500 habitants, au 1^{er} juillet 2021 (institut de la statistique du Québec, <https://statistique.quebec.ca/fr/communiqué/population-du-quebec-important-ralentissement-croissance-2020-mais-reprise-en-2021>). Soit un nombre d'utilisateurs mensuels équivalent à un cinquième de la population de la province.

1.1.2 Interdictions tous azimuts

Le succès de TikTok a suscité l'inquiétude des autorités de plusieurs pays, quant à la sécurité des données collectées par la plateforme. Le premier d'entre eux fut l'Inde. Le Pakistan suivit de près. Cependant, dans ce cas, la raison invoquée n'a pas été la sécurité mais l'« immoralité » du média socionumérique. La Pakistan Telecommunication Authority (instance régulatrice des télécommunications) a d'abord adressé des avertissements à la plateforme pour des contenus jugés « indécents et immoraux », avant de prononcer finalement son bannissement en octobre 2020. Aux États-Unis, la première administration Trump, a également banni TikTok. Mais ensuite, le président Biden est quelque peu revenu sur cette interdiction.

[Considérant] TikTok comme un cheval de Troie contemporain, permettant à ByteDance, la maison mère de TikTok basée en Chine, d'accéder aux données privées de citoyens américains (...) Donald Trump avait émis des décrets bannissant le téléchargement de TikTok sur les plateformes de vente d'applications américaines, décrets dont les effets étaient temporisés par des contestations en justice de la part de ByteDance. Joe Biden a révoqué les décrets en question mais a commandé une investigation concernant les menaces que l'application poserait à la sécurité américaine. (Granados, 2022, p.61)

La saga américaine de TikTok ne s'arrête pas là. En mars 2024, le Congrès vote une loi dont l'objectif est de contraindre ByteDance (la maison mère de TikTok) à vendre le volet américain de l'application au risque sinon de voir celle-ci interdite sur le territoire. Entrée en application en janvier 2025, cette loi ne sera observée que quelques heures. En effet, à peine son deuxième mandat commencé, Donald Trump signe un décret qui suspend de 75 jours l'application de la loi. Ce sursis accordé à la plateforme visait à obtenir de ByteDance l'octroi aux États-Unis de 50% du capital de TikTok en contrepartie de son maintien. Après d'âpres négociations, un accord semblait être trouvé en avril 2025, mais l'annonce des droits de douane que le président américain entend imposer à ses partenaires commerciaux, dont la Chine, a bloqué sa signature. Au mois de juin 2025, Donald Trump signe un nouveau décret et accorde cette fois un sursis de 90 jours à TikTok. Les parties impliquées ont désormais jusqu'au 17 septembre 2025 pour s'accorder.

Dans d'autres régions du monde, comme l'Australie, l'Europe et le Canada notamment, on a vu apparaître des interdictions pour les employés gouvernementaux de télécharger l'application sur leurs téléphones professionnels. Des interdictions fondées sur les mêmes inquiétudes sécuritaires. Certaines grandes entreprises (publiques notamment) ne sont pas en reste. La BBC a ainsi demandé à ses équipes de ne pas installer TikTok sur leurs mobiles professionnels et les a invitées à supprimer l'application si elle était déjà installée.

Le 15 mai 2025, dans une conclusion préliminaire, la Commission européenne a dénoncé le non-respect par TikTok de ses obligations de transparence en matière de publicité. Le règlement européen sur les services numériques (DSA-Digital Services Act) prévoit des sanctions lorsque les plateformes violent leurs obligations, pouvant aller de l’amende au bannissement du marché européen. La conclusion préliminaire de la Commission européenne n’a pas valeur de décision, seul le Conseil de l’UE peut prononcer des sanctions.

En France, des voix ont réclamé davantage de sévérité. Ainsi, une commission d’enquête sénatoriale de quatre mois, dont les conclusions ont été rendues publiques le 6 juillet 2023¹¹, s’est penchée sur « l’utilisation du réseau social TikTok, son exploitation des données et sa stratégie d’influence ». Le titre de son rapport de conclusions en dit long sur l’inquiétude que suscite la plateforme dans les rangs des parlementaires français : « La tactique TikTok, opacité, addictions et ombres chinoises ». Les sénateurs s’inquiètent des liens qu’entretient la plateforme (via sa maison mère ByteDance) avec le Parti Communiste Chinois, ainsi que de la collecte massive des données personnelles des utilisateurs. Ils recommandent que TikTok soit suspendue en France « pour des raisons de sécurité nationale » et que son utilisation soit bloquée à l’ensemble des Français, à partir du 1^{er} janvier 2024... Ces recommandation’ n’ont pas été suivies d’effets, pour la population générale ; en revanche, comme dans les autres pays européens, l’application est interdite sur les téléphones professionnels des fonctionnaires. Le 13 mars 2025, une nouvelle commission d’enquête parlementaire est créée, cette fois par l’Assemblée Nationale¹², et porte sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs. Le rapport de cette commission sera analysé le 4 septembre 2025. Le lien entre l’usage de TikTok et la santé mentale des jeunes usagers est une préoccupation européenne. Le 3 juin 2025, sous la pression des pays de l’UE, le mot-clic #SkinnyTok (qui valorise l’extrême maigreur) a été banni de la plateforme. Mais, cela ne signifie pas que les contenus ciblés aient disparu de celle-ci, car d’autres mots-clés ont fait leur apparition pour contourner l’interdiction.

¹¹ [Commission d’enquête « Influence TikTok »](#)

¹² <https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/organes/autres-commissions/commissions-enquete/tiktok>

1.2 Tik ok : son design, ses usages et ses affordances

1.2.1 Addiction prédictive

Dans cette partie, nous présentons le design de TikTok, ses affordances et son algorithme. Car, ces différents paramètres entrent dans la compréhension du phénomène TikTok et singulièrement dans l'engouement que suscite la plateforme.

1.2.1.1 Un design innovant

Outre le fait de pouvoir aimer/partager/conservier/republier des vidéos, commenter celles-ci ou suivre autant de comptes que l'on souhaite -fonctionnalités qui ne différencient guère TikTok de ses concurrentes- la plateforme s'est tout de suite démarquée par le format de ses vidéos. Filmées verticalement et d'une durée allant de 15 à 60 secondes (mais le paramétrage peut être modifié pour permettre la réalisation de vidéos de 3 minutes, voire de 10 minutes en téléversement), ces vidéos peuvent être enchaînées rapidement au gré de la vitesse de déroulement de l'utilisateur. Mais le succès vient surtout des outils d'édition mis à la disposition des utilisateurs-créateurs : caméra intégrée à l'application, montage intégré, possibilité de modifier la vitesse de sa vidéo, ajout de filtres, de textes ou de sons...¹³ « L'application se présente comme un "prêt à créer mobile" en permettant de composer de courtes boucles vidéo en format vertical de quinze à soixante secondes (et davantage en téléversement), grâce à des outils de prise de vue et de montage intégrés » (Allard, 2021, p.70). *Prêt à créer mobile*, l'expression n'est pas trop forte, elle résume au contraire une fonctionnalité très appréciée des utilisateurs-TikTokeurs, qui n'ont pas besoin de connaissances préalables ou avérées en montage vidéo pour poster leurs premières « productions ». Est-ce à dire que cet usage facilité transforme n'importe quel utilisateur en créateur de contenus ? Il peut expliquer en tout cas comment TikTok a séduit des centaines de millions de personnes en un temps record.

Dans une publication récente, l'artiste Carl Amiard -qui affirme d'emblée que « TikTok a changé [sa] vie »- souligne que « cette dualité consommateur-producteur constitue l'une des particularités de la plateforme » (Amiard, 2023). En effet, aucun média socionumérique n'avait jusque-là prémâché ainsi le travail de montage aux créateurs de contenus. Pas même YouTube.

Certains pourront dire que cette démocratisation des moyens de production d'une vidéo était déjà présente grâce à YouTube. Cependant, il existe une différence entre ce que propose

¹³ <https://blog.hubspot.fr/marketing/tiktok-vs-reels>

TikTok aujourd'hui et ce que proposait YouTube il y a 10 ans. À cette époque, on entendait dire que n'importe qui pouvait devenir connu sur Internet. Il suffisait juste de filmer et de monter ses vidéos soi-même. Mais filmer et monter ses vidéos soi-même, c'est loin d'être anodin. Le fait d'acheter une caméra et d'apprendre un logiciel de montage traduit un intérêt préalable fort pour la création de vidéo. Le succès sur YouTube était donc réservé à celles et ceux qui avaient l'envie de créer des vidéos. Aujourd'hui, sur TikTok, c'est différent. N'importe qui (vraiment, n'importe qui) peut décider de poster 15 secondes de sa vie, et atteindre le million de vues (Amiard, 2023, p.164).

Un enthousiasme que nous ne partageons pas complètement. Certes, le montage est grandement facilité, comme nous l'avons souligné, et n'importe qui en effet peut poster à peu près n'importe quoi. Les exemples sont légion. Et, comme nous le démontrons dans ce travail, ce design contribue aussi à l'intérêt des grands-parents TikTokeurs pour la plateforme. Car, même lorsqu'ils ne sont pas familiers du téléphone intelligent et ne se situent donc pas derrière la caméra, la rapidité d'exécution a de quoi les séduire : aussitôt enregistrées, aussitôt postées et potentiellement aussitôt appréciées, les vidéos TikTok leur offrent une récompense immédiate. Notre intuition est qu'à ce moment de leur parcours de vie, cette immédiateté n'est pas négligeable et participe aussi du plaisir (anticipé) qu'ils semblent avoir à se mettre en scène dans ces courtes vidéos. Cependant, versatiles et imprévisibles, les publics TikTokeurs délaissent rapidement les comptes aux contenus de qualité médiocre. Aussi, pour briller et espérer transformer ses exploits ou talents cachés en dernière tendance de la plateforme, il faut y consacrer du temps et faire montre d'une certaine créativité.

Cette facilité dans l'exécution est d'autant plus grande que TikTok propose également des sons -extraits musicaux ou de fictions, de spectacles et même de vidéos postées par d'autres utilisateurs- pour habiller les nouvelles créations. Ces sons préexistants constituent une caractéristique de la plateforme et sont à l'origine de nombreux *trends*¹⁴, puisque le succès d'une vidéo soutenue par un son spécifique va provoquer la production de vidéos avec le même son. Les fameux *challenges*, si spécifiques à ce média socionumérique (Zulli et Zulli, 2022), créent une certaine complicité entre TikTokeurs. Une complicité stimulée par certaines fonctionnalités de la plateforme. La fonction Duo, par exemple, permet à un TikTokeur d'enregistrer sa vidéo en y incluant celle d'un autre « créateur TikTok ». L'écran est alors divisé en deux et l'auteur du duo réagit à la seconde vidéo. Très populaires, les Duos permettent à leurs auteurs d'encourager une publication ou au contraire de la démolir, et dans tous les cas d'établir une connexion

¹⁴ Le *trend* sur TikTok constitue la tendance la plus populaire du moment (chorégraphie, son, synchronisation labiale...). Pour l'essentiel, nous choisissons de conserver pour ce travail le vocabulaire privilégié sur et par TikTok.

avec le vis-à-vis. Un phénomène autophage en quelque sorte, dans la mesure où le succès d'un son (*trend* ou *challenge*) peut contribuer à celui des vidéos créées à partir de ce son, qui vont elles-mêmes faire le succès du son... dans une boucle virale qui durera jusqu'à l'émergence du prochain *trend*. Plus encore, pour Zulli et Zulli, ces fonctionnalités indiquent que TikTok peut être lu comme un texte mimétique en soi : « Nous avons observé que l'imitation et la répliation -les forces motrices de la mimesis- sont latentes dans la conception de la plateforme TikTok » (Zulli et Zulli, 2022, p.1876). En encourageant l'imitation et la répliation, poursuivent les chercheurs, la plateforme fait émerger des « publics d'imitation (...) dont la connectivité est constituée par le rituel partagé » (ibid, p. 1882). Lequel va permettre à la fois -et c'est là le tour de force- de constituer un public en connectant les personnes qui partagent la *trend* et de répandre celle-ci (ibid).

Carl Amiard, dont les intérêts de recherche concernent aussi bien la musique que l'image, souligne dans son article (2023) une autre caractéristique intéressante du design de la plateforme : « l'esthétique TikTok » tient aussi en cette « promesse du vrai » que fait implicitement la plateforme.

[Cette] esthétique du fait-maison accentue également l'effet de proximité que chaque utilisateur·rice entretient avec la célébrité. Si la vidéo de cet·te inconnu·e a marché aujourd'hui, ce pourrait très bien être la mienne demain. Le succès paraît être à portée de tou·tes (Amiard, 2023, p.166).

Un potentiel de viralité orchestré par l'algorithme de TikTok. Qualifié de puissant et d'addictif, cet algorithme suscite déjà l'intérêt de plusieurs chercheurs. « Si TikTok a décidé de miser sur la vidéo, ce n'est pas pour rien. Elle tire de la viralité des vidéos sa valeur ajoutée » (Ebongué, 2021, p.54).

1.2.1.2 La faute à l'algorithme

Pourquoi et comment ça marche ? De manière tout à fait exploratoire, nous dirions qu'il suffit d'ouvrir l'application pour se laisser happer par celle-ci ou plutôt par le flux incessant des vidéos proposées. En effet, même sans avoir de compte TikTok, l'utilisateur de la plateforme (ou le simple curieux) se voit proposer une première vidéo par l'algorithme, puis déroule pour en voir une deuxième, et en quelques minutes à peine -en tenant compte des vidéos aimées et/ou partagées, du temps passé sur chaque vidéo ou des éventuels commentaires- l'algorithme établit un profil et présente des vidéos adaptées au nouvel utilisateur. Plus encore, dès la page d'accueil et dès la première utilisation, le fil « Pour toi » ou « For you page/FYP » renforce cette impression de visionnement sur mesure. C'est ce qui en fait la « révolution TikTok », pour Carl Amiard (20 3) : « Toutes ces actions se font sans que j'aie besoin d'effectuer la moindre

recherche. L'algorithme se charge de tout. C'est là que la révolution TikTok se situe ». Selon l'artiste-chercheur, TikTok signe même « la fin de la fonctionnalité recherche ». Les vidéos sont proposées à l'utilisateur-TikTok, tant qu'il déroule le fil de celles-ci, sans qu'il soit nécessaire de les rechercher. Un effet accentué par le fait que ça ne s'arrête jamais ! Le flux de vidéos est continu, ininterrompu, incessant... Seule solution pour sortir de la boucle : quitter l'application.

À l'instar de *Cinematch*, l'algorithme de Netflix, et son système de recommandation (Silva Mota Drumond, 2016), TikTok va sélectionner, filtrer les contenus puis faire des recommandations à l'utilisateur en fonction de son propre usage de la plateforme.

En s'interrogeant sur ce dont « rêvent les algorithmes », Cardon (2015), commence par les définir.

Ce terme d'informatique a une signification bien plus large qu'on ne le croit. Comme la recette de cuisine, un algorithme est une série d'instructions permettant d'obtenir un résultat. À très grande vitesse, il opère un ensemble de calculs à partir de gigantesques masses de données (les « big data »). Il hiérarchise l'information, devine ce qui nous intéresse, sélectionne les biens que nous préférons et s'efforce de nous suppléer dans de nombreuses tâches. Nous fabriquons ces calculateurs, mais en retour ils nous construisent. (Cardon, 2015, p.7)

Aux quatre familles de calculs¹⁵ qu'identifie le sociologue correspondent quatre principes qui gouvernent l'algorithme : la popularité, l'autorité, la réputation et la prédiction. Les algorithmes de Netflix et TikTok répondent au principe de prédiction, car à partir de l'activité de l'utilisateur, ils vont pouvoir le suivre à la trace et dès lors l'orienter dans les directions qu'il prend et les choix qu'il opère. Cette dernière famille de calcul numérique se situe en dessous du Web, selon Cardon (2015, p.33). D'où elle peut « enregistrer le plus discrètement possible les traces que font les internautes ». Une technique qui se caractérise par l'apprentissage automatique de la machine et qui, en ce sens, représente un intérêt évident pour les plateformes autant qu'une source de réflexion pour la société.

L'algorithme *apprend* en comparant un profil à ceux d'autres internautes qui ont effectué la même action que lui. De façon probabiliste, il soupçonne qu'une personne pourrait faire telle ou telle chose qu'elle n'a pas encore faite, parce que celles qui lui ressemblent l'ont, elles, déjà faite. Le futur de l'internaute est prédit par le passé de ceux qui lui ressemblent (...) Il s'agit désormais de calculer le profil de l'utilisateur à partir des traces de ses activités, en

¹⁵ « De façon métaphorique, on identifiera ces quatre familles en fonction de la place qu'occupe le calculateur par rapport au monde qu'il entend décrire. Les mesures peuvent se trouver à côté, au-dessus, dans ou en dessous des données numériques », explique Dominique Cardon (*op.cit.p.17*).

développant des techniques d'enregistrement qui collent au plus près de ses gestes (Cardon, 2015, p.34).

Plus il y a de traces, donc de données, plus les prédictions s'affinent. Ce qui fait dire à Cardon que le jugement humain est disqualifié par les promoteurs des big data. Ainsi, en lien avec notre objet de recherche, plus nous passons du temps sur les vidéos proposées par les binômes grands-parents/petits-enfants (sans même aller jusqu'à aimer ou commenter), plus nous en recevons dans notre fil *Pour toi*, en d'autres termes plus l'algorithme nous en présente. Notre profil ainsi établi permet par ailleurs aux créateurs de contenus de s'adapter. En s'appuyant sur les statistiques des vidéos (fournies par la plateforme) et en se fondant sur leur viralité ou leur confidentialité, ce qui marche est répété, copié, multiplié, repris jusqu'à saturation de la tendance. Une manne pour les spécialistes du marketing de contenus, qui peuvent s'inspirer de ces vidéos ou plus simplement les utiliser pour promouvoir leurs produits. Ainsi, il n'est pas rare de voir les mises en scènes naïves de nos aînés TikTokeurs se transformer au gré de leur notoriété en prétextes pour du placement de produits ou véritables publicités...

Ben Thompson, analyste de la technologie, cité par Rob Horning (2022, p.79), utilise une formule qui résume bien le fonctionnement de l'algorithme de Tik ok : « En fin de compte, votre feed "For you" est alimenté par votre propre feedback ». Une utilisation passive donc, qui conduit à cette « personnalisation passive » que dénonce Wei Eugène, autre spécialiste des technologies, également cité par Horning.

« La beauté de la chose, c'est que l'algorithme de TikTok est si efficace que son graphe d'intérêt (la base de données permettant de dire quels utilisateurs sont intéressés par quoi) peut être mis en place sans imposer de charge significative à l'utilisateur. Il s'agit de personnalisation passive, d'apprentissage par la consommation. Parce que les vidéos sont particulièrement courtes, le volume de données d'entraînement fournies par un utilisateur par unité de temps est élevé. Et parce que les vidéos sont amusantes, ce processus d'entraînement semble naturel et même plaisant à l'utilisateur. » (Horning, 2022, p.82)

1.2.1.3 La publication soutenue

Les utilisateurs qui souhaitent avoir de la visibilité, se créer une audience, multiplier leurs nombres d'abonnés, et *in fine* rentabiliser leurs comptes (grâce aux partenariats possibles avec les marques

notamment), doivent impérativement faire preuve de créativité et de constance dans la publication de leurs vidéos.

TikTok privilégie [au contraire d'Instagram] la présence à l'écran, la performance et les micro-récits. L'originalité n'est pas une priorité. Les vidéos qui lancent des tendances sont souvent dépassées par celles d'autres utilisateurs – tout est dans l'exécution. Chaque vidéo pouvant potentiellement devenir virale de manière aléatoire, au moins en apparence, les utilisateurs sont encouragés à poster plusieurs vidéos par semaine (...) Par rapport aux autres réseaux sociaux, c'est une loterie qui repose sur l'aphorisme warholien des quinze minutes de célébrité. (...) À cet égard, TikTok récompense encore plus l'incessant renouvellement de la production. L'une des mesures les plus efficaces de la plateforme a été de distinguer ses utilisateurs comme des "créateurs". (Granados, 2022, pp.65-66)

Mais cela ne se traduit pas seulement par un déversement informe de vidéos ineptes ou sans intérêt. L'offre étant pléthorique, pour se démarquer il faut y mettre un peu d'inventivité. Carl Amiard -qui est aussi compositeur de musique électronique- n'a pas seulement étudié TikTok à des fins scientifiques. Il a aussi expérimenté la plateforme dans le but avoué de se constituer une audience¹⁶, constatant que « de plus en plus d'études remarquent un lien de causalité entre le nombre de vues d'un-e artiste sur TikTok et son nombre d'écoutes sur les plateformes de streaming » (2023, p.169). Comme nombre d'artistes indépendants, le compositeur décide de tenter sa chance. « J'ai donc pris mon téléphone, et non ma caméra, *homemade* oblige, pour filmer et poster mes premiers TikTok. Au bout de quelques vidéos, j'ai réussi à faire ma place dans l'algorithme avec un TikTok vu plus de 200 000 fois. J'ai ensuite connu plusieurs fois des scores similaires. Au cours des six derniers mois, j'ai réussi à cumuler 4 millions de vues et à gagner 35 000 abonné-es » (ibid). Pour Benoît Labourdette, cinéaste et consultant en innovation culturelle et stratégies numériques, TikTok est même « une instance de production de légitimité culturelle dans des domaines aussi variés que la danse, le théâtre, l'enseignement, la philosophie, l'apprentissage de la musique, le développement personnel, le féminisme, etc. » (Labourdette, 2023, p.55). Sans chausser de lunettes roses pour regarder l'application, le praticien -pour qui TikTok demeure une « plateforme commerciale et un outil à double tranchant » (ibid)- ne diabolise pas l'algorithme de TikTok et estime que ce média socionumérique est source d'émulation.

De fait, il semble que pour beaucoup d'utilisateurs l'objectif premier ne soit pas forcément de rejoindre les grands gagnants de la loterie TikTok, mais de pouvoir s'exprimer, partager une passion ou encore se connecter au reste du monde. En ce qui concerne les publics de grands-parents TikTokeurs, nos

¹⁶ Carl Amiard sur TikTok : @carl_amiard

observations révèlent que la recherche de la célébrité n'est pas l'objectif premier, tout au moins au début. L'analyse des vidéos a permis de mettre en lumière une apparition progressive des tactiques visant à provoquer la viralité ou à engager les audiences.

1.2.2 Usages et appropriations

En introduction de ce travail, nous avons indiqué que c'est l'observation d'usages non-prescrits de TikTok, par des publics non-prévus, qui a fait émerger l'objet de notre recherche. L'usage d'un objet sociotechnique « renvoie à un continuum de définitions, allant du pôle de la simple "adoption" (achat, consommation, expression d'une demande sociale en regard' d'une offre industrielle) au pôle de l'"appropriation" (Breton, Proulx, 2012, p.267). Ce concept d'appropriation s'inscrit dans le courant de la sociologie des usages, approche théorique centrale de notre travail, que nous développons dans le second chapitre. Arrêtons-nous cependant d'ores et déjà sur le continuum de définitions de la notion d'usages, proposé par les chercheurs Philippe Breton et Serge Proulx, car il permet de distinguer l'appropriation de l'utilisation et de l'adoption.

Nous pouvons parler d'« appropriation » lorsque trois conditions sociales sont réunies. Il s'agit pour' l'utilisateur, premièrement, de démontrer un minimum de maîtrise technique et cognitive d' l'objet technique. En deuxième lieu, cette maîtrise devra' s'intégrer de manière significative et créatrice aux pratiques quotidiennes d' l'utilisateur. Troisièmement' l'appropriation ouvre vers des possibilités de détournements, de contournements, de réinventions ou même de participation directe des utilisateurs à la conception des innovations. Quant à la notion' d'« utilisation », elle renvoie au simple emploi' d'une technique dans un face-à-face avec la machine ou le dispositif. Une définition en terme' d'« adoption » sera ainsi privilégiée par la sociologie de la consommation et de la diffusion. Une définition en terme d'« utilisation » sera surtout prisée par l'ergonomie cognitive, intéressée notamment par le design des interfaces humains-machines. Enfin, la notion ' d'appropriation » sera retenue par la sociologie des usages proprement dite, intéressée entre autres par les significations' d'usage. (Breton, Proulx, 2012, pp.267-268).

Pour TikTok et ses promoteurs, l'utilisateur n'a d'autres limites que celles de son imagination, pour défendre ses idées, valoriser ses talents, partager ses passions ou même simplement se divertir et divertir son audience. Le développement des « BookTok », ces comptes dédiés à la littérature et aux conseils de lecture, ou la multiplication des profils consacrés à la danse, au crochet ou encore à la cuisine, seraient ainsi de parfaites illustrations d'une *appropriation* de la plateforme.

La sociologie des usages, en révélant l'écart qu'il y a entre l'usage prescrit de TikTok et son usage effectif, nous permet de comprendre ce que les utilisateurs peuvent réellement faire avec la plateforme et comment

les contextes d'usage conditionnent celui-ci. En d'autres termes : si et comment l'utilisateur s'approprié l'objet. En effet, dans cette approche, la technique n'est pas considérée comme neutre (déterminisme sociologique), mais n'est pas non plus jugée déterminante (déterminisme technique). Il s'agit plutôt d'une posture médiane, une manière différente d'interroger les phénomènes sociotechniques, qui en nous encourageant à dépasser les visions réductrices des technologies de communication en société, nous permet de comprendre que technique et activité humaine sont intimement liées voire interdépendantes. Plus encore, elle souligne les rapports de domination ou même d'aliénation qui peuvent exister avec la technologie (Jauréguiberry, Proulx, 2011).

Ainsi, les BookTok et autres comptes thématiques essaimant sur TikTok illustrent la coconstruction découlant d'injonctions incluses dans le design même de la plateforme et de capacités socialement déterminées à développer une activité. Support non-neutre avec lequel ils doivent composer, TikTok permet aux usagers/créateurs de contenus de présenter à peu de frais leurs coups de cœur et d'échanger avec d'autres passionnés, si tant est qu'ils disposent des capitaux économiques, culturels, sociaux et techniques pour développer leur activité (Granjon, 2022).

Par ailleurs, dans une perspective plus marchande, de monétisation de la visibilité sur la plateforme, le média socionumérique est devenu l'allié des marques et le nouveau terrain de jeu du marketing numérique.

« La vidéo a un potentiel de diffusion beaucoup plus important que les simples images partagées sur les réseaux sociaux. La place occupée par la vidéo dans les stratégies de *content marketing* des marques explose (...) La vidéo engage davantage les audiences, augmente la visibilité des marques et développe les ventes (...) La place de la vidéo sur les réseaux sociaux est importante. TikTok en est la preuve : plus d'1 milliard de vidéos sont vues chaque jour sur l'application selon SensoTower. » (Ébongé, 2021, pp.53-54)

Les réussites sont érigées en modèles et suscitent envie et espoir chez les apprentis TikTokers. En Europe et aux États-Unis, par exemple, le *Creator Rewards Program*, créé en 2020, récompense et valorise les influenceurs TikTok les plus créatifs et populaires. Un tel programme n'existe pas encore au Canada. Pour en revenir aux BookTok, les comptes les plus suivis peuvent infléchir le niveau des ventes de livres. Résultat : les libraires créent des espaces dédiés aux recommandations des BookTok et les éditeurs font

progressivement leur apparition sur la plateforme¹⁷. Sans surprise, le design, les fonctionnalités et les codes du média socionumérique sont disséqués par les « experts en stratégie de contenus sur les réseaux sociaux », qui peuvent à leur tour monétiser leur expertise... Le concept d'appropriation, tel que défini par la sociologie des usages, s'applique à ces usagers de TikTok qui évoluent dans la sphère marchande. Ces derniers ont la connaissance, l'agentivité, le pouvoir d'agir...qui leur sont nécessaires pour tirer parti au moins tactiquement du dispositif sociotechnique. Mais s'applique-t-il à tous ?

Ces « manières de faire », fortement corrélées à l'autonomie réelle ou présumée des usagers, renvoient immanquablement à *L'invention du quotidien*, de Michel de Certeau. Une approche « doublement séduisante » aux yeux des chercheurs (Jauréguiberry, 2008, p.32).

[Cette approche] permet à la fois d'aborder les usages des NTIC avec une sociologie attentive aux usagers pensés non plus seulement comme de simples consommateurs passifs mais aussi comme des acteurs et d'échapper à la vision totalisante et bien pessimiste d'enfermement des pratiques par le pouvoir à laquelle conduisent à la même époque les travaux dominant de Bourdieu et de Foucault. De Certeau se préoccupe en effet moins de savoir comment le pouvoir joue avec les faibles que de décrire comment ceux-ci se jouent de la discipline (étudiée par Foucault) et de la domination (étudiée par Bourdieu) (Jauréguiberry, 2008, p.32).

Lorsque l'on s'intéresse au public des aînés présents sur TikTok, la question de leur pouvoir d'agir sur la plateforme s'impose aussitôt à nous. Peut-on affirmer qu'ils font réellement preuve d'autonomie dans leurs pratiques et qu'ils se jouent des prescriptions de l'algorithme de TikTok ? L'analyse de terrain nous a fourni une réponse claire : leur autonomie n'est ni globale, ni totale. Dès les premières observations, nous nous sommes appliqués à la prudence et à la nuance à cet égard. Si certains aînés sont clairement dépendants du pouvoir d'agir de l'autre membre du binôme grand-parent/petit-enfant, d'autres sont au contraire visiblement à l'aise dans leurs pratiques. Les facteurs tels que le genre, l'âge, le niveau d'études ou le milieu social expliquent ces différences. Mais les vidéos analysées constituent en elles-mêmes une source précieuse d'informations. En effet, qu'il s'agisse du cadre dans lequel sont tournées les vidéos, du grand-parent qui intervient le plus souvent, des tenues arborées, du niveau de langage utilisé, du choix des thèmes abordés ou encore des réponses apportées aux commentaires... tout ce qui est visible dans ces vidéos participe de la réponse à notre question de recherche.

¹⁷ À ce sujet, lire notamment l'article du Devoir, #BookTok, le mot-clic qui fait vendre des livres : <https://www.ledevoir.com/lire/660387/booktok-le-mot-clic-qui-fait-vendre-des-livres>

Dès lors, ce sont bien les multiples appropriations de TikTok qui retiennent notre attention. En effet, si le design de la plateforme facilite la prise en main par le public prévu -allant grossièrement des adolescents aux jeunes adultes-, pour les usages prévus -globalement du divertissement-, il autorise aussi certaines sorties de l'injonction prescriptive. Ce qui explique pourquoi, très vite, la plateforme s'est politisée et a fait une place de choix aux activismes, à l'éducation ou à la santé, notamment durant la pandémie de Covid-19. Ainsi, de nombreux comptes ont été créés pour tenter d'expliquer la pandémie ou pour décrypter l'actualité qui en découlait. Ce qui a offert de facto une tribune aux provox, antivox et autres sachants, du charlatan à l'expert en passant par le scientifique ou le connaisseur méconnu selon la classification de Claveau et Prud'homme (2018). C'est cette plasticité du dispositif qui rend impérative l'étude de ses appropriations.

L'action et les choix d'action de l'utilisateur peuvent [donc] s'actualiser selon une ouverture allant du strict respect du cadre proposé à l'accompagnement des pratiques émergentes, non calculées et susceptibles de faire bouger les lignes, de déplacer les frontières prédéfinies par ce cadre (...) Tout dispositif aurait donc vocation à échapper, au moins en partie, à ses destinataires, au gré de l'usage » (Morelli et Lazar, 2015, p.9).

1.3 Des aînés TikTokeurs ou TikTokés ?

1.3.1 L'intergénérationnel à la lumière des TIC

L'enquête « Les TIC, lien intergénérationnel » (Schneider et al., 2020), qui examine les caractéristiques des liens entre grands-parents et petits-enfants rendus possibles par les technologies de l'information et de la communication (TIC), a mis en lumière l'équipement des grands-parents, leur maîtrise de l'outil en général et en lien avec la famille, et a permis aussi de voir s'il se crée des relations plus approfondies selon l'âge des petits-enfants et l'outil utilisé. Cette source plutôt riche souligne dans ses conclusions l'importance qu'il y aurait à explorer plus avant « la façon dont non seulement les TIC enrichissent potentiellement les relations intergénérationnelles, mais les transforment » (Schneider et al., 2020, p.432). Cette donnée appuie la pertinence de notre questionnement et renforce l'intérêt de comprendre le lien intergénérationnel visible dans les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants.

Une revue de littérature ciblée révèle que de nombreux chercheurs se penchent sur la question des usages et appropriations de TikTok. Parmi eux, les membres de « The TikTok Cultures Research Network »¹⁸. Ce

¹⁸ <https://tiktokcultures.com>

réseau, dédié à la recherche sur TikTok et dont l'équipe principale est basée à Curtin University (Australie), réunit des chercheurs du monde entier. L'importante bibliographie que le réseau met à disposition du public est régulièrement mise à jour. Elle propose un état de la recherche, à partir des publications, articles, conférences, thèses et autres événements articulés autour de TikTok. Six grands thèmes sont priorités : Production numérique et économie, Subalternes et subcultures, Race et ethnicité, Genre et sexualité, Gouvernance et politique, Méthodologies et pédagogies¹⁹. Il apparaît que l'essentiel des travaux se concentre sur la santé (physique ou mentale) ou concerne le large champ de l'éducation. Nous notons toutefois que l'intérêt pour le public des aînés TikTokeurs grandit ; ce qui nous conforte dans le choix de notre sujet.

Deux études retiennent particulièrement notre attention : *Displaying intergenerational solidarity on TikTok during the COVID-19 pandemic : understanding the implications in the grandparent-grandchild relationship*²⁰ (Nouwen et Duflos, 2022) et *Examining 19 intergenerational family members creative activities during Covid-19 lockdown via manifest content analysis of YouTube and TikTok videos*²¹ (De Guzman et al., 2022). Mais si nous avons choisi d'observer la même chose, nous n'avons pas forcément retenu les mêmes objets de recherche et dès lors notre objectif de recherche n'est pas non plus le même. Ainsi, dans la première étude citée, l'accent est mis sur la solidarité intergénérationnelle, entre grands-parents et petits-enfants sur TikTok, telle qu'elle s'affiche : « Les résultats suggèrent que les grands-parents et les petits-enfants apprécient les qualités de contact physique et les célébrations familiales'(c'est-à-dire la solidarité affectuelle), ainsi que les grands événements de la vie'(c'est-à-dire la solidarité normative) » (Nouwen et Duflos, 2022, p.1149). Nous le voyons, l'objet de recherche n'est pas le lien intergénérationnel lui-même, mais la solidarité au regard des limites à la socialisation des aînés induites par la pandémie de Covid-19 (absence de visites notamment). La seconde étude, elle, « a été entreprise pour comprendre le paysage des activités créatives des familles intergénérationnelles présentées sur les plateformes de partage de contenu numérique, telles que YouTube et TikTok » (De Guzman et al., 2022, p.459). Outre qu'elle n'a pas uniquement pour terrain TikTok, cette recherche n'envisage pas l'intergénérationnel via la relation entre grands-parents et petits-enfants, mais regarde

¹⁹ Traduction libre.

²⁰ Afficher la solidarité intergénérationnelle sur TikTok pendant la pandémie de COVID-19 : comprendre les implications dans la relation grands-parents-petits-enfants (traduction libre).

²¹ Examen des activités créatives des membres des familles intergénérationnelles pendant le confinement de Covid-19 via l'analyse du contenu manifeste des vidéos YouTube et TikTok (traduction libre).

toutes les générations présentes au sein des familles. Et, de même que dans le premier cas, la question de l'isolement des aînés durant la pandémie est centrale. Enfin, nous pouvons également noter que ces enquêtes ne s'intéressent pas de manière spécifique à l'appropriation, qu'elles ont pour toile de fond la pandémie de Covid-19 et qu'elles ne sont pas francophones.

1.3.2 La déprise comme moteur de l'appropriation

Comme nous l'avons souligné, peu d'études se penchent sur le phénomène que nous avons identifié sur TikTok et aucune n'observe à la fois le lien intergénérationnel et les formes d'appropriation du dispositif sociotechnique de ce public non-prévu par la plateforme. En revanche, plusieurs études s'intéressent aux aînés face aux technologies numériques, au lien intergénérationnel ou encore à l'avancée en âge et aux stratégies qui sont mises en place individuellement par les aînés pour préserver leur identité et leur autonomie sociale. Les connaissances développées en sociologie du vieillissement ont ainsi retenu notre attention. Singulièrement les recherches de l'école toulousaine autour du concept de déprise, ainsi que les études qu'elles ont suscitées.

Parmi les pionniers, Clément, Drulhe, Mantovani et Membrado reviennent sur la genèse du concept (2018) en ces termes : « ...il nous importait alors de conserver l'idée que les personnes âgées mettaient en œuvre des stratégies d'organisation de leurs modes de vie ; si ce "désengagement" mettait trop l'accent sur l'abandon de certains rôles, il fallait préférer une notion qui insiste sur l'attitude davantage volontariste des acteurs, sur leur capacité réactive ». La déprise s'impose, même si le privatif « dé » se révèle très vite insatisfaisant. Ces chercheurs vont poursuivre leurs travaux, préciser la notion jusqu'à l'étendre à l'ensemble du processus de vieillissement. Et vont ensuite mettre « l'accent sur les *modes de sélection* qui sont au cœur de la déprise : sélection des espaces fréquentés, des activités, des relations, afin de pouvoir conserver ce qui apparaît comme essentiel pour la qualité de sa propre existence » (ibid.). Il s'agit bien de cela dans le cas qui nous occupe. Les grands-parents sélectionnent cette activité -qui se déroule dans un espace familial, avec des personnes aimées-, au détriment des autres possibles. Réaliser des vidéos TikTok de qualité est plutôt chronophage, mais ce temps est passé en compagnie d'êtres chers et permet de demeurer attractifs auprès de l'audience et même d'élargir celle-ci. La production se fait a minima à un rythme hebdomadaire, mais la plupart du temps et dans la majorité des cas, elle est quotidienne, voire biquotidienne.

Les différents éléments, que nous venons de voir, nous autorisent à dire que le manque de connaissances qui motive notre enquête est avéré. En effet, les grands-parents présents sur TikTok constituent bien un public non-prévu par la plateforme. Et l'étude de leurs appropriations de ce média socionumérique permet de contribuer au champ de recherche dans lequel nous nous inscrivons, dans l'espace francophone.

1.4 Questions de recherche

Notre principal objet de recherche répond à la définition « d'un processus communicationnel objectif » (Davallon, 2004), puisqu'il s'agit du lien intergénérationnel lui-même. À côté de cet objet premier, nous retenons également les vidéos TikTok -à la fois comme objets et terrains de recherche- ainsi que les affordances de la plateforme. Le public sur lequel nous nous sommes concentrés est donc celui des grands-parents et de leurs petits-enfants adultes, présents sur TikTok par le biais de vidéos créées ensemble. Nous avons choisi de nous intéresser à la trajectoire des liens dans les vidéos, depuis nos premières observations en 2020 jusqu'à aujourd'hui. Nous précisons notre corpus dans le devis méthodologique et indiquons quels comptes sont analysés et quelles données sont collectées.

L'objectif de notre recherche est de comprendre le lien intergénérationnel, tel qu'il est représenté dans les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes et de voir si ce lien est soutenu par la plateforme, à partir des éléments visibles dans et autour des vidéos. En effet, nous nous sommes aussi intéressés aux commentaires des vidéos, singulièrement lorsqu'il est question de propos tenus par les titulaires des comptes.

1.4.1 Question principale et questions complémentaires

Dès lors, notre problématique s'articule autour de la question de recherche principale suivante : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? ».

De cette question principale découlent trois questions complémentaires :

- Question 1 : Quels sont les sujets abordés dans ces vidéos (les imaginaires, les thèmes associés) ?

- Question 2 : De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi ce lien intergénérationnel est soutenu par l'usage de la plateforme ?

- Question 3 : Quelles appropriations par les grands-parents' d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Ces questionnements se fondent sur trois intuitions de recherche que l'on peut ainsi formuler :

1^{re} intuition : le lien intergénérationnel est préexistant à la réalisation des vidéos, mais se trouve renforcé par cette activité commune.

2^e intuition : les grands-parents s'approprient progressivement le média socionumérique, jusqu'à parvenir à une certaine autonomie dans leurs usages.

3^e intuition : la rencontre entre l'objet socionumérique et le public non-prévu des grands-parents usagers est susceptible de faire de TikTok un support de socialisation.

1.4.2 Quelle(s) pertinence(s) ?

Un problème de recherche est « un écart conscient entre ce que nous savons et ce que nous devrions savoir » (Chevrier, 2009, p.55). En d'autres termes, l'écart entre « un savoir actuel, insatisfaisant » et « un savoir recherché, désirable » (ibid.). Dès lors, la question de recherche que vous avons identifiée dans ce travail représente-t-il un « savoir désirable » ? Nous l'avons démontré, « cette question s'inscrit [bien] dans les préoccupations des chercheurs » (Chevrier, 2009, p.56). En effet qu'il s'agisse du lien intergénérationnel dans le contexte des TIC ou des usages et appropriations de TikTok, plusieurs recherches existent déjà. Cependant, aucune ne se concentre sur les objets de recherche que nous avons retenus. Ainsi, notre enquête produit de nouvelles connaissances sur le lien intergénérationnel exposé sur le média socionumérique TikTok. Ce qui établit sa pertinence scientifique. En effet, le processus qui fait passer ce lien d'un milieu privé à un milieu public, où il s'expose et donne lieu à des mises en scènes, via l'objet sociotechnique TikTok, entraîne *de facto* une transformation de ce lien, qu'il s'agit ici d'explicitier. La relation ne met plus seulement en présence des grands-parents et leurs petits-enfants adultes, dans le cocon de leurs foyers, mais fait d'eux des co-créateurs de contenus dont ils sont les co-stars sur TikTok...

Ensuite, la pertinence communicationnelle de ce travail trouve sa justification dans les objets de recherche retenus. « Par "objets", il faut entendre ici des supports, des dispositifs, des situations, des règles et des normes, des messages, des échanges – c'est-à-dire des processus communicationnels objectivés »

(Davallon, 2004, p.36). Cette définition correspond parfaitement au lien intergénérationnel et aux vidéos TikTok mises en scène et créées par des grands-parents et leurs petits-enfants adultes, les objets de notre recherche. À la fois « "objets" au sens matériel du terme (...) et objectivés par les chercheurs, [ces objets] sont des complexes (...) d'objets concrets et de processus construits par l'analyse » (ibid.).

Enfin, notre recherche démontre que les personnes vieillissantes trouvent sur TikTok l'opportunité de créer avec leurs petits-enfants adultes, d'échanger avec les internautes qui suivent leurs aventures via leurs vidéos, et donc de vivre une forme de socialisation médiatisée par la plateforme avec le soutien de leur descendance. La pertinence sociale de cette recherche se concrétise dans le nouveau support de socialisation généré par la rencontre entre un objet sociotechnique et un public non-prévu d'utilisateurs, les aînés grands-parents.

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

Comme annoncé dans notre premier chapitre, le cadre théorique retenu pour cette recherche s’articule autour d’une approche principale, la sociologie des usages, et de son concept central, l’appropriation. La sociologie de la vieillesse et les concepts de lien intergénérationnel et de déprise sont aussi convoqués. Nous examinons les différentes dimensions de l’appropriation à l’aune de nos objets de recherche et démontrons en quoi le concept de lien intergénérationnel est pour nous primordial dans ce cadre théorique.

2.1. Pourquoi la sociologie des usages ?

Il nous semble opportun de revenir tout d’abord sur les travaux fondateurs du courant de la sociologie des usages.

Il y a quatre décennies, des chercheurs en sciences humaines et sociales -particulièrement francophones- investissent le champ des études d’usages. Des travaux pionniers, qui irriguent encore les recherches menées sur le numérique. Car les évolutions des médias et des technologies ont été telles sur la période que, rapidement, les objets étudiés sont passés de l’analogique au numérique et, plus récemment, des usages hors ligne aux usages en ligne et de leur imbrication. Aujourd’hui, le numérique se présente à la fois comme un objet, un outil et un terrain d’études (Millette et al., 2020). Ainsi, comme nous le développons dans notre troisième chapitre, les vidéos TikTok retenues sont à la fois objets et terrain d’études. Cette évolution trouve une résonance dans le développement des technologies (numériques) de l’information et de la communication, même s’il est vrai que les études d’usages couvrent un champ plus large que les seuls TIC (Jouët, 2000).

Considéré comme un pionnier de la discipline, Michel de Certeau, en étudiant les pratiques culturelles de personnes ordinaires, a déplacé le curseur de la recherche en sciences sociales de la fonction de l’objet à son usage et à son appropriation (Certeau, 1980). Il nous paraît donc important de revenir sur les prémices de la sociologie des usages. De même que d’observer l’évolution différente quoique simultanée de ce champ d’études en France et au Québec. Une manière de définir en somme, avant d’interroger.

2.1.1 Définitions et origines

Dépasser les visions déterministes des technologies de communication en société, telle est l'ambition de la sociologie des usages. Ni déterminisme technique -selon lequel la technique est déterminante-, ni déterminisme social -qui postule la neutralité de la technique au profit de l'importance de l'activité humaine-, la sociologie des usages met l'accent sur l'interdépendance de ces deux postures. Ce courant, qui propose une manière différente d'interroger les phénomènes sociotechniques, est né au début des années 1980 en France et au Québec. Mais c'est avant, dans les années 1960 et 1970, au sein du courant fonctionnaliste américain des « uses and gratifications », que la notion d'usage en sociologie se développe (Proulx, 2005). Il s'agit alors de passer d'une vision *médiacentrée* – « ce que les médias font aux gens » – à une vision qui part de l'utilisateur – « ce que les gens font avec les médias ». Cependant, il est toujours question de répondre à un besoin, psychologique ou psychosociologique notamment. Un réductionnisme qui sera reproché aux fonctionnalistes. Il faudra attendre une décennie et les premières études d'usages, pour porter la focale sur l'usage effectif, c'est-à-dire aller plus loin que l'utilisation et s'intéresser à la pratique sociale de l'usager des technologies de l'information et de la communication. Dès lors, il est aisé de comprendre pourquoi la sociologie des usages s'est imposée comme l'approche théorique centrale de notre analyse. Elle nous permet en effet d'appréhender l'usage effectif qu'ont les aînés TikTokeurs de la plateforme et par suite les formes d'appropriation qu'ils en ont et le rôle que celles-ci jouent dans leur relation avec leurs petits-enfants adultes.

Les technologies de l'information et de la communication sont réunies sous l'acronyme TIC, que nous définissons à la suite de Jauréguiberry et Proulx (2011, p.10) comme « les objets, outils et dispositifs techniques permettant l'interaction à distance et une réciprocité dans la communication ». Les TIC sont apparues et se sont développées en même temps que la société s'informatisait. Et elles se sont répandues d'autant plus rapidement qu'Internet se généralisa.

Les technologies numériques participent à la transformation des modes de production, de consommation, de communication, de circulation des savoirs et d'acquisition des connaissances. Un événement significatif récent fut l'avènement du phénomène Internet, en particulier la diffusion grand public de cette innovation avec la mise en place du World Wide Web et la commercialisation du réseau des réseaux en 1995. (Proulx, 2005)

Quelque vingt ans plus tard, cette perspective reste pertinente et nous permet de comprendre qu'Internet n'a pas été un simple nouveau média, à l'instar de la radio, de la télévision, du téléphone, de l'ordinateur ou du magnétoscope en leur temps, mais qu'il a profondément et durablement changé les usages des TIC,

singulièrement numériques. Pour autant, peut-on s'arrêter uniquement à l'aspect technique de l'offre ? Bien sûr, nous pouvons souligner que la vulgarisation des dispositifs, de même que leur numérisation et miniaturisation ont contribué à favoriser certains usages et le développement des réseaux et médias socionumériques. Mais comme nous le verrons plus loin, ' l'usage [en] reste majoritairement personnel, il concrétise des formes différentes de rapports sociaux et les hiérarchise, il vérifie une gestion et une programmation des actes de communication » (Paquienséguy, 2007, p.3).

2.1.2 Au commencement était...L'invention du quotidien

Le tournant des années 1980 voit la reconnaissance du travail du jésuite, historien et philosophe français, Michel de Certeau qui, en s'intéressant aux pratiques culturelles ordinaires, a souligné la relative autonomie et la créativité dont font preuve les usagers. Dans *L'invention du quotidien*, son ouvrage phare et même « canonique » selon Proulx (2005, p.9), il s'intéresse aux « arts de faire » et aux « manières de faire » de ces derniers et révèle que leur pouvoir d'agir n'est pas totalement phagocyté par la société de consommation.

Certeau identifie ce qu'il nomme les « arts de faire » aux manières non stéréotypées de faire usage des produits culturels. Quoique socialement invisible, il s'agit bien d'un savoir, même s'il est jugé « illisible » et est ainsi disqualifié la plupart du temps par le discours scientifique habitué à construire ses théories à partir de ce que les observateurs peuvent voir. Cet art opératoire consiste pour les usagers à agir autrement que de la façon attendue par les producteurs d'objets de consommation, ce qui permet aux usagers de garder un équilibre, de se transformer et d'inventer en permanence dans un environnement composé d'une multitude d'éléments hétérogènes. (Proulx, 1994)

Les théories de la performance et de l'action de Certeau permettent de donner de la visibilité aux activités. En se fondant sur elles, nous avons pu éclairer ce qui est rendu visible dans les vidéos de nos aînés TikTokeurs.

La « performance n'est pas la « compétence », l'acte de parler n'est pas réductible à la connaissance de la langue. À se placer dans la perspective de l'énonciation [...] on privilégie l'acte de parler : il opère dans le champ d'un système linguistique ; il met en jeu une appropriation, ou une réappropriation, de la langue par des locuteurs ; il instaure un présent relatif à un moment et à un lieu ; et il pose un contrat avec l'autre (l'interlocuteur) dans un réseau de place et de relations. (Certeau, 1980)

Pour Michel de Certeau, les usagers se montrent donc inventifs, créatifs, dans leurs usages, et mettent en place des *tactiques* pour faire avec les stratégies des concepteurs des innovations techniques et plus

largement des industries culturelles. Le chercheur parle de braconnages, de ruses, de bricolages ou encore de détournements. Un lexique auquel nombre de recherches actuelles se réfèrent encore, même si chez de Certeau l'appropriation reste très limitée. Sa posture s'inscrit dans une tradition critique du pouvoir et une volonté de penser l'acteur social dans son autonomie (Jauréguiberry et Proulx, 2011). Cette tradition innerve les recherches suivantes, car la sociologie des usages a une vocation critique. C'est aussi ce qui nous motive à inscrire notre travail dans ce courant. Dans le cas qui nous intéresse, la question de l'autonomie de l'utilisateur est ainsi prégnante.

2.2 Usages et appropriations

À l'entrée « Appropriation des technologies » du dictionnaire *Sciences, technologies et sociétés de A à Z* (sous la direction de Prud'homme et al., 2015) correspondent deux pages d'une définition dense (Latzko-Toth et Proulx, 2015, p.24-25) pour un concept qui l'est tout autant. Trois caractéristiques nous semblent essentielles :

La notion d'appropriation désigne à la fois un processus individuel et collectif (cognitif, culturel et social) dans le rapport aux objets techniques, et une approche de la sociologie des techniques qui met en évidence le rôle actif des usagers dans la construction sociale des technologies et de leurs usages. (...) p.24

Elle s'inscrit dans une double filiation : celle de la notion marxiste d'appropriation des moyens de production (et donc des machines, dans un refus d'aliénation dénoncée jadis par les luddites), et celle, empruntée à la sociolinguistique, d'appropriation de la langue par ses locuteurs. Cette deuxième ascendance, qui trouve échos dans la théorie littéraire et la théorie de l'art, s'est notamment nourrie des idées de Michel de Certeau sur les rapports entre consommation et production. (...) p.24

Pour exister en tant que dispositif, il faut qu'un artefact soit utilisé et socialisé, autrement dit qu'il soit inséré dans un contexte social et que des usages se développent. Or, l'utilisateur contribue de différentes manières à l'élaboration de ces usages, et il peut même en inventer que les concepteurs n'avaient ni anticipés ni même souhaités (...) p.24-25

Constatant qu'il existe un écart important entre l'usage prévu (ou prescrit) et l'usage effectif de l'objet sociotechnique, la sociologie des usages met de l'avant l'appropriation comme concept central. Nous l'avons dit précédemment, ce courant théorique s'est développé de manière parallèle, en France et au Québec, avec des applications plutôt larges, allant du magnétoscope aux médias socionumériques. Mais dans les deux espaces francophones, « la notion d'appropriation est reliée à une sociopolitique des

usages » (Proulx, 2005). Pour Serge Proulx comme pour Josiane Jouët, l'appropriation est un processus : « à la fois individuel et social », selon le premier, et « acte de se constituer un soi », pour la seconde.

Dans ce mémoire, l'appropriation nous sert donc de concept général, pour comprendre les usages d'un public non-prévu. À partir des dimensions du modèle de construction sociale des usages de Proulx, nous analysons les usages des grands-parents de notre corpus. Dans notre devis méthodologique, nous présentons la grille d'analyse qui en découle. Et pour aborder les dimensions de l'appropriation, nous nous arrêtons sur trois critères : l'utilisation du dispositif, l'intégration significative de l'usage dans la pratique quotidienne de l'acteur et l'utilisation répétée du dispositif ouvrant des possibilités de nouveautés dans la pratique sociale.

2.2.1 Utilisation du dispositif

Il s'agit ici de s'intéresser à la maîtrise technique et cognitive de l'usager du dispositif sociotechnique. Cette dimension nous permet de voir si les aînés grands-parents ont une compétence, une maîtrise technique de TikTok. Est-ce qu'ils comprennent le principe des vidéos ? Est-ce qu'ils savent comment fonctionne la plateforme ? Est-ce qu'ils s'intéressent à cet aspect des choses ou laissent-ils toute la partie technique à leurs petits-enfants ? La « contrainte industrielle » que représente le design de la plateforme conditionne-t-elle leur usage de celle-ci ? Ce sont là des questions qui nous ont aidés à définir ce que nous voulions regarder dans les vidéos retenues, pour vérifier ce qu'il en est de cette première dimension.

Les travaux de Madeleine Akrich (1998) ont permis de mettre en lumière la créativité de l'usager, ses façons d'intervenir face aux contraintes du dispositif. Nous savons donc que quatre attitudes sont possibles :

Déplacement : l'utilisateur modifie le spectre des usages sans introduire de modifications majeures dans le dispositif technique.

Adaptation : l'utilisateur modifie le dispositif pour l'ajuster à son usage sans changer la fonction originelle de l'objet.

Extension : on ajoute des éléments au dispositif permettant d'enrichir la liste des fonctions.

Détournement : l'utilisateur se sert du dispositif pour un propos qui n'a rien à voir avec les usages prévus. (Proulx, 2005)

2.2.2 Intégration significative de l'usage dans la pratique quotidienne de l'acteur

Après la maîtrise technique et cognitive de l'objet, l'appropriation renvoie à « l'intégration significative et créatrice de l'usage dans la vie quotidienne et aux possibilités de réinvention de l'usage et de participation au processus même d'innovation sociotechnique ». (Breton et Proulx, 2006, p. 255-258)

2.2.3 Utilisation répétée du dispositif et ouvrant des possibilités de nouveauté dans la pratique sociale

« Les usages et patterns d'usage des TIC se situent dans un contexte spécifique de pratiques sociales (travail, loisirs, famille). Dans ce contexte donné de vie quotidienne, l'utilisateur investit l'objet technique de significations subjectives ... » (Proulx, 2005, p.16). Dans le cas qui nous occupe, il est clair que l'usage du dispositif sociotechnique s'inscrit dans un contexte plus large de pratiques sociales regroupant famille et loisirs. Nous avons pu le vérifier sur notre terrain. Dès nos premières observations, nous pouvions noter que la création et la mise en scène commune des vidéos sont vecteurs de sociabilité pour les aînés et contribuent à enrichir le lien intergénérationnel qui les unit à leurs petits-enfants. Une forme de sociabilité est également favorisée par le biais du dialogue qui s'établit au fil des vidéos entre les aînés et leur audience (commentaires des vidéos, création de vidéos en réponse à ces commentaires...).

2.3 Le lien intergénérationnel

Au gré des mutations qu'ont connu les familles depuis le milieu du XXe siècle jusqu'en ce début de XXIe siècle, la place et le rôle des grands-parents en leur sein a considérablement changé. Au nombre de ces mutations : « faible fécondité, instabilité du lien conjugal, recompositions familiales après divorce ou séparation » (Bon-Saliba, 2018, p.25). Mutations auxquelles on peut ajouter aussi l'allongement de la vie, le travail au-delà de l'âge légal de la retraite, l'entrée plus tardive des jeunes sur le marché du travail, l'individualisme grandissant ou encore le développement des technologies de l'information et de la communication. Pourtant, indique la psychosociologue, en dépit de ces changements, la nouvelle forme que prend la grand-parentalité vient renforcer le lien intergénérationnel.

Paradoxalement, le lien intergénérationnel, avec ses nouvelles figures grand-parentales, tantôt proches, tantôt distantes, tantôt disponibles et aidantes, tantôt mobilisées par des activités extérieures à la famille ou au contraire repliées sur leurs besoins personnels, retrouve toute son importance. Qu'il soit sollicité par la génération "pivot" des parents en crise de couple, qu'il pallie au manque d'accueil de proximité pour les petits-enfants, qu'il intervienne en soutien surtout financier face au chômage, aux besoins matériels des petits-enfants grandissants (financement des études, du permis de conduire), la valeur et l'appui

que représente ce lien face aux difficultés de la vie actuelle sont indéniables. (Bon-Saliba, 2018. p.29)

D'autres recherches soulignent que la façon dont nous interrogeons les relations entre générations détermine la définition que nous pouvons faire du lien qui les unit. « Formalisé dans le cadre d'un questionnement relatif aux mouvements de l'histoire, le concept de génération se trouve objectivé et appréhendé comme un potentiel problème social » (Hummel et Hugentobler, 2007, pp.72-73). Les relations entre générations peuvent en effet être regardées à travers différents prismes, familial, financier, professionnel ou social. Ce qui rend difficile une définition simple du lien. Pour Hummel et Hugentobler (2007, p.75), « le flottement définitionnel observé dans le champ scientifique devient confusion définitionnelle lors du transfert hors du champ scientifique ». Et notamment, lorsque l'on considère le champ politique, dans lequel l'intervention sociale est présentée comme atout majeur contre le délitement de la société qu'entraînerait une crise entre les générations...

La préoccupation, voire l'inquiétude face à la qualité des relations entre les générations, largement relayée par les médias, connaît une accélération substantielle. Les déclarations d'intention pour un renforcement et un soutien à ces relations se multiplient, et la question des générations est présentée comme un enjeu majeur pour le XXI^e siècle. (Hummel et Hugentobler, 2007, p.75).

Nous venons de le souligner, situé au confluent de plusieurs disciplines (démographie, sociologie, histoire, anthropologie, économie, psychologie, sciences de la communications, sciences médicales), le concept de lien intergénérationnel ne peut être défini de manière univoque. Néanmoins, toutes s'accordent à dire qu'il renvoie « d'emblée à autrui, à la rencontre avec l'autre, plus jeune ou plus vieux ; il fait de chacun de nous un héritier ou un passeur de la mémoire, de l'histoire, des savoirs ou encore du patrimoine » (Quéniart & Hurtubise, 2009, p.8). L'analyse des vidéos a concouru à distinguer qui, des grands-parents ou des petits-enfants, est passeur de valeurs et de pratiques notamment. Nous nous sommes aussi inspirés des *critères* de définition du lien intergénérationnel que ces chercheurs suggèrent via un faisceau de questions introductives, véritable fil d'ariane de l'ouvrage collectif, pour préciser notre gri le : « qu'est-ce qui circule, se transmet ? Comment ? De qui à qui ? Dans quels buts ? Avec quelles conséquences pour le lien social ? » (Quéniart & Hurtubise, 2009, p.8).

En s'appuyant sur les questions posées dans cette dernière citation, nous avons pu préciser les dimensions à prendre en compte dans l'analyse de ce lien intergénérationnel. « - "*Qu'est-ce qui circule ? Qu'est-ce qui se transmet ?*" : "qu'est-ce que" renvoie aux thèmes abordés dans les vidéos (aux imaginaires et thèmes

associés). Cela a permis de déterminer s'il est question de l'histoire familiale par exemple, ou si ce sont des scénarios créés de toutes pièces (et dans ce cas ce que cela dit du lien), si la transmission se fait du grand-parent vers le petit-enfant adulte ou si c'est plutôt l'inverse, si cette transmission est à sens unique ou si chacun des membres du binôme amène quelque chose (et si oui, quoi). Il s'est agi aussi pour nous de comprendre si nous sommes ici en présence de passeurs de mémoire, d'histoire ou de savoirs «

- "*Comment ?*" : « le "comment" nous a amenés à nous intéresser aux "manières de faire" de ce public, à voir si la complicité, la confiance, l'affection sont visibles dans les vidéos, et donc par suite « le "comment" nous a amenés à regarder ce qu'il en est de l'appropriation par les grands-parents TikTokeurs d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement. Leur autonomie est-elle complète ou soutenue par leurs petits-enfants adultes, par exemple ? « "*De qui à qui ?*" : nous avons commencé à l'aborder dans le "qu'est-ce que", mais avec le "de qui à qui ?", il s'agit d'observer précisément le sens de la transmission entre ces deux générations. Est-ce qu'il y a un flux, deux flux distincts ou est-ce que ces flux sont inextricablement liés ?« - "*Dans quels buts ? Avec quelles conséquences pour le lien social ?*" : cette transmission à multiple facettes, visible dans les vidéos TikTok réalisées par les binômes grands-parents et petits-enfants adultes, que signifie-t-elle en termes de socialisation ? Comment agit-elle sur le lien intergénérationnel lui-même ? C'est ce à quoi se réfère ce dernier critère, fondamental pour notre analyse.

À partir de notre cadre conceptuel, pour pouvoir apprécier le lien intergénérationnel qui unit les grands-parents et leurs petits-enfants adultes dans les vidéos TikTok dans toute son amplitude, nous avons identifié sept critères d'observation de ce lien. Nous les développons dans le chapitre suivant, mais pouvons déjà en donner la liste :

- Le champ lexical de la famille
- Les signes de complicité et/ou d'affection
- Les références à l'histoire commune
- Le synopsis de la vidéo
- La transmission de valeurs ou de pratiques
- Les objets frontières
- La présence du petit-enfant dans la vidéo

Appliqués à chaque vidéo retenue, ces critères nous ont permis d'examiner le lien intergénérationnel à différents moments de la vie des quatre familles de notre étude. Et cet examen nous a incités à nous intéresser plus avant au concept de déprise.

2.4 La déprise comme guide pour l'observation

Nous l'avons esquissé dans le chapitre 1, avec l'avancée en âge certaines capacités -comme la force, la mobilité ou l'autonomie- diminuent. La personne âgée est alors amenée à renoncer à ses activités habituelles, réorganiser sa vie, réaménager son espace et son temps (Gagnon, 2028 ; Clément, Drulhe, Mantovani et Membrado, 2018 ; Caradec, 1999 ; Caradec 2018). C'est dans ce contexte que s'inscrit le concept de déprise, que Gagnon (2018, p.34) définit comme suit.

La déprise désigne une forme de réaménagement de l'existence avec l'avancée en âge : le délaissement de certaines activités de manière à conserver celles qui ont le plus d'importance pour soi. Elle évoque un renoncement, une perte de capacité, une réduction des possibles, en même temps qu'elle suggère une reprise en main, une capacité d'adaptation à sa nouvelle situation ; elle renvoie à une certaine maîtrise par la personne sur son existence, alors que ses forces déclinent. La déprise souligne le déclin des capacités de la personne tout en mettant en évidence l'autonomie qui lui reste, qu'elle préserve et parfois même regagne. (Gagnon, 2018, p.34)

Le lien que nous pouvons faire avec notre sujet est assez clair. Nos grands-parents TikTokeurs, co-usagers de la plateforme avec leurs petits-enfants adultes, semblent bien délaisser certaines activités pour se consacrer aux mises en scène que leur proposent leurs petits-enfants. Nous le détaillons dans le chapitre 4, mais en paraphrasant la définition nous pouvons d'ores et déjà dire que cela démontre leur capacité d'adaptation à une nouvelle situation et donc une certaine maîtrise de leur existence.

Avant de présenter notre devis méthodologique, revenons sur les différents concepts et notions abordés dans ce chapitre 2 afin de souligner leur intérêt au regard de notre question de recherche principale et de nos questions secondaires. Pour mémoire, notre question de recherche est la suivante : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? ». Notre réponse s'articule autour de trois questions secondaires, qui renvoient aux concepts et notions retenues. Ainsi, la première de ces trois questions, essentiellement descriptive - « Quels sont les sujets abordés dans ces vidéos (les imaginaires, les thèmes associés) ? » - nous permet de poser un premier regard sur le lien intergénérationnel qui unit les grands-parents et leurs petits-enfants adultes et qui est rendu visible dans les vidéos TikTok. En effet, en regardant

thématiquement ce qu'ils font ensemble, nous commençons à comprendre ce lien, à relever ce qui soutient les mises en scène et comment elles participent d'un développement du lien. Avec la deuxième question - « De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi ce lien intergénérationnel est soutenu par l'usage de la plateforme ? » - ce sont les concepts d'usages et de lien intergénérationnel qui sont mobilisés. À partir des critères qui les définissent et de la grille d'analyse que nous avons élaborée, nous avons pu examiner quels éléments sociotechniques contribuaient à l'activation du lien intergénérationnel. Enfin, avec les concepts d'appropriation et de déprise, notre troisième question secondaire - « Quelles appropriations par les grands-parents' d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ? » - a pu être traitée en interrogeant les significations et bénéfices tirés de cet usage par les aînés constituant notre corpus.

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

La question de recherche qui nous guide dans ce mémoire est la suivante : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? » Cette question principale a fait émerger trois questions complémentaires : Quels sont les sujets abordés dans ces vidéos (les imaginaires, les thèmes associés) ? De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi ce lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ? Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ? Lorsque nous nous sommes interrogés sur la méthode à utiliser pour répondre à ces questions, plusieurs pistes se sont offertes à nous. Devrions-nous observer les usagers sans intervenir ou fallait-il les interroger directement ? Serait-il plus intéressant d'analyser les traces de leur activité ou les confronter à celles-ci ? Leurs discours étaient-ils plus pertinents que leurs actes ? Cette étape du choix de la méthode constitue d'une certaine manière l'amorce de notre devis méthodologique. Au terme de cette étape, nous avons déterminé que pour répondre à notre question de recherche, nous nous appuyerons sur une démarche qualitative abductive. Nous avons retenu comme technique d'enquête l'analyse de contenu des vidéos TikTok sélectionnées. Notre corpus étant formé de quatre comptes TikTok francophones. L'enjeu était d'observer la trajectoire du lien intergénérationnel dans les vidéos, des premières aux plus récentes. Le but consistant à parvenir, à partir de ces quatre comptes singuliers (micro), à monter en généralité (macro) et à enrichir les connaissances en sociologie des usages, courant théorique dans lequel nous nous inscrivons.

3.1 Observation non participante pendant plus de trois ans

Il est important de noter que nous avons réalisé une observation « flottante » (Olivier de Sardan, 2003) de TikTok, pendant plus de trois ans, avant de nous confronter au terrain de recherche. En effet, une fois notre sujet de recherche validé, nous avons poursuivi notre observation de la plateforme d'un œil plus averti, en sélectionnant plus systématiquement les comptes mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes. L'algorithme de TikTok n'a pas tardé à le noter et, assez rapidement, dès le début de notre exploration, nous avons commencé à recevoir des vidéos d'aînés sur notre fil « Pour toi ». Il s'agissait bien sûr d'aînés tous azimuts, mais c'était intéressant d'avoir déjà là une illustration du caractère prescriptif de la plateforme. Cette connaissance préalable du terrain nous a permis de discerner entre les comptes dédiés aux grands-parents et les comptes plus opportunistes ou aléatoires. Ce sont ainsi plus

d'une centaine de vidéos qui ont été visionnées, avant d'en retenir 24 pour analyse dans le cadre de ce mémoire. Pourquoi 24 ? Parce qu'à raison de 6 vidéos par comptes, nous pouvions suivre l'évolution de quatre familles, de leurs débuts à aujourd'hui, avec la distribution suivante : deux vidéos aux premiers pas du binôme grand-parent et petit-enfant adulte sur TikTok, deux autres vidéos quand les vidéos du compte atteignent régulièrement le million de vues et, enfin, les deux dernières choisies parmi les plus récentes. Le choix des familles s'est fait suivant une double tendance relevée durant l'observation flottante. Tout d'abord, certains comptes sont complètement dédiés aux grands-parents et à leurs petits-enfants (c'est le cas des deux premiers de notre corpus). Ensuite, d'autres comptes semblent plus opportunistes dans la mesure où ils ne sont pas dédiés aux grands-parents mais ces derniers interviennent régulièrement en raison des réactions positives que déclenchent leurs apparitions (c'est le cas des deux derniers de notre corpus).

Nous avons constaté que le succès rencontré par les comptes TikTok mettant en lumière des grands-parents (que les comptes leur soient ou non dédiés) a favorisé l'émergence du #grandparentsoftiktok. Les thèmes abordés dans les vidéos peuvent être purement fictifs (mise en scène de situations imaginées par l'un des membres du binôme grand-parent/petit-enfant adulte), historiques (témoignages sur la Seconde Guerre Mondiale par exemple) ou culturels (cuisine, danse, chant).

3.2 Une démarche qualitative abductive

Dans l'introduction de leur ouvrage consacré aux « Méthodes de recherche en contexte numérique – Une orientation qualitative » (Millette et al., 2020, pp17-18), les auteurs estiment que :

Toute méthode – qu'elle soit qualitative, quantitative, mixte ou nativement numérique – peut être fertile pourvu qu'elle s'inscrive dans une programmation empirique de recherche soucieuse de jeter un éclairage rigoureux sur des pratiques, objets et terrains numériques naissants. (Millette et al., 2020)

Cette balise nous a permis d'aborder notre recherche avec ouverture, délestée de tout présupposé. Inscrite en sociologie des usages, notre enquête accorde une place centrale à la description du phénomène identifié. Mais cet impératif empirique ne néglige pas pour autant les connaissances acquises sur celui-ci. Cette double exigence nous place dès lors dans une démarche qualitative abductive, telle que définie notamment par Catellin (2004) et résumée par Coutant et Domenget (2020), dans le chapitre 3 de l'ouvrage précité (ibid, p. 6) : « (...) une démarche de fertilisation croisée entre théorisation à partir des matériaux accumulés et déductions permises par le savoir accumulé ». L'abduction peut donc être

rapprochée à la fois de la déduction et de l'induction ; on peut dire qu'elle offre le meilleur de ces deux approches.

L'abduction désigne une forme de raisonnement qui permet d'expliquer un phénomène ou une observation à partir de certains faits. C'est la recherche des causes, ou d'une hypothèse explicative. (...) L'abduction est donc proche de l'inférence déductive (...) Mais, à la différence de la déduction, l'abduction est par nature incertaine. (...) On peut aussi rapprocher l'abduction de l'induction. Elles ont d'ailleurs été souvent confondues. L'induction est un mode d'inférence qui conclut du particulier au général, de façon probable. Dans le processus de construction du savoir, l'abduction guide l'induction, elle est un moment préalable de l'induction. Mais seule l'abduction est créative et apporte de nouvelles connaissances, bien qu'elle soit imprévisible et incertaine, et en cela très proche de la sérendipité. (Catellin, 2004, p.180).

Forte de l'approche qualitative abductive, notre enquête s'est construite autour d'une grille d'observation plus ouverte. Avant de présenter explicitement celle-ci, arrêtons-nous sur les techniques d'enquête et terrains envisagés.

3.3 Les grands-parents de TikTok

3.3.1 Description du corpus

À partir de la définition de Millette et al. (2020, p.17), nous pouvons dire que notre recherche se déroule en contexte numérique et que notre premier terrain est le Net.

L'expression « contexte numérique » renvoie à des contextes d'activité dans lesquels les médias et les technologies numériques occupent une place centrale et constituent une infrastructure essentielle pour les phénomènes, pratiques et interactions sociales sur lesquels porte la recherche. Il existe de moins en moins de contextes d'activité qui échappent à cette définition, tant « l'imbrication » d'Internet dans le tissu de la vie quotidienne se fait sentir dans toutes les sphères des sociétés contemporaines. (Millette et al., 2020, p.17)

De manière plus spécifique, notre terrain de recherche est constitué du média socionumérique TikTok et des vidéos mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes. Nous avons déterminé les quatre comptes TikTok qui font l'objet de notre enquête : *Valerian x Josette x Claude*, *Mel & Fernande*, *Miss Jacqueline* et *dimitri_tsr*. *Valerian x Josette x Claude* comptent 1,6 millions d'abonnés et totalisent plus de 37 millions de J'aime, quand *Mel & Fernande* affichent 759 555 abonnés pour plus de 17 millions de J'aime. De son côté, *Miss Jacqueline* réunit 361 059 fans pour près de 8 millions de J'aime, tandis que *dimitri_tsr* a convaincu pour l'instant 234 800 abonnés et obtenu 1,7 millions de J'aime.

Tableaux des quatre comptes TikTok du corpus

Les tableaux ci-après présentent les différents comptes TikTok retenus dans le cadre de cette recherche. Outre le nom du profil, le nombre d'abonnés et le nombre de « mentions "J'aime" » sont d'emblée précisés. Ils donnent une première indication sur la popularité de ces comptes. Quelques éléments de biographie et de contexte viennent compléter la présentation des acteurs. Ensuite, la dernier tiers de chaque tableau est consacré aux vidéos. Numérotées de 1 à 6, chacune vidéo porte la date de sa publication. Ce qui permet de comprendre immédiatement que nous allons suivre une trajectoire.

<i>Valerian x Josette x Claude</i>					
<i>1.6M Abonnés - 38MJ'aime</i>					
<i>Claude, 92 ans. Josette, 88 ans. Valérian, 27 ans. Au fil des publications et surtout du succès rencontré, le compte du petit-fils (@valerianhd) s'est transformé pour devenir celui du trio qu'il forme avec ses grands-parents, Claude et Josette.</i>					
Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
2020-07-02	2021-09-30	2022-08-23	2023-02-15	2023-09-13	2024-12-10

Tableau 1. Compte TikTok Valerian x Josette x Claude

<i>Mel & Fernande</i>					
<i>945.2k Abonnés - 23.7MJ'aime</i>					
<i>🌟 22 ans et 100 ans. 🌟❤️. Tenu par Mel, ce compte est dédiée à son arrière-grand-mère, Fernande, qui vit avec elle et ses parents depuis septembre 2022. Leurs échanges drôles et émouvants, ainsi que l'amour qui les unit ont immédiatement convaincu les usagers de TikTok. Mais leur médiatisation a été plus tardive.</i>					
Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
2022-12-07	2022-12-12	2023-01-01	2023-05-11	2024-01-19	2024-12-12

Tableau 2. Compte Tiktok Mel & Fernande

<i>Miss Jacqueline</i>					
<i>479.2k abonnés - 11.1M J'aime</i>					
<i>Compte tenu par Jacques, homosexuel, "Danseur/euse, comédien/enne, chanteur/euse" et AVENTURIER (ajouter après participation à Kho-Lanta), . Le compte n'est pas dédié aux liens qui unissent Jacques et sa grand-mère (Anne-Marie), 92 ans, mais il met régulièrement de l'avant ceux-ci.</i>					
Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
2020-07-08	2021-01-17	2022-11-10	2023-08-08	2024-09-25	2024-11-10

Tableau 3. Compte TikTok Miss Jacqueline

<i>dimitri_tsr</i>					
<i>253k abonnés - 2.5M J'aime</i>					
<i>Compte tenu par Dimitri. "Que du smile - Occitanie". Fait une large place à l'humour, la danse, le lip-sync... et à sa grand-mère, de 85 ans. Ce n'est pas un compte dédié à leur relation, mais leurs vidéos y occupent une place de plus en plus grande.</i>					
Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
2020-01-10	2020-06-16	2021-03-26	2023-06-17	2024-07-03	2024-11-15

Tableau 4. Compte TikTok dimitri_tsr

3.3.2 Une technique d'enquête : l'analyse de contenu

« On n'étudie pas le contenu stéréotypé et pléthorique des médias comme un sonnet de Ronsard ou *Madame Bovary*. » Aussi belle que sentencieuse, l'affirmation de Jean de Bonville -qui figure dans l'introduction de son ouvrage consacré à l'analyse de contenu (2006, p.5)- vient souligner combien cette technique d'enquête qui emprunte à plusieurs disciplines (ibid) est adaptée à la recherche en communication et singulièrement à la recherche en contexte numérique. De fait, lorsque nous nous sommes intéressés au public non-prévu des grands-parents TikTokeurs, l'observation du phénomène par le biais de cet outil nous a semblé pertinente.

La définition que Jean de Bonville (2006, p. 10) donne de l'analyse de contenu se décline comme suit :

En tant que *technique*, l'analyse de contenu est une famille de procédés spécialisés servant à la collecte, à la description et au traitement des données. En tant que technique *de recherche*, elle aide à produire un savoir original, des connaissances nouvelles ; elle contribue à établir des faits, à élargir des perspectives ou à corriger des perceptions. Bref, elle sert à la révélation de réalités qui, autrement, resteraient cachées.

Pour Robert et Bouillaguet (2007, pp 26-34), l'analyse de contenu compte quatre phases principales : « la pré-analyse, la catégorisation, le codage et le comptage, et enfin l'interprétation ».

La pré-analyse. Elle est le pendant, au niveau de la partie « expérimentale » de la recherche de l'étape intuitive préliminaire (...) Le chercheur sait dans quelle direction et en fonction de quelles questions s'orienter, il ne sait pas encore nécessairement ce qui constituera le support de son analyse de contenu, bien qu'il puisse en avoir une idée préalable (...) Il s'agit de la phase pré-analytique, encore appelée « analyse flottante ». p.26

La catégorisation. L'objectif poursuivi consiste à appliquer aux textes [ou autres objets de recherches] retenus un traitement permettant d'accéder à une signification non-immédiatement visible (notamment par le biais de dénombrement) qui – tout en le présentant sous une forme différente – n'en dénature pas le contenu initial, mais répond également aux questions de la problématique. D'où une double exigence de fidélité et d'originalité. L'opération centrale tient dans l'élaboration d'une grille de catégories. p.28

Le codage et le comptage. Pour appliquer les catégories au corpus et remplir les grilles d'analyse, il convient de délimiter des unités de découpage du contenu : on distingue généralement les unités d'enregistrement, de numération et de contexte. pp.30-31

L'interprétation des résultats. Cette quatrième phase de l'analyse, la plus intéressante parce qu'elle est celle qui permet d'évaluer la fécondité du dispositif en même temps que la valeur des hypothèses, consiste à prendre appui sur les éléments mis au jour par la catégorisation pour fonder une lecture à la fois originale et objective du corpus étudié. p.33

Ces quatre phases ont été mobilisées dans notre recherche. Outre la pré-analyse qui a amorcé notre travail – et dont nous avons déjà parlé – la catégorisation a permis de définir notre grille d'analyse, le codage et le comptage ont été l'occasion de d'appliquer les catégories au corpus, enfin l'interprétation des résultats nous a permis de répondre de manière claire à notre question de recherche. Notre observation, qui porte aussi bien sur la réalisation des vidéos que sur les mises en scène (primaires ou secondaires, en réaction aux commentaires par exemple), nous a amenés à identifier les éléments relatifs au lien comme ceux relevant de l'appropriation.

À partir des quatre comptes TikTok indiqués dans notre précédent point, notre corpus a pu être précisé. L'objectif étant d'observer la trajectoire des liens dans les vidéos publiées par ces binômes inattendus de

TikTokeurs, réunissant grands-parents et petits-enfants adultes. Nous l'avons souligné précédemment, notre corpus se compose de 24 vidéos issues équitablement de 4 comptes TikTok. Leur sélection s'est faite à trois moments-clés de la vie de ces comptes. À partir de là, nous avons pu suivre l'évolution des différents « acteurs » et répondre à nos questions grâce aux éléments visibles que nous notions. Ces moments différents nous permettent aussi d'enregistrer la progression dans l'appropriation. Nos premières observations nous ont amenés à penser qu'il y en a bien une, puisqu'elles laissent entrevoir une aisance de plus en plus affirmée des grands-parents face à la caméra et un jeu d'acteurs plus naturel.

Les quatre comptes TikTok sélectionnés sont publics. À l'aide d'un téléphone intelligent et d'un ordinateur, nous avons enregistré et stocké les vidéos retenues, puis nous les avons passés à travers notre grille d'analyse. Ces précisions soulignent l'absence de problème d'accessibilité et d'enjeu éthique pour les observés ou pour les observateurs. Ce corpus nous semble pertinent au regard de nos objectifs de recherche.

3.4 La grille d'analyse

La grille, qui a guidé notre analyse, s'articule autour des deux concepts principaux de notre travail : le lien intergénérationnel et l'appropriation (voir annexes). Notre grille d'analyse distingue 30 critères (à l'exclusion du nom et du profil du compte). En voici la liste :

1. abonnés-total
2. "mentions « J'aime » "
3. dates de publication
4. thèmes-titres
5. vues
6. commentaires
7. hashtags
8. republications-partages
9. favoris
10. champ lexical de la famille
11. complicité-signes d'affection
12. référence à l'histoire commune
13. synopsis

14. transmission de valeurs ou de pratiques du grand-parent vers le petit-enfant
15. transmission de valeurs ou de pratiques du petit-enfant vers le grand-parent
16. objets frontières (objet, matériel comme la télévision ou immatériel comme une conversation, qui permet aux grands-parents et aux petits-enfants de se "rencontrer")
17. présence du petit-enfant dans la vidéo
18. commentaires
19. réactions aux commentaires
20. utilisation du dispositif/maîtrise technique et cognitive
21. utilisation du dispositif/contraintes du dispositif
22. intégration de l'usage dans la pratique quotidienne/utilisation quotidienne et autonome
23. intégration de l'usage dans la pratique quotidienne/TikTok support de socialisation
24. utilisation répétée du dispositif/pratique sociale incluant la famille ou de loisirs
25. utilisation répétée du dispositif/vecteur de sociabilité plus large
26. communautés de pratiques/émulation
27. communautés de pratiques/création avec d'autres aînés TikTokeurs
28. évolution du dispositif/représentations dans les institutions publiques
29. évolution du dispositif/visibilité médiatique
30. évolution du dispositif/monétisation

Notre grille d'analyse a été élaborée au fur et à mesure que nous avançons dans cette recherche et dans l'analyse des contenus retenus. Elle découle directement de notre cadre théorique et nous permet d'opérationnaliser celui-ci. Une première version de la grille ne comptait qu'une vingtaine de critères, pour l'essentiel en lien avec les usages et appropriations. Ces concepts étant bien décrits dans la littérature, cela n'a pas présenté de difficulté particulière de discriminer ce qui devait être retenu dans la grille. En revanche, l'émergence des critères d'analyse du lien intergénérationnel s'est faite par à-coups. Cela peut s'expliquer par la difficulté à définir ce lien, comme nous l'avons déjà souligné. Mais à partir du travail de définition de ce lien, fait au chapitre 2, le lien a pu être circonscrit par les critères indiqués précédemment. Dès lors, la grille a trouvé sa forme définitive (voir Annexes). Animés par le souci d'exhaustivité, afin de ne négliger aucun aspect de ce lien, nous avons abouti à un outil qui a rendu opérationnelle l'analyse du lien intergénérationnel que nous avons repéré dans les vidéos TikTok réunissant des grands-parents et leurs petits-enfants adultes.

CHAPITRE 4

ANALYSE DU CORPUS

Dans ce quatrième chapitre, nous présentons les résultats de l'analyse de contenus de notre corpus, qui est constitué de quatre comptes TikTok et 24 vidéos réparties équitablement entre ces quatre comptes : *Valerian x Josette x Claude* (1,6M d'abonnés), *Mel & Fernande* (945.2k abonnés), *Miss Jacqueline* (479.2k abonnés) et *dimitri_tsr* (253k abonnés). Comme nous l'avons indiqué au chapitre 3, le choix des profils retenus se fonde sur deux tendances observées sur la plateforme. Tout d'abord, certains comptes sont complètement dédiés aux grands-parents et à leurs petits-enfants adultes (c'est le cas des deux premiers de notre corpus), d'autres, bien que n'étant pas dédiés aux grands-parents, leur accordent une place importante et grandissante (c'est le cas des deux derniers de notre corpus).'

L'analyse des 24 vidéos, réalisée à partir de 30 critères, nous permet d'étayer nos questions de recherche secondaires, pour pouvoir ensuite répondre à notre question de recherche principale qui pour mémoire est la suivante : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? ». Ainsi, nous avons vu :

- Sous-question 1 : Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos (les imaginaires, les thèmes associés) ?
- Sous-question 2 : De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?
- Sous-question 3 : Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Pour commencer, nous nous arrêtons successivement sur l'analyse des résultats de chaque compte TikTok sélectionné, puis nous proposons une synthèse de l'ensemble de notre corpus qui répond à notre question de recherche principale, avant d'en venir à la discussion dans notre chapitre final.

4.1 Résultats

4.1.1 Le cas de « Valerian x Josette x Claude »

La première famille choisie est constituée de Valérian et de ses grands-parents, Claude et Josette. Durant la phase d'observation flottante, ce trio insolite est le premier qui ait retenu notre attention et amenés à nous interroger sur le lien intergénérationnel qui se manifestait de manière originale dans des vidéos TikTok.

Comptes		Valerian x Josette x Claude					
Abonnés Total J'aime		1.6M Abonnés - 38M J'aime					
Profil		Claude, 92 ans. Josette, 88 ans. Valérian, 27 ans. Au fil des publications et surtout du succès rencontré, le compte du petit-fils (@valerianhdh) s'est transformé pour devenir celui du trio qu'il forme avec ses grands-parents, Claude et Josette.					
Contenus		Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
Dates		2020-07-02	2021-09-30	2022-08-23	2023-02-15	2023-09-13	2024-12-10
Thèmes Titres		Ozone feat Josette	Claude revient en force. 🍷 Retrouvez-nous sur TF1 à 20h ce soir !	POV ; ton grand-père a encore une idée de TikTok chelou et tu dois lui faire comprendre que c'est pas une bonne idée	Retrouvez-nous sur @France 2 à 22h55 ce soir/Sublime documentaire "La révolution des vieux" Jeremy Frey & Laure Adler.	La rencontre de mes grands-parents (partie 1)	Trop mignon ! Le père Noël a gentiment offert des chocolats Jeff de Bruges à mes grands-parents.
Occurrence	Vues	13.9k	137.4k	176.8k	63.2k	1.3M	126.9k
	Mentions J'aime	1422	22.9k	16.4k	6302	138.3k	8375
	Commentaires	4	159	56	54	443	14
	Hashtags	#pourtoi #fyp #josette	❌ Pas d'hashtag	❌ Pas d'hashtag	❌ Pas d'hashtag	❌ Pas d'hashtag	#noël #chocolat #jeffdebruges #collaborationcommerciale
	Republications Partages	1	22	23	55	8829	134
Favoris	10	262	346	317	10.5k	317	

Figure 1. Capture d'écran partielle de la grille d'analyse de « Valerian x Josette x Claude »

Nous l'avons indiqué dans notre méthodologie, notre grille d'analyse (voir Annexes) distingue 30 critères (à l'exclusion des nom et profil du compte) et est articulée autour des 24 vidéos issues des quatre comptes précités.

Le nombre de vues n'a pas été pour nous le critère déterminant. Sur ce premier compte TikTok (Figure 1), nombre de vidéos totalisent plusieurs millions de vues. Nous n'en avons pourtant retenu qu'une respectant ce critère et avons préféré nous concentrer sur l'évolution que nous avons notée en termes

de contenus. Celle-ci révèle en effet que ce n'est pas tant l'ancienneté sur la plateforme qui suscite de l'engagement de la part des abonnés, mais bien le thème développé dans la vidéo. Ainsi, la cinquième vidéo, dans laquelle Claude et Josette dévoilent une partie de leur histoire personnelle, racontent leur rencontre, entraîne un engouement des internautes qui ne se mesure pas seulement au nombre de vues, mais aussi à celui des partages (plus de 8800) ou des favoris (plus de 10k) et surtout à la teneur des commentaires. Nombreux, bienveillants, voire attendris, ces commentaires soulignent combien cette page d'histoire intime a touché au cœur les abonnés de Valerian, Josette et Claude. La mise en scène du moment n'est sans doute pas étrangère à l'impact qu'il a eu : le récit de la rencontre est fait à deux voix, par Josette et Claude ; les aînés TikTokers sourient, parlent doucement, complètent les phrases l'un d' l'autre, échangent des rires complices ; le montage alterne entre images d'archives en noir et blanc et visuels du présent en couleurs ; un piano rythme le tout. Une mise en scène soignée, mais qui se fonde sur un moment d'émotion vraie pour les grands-parents eux-mêmes. Et c'est sans doute cette sincérité qui est ici plébiscitée par les abonnés. De fait, l'observation plus générale de ce compte aboutit au constat suivant : chaque fois que le sujet abordé dans les vidéos est personnel, intime, le public est au rendez-vous. Ainsi, lorsque les grands-parents parlent de leur enfance ou de leur vie durant la Seconde Guerre Mondiale, ils touchent leurs abonnés. Il ne s'agit pas ici d'occulter le succès des autres vidéos, y compris commerciales (dont certaines culminent à plus de 7 millions de vues), mais de souligner le levier principal d'attention, que nous repérons aussi dans les autres profils analysés.¹ Quels sont les thèmes abordés dans ces vidéos ?

4.1.1.1 Quels sont les thèmes abordés dans les vidéos ?

Sur la question des thèmes abordés dans les vidéos, on note depuis les débuts de l'observation de ces aînés sur TikTok, un goût prononcé pour l'humour, les mises en scène parodiques ou la répétition des *trends*. Cette famille a toutefois un imaginaire foisonnant et élabore régulièrement des scénarios originaux, pour « faire plaisir » à ses abonnés. Le succès dépasse assez vite le cadre de la plateforme et s'exporte vers les médias traditionnels. Qu'il s'agisse des journaux télévisés ou des émissions de divertissement, Claude, Josette et Valerian séduisent les différents médias et leurs publics respectifs. La rapide et importante médiatisation de ces aînés les convainc qu'ils ont trouvé le bon ton et surtout « leur » public, et vient renforcer leur désir d'amuser en s'amusant. Ils reconnaissent volontiers que la création de contenus pour TikTok est devenue une activité centrale pour eux, qui rend leur retraite passionnante. Leur énergie et leur humour ont séduit les annonceurs.

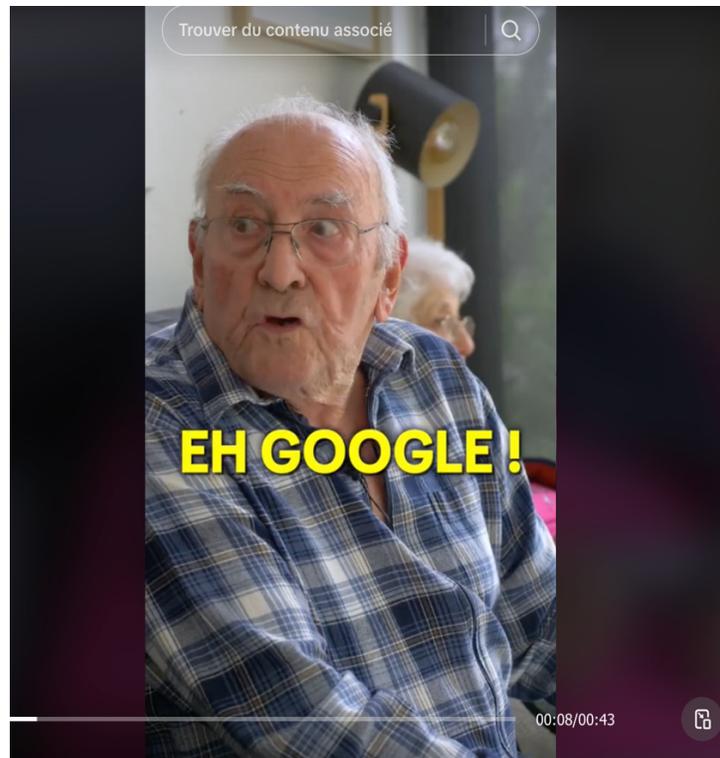


Figure 2. Capture d'écran d'une vidéo rémunérée de « Valerian x Josette x Claude » pour Google

Aujourd'hui, les vidéos que ces TikTokeurs réalisent sont majoritairement des collaborations commerciales, dans les domaines variés, allant des technologies comme l'assistant vocal de Google (Figure 2) aux gâteaux bio, sans oublier tous les produits de la silver économie. Les abonnés en ont conscience et l'indiquent régulièrement dans les commentaires, mais ils soulignent aussi que les vidéos restent drôles et que le couple de grands-parents n'en est pas moins attachant.

4.1.1.2 De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?

Nous avons observé le lien intergénérationnel (Figure 3) à l'aune de sept critères : le champ lexical de la famille, les signes de complicité et/ou d'affection, les références à l'histoire commune, le synopsis de la vidéo, la transmission de valeurs ou de pratiques (du grand-parent vers le petit-enfant adulte et inversement), l'existence ou non d'objets frontières, la présence ou non du petit-enfant adulte dans les vidéos.

- **Le champ lexical de la famille** : occurrence élevée pour les mots « papi », « mamie », « mon grand-père », « ma grand-mère », « mon petit-fils », « mon mari », « ma femme ».
- **Les signes de complicité et/ou d'affection** : ces signes sont nombreux. Dans la vidéo 1, on voit Valérien danser avec sa grand-mère, puis lui faire un massage du cuir chevelu, on les voit aussi beaucoup rire ensemble. Autre exemple, dans la vidéo 2, c'est l'affection entre les grands-parents qui est visible. Il se tiennent par les bras, se lancent des regards complices. Le tout sous le regard tendre de Valérien.
- **Les références à l'histoire commune** : faible occurrence. La vidéo 4 fait exception, dans la mesure où elle raconte l'histoire d'amour des grands-parents.
- **Le synopsis de la vidéo** : dans toutes les mises en scène proposées sur ce compte, la relation filiale est valorisée. Les collaborations commerciales ne font pas exception, car c'est la complicité entre les grands-parents et leur petit-fils qui intéresse le public.
- **La transmission de valeurs ou de pratiques** : dans nombre de vidéos, il n'y a pas de transmission explicite. Parfois, cette question est non-pertinente. Mais dans la majorité des cas, il y a bien une transmission de valeurs des grands-parents vers leur petit-fils et dans le même temps, une transmission de pratiques du petit-fils vers ses grands-parents.
- **Les objets frontières** : la télévision et le cellulaire représentent l'essentiel des objets frontières visibles dans les vidéos.
- **La présence du petit-enfant dans la vidéo** : une présence en voix off, la plupart du temps, pour Valérien. Mais il lui arrive de faire une apparition devant la caméra, comme dans les vidéos 3 et 6, ou d'être omniprésent, comme dans la vidéo 1.

Puis, nous avons regardé l'évolution du lien intergénérationnel. Ce qui est visible dans les vidéos vient confirmer notre première intuition : le lien est préexistant à la réalisation des vidéos, mais se trouve renforcé par cette activité commune. Il existe une vraie osmose entre les grands-parents et leur petit-fils par exemple. L'analyse permet de comprendre qu'avant toute chose, il s'agit d'un rapport de confiance entre les membres du trio. Sans cette confiance, aucune vidéo n'aurait pu être réalisée. Car, même si les grands-parents prennent visiblement plaisir à cette nouvelle activité, l'exposition qu'elle induit, les textes qu'ils doivent retenir, le talent d'acteur qui est à développer, toutes ces exigences constitueraient des freins sans une relation de confiance préalable. Dans les vidéos, la tendresse, la complicité, l'affection au sein de cette famille sont flagrantes et passent par des signes que nous avons répertoriés dans la grille, tels : les étreintes, les larmes d'émotion, les fous rires, les regards, l'autodérision.

Concepts								
Lien intergénérationnel	Champ lexical de la famille		✗ Non pertinent : vidéo sans dialogue.	Papi	Grand-père, papi	Mon mari. Ma femme. Mon petit-fils	Grands-parents	Grands-parents, mon chou
	Complicité, signes d'affection		Valérian, le petit-fils de Josette, danse en faisant de grands gestes dans les os de sa grand-mère. Pendant sa danse, il fait un massage du cuir chevelu à sa grand-mère. Celle-ci l'ignore tout au long de la vidéo, mais réagit au massage, d'abord en jouant l'incompréhension, puis en souriant.	Josette et Claude se tiennent par le bras. Claude explique aux abonnés leur joie de les retrouver après un mois d'absence : "on vous a peut-être manqué, mais vous nous avez aussi manqué beaucoup." Valérian avertit son "papi" que quelqu'un (le cadreur de TF1) se trouve derrière lui. Surprise feinte de Claude ("Ha bon ? Ha, TF1, bonjour TF1"), puis rires partagés. Josette, souriante, ne quitte pas son mari des yeux.	Claude expose sa nouvelle idée de mise en scène TikTok à Valérian. Le petit-fils écoute avec attention, l'air dubitatif. Il se passe la main sur le front, la barbe, en laissant échapper quelques onomatopées de concentration (hmm...hmm). Mais, il relance son grand-père en riant et essaie de préciser l'idée. Le ton est sceptique et Claude finit par rire avec lui, avant de conclure : "Je vais m'arrêter de réfléchir".	Alors que Claude raconte la projection en avant-première du film et tous ses à côtés (réponses à ceux qui le reconnaissent, applaudissements, photo avec les fans), il en profite pour "dénoncer la goinfrieur" de son petit-fils. Valérian le filme à son insu, en train de regarder le film, notamment les moments d'émotion de Claude qui se découvre à l'écran..	Valérian est derrière la caméra... Le récit de la rencontre est fait à deux voix, par Josette et Claude : ils sourient, parlent doucement, complètent les phrases l'un de l'autre, échangent des rires complices. Le montage mélange des images d'archives en N/B et le présent en couleurs. Un piano en fond sonore rythme l'histoire.	Entre les grands-parents, acteurs principaux ici. Ils jouent (comme des enfants) à être des détresseurs de Père Noël.
	Références à l'histoire commune		✗ Aucune.	✗ Aucune.	✗ Aucune.	✗ Aucune.	Le couple d'ainés raconte à son petit-fils et aux abonnés de leur compte les débuts de leur histoire.	C'est une pub, mais elle s'inscrit dans le quotidien de ce couple d'ainés, grands-parents, et de leur petit-fils (qui ici joue le rôle du Père Noël, que le grand-père dépouille). La scène se passe chez eux, entre le salon et le jardin.
	Synopsis		Cette vidéo renvoie aux débuts de Josette (la grand-mère) sur TikTok. Valérian (le petit-fils) occupe l'espace, en performant une danse un peu désarticulée derrière sa grand-mère, pendant que celle-ci, assise, le regard baissé, semble lire ou écrire (ses mains ne sont pas visibles). Letout sur un titre du groupe O-Zone, "Drago stea Din Tie".	Face caméra, Claude s'adresse directement aux abonnés et parle de leur retour d'un ton léger. Il met l'accent sur le plaisir qu'il ont à retrouver les abonnés, après un mois d'absence. Il évoque les raisons de leur absence de manière allusive. "Nous revoilou, nous revoilà ! Et cette fois en pleine forme. On a la pêche. Cela fait un mois qu'on vous a quittés, excusez-nous. Mais, enfin, il fallait le faire. Et puis, voilà. Alors on va refaire des vidéos, avec plaisir, pour vous faire plaisir et pour se faire plaisir". La vidéo est tournée en présence de TF1 (chaîne privée France), qui réalise un reportage sur ces aînés TikTokers.	La nouvelle idée de mise en scène de Claude qui propose de se coucher au milieu des vaches...	La médiatisation du couple de grands-parents, Claude et Josette, véritables phénomènes TikTok, avec l'annonce de la diffusion du documentaire de France 2, "La révolte des vieux". Le récit de la projection avant-première.	La première rencontre des grands-parents et leur cheminement jusqu'au mariage.	PUB/Le grand-père dépouille le Père Noël de ses chocolats, avec le soutien de la grand-mère.

Figure 3. Lien intergénérationnel, exemple de la grille de « Valérian x Josette x Claude »

Au nombre de ces signes, nous remarquons que le toucher est important pour tous les membres de cette famille (massages, câlins, baisers), qu'ils emploient aisément des petits noms pour se qualifier -papi, mamie- parfois avec un possessif -mon chou, mon petit-fils-, ou encore lorsqu'ils s'expriment en dehors de leurs personnages (en entrevue par exemple), c'est toujours avec beaucoup de tendresse en évoquant

les autres membres du trio. Des signes qui sont aussi visibles dans les autres familles comme nous avons pu le constater.

4.1.1.3 Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Dans ce cas-ci, le petit-fils a la maîtrise technique et cognitive du dispositif. Ce que les grands-parents n'ont pas et ne parviennent pas véritablement à acquérir. Claude, le grand-père, montre pourtant un intérêt marqué pour la plateforme, allant jusqu'à créer un compte personnel @papi.claude13 pour y proposer ses propres vidéos. Toutefois, ces aînés TikTokers développent d'autres formes d'appropriation, en intégrant complètement la plateforme à leur routine quotidienne. Nous l'approfondissons au chapitre 5, dans le cadre de notre discussion, mais il est intéressant de noter que les niveaux d'utilisation technique peuvent être pris en charge par un tiers. L'usage qu'ont Claude et Josette de la plateforme est régulier, la périodicité va de biquotidienne à hebdomadaire. Les grands-parents sont de plus en plus à l'aise devant la caméra de leur petit-fils, au point d'élaborer des scénarios. Ils ont ainsi bien intégré le fonctionnement de la plateforme, compris son potentiel de socialisation et de monétisation, et saisi l'importance de la relation avec les abonnés. Nous en déduisons qu'ils n'ont peut-être pas la maîtrise technique de la plateforme, mais qu'ils en ont une appropriation. Si l'on revient à la définition du concept (Chapitre 2, 2.2.1, supra), on vérifie que ces aînés utilisent le dispositif, en intègrent l'usage dans leur pratique quotidienne, en ont une utilisation répétée et incluse dans une pratique sociale regroupant famille et loisirs, que le dispositif est source d'échanges, de transmissions et de soutien, et qu'il a abouti à une médiatisation et à une monétisation.

4.1.2 Le cas de « Mel & Fernande »

Deuxième compte totalement dédié à la relation entre les grands-parents et le petit-enfant adulte, « Mel & Fernande » a d'abord été -comme pour Valerian- le profil de Mel, l'arrière-petite-fille de Fernande, avant de devenir celui de leur binôme.

L'histoire de Mel et Fernande est représentative de notre étude, car la plateforme a joué un rôle essentiel dans leur relation. Mel y fait allusion dans plusieurs de leurs vidéos : avant que son arrière-grand-mère ne vienne vivre chez ses parents en 2022, elle n'étaient pas très proches ou plutôt elles ne se connaissaient pas très bien. Et, c'est parce qu'elle s'est retrouvée seule avec elle à la maison, que l'idée lui est venue de

faire des vidéos TikTok avec elle, « pour la distraire et l'occuper ». Fernande adhère immédiatement au projet et la réaction du public va dépasser les prévisions les plus optimistes de Mel, puisque leur première vidéo (Figure 4) va enregistrer près de 3 millions de vues !

L'alchimie entre les deux femmes -que presque 80 ans séparent- est perceptible dans leurs vidéos. Celles-ci s'articulent quasiment toujours autour d'un dialogue. Un choix possible car, malgré son grand âge, Fernande n'a rien perdu de sa lucidité, ni de sa mémoire. Chaque vidéo est l'occasion pour Mel d'inviter son arrière-grand-mère à (se) raconter, à travers des anecdotes, des souvenirs ou encore de la confronter aux réalités d'aujourd'hui, notamment technologiques. L'aînée ne se fait pas prier. Et les effets positifs de cette activité partagée sont concrets et immédiats : arrivée déprimée chez ses descendants, après deux deuils successifs (son époux et son fils), Fernande a retrouvé le goût de vivre grâce à son arrière-petite-fille et à ses vidéos TikTok.

4.1.2.1 Quels sont les thèmes abordés dans les vidéos ?

Les six vidéos que nous avons retenues pour ce cas illustrent notre propos précédent. D'anecdotes en plongées dans les souvenirs, via notamment les nombreux albums photos de Fernande, les thèmes abordés favorisent les échanges entre ces deux femmes de générations éloignées. L'aïeule raconte son enfance, sa rencontre avec son époux, son mariage, ses grossesses, sa solitude depuis quelques années ou encore son mal de vivre avant d'arriver dans ce nouveau cadre de vie. Mel est attentive, curieuse, lui pose de nombreuses questions, qui sont autant d'occasions pour l'aînée de partager son histoire avec sa petite-fille et leurs abonnés.

Leur première vidéo est un peu l'esquisse de leurs créations suivantes. Le ton utilisé est celui que pourraient avoir deux amies. Mel n'infantilise pas son arrière-grand-mère et cette dernière étant particulièrement vive, leurs échanges sont savoureux. Pour resituer : Mel fait les ongles de son aïeule, pendant que celle-ci raconte le début de son histoire avec "papi". Fernande se remémore chaque détail, jusqu'à l'existence de ses rivales précédentes. Mel s'étonne, s'insurge, se projette, pose des questions...etc. Tout en continuant à appliquer du vernis sur les ongles de sa grand-mère. Et surtout, Fernande et Mel rient beaucoup.

Comptes			Mel & Fernande					
Abonnés Total J'aime			945.2k Abonnés - 23.7M J'aime					
Profil			22 ans et 100 ans. ❤️ Tenu par Mel, ce compte est dédiée à son arrière-grand-mère, Fernande, qui vit avec elle et ses parents depuis septembre 2022. Leurs échanges drôles et émouvants, ainsi que l'amour qui les unit ont immédiatement convaincu les usagers de TikTok. Mais leur médiatisation a été plus tardive.					
Contenus			Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
Dates			2022-12-07	2022-12-12	2023-01-01	2023-05-11	2024-01-19	2024-12-12
Thèmes Titres			POV : Grand-mamie raconte une anecdote	C'est pour moi la meilleure vidéo anecdote jusqu'à présent !	Voici le sims de grand-mamie, 98 ans, créé par nos soins. 🎮 Rejoins-moi sur Twitch : MelouwLM (lien dans ma Bio)	Le RoomTour tant attendu de mon arrière-grand-mère !! Son secret, c'est les albums photos.	La plus belle année de ma vie 🍷❤️👉	Le 12/12 mamie et moi sommes passées en direct dans Bonjour TF! - la matinale 📺 @TF1+
Occurrence	Vues		2.7M	196k	63.3k	1.3M	1.4M	102k
	Mentions J'aime		350.7K	17.5k	3195	100.9k	62.8k	6815
	Commentaires		7884	1472	112	3397	520	214
	Hashtags		#fyp #anecdote #pourtoi #mami #tromperie #mariage	#fyp #anecdote #pourtoi #mami #fernande #marcelcerdan	#fyp #pourtoi #fernande #twitch #sims4	#roomtour #decoration #fernande #pourtoi #fyp	#FimDeAno #fernande #intergenerationnel #grandma #fyp #retrospectiva #2023	#fyp #paris #plateautv

Figure 4. Capture d'écran partielle de la grille d'analyse de Mel & Fernande

4.1.2.2 De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?

Comme pour le compte 1, l'observation du lien intergénérationnel dans les vidéos s'est faite à l'aune des sept critères précédemment indiqués.

- **Le champ lexical de la famille** : occurrence élevée pour les mots « mamie », « grand-mamie » et « arrière-grand-mère ».
- **Les signes de complicité et/ou d'affection** : la vidéo 6 couronne la médiatisation du binôme, avec sa participation à une matinale de la télévision française, qui résume l'évolution de leur lien. Outre le récit de cette évolution, il y a la posture de la mamie et de sa petite-fille. Comme indiqué dans notre grille d'analyse, elles se touchent continuellement sur ce plateau télé, comme pour se rassurer mutuellement. Elles finissent les phrase l'une de l'autre. Fernande embrasse Mel. Elles rient beaucoup toutes les deux et multiplient les marques d'affection. Les éclats de rire représentent, du reste, la signature de leurs vidéos et par extension de leur relation. Dans leurs

vidéos, les deux femmes se tiennent souvent par la main, montrent toujours une écoute attentive l'une à l'autre et rient à gorges déployées. Dans la vidéo 2, alors que Fernande raconte une anecdote de son enfance, Mel lui arrange inlassablement une mèche de cheveux rebelle. Quand elle lui fait visiter sa chambre, dans la vidéo 4, Mel la taquine gentiment sur ses bijoux, ses parfums et surtout ses nombreux albums photos. Pour la vidéo 5, nous avons retenu la compilation de l'année 2023 qu'a imaginé Mel et, là, c'est une avalanche de baisers et de rires impossibles à comptabiliser qui occupent l'écran pendant 21 secondes. Intitulée « La plus belle année de ma vie », cette vidéo est un condensé de ce que les deux femmes ont partagé durant l'année. La vidéo fit 1,4M de vues. Les abonnés plébiscitent et disent dans leurs commentaires leurs craintes de voir disparaître cette mamie incroyable. Toujours de bonne humeur et enthousiaste -son « Olala ! » est devenu mythique sur leur profil- Fernande a vraiment conquis le public.

- **Les références à l'histoire commune** : ces références sont assez fréquentes. Dans la vidéo 1, par exemple, Fernande parle de « papi » et de sa première grossesse. Dans la vidéo 4, des photos de Mel enfant, à l'occasion du remariage de mamie et papi, sont montrées et font l'objet d'un échange. De manière générale et sur une base régulière, elles parlent de leurs vies respectives et du lien qui les unit.
- **Le synopsis de la vidéo** : dans toutes les mises en scène proposées sur ce compte, la relation filiale est valorisée.
- **La transmission de valeurs ou de pratiques** : dans toutes les vidéos, la transmission de de valeurs est explicite, dans les deux sens. Fernande parle de l'histoire familiale, nourrit la curiosité de Mel d'en savoir davantage sur ceux qui l'ont précédée, et ce faisant souligne la confiance, l'amour et le respect sont partagés. Par ailleurs, par son attitude bienveillante et protectrice vis-à-vis de son aïeul, Mel transmet aussi le souci des aînés.
- **Les objets frontières** : en de rares occasion, la télévision peut représenter un objet frontière visible dans les vidéos.
- **La présence du petit-enfant dans la vidéo** : dans ce cas, la présence de la petite-fille est constante. Les vidéos sont articulées autour du duo Mel & Fernande. Quelle que soit l'activité-prétexte de la vidéo, elle donne lieu à un échange savoureux entre les deux. Même lorsque les vidéos incluent d'autres membres de la famille (comme les parents de Mel ou son fiancé), elles demeurent concentrées sur le duo.

4.1.2.3 Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Fernande, centenaire, n'a pas développé une maîtrise technique de la plateforme. Mais, comme Claude et Josette (famille 1), elle a vite saisi l'ouverture sur le monde que celle-ci lui offrait. Très rapidement, l'arrière-grand-mère intègre la présence de la caméra, montre parfois de la coquetterie, s'adresse aux abonnés directement ou interroge sa petite-fille quand elle ne comprend pas, comme dans la vidéo 3 où elle découvre ce qu'est un avatar, en en définissant un avec Mel. Les commentaires des abonnés font écho à l'enthousiasme des principales intéressées.

Tour à tour chaleureux, émus ou euphoriques, ces commentaires sont riches de remerciements, de félicitations, d'affection et d'émojis cœurs ou rires. On peut citer celui de Fleur Lorenzoni, suite à la publication de la première vidéo : "Quelle belle vidéo, quel bonheur de vous voir partager ainsi. Profitez de ces moments magiques, vous m'avez fait pleurer❤️❤️❤️". Mel y répond parfois, toujours pour souligner l'importance que ces vidéos et les réactions suscitées ont pour sa grand-mère.



Figure 5. Capture d'écran de la première vidéo de Mel & Fernande

L'usage qu'elles ont de la plateforme est régulier. Les vidéos viennent « remplacer » les albums photos de Fernande. Son arrière-petite-fille les organise comme un journal de bord de son voyage aux côtés de son aïeule. Elle ne veut perdre aucun instant et ne rate aucune occasion de faire plaisir à son aïeule : les balades, les cadeaux, le shopping, les fêtes et bien sûr le centenaire de l'aînée, rien n'est trop beau pour sa mamie. Un peu comme si Mel faisait une course contre la montre et qu'il lui fallait créer et enregistrer un maximum de beaux souvenirs avec son arrière-grand-mère. Lors de son passage à la matinale de Tf1, elle a expliqué qu'en commençant ces vidéos, elle avait pour objectif le centenaire de son arrière-grand-mère. C'est chose faite en 2024. Mais à chaque objectif atteint, la jeune fille en propose un nouveau, déterminée à combler son arrière-grand-mère « avant [que celle-ci ne parte] au paradis.

4.1.3 Le cas de « Miss Jacqueline »

Avec Miss Jacqueline, nous sommes dans le cas où les vidéos avec sa grand-mère viennent enrichir son compte personnel, mais ne constituent pas l'essentiel de ses publications. Elles sont néanmoins bien présentes, et plusieurs d'entre elles ont dépassé le million de vues. C'est aussi le compte le plus engagé des quatre retenus. En effet, en raison de son homosexualité revendiquée, Jacques aka Miss Jacqueline met régulièrement en scène avec sa grand-mère des situations lui permettant de dénoncer l'homophobie. Il le fait en utilisant à la fois l'humour et la provocation, en recourant à un langage cru. Le contraste entre sa « gentille mamie » et les mots qu'il lui souffle/écrit contribue à l'effet comique de l'ensemble. Là encore, nous notons que la grand-mère montre une grande vivacité d'esprit, à plus de 90 ans. La relation qu'elle entretient avec son petit-fils doit visiblement beaucoup à l'acceptation de son orientation sexuelle et de ses postures publiques. Jacques « adore danser en talons » et le fait régulièrement, seul ou aux côtés de sa grand-mère. Il répond presque toujours aux *haters*, de manière très virulente, avant d'en appeler à « sa communauté » ou de prendre sa grand-mère à témoin. Toutefois, nous notons que sa notoriété récente, acquise durant sa participation à l'émission de survie Kho-Lanta [équivalent français de l'émission de télévision Survivor], et les perspectives que cela lui ouvre ont quelque peu adouci son langage et ses réactions.

4.1.3.1 Quels sont les thèmes abordés dans les vidéos ?

Miss Jacqueline étant aussi « danseur/danseuse », outre le thème précédemment cité, le compte fait une place de choix à la danse. En solo ou avec sa grand-mère, il fait régulièrement démonstration de son talent. Mais la majorité des vidéos communes vise le rire. Ainsi, quand il demande à sa mamie si elle connaît le langage homosexuel et l'initie à ce langage, l'idée est à la fois de la choquer et de créer un effet comique par contraste. Durant l'année 2024, Jacques a participé à l'émission de télé-réalité Kho-Lanta, avec un beau parcours sans toutefois atteindre la finale. Cette expérience lui a permis d'élargir son audience sur TikTok et vu qu'il est un « performer », il espère depuis être sélectionné pour l'émission Danse avec les Stars. Dans cet objectif, il fait du lobbying sur son compte, avec l'aide de sa grand-mère et aussi celle de ses abonnés à qui il demande d'identifier l'émission et de soutenir sa candidature.

Comptes		Miss Jacqueline					
Abonnés		479.2k abonnés - 11.1M J'aime					
Total J'aime							
Profil		Compte tenu par Jacques, homosexuel, "Danseur/euse, comédien/enne, chanteur/euse" et AVENTURIER (ajouter après participation à Kho-Lanta), . Le compte n'est pas dédié aux liens qui unissent Jacques et sa grand-mère (Anne-Marie), 92 ans, mais il met régulièrement de l'avant ceux-ci.					
Contenus		Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
Dates		2020-07-08	2021-01-17	2022-11-10	2023-08-08	2024-09-25	2024-11-10
Thèmes Titres		Je danse avec Maminou 90 ans	Cours de sophrologie avec mamie	Mamie qui découvre le langage homosexuel	Voilà la solution de mamie pour les homophobes	Vous en pensez quoi ? @DanseAvecLesStars #dals	Mamie a une question à me poser, alors on l'écoute et je lui réponds.
Occurrence	Vues	201.8k	25.5k	14.3k	2.1M	176k	300k
	Mentions J'aime	3804	986	990	272k	11k	10k
	Commentaires	288	83	62	3782	1443	579
	Hashtags	#grandmother #grandmotherchallenge	#pourtoi #fyo #missjacqueline #mamie #sophrologie #yoga #exercice #lumieresur #bluemonday #drole #onemanshow #duos	#mamie	#mamie	#dals #danseaveclesstars #missjacqueline #oui #danse	#missjacqueline #mamie #love
	Republications Partages	224	34	15	50.7k	68	66
Favoris	37	8	21	18.6k	321	320	

Figure 6. Capture d'écran partielle de la grille de Miss Jacqueline

4.1.3.2 De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?

En reprenant, comme pour les comptes 1 et 2, la discrimination des sept critères retenus pour l'observation du lien intergénérationnel dans les vidéos, nous parvenons au résultat ci-après.

- **Le champ lexical de la famille** : les mots privilégiés sont « maminou » et « mamie ». Ils sont dits dans les vidéos ou y figurent par le biais des mot-clics (#mamie).
- **Les signes de complicité et/ou d'affection** : la complicité qui existe entre Miss Jacqueline et sa grand-mère transparaît aussi bien dans les sourires retenus que dans les éclats de rires. Les histoires qu'ils mettent en scène étant parfois à la limite de la bienséance (Figure 7), le rire vient souvent les ponctuer.
- **Les références à l'histoire commune** : l'histoire commune de Jacques et sa grand-mère est évoquée dans plusieurs vidéos, notamment lorsque le petit-fils aborde la question de son homosexualité, sa grand-mère lui rappelle que cela fait de nombreuses années qu'il lui parle de la

même chose et qu'il serait temps de passer à un autre sujet. L'idée étant de mettre en lumière l'ouverture d'esprit d'une grand-mère de 90 ans, par opposition à la fermeture d'esprit des *haters* qui viennent régulièrement s'exprimer sur son profil.

- **Le synopsis de la vidéo** : dans toutes les mises en scène proposées sur ce compte, la relation filiale est valorisée.
- **La transmission de valeurs ou de pratiques** : compte tenu de la posture engagée de ce compte, la transmission mutuelle des valeurs de tolérance, de respect des autres et d'humour, est explicite, dans la plupart des vidéos.
- **Les objets frontières** : en de rares occasions, la télévision peut représenter un objet frontière visible dans les vidéos.
- **La présence du petit-enfant dans la vidéo** : dans ce cas, la présence du petit-fils est constante. Les deux comparses apparaissent toujours ensemble dans les vidéos, ils proposent régulièrement de nouvelles publications et suscitent de nombreux commentaires enthousiastes à chaque fois. La vidéo 4, par exemple, qui est une réponse aux homophobes, enregistre plus de 2 millions de vues. Elle a été publiée plusieurs fois et provoque à chaque publication une vague de commentaires allant des félicitations à la grand-mère aux encouragements adressés à Jacques. On peut notamment citer : "Elle est épatante ta mamie ! Elle m'a tué de rire ! " , "elle a refait ma journée", "une mamie comme ça ou rien" , "jpp, je la regarde en boucle", auxquels il faut ajouter de nombreux emojis rires, cœurs.



Figure 7. Capture d'écran d'une vidéo de Miss Jacqueline

4.1.3.3 Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Concernant les formes d'appropriation, Miss Jacqueline et sa grand-mère ne proposent pas un autre schéma que les deux précédents comptes. Les vidéos ne révèlent pas d'évolution notable de l'agentivité de la grand-mère. Elle est filmée mais ne filme pas elle-même. Il n'y a pas non plus d'éléments visibles laissant supposer qu'elle participe à l'élaboration des scénarios. Cependant, à l'instar des autres grands-parents observés, elle comprend tout l'intérêt qu'il y a à plaire au public qui les suit. Elle maîtrise ainsi les codes de l'interaction avec les abonnés. Sa posture face à la caméra ou ses textes bien restitués soulignent au besoin le sérieux qu'elle met dans cette activité. Pour la vidéo 4, par exemple, dans laquelle la grand-mère doit répondre aux homophobes, la solution qu'elle trouve contre leur attitude est assez triviale. En l'énonçant, elle s'étouffe de rire, surprise elle-même par son audace, mais n'oublie pas de se tourner vers la caméra. Lorsqu'il s'agit de danse, comme dans la vidéo 1 par exemple, le petit-fils guide, la mamie suit, très appliquée. Les fous rires sont attendus. Toujours devant la caméra tous les deux dans les vidéos

communes, ils dansent, discutent autour d'un thème (souvent polémique) ou font une parodie. Le fil conducteur est tenu par le petit-fils, qui organise l'échange, relance sa grand-mère au besoin, mais cette dernière, très à l'aise, respecte le script et n'oublie pas de sourire aux abonnés. Ces éléments traduisent une forme d'appropriation de la plateforme. L'engagement des internautes le confirment. Chacune des apparitions de l'aînée TikTokeuse se traduit par des commentaires élogieux, émus ou hilares, accompagnés d'émojis rires ou cœurs.

4.1.4 Le cas de « dimitri_tsr »

Bien que n'étant pas dédié à la relation grand-mère /petit-fils, ce dernier compte de notre corpus la met régulièrement en lumière (Figure 8). Le détenteur du compte, Dimitri -dont on apprend l'hypersensibilité au détour d'une vidéo- pose des yeux pleins d'amour sur sa grand-mère. Leurs publications sont régulières et presque toujours sous le signe de l'humour. Dès la bio, le ton est do né : sur ce compte, il faut s'attendre à l'accent chantant de l'Occitanie et surtout à ne partager « que du smile ». Comme le compte de Mel & Fernande, celui de Dimitri_tsr est synonyme d'émotions exacerbées. Si le rire est revendiqué, les larmes ne sont jamais loin. Celles du jeune homme, celles de sa grand-mère, mais aussi celles du spectateur qui se laisse emporter assez aisément par le duo.

Comptes		dimitri_tsr					
Abonnés		253k abonnés - 2.5M J'aime					
Total J'aime							
Profil		Compte tenu par Dimitri. "Que du smile - Occitanie". Fait une large place à l'humour, la danse, le lip-sync... et à sa grand-mère, de 85 ans. Ce n'est pas un compte dédié à leur relation, mais leurs vidéos y occupent une place de plus en plus grande.					
Contenus		Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6
Dates		2020-01-10	2020-06-16	2021-03-26	2023-06-17	2024-07-03	2024-11-15
Thèmes Titres		Trop de loveeeeeee	Mais que je l'aime	Avec mamie on fête le printemps.	J'ai mis mamie au défi de me réserver mon prochain week-end (collaboration commerciale)	Quand tu regardes avec fierté mamie reprendre sa petite vie chez elle après 6 mois d'épreuves. C'est la plus forte.	Nouvelle catégorie de séries pour mamie
Occurrence	Vues	15k	917.9k	291.5k	4.3M	211k	3.3M
	Mentions J'aime	1121	126.1k	28.6k	10 471	9076	288 077
	Commentaires	20	3070	1263	49	672	3207
	Hashtags	#mami #famille #pourtoi #foryou #love #bisous #mouah #calin #fun	#mamie	#amour #mamie #love #famille	#supportbytrainline #ad #sponsorisé #travel #famille #mamie #collaborationcommerciale remuneree	(aucun hashtag, trois petits cœurs jaunes à la place)	#humour #mamie #famille #fun #drole #fourire #jeux
	Republications Partages	3	2539	478	106	174	32 019
Favoris	5	3472	135	33	28	83 317	

Figure 8. Capture d'écran partielle du compte de « dimitri_tsr »

4.1.4.1 Quels sont les thèmes abordés dans les vidéos ?

Nous l'évoquions, les thèmes abordés dans les vidéos de ce compte n'ont d'autre ambition affichée que de faire sourire le spectateur. Cependant, l'émotion est presque toujours au rendez-vous. Ainsi, dans la vidéo 2, dans laquelle Dimitri suit une *trend* en faisant écouter à sa grand-mère un extrait du film Rocky, en lui précisant d'imaginer que c'est lui qui parle et qu'il s'adresse à elle. On peut notamment entendre dans l'extrait, cette phrase : "Si t'étais pas là, j'serais peut-être plus en vie à l'heure qu'il est..." Sans surprise, la grand-mère est émue. Les sourires échangés sont noyés dans les larmes. Et la vidéo se termine par des baisers et câlins de la grand-mère à son petit-fils. Dimitri propose aussi à sa grand-mère des jeux, comme celui consistant à énoncer des titres de séries en anglais sans le faire rire.... (Figure 9) Bien entendu, la prononciation imparfaite de la grand-mère suscite fortement l'envie de rire chez Dimitri qui, la bouche remplie d'eau, ne peut pas éclater de rire sans risquer de les éclabousser l'un et l'autre. Les signes explicites sont plus diffus que dans les autres comptes, mais il se dégage des vidéos de cette famille, un parfum de sincérité, d'amour vrai, de sentiments non-feints. On peut cependant assumer que les abonnés comme les annonceurs le ressentent, puisque les premiers ne manquent jamais l'occasion de dire leur admiration et les seconds commencent à leur faire des propositions. Les commentaires sont bienveillants, les émojis cœurs et surtout larmes très nombreux, et les références aux propres grands-parents des internautes ne manquent pas. Admiratifs face aux performances de la grand-mère, les abonnés multiplient les compliments, les remerciements ou les regrets de ne plus avoir de grand-mère. Après la publication de la vidéo 3, dans laquelle les deux comparses performant le challenge de danse "Iko Iko (My Bestie)", chanson de Justin Wellington, un commentaire salue directement la plateforme : "voilà exactement ce qui me fait aimer TikTok, le mélange parfait des jeunes et moins jeunes, on voit ça qu'ici".

Le succès du duo a abouti à des propositions de collaborations commerciales dans lesquelles tous deux sont impliqués. Même si c'est encore balbutiant, les exemples des comptes de Valerian, Josette et Claude sont là pour démontrer qu'il y a un public et un marché pour ces aînés TikTokeurs accompagnés de leurs petits-enfants adultes.

4.1.4.2 De quels éléments, visibles dans les vidéos, dispose-t-on pour comprendre en quoi le lien intergénérationnel est soutenu par la plateforme ?

Comme pour « Valerian x Josette x Claude », « Mel & Fernande » et « Miss Jacqueline », nous passons en revue les sept critères retenus pour l'observation du lien intergénérationnel dans les vidéos.

- **Le champ lexical de la famille** : le terme récurrent dans les vidéos est « mamie ». On le retrouve aussi dans les mot-clics (#mamie).
- **Les signes de complicité et/ou d'affection** : la complicité entre Dimitri et sa grand-mère est soutenue par plusieurs signes visibles dans les vidéos (les sourires échangés, les rires partagés, les regards larmoyants, les câlins et baisers, la proximité).
- **Les références à l'histoire commune** : prenons l'exemple de la vidéo 4 -une collaboration commerciale-, dans laquelle Dimitri met sa grand-mère au défi de lui réserver son prochain week-end. L'accent est mis sur la grand-mère, car il s'agit de souligner combien le service de réservation de train proposé est simple d'utilisation : "C'est tellement simple de réserver avec Trainline, que même mamie elle peut réserver pour moi". Leur histoire commune sera utilisée pour nourrir le script. Ainsi la grand-mère fait référence aux collègues de Lyon, pour justifier le choix de la destination.
- **Le synopsis de la vidéo** : dans toutes les mises en scène proposées sur ce compte, la relation filiale est valorisée.
- **La transmission de valeurs ou de pratiques** : comme pour les autres comptes, la transmission de valeurs est claire au sein de ce duo. Ici, l'amour, l'autodérision, l'engagement, la persévérance sont visibles. Concernant une transmission de pratiques, il n'y a pas de preuves suffisantes nous permettant de savoir si la grand-mère est vraiment capable de faire une réservation en ligne (comme celle mise en scène dans la vidéo 4) ou si elle est « seulement » une bonne comédienne. Cependant s'il s'agit de comédie, cela souligne de fait sa capacité à jouer, sa compréhension de la plateforme et de ce que représente une collaboration commerciale pour son petit-fils et elle.
- **Les objets frontières** : il n'y a pas véritablement d'objet frontière visible dans les vidéos. À l'exception du téléphone cellulaire, en de rares occasions.
- **La présence du petit-enfant dans la vidéo** : les vidéos que Dimitri propose le mettent en scène aux côtés de sa grand-mère. Même s'il est parfois moins présent, il reste dans le cadre. C'est le dialogue au sein du binôme, qui présente de l'intérêt.

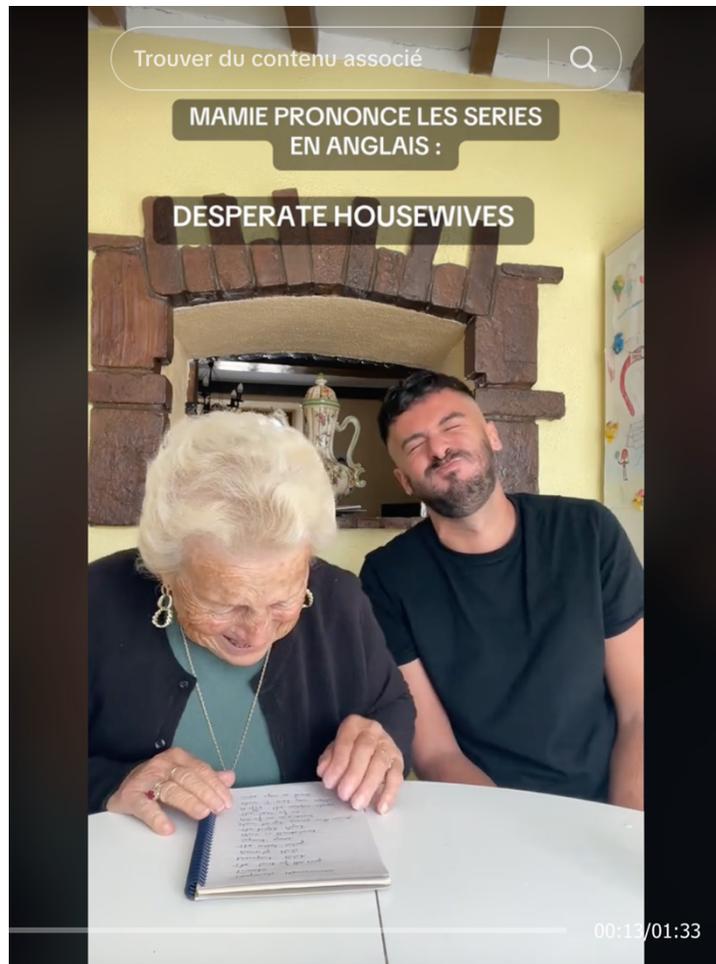


Figure 9. Capture d'écran d'une vidéo de « dimitri_tsr »

4.1.4.3 Quelles appropriations par les grands-parents d'un dispositif qui n'est pas prévu pour eux initialement, sont rendues visibles par les vidéos ?

Dans leurs premières vidéos, la grand-mère est silencieuse et c'est le petit-fils qui fait le spectacle. Mais très vite, elle s'habitue à la plateforme et à ses contraintes, et leurs vidéos deviennent de vraies petites saynètes de la vie quotidienne, matinées d'humour. Comme pour les autres familles de notre corpus l'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas se développer, mais les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra. Quand elle voit arriver Dimitri, son téléphone braquée sur elle, la grand-mère ne s'interroge plus, ne lui demande pas ce qu'il fait, mais va plutôt immédiatement entrer dans le jeu.

4.2 Synthèse des résultats

Dans cette deuxième partie de l'analyse, nous proposons une synthèse de nos résultats et la réponse à notre question principale de recherche : « Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? ». Puis, dans l'ultime chapitre consacré à la discussion, nous nous penchons sur les stratégies mises en place individuellement par les aînés pour préserver leur identité et leur autonomie sociale. A cette fin, nous mobilisons la sociologie du vieillissement et nous intéressons à la notion de déprise.

De façon plus globale, nous allons énoncer dans la partie suivante les enseignements que nous tirons de notre terrain, en mettant en exergue les traits récurrents à notre corpus dans son entier.

4.2.1 Des thèmes partagés, mais des approches différentes

Les thèmes abordés par les quatre comptes objets de notre enquête ne sont pas foncièrement différents, ni originaux. Tous privilégient l'humour, ont recours à la danse, suivent des *trends* et mettent en lumière leur amour, le lien qui les unit, en employant globalement les mêmes signes pour incarner celui-ci. Cependant, des nuances existent.

Nous notons ainsi que la famille qui manifeste le plus de créativité dans l'élaboration des histoires mises en scène est celle formée par Valerian, Josette et Claude. Même si elle s'inscrit parfois dans la tendance du moment, ses membres privilégient les scénarios originaux, pensés par l'une ou l'autre composante du trio. Il n'y a pas d'exclusive et l'imagination débordante de Claude est souvent mise à profit dans leurs publications.

La famille qui s'exprime le plus de militantisme, notamment lié à l'orientation sexuelle, est sans conteste celle de Miss Jacqueline et sa grand-mère. L'homosexualité de Jacques est abordée dans plusieurs de leurs vidéos, soit pour dénoncer l'homophobie, soit pour souligner par contraste l'ouverture d'esprit de la mamie de 92 ans.

Enfin, nos TikTokeurs qui laissent le plus voir leurs émotions sont les familles des deux autres comptes. Qu'il s'agisse de Mel et Fernande ou de Dimitri et sa grand-mère, l'émotion est toujours au rendez-vous, les rires le disputent aux larmes à chaque vidéo.

4.2.2. Le lien intergénérationnel valorisé

Notre deuxième sous-question concerne le lien intergénérationnel et ce qui dans les vidéos est visible et pertinent pour la compréhension de ce lien. Notre intuition d'un lien préexistant aux vidéos s'est trouvée confirmée. Y compris dans le cas de Mel et Fernande, bien que leur lien ait été quelque peu distendu avant leurs débuts sur TikTok. La plateforme ne permet pas de créer ex-nihilo un lien qui serait inexistant, en revanche il vient valoriser un lien déjà présent hors ligne. Les contenus créés sur TikTok permettent à ces familles d'explorer d'autres manières de s'amuser et d'amuser, et viennent renforcer leur complicité, leur connexion. Les aînés sont motivés, les petits-enfants adultes sont désireux de faire des choses avec ces proches qui ne sont plus très jeunes. Et ces éléments éloignés d'une même famille -parfois par 80 années- se retrouvent devant le même objectif, sur le même média socionumérique, pour finalement déclarer publiquement leur amour les uns pour les autres.

4.2.3 Des formes nouvelles d'appropriation

La question des formes d'appropriations par les grands-parents d'un dispositif qu' n'est pas prévu pour eux initialement a occupé une grande partie de nos réflexions. Ce que nous observons dans toutes les familles, c'est que bien que les aînés ne développent pas d'autonomie face au dispositif sociotechnique, ils parviennent à une autre forme d'appropriation. La maîtrise technique et cognitive reste du côté des jeunes (public cible de TikTok), mais le public non-prévu des usagers grands-parents acquiert une compréhension de la plateforme, qui se traduit par une aisance grandissante face à la caméra, un engagement avec les abonnés, le désir de faire de plus en plus de vidéos, et la découverte heureuse de ce que TikTok peut leur offrir en termes de socialisation. La question de la médiatisation est aussi bien comprise par les aînés et très appréciée. De même que celle de la monétisation.

Autant d'éléments qui nous permettent de répondre à notre question de recherche principale :

« Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ? »

De manière synthétique, nous pouvons dire que le lien intergénérationnel qui unit les grands-parents et leurs petits-enfants adultes, visible dans des vidéos TikTok, est un lien qui ne demande qu'à s'épanouir et

qui trouve sur TikTok un nouvel espace pour le faire, en offrant ce faisant aux aînés un nouveau support de socialisation.

Nous l'avons indiqué dans la synthèse, le lien intergénérationnel est antérieur à la présence des grands-parents et de leurs petits-enfants adultes sur le media socionumérique. Sans cette préexistence du lien, la confiance nécessaire aux différents membres du binôme pour se mettre publiquement en scène aurait fait défaut. Or, c'est ce qui lui permet de se développer et entraîne une nouvelle forme d'appropriation pour les grands-parents. Ils découvrent un nouveau média, grâce à leurs petits-enfants, mais s'y font très vite et s'il n'est pas question de véritable agentivité pour eux, il est néanmoins question d'une forme d'autonomie grâce à l'objet. La maîtrise technique et cognitive est médiatisée par les descendants, mais ce n'est pas un frein vers d'autres formes d'appropriation : la familiarité de l'objet sociotechnique, son utilisation régulière (même médiatisée par le petit-enfant) avec la réalisation de vidéos de deux fois par jour à une fois par semaine au moins, l'impératif de retenir des scripts ou d'en créer, la fenêtre qu'il ouvre vers un extérieur plus ou moins lointain, via les commentaires, tout cela contribue à faire de cette plateforme imaginé pour les jeunes, un support de socialisation réel pour les aînés.

CHAPITRE 5

DISCUSSION

Dans le chapitre 4, nous avons présenté les résultats de l'analyse de contenus des vidéos TikTok sélectionnées dans le cadre de ce mémoire et répondant à notre question de recherche, « *Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ?* ». Il apparaît tout d'abord que les thèmes abordés dans ces 24 vidéos sont assez partagés par les quatre comptes que nous avons analysés. Ainsi, dans ces familles TikTokeuses, l'humour se présente comme un vecteur central et commun. Il apparaît que deux missions lui sont assignées : mettre en lumière la complicité qui existe entre les grands-parents et leurs petits-enfants adultes, d'une part, et décliner les *trends* de la plateforme, d'autre part. Bien sûr, ces concordances n'interdisent pas quelques contrastes, notamment en termes de créativité, de militantisme ou d'émotion. Ensuite, nous avons confirmé que notre objet de recherche principal, le lien intergénérationnel, est antérieur à la réalisation des vidéos et à la présence des familles sur ce média. La plateforme agit alors comme un révélateur, qui va permettre au lien de se développer et de donner sa pleine mesure. Enfin, nous notons de nouvelles formes d'appropriation du dispositif, par les grands-parents, qui ne passent pas par une maîtrise technique de la plateforme, mais par une connaissance implicite découlant de la régularité et de la répétition de l'activité. Dans le présent chapitre, nous confrontons les concepts mobilisées dans notre cadre théorique aux réalités du terrain analysé. Ce qui nous permet de préciser la piste de TikTok comme support de socialisation et de montrer en quoi nous avons dans l'usage décrit ici une nouvelle illustration de la notion de déprise (Caradec et Martuccelli, 2004).

5.1 Des habiletés partagées, une cognition distribuée

L'approche théorique retenue pour ce mémoire, la sociologie des usages, éclaire en plusieurs points le phénomène sociotechnique que nous avons analysé. Tout d'abord, c'est bien la rencontre entre une activité humaine singulière, ici non-prévue, et une technique qui va dévoiler l'usage effectif de TikTok des aînés grands-parents et de leurs petits-enfants adultes. Au confluent du réel et de l'imaginaire, assure Esquenazi (2019), le public se révèle « difficile à étudier parce qu'il est imprévisible et souvent extrêmement hétérogène » (ibid). Les « arts de faire » usage de la plateforme (de Certeau, 1980) du public imprévu que nous avons identifié sont intéressants, car ils disent quelque chose de la manière dont on

peut appréhender cette nouvelle étape dans le parcours de vie que représente la vieillesse et ils ouvrent un champ des possibles pour sa prise en charge par la société. Ensuite, découlant de cette approche théorique, le concept d'appropriation nous a permis de nous pencher sur l'autonomie d'usage des publics concernés. Et il apparaît que l'appropriation, telle que définie par la sociologie des usages (Latzko-Toth et Proulx, 2015), n'est pas effective chez les aînés grands-parents. Leur pouvoir d'agir sur le dispositif reste très limité. Il s'en suit que leur autonomie d'usage (Proulx, 2005, Jauréguiberry et Proulx, 2011) n'est pas complète. Mais, l'appropriation d'un dispositif sociotechnique ne se mesure pas à l'aune de la seule dimension de l'autonomie d'usage. Nos résultats révèlent qu'il y a bien une « intégration significative de l'usage dans la pratique quotidienne de l'acteur », puisque les vidéos sont réalisées à un rythme quotidien (voire biquotidien) à hebdomadaire. Nous notons aussi que cette « utilisation répétée du dispositif ouvre des possibilités de nouveauté dans la pratique sociale ». Ce dernier point étant d'une grande pertinence pour notre recherche.

En effet, individuellement, les aînés grands-parents n'ont pas de maîtrise technique de la plateforme (même si dans un cas, celui de Claude, grand-père de la famille « Valerian, Josette et Claude », nous notons les prémices de cette maîtrise). Les niveaux d'utilisation technique sont donc pris en charge par un tiers, le petit-enfant adulte. Cependant, si nous isolons l'aspect cognitif, nous relevons immédiatement de nouvelles formes d'appropriation. Les aînés grands-parents acquérant progressivement des connaissances relatives aux fonctionnalités de la plateforme, à la scénarisation et à la mise en scène des vidéos. Ainsi, au fil du temps et des vidéos réalisées, ils sont de plus en plus à l'aise face à la caméra, apprennent à se positionner (quand et où regarder, fixer l'objectif ou pas), ils délivrent leur texte de façon plus naturelle, jusqu'à faire oublier parfois qu'il s'agit d'un scénario, certains participent à l'élaboration de ces scénarios (Claude et Josette, grands-parents de Valerian), ils n'occultent pas l'existence des abonnés, pensant à s'adresser directement à eux au besoin, enfin lorsque le compte TikTok est déjà dans une démarche de monétisation, ils ne perdent pas non plus cet élément de vue. Autant d'indices concordants avec une *cognition distribuée*, les habiletés nécessaires étant portée par tous et non par un individu.

Ce qui est en jeu dans cette conception de l'hypothèse distribuée, c'est sa capacité à rendre compte des phénomènes liés à la diffusion des technologies et à l'accroissement de la coopération, dans des contextes qui vont au-delà de l'interaction homme-ordinateur. (Conein, B., 2004, p.56)

Cette conception de la cognition souligne qu'elle « ne peut pas être réduite à des processus individuels internes » (Conein, 2004, p. 57). Les limites de la cognition individuelle, souligne le chercheur, sont

suppléées par des aides externes. « Toute action utilisant un environnement familial, équipé et stabilisé permet de distribuer sa cognition » (ibid, p.59). L'étude de Bernard Conein s'inscrit dans un contexte professionnel. Cependant, ses conclusions peuvent s'appliquer à un autre cadre social (milieu familial ou de loisirs), comme celui des TikTokeurs que nous avons observés. L'espace de travail se trouve alors remplacé par les lieux de vie (salon, terrasse, cuisine), quand la scène filmée se déroule en intérieur, ou un cadre naturel (montagne, forêt, plage, ville), quand il s'agit de scènes extérieures. Les agents étant ici les grands-parents et leurs petits-enfants adultes. Ces derniers représentant l'aide externe. L'environnement familial, quotidien, le milieu de vie en somme, se révèle *structurant* pour la distribution de la cognition. « La cognition distribuée concerne toutes les adaptations, simples et complexes, que nécessite la stabilisation des environnements que nous utilisons fréquemment », (Conein, B., 2004, p.60). Dans le cas de nos binômes TikTokeurs, aînés grands-parents et petits-enfants adultes, nous notons une certaine émulation chez les aînés, qui en viennent à être familiers d'un dispositif dont ils ignoraient tout avant leur première vidéo.

5.2 Une nouvelle illustration de la notion de déprise ?

Désengagement, réaménagement, reprise en main, stratégie d'adaptation...etc., nos grands-parents TikTokeurs pourraient bien être une illustration actuelle du concept de déprise. Nous sommes convaincus, à la suite d'Éric Gagnon (2018), que « La déprise souligne le déclin des capacités de la personne tout en mettant en évidence l'autonomie qui lui reste, qu'elle préserve et parfois même regagne ». Dans ce contexte, la notion de *supports* que développent Vincent Caradec et Danilo Martuccelli (2004) est utile pour comprendre le rôle que jouent les médias sociaux numériques dans le *réaménagement de la vie* qui intervient au moment du vieillissement. Il en est de TikTok aujourd'hui, comme de la télévision dans les années 1970. Après avoir longuement eu recours au concept de déprise, Caradec l'a un peu mis à distance préférant parler du « maintien des prises sur le monde des aînés » : « j'en suis venu à présenter le maintien de prises signifiantes sur le monde comme étant l'un des enjeux du vieillissement individuel au grand âge » (Caradec, 2018). Une perspective suivant laquelle vieillir constitue une épreuve qui n'est pas exempte de difficultés.

Ces difficultés, dont la probabilité d'apparition croît avec l'âge, tiennent à la fois à la possible fragilisation physique des personnes, à l'effritement de leurs ressources sociales et à l'attitude de dépréciation et d'inattention de notre société à l'égard des plus âgés (ce que l'on appelle l'âgisme). (Caradec, 2018).

Ces difficultés soulignées par Vincent Caradec trouvent une réponse dans l'usage singulier de la plateforme qu'ont les grands-parents avec leurs petits-enfants adultes. Nos résultats l'attestent : TikTok peut être un support de socialisation et son usage intergénérationnel tel que décrit dans cette recherche contribue à l'autonomie des personnes vieillissantes.

Les travaux de Lucie Délias sur l'autonomie des personnes âgées face aux nouvelles technologies (2019) constituent aussi un terreau intéressant pour nous, car elle observe les niveaux d'appropriation des TIC d'une population de retraités. Certes, la chercheuse se penche sur les trajectoires professionnelles et familiales, avec un regard plus aigu porté sur les parcours féminins. Cependant, en soulignant dans ses résultats que ce n'est pas l'âge le déterminant principal pour apprécier l'appropriation du dispositif sociotechnique, mais bien le contexte social, culturel et politique dans lequel évoluent les personnes, elle nous permet de corroborer nos résultats. Dans nos quatre familles, l'exemple de Mel et Fernande l'illustre bien. À 100 ans, Fernande est devenue emblématique des grands-parents de TikTok. La plateforme lui a permis de développer le lien qui l'unit à son arrière-petite-fille. Ses souvenirs, son rire, son enthousiasme, ses réactions naturelles et spontanées font la joie des TikTokers abonnés du compte, qui lui procurent en retour une joie perceptible. Consciente de ce qu'elle fait quand elle tourne une séquence avec sa petite-fille, de l'importance de l'image (attention accordée et verbalisée à sa coiffure ou aux vêtements qu'elle porte), elle a développé une forme d'appropriation de la plateforme, à l'instar des autres grands-parents. Et ce n'est pas trop s'avancer que de dire que les vidéos réalisées avec sa petite-fille sur ce média social sont devenues pour elle non seulement un support de socialisation, mais une source de mieux être.

Au terme de cette discussion, nous pouvons poser un autre regard sur ce public non-prévu. « Travailler sur l'appropriation des technologies de l'information conduit à travailler sur l'utilisateur devenant usager et "inventant sa propre routine"; cela conduit aussi à mettre en lumière certains paradoxes : il est par exemple possible d'être usager sans être totalement utilisateur et d'être non-usager tout en restant utilisateur ! Finalement, la catégorie des "non-usagers"- où l'on retrouve les "réticents", les "bloqués", les "crispés", les "retardataires" - qui ne tarderont pas à devenir la "majorité tardive"- de même que les "manipulateurs" et autres "passagers clandestins"- semble bien être la plus intéressante (Trinquecoste et Bidan, 2011, p.176). Poussant l'analogie, nous pouvons ajouter nos grands-parents TikTokers à la liste de ces passagers clandestins de l'usage des technologies et considérer qu'ils représentent en effet le public le plus intéressant. Car, compte tenu de l'offre pléthorique qui est faite aux utilisateurs-usagers, en termes

de technologies numériques et singulièrement de médias socionumériques, nous pouvons affirmer en paraphasant Esquenazi (2009) -qui lui parlait de l'offre télévisuelle-, que « la compréhension des attitudes des publics est, de plus en plus, une nécessité ».

CONCLUSION

En choisissant de porter la focale sur le public non-prévu des grands-parents TikTokeurs en lien avec leurs petits-enfants adultes, nous avons cherché à mieux comprendre le lien intergénérationnel représenté sur la plateforme et à découvrir les formes d'appropriation du dispositif sociotechnique qu'ont ces aînés. À partir de notre question de recherche principale, « *Comment les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes représentent-elles le lien intergénérationnel qui unit ces deux publics ?* », nous avons pu définir les critères et catégories qui composent la grille qui a guidé notre analyse.

Ce mémoire se compose de cinq chapitres. Le premier chapitre est consacré à la problématique, dans laquelle nous avons commencé par contextualiser notre recherche, avant d'en préciser les objectifs. Notre objectif principal est de comprendre le lien intergénérationnel, tel qu'il est représenté dans les vidéos TikTok mettant en scène des grands-parents et leurs petits-enfants adultes et de voir le rôle que joue la plateforme dans l'épanouissement de ce lien, à partir des éléments visibles dans et autour des vidéos.

Présenté au chapitre 2, notre cadre théorique s'articule autour d'une approche, la sociologie des usages, de son concept central, l'appropriation, ainsi que des concepts de lien intergénérationnel et de déprise. Après avoir défini ce courant théorique et précisé ses origines, nous avons abordé les dimensions de l'appropriation. Un concept important pour notre mémoire, car c'est à partir de ses contours que nous analysons l'autonomie des grands-parents TikTokeurs. Mais notre objet de recherche principal étant le lien intergénérationnel, c'est bien la définition de ce lien qui a occupé une large part de ce chapitre ou plutôt la difficulté à le définir. Nous avons aussi consacré une partie de nos réflexions au concept de déprise, qui vient éclairer l'usage de TikTok par les aînés grands-parents soutenus par leurs petits-enfants adultes.

Au chapitre 3, nous avons expliqué la méthodologie retenue. Elle s'appuie sur une démarche qualitative abductive, dont la double exigence de théorisation et de données fournies par le terrain convient parfaitement pour ce mémoire. L'analyse de contenu est la technique d'enquête utilisée. Elle a été précédée d'une observation flottante de plus de trois ans, qui nous a fourni de précieux indices pour orienter notre travail. C'est ainsi que nous avons pu définir notre corpus et le décrire dans le cadre de ce chapitre. Quatre comptes Tiktok ont fait l'objet de notre enquête (Valerian x Josette x Claude, Mel & Fernande, Miss Jacqueline et dimitri_tsr) et pour chacun d'eux 6 vidéos ont été sélectionnées (2 au début

des vidéos communes, 2 autres quand les vidéos deviennent virales et les 2 dernières parmi les plus récentes). Notre enquête s'est organisée à partir de la grille d'analyse que nous avons élaborée en tenant compte de notre cadre théorique.

Le chapitre 4 présente les résultats de l'analyse de contenus de notre corpus. L'analyse des 24 vidéos, discriminées à partir de 30 critères, nous a permis d'étayer nos questions de recherche secondaires, pour pouvoir ensuite répondre à notre question de recherche principale. Nous avons ainsi pu déterminer que les thèmes abordés dans les vidéos sont partagés par les différents comptes, que le lien intergénérationnel s'en trouve valorisé et que ces aînés s'ils ne développent pas d'autonomie d'usage face au dispositif sociotechnique parviennent à une autre forme d'appropriation. Le public non-prévu des usagers grands-parents acquiert une compréhension de la plateforme, qui devient pour eux un support de socialisation.

Dans le chapitre 5, dédié à la discussion, nous avons relevé qu'individuellement les aînés grands-parents n'ont pas de maîtrise technique de la plateforme, celle-ci est prise en charge par les petits-enfants. Les habiletés sont alors portées par tous et non par un seul individu. Ce qui nous permet de dire que dans le cas de nos grands-parents TikTokeurs et de leurs petits-enfants adultes, il y a distribution de la cognition. Dans ce dernier chapitre, nous avons aussi confirmé notre intuition, TikTok peut être support de socialisation, et montré en quoi nous avons dans l'usage décrit dans ce mémoire une nouvelle illustration de la notion de déprise. Une piste qui pourrait être développée dans le cadre de futures recherches, mobilisant davantage la sociologie de la vieillesse. Par ailleurs, les critères de genre et de culture n'ayant pas été retenus ici, il est envisageable de poursuivre cette recherche en y incluant la perspective culturelle et la question du genre.

ANNEXE A : Vue globale de la grille d'analyse

Niveau	Thème	2016-2017 (Niveau 1)										2018-2019 (Niveau 2)										2020-2021 (Niveau 3)										2022-2023 (Niveau 4)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Profil	Profil	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Profil	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
Contenus	Contenus	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Contenus	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
Thèmes	Thèmes	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Thèmes	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
Indicateurs	Indicateurs	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Indicateurs	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
Observations	Observations	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Observations	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
Synthèse	Synthèse	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							
	Synthèse	[Detailed text for each cell in the grid, including descriptions of themes and levels]																																							

Grille d'analyse des séquences F7174 mettant en lumière le lien intergénérationnel entre grands-parents et petits-enfants adultes - Données collectées du 15 novembre au 15 décembre 2024.

ANNEXE B : Présentation fractionnée de la grille d'analyse

Comptes	Valerian x Josette x Claude						Mel & Fernande						
Abonnés	1.6M Abonnés - 38M J'aime						945.2k Abonnés - 23.7M J'aime						
Total J'aime	1.6M Abonnés - 38M J'aime						945.2k Abonnés - 23.7M J'aime						
Profil	Claude, 92 ans. Josette, 88 ans. Valérien, 27 ans. Au fil des publications et surtout du succès rencontré, le compte du petit-fils (@valerianh) s'est transformé pour devenir celui du trio qu'il forme avec ses grands-parents, Claude et Josette.						22 ans et 100 ans. ♥️. Tenu par Mel, ce compte est dédiée à son arrière-grand-mère, Fernande, qui vit avec elle et ses parents depuis septembre 2022. Leurs échanges drôles et émouvants, ainsi que l'amour qui les unit ont immédiatement convaincu les usagers de TikTok. Mais leur médiation a été plus tardive.						
Contenus	Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6	Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5	Vidéo 6	
Dates	2020-07-02	2021-09-30	2022-08-23	2023-02-15	2023-09-13	2024-12-10	2022-12-07	2022-12-12	2023-01-01	2023-05-11	2024-01-19	2024-12-12	
Thèmes Titres	Ozone feat Josette	Claude revient en force. Retrouvez-nous sur TF1 à 20h ce soir !	POV ; ton grand-père a encore une idée de TikTok chelou et tu dois lui faire comprendre que c'est pas une bonne idée	Retrouvez-nous sur @France 2 à 22h55 ce soir/Sublime documentaire "La révolution des vieux" Jeremy Frey & Laure Adler.	La rencontre de mes grands-parents (partie 1)	Trop mignon ! Le père Noël a gentiment offert des chocolats Jeff de Bruges à mes grands-parents.	POV : Grand-mamie raconte une anecdote	C'est pour moi la meilleure vidéo anecdote jusqu'à présent !	Voici le sims de grand-mamie, 98 ans, créé par nos soins. 📺 Rejoins-moi sur Twitch : MelouuLM (lien dans ma Bio)	Le RoomTour tant attendu de mon arrière-grand-mère !! Son secret, c'est les albums photos.	La plus belle année de ma vie ♥️	Le 12/12 mamie et moi sommes passées en direct dans Bonjour TF1 - la matinale @TF1+	
Occurrence	Vues	13.9k	137.4k	176.8k	63.2k	1.3M	126.9k	2.7M	196k	63.3k	1.3M	102k	
	Mentions J'aime	1422	22.9k	16.4k	6302	138.3k	8375	350.7K	17.5k	3195	100.9k	6815	
	Commentaires	4	159	56	54	443	14	7884	1472	3397	520	214	
	Hashtags	#pourtoi #fyp #josette	✗ Pas d'hashtag	✗ Pas d'hashtag	✗ Pas d'hashtag	✗ Pas d'hashtag	#noël #chocolat #jeffdebruges #collaborationcommerciale	#fyp #anecdote #pourtoi #mamie #tronomie #mariage	#fyp #anecdote #pourtoi #mamie #fernande #marcelerdan	#fyp #pourtoi #fernande #twitch #sims4	#roomtour #decoracion #fernande #pourtoi #fyp	#imDeAño #fernande #intergenerational #grandma #fyp #retrospectiva #2023	#fyp #paris #plateautv
	Republications Partages	1	22	23	55	8829	134	45.2K	897	40	4848	211	278
Favoris	10	262	346	317	10.5k	317	26.2K	840	108	5822	3591	378	
Concepts													

Concepts	Valerian x Josette x Claude						Mel & Fernande					
Champ lexical de la famille	✗ Non pertinent : vidéo sans dialogue.	Papi	Grand-père, papi	Mon mari. Ma femme. Mon petit-fils	Grands-parents	Grands-parents, mon chou	mamie, grand-mamie, arrière-grand-mère,	mamie	mamie	mamie	fernande	mamie, arrière-grand-mère, arrière-petite-fille
Complicité, signes d'affection	Valérien, le petit-fils de Josette, danse en faisant de grands gestes dans le dos de sa grand-mère. Pendant sa danse, il fait un massage du cuir chevelu à sa grand-mère. Celle-ci ignore tout au long de la vidéo, mais réagit au massage, d'abord en jouant l'incapacité, puis en souriant.	Josette et Claude se tiennent par le bras. Claude explique aux abonnés leur joie de les retrouver après un mois d'absence : "on vous a peut-être manqué, mais vous nous avez aussi manqué beaucoup." Valérien avertit son "papi" que quelqu'un (le cadreur de TF1) se trouve derrière lui. Surprise fâchée de Claude ("Ha bon ? Ha, TF1, bonjour TF1"), puis rires partagés. Josette, souriante, ne quitte pas son mari des yeux.	Claude expose sa nouvelle idée de mise en scène TikTok à Valérien. Le petit-fils écoute avec attention, l'air dubitatif. Il se passe la main sur le front, la barbe, en laissant échapper quelques onomatopées de concentration (hmm...hmm). Mais, il relance son grand-père en riant et essaie de préciser l'idée. Le ton est sceptique et Claude finit par rire avec lui, avant de conclure : "Je vais m'arrêter de réfléchir".	Alors que Claude raconte la projection en avant-première du film et tous ses côtés (réponses à ceux qui le reconnaissent, applaudissements, photo avec les fans), il en profite pour "dénouer la goinfrie" de son petit-fils. Valérien le filme à son insu, en train de regarder le film, notamment les moments d'émotion de Claude qui se découvre à l'écran..	Valérien est derrière la caméra... Le récit de la rencontre est fait à deux voix, par Josette et Claude : ils sourient, parlent doucement, complètent les phrases l'un de l'autre, échangent des rires complices. Le montage mélange des images d'archives en N/B et le présent en couleurs. Un piano en fond sonore rythme l'histoire.	Entre les grands-parents, acteurs principaux ici. Ils jouent (comme des enfants) à être des détrouseurs de Père Noël.	Mel fait les ongles de son arrière-grand-mère pendant que celle-ci raconte le début de son histoire avec "papi". Elles discutent comme deux copines parleraient de "meecs". Fernande se remémore chaque détail. Même l'enfant ! Ne pas, lui pose des questions, la relance... etc. Elle applique le vernis, souffle sur les ongles pour sécher le vernis, s'étouffe des détails que donne Fernande et rit beaucoup.	Éclats de rires, bisous, regards accrochés l'un à l'autre... Mel remet régulièrement en place une mèche de cheveux de sa grand-mère... Dialogue, écoute attentive.	Beaucoup de rires pendant la création de l'avatar. Elle définit ensemble l'apparence physique de Fernande et elle s'exhale, pousse des cris de surprise, face à ce qu'elle découvre : "J'aurais tout vu !"	Mel fait la visite de la chambre de sa mamie, en incitant celle-ci à joué au guide, a donné des détails... Fernande se prête au jeu donne force détails. Mel la taquine sur ses bijoux, ses parfums ou ses nombreux albums photos.	Compilation d'images de 2023 : rires et bisous impossibles à compter tout au long de l'année.	Elles se touchent continuellement sur ce plateau télé, comme pour se rassurer mutuellement. Elles finissent les phrases l'une de l'autre. Fernande embrasse Mel.
Références à l'histoire commune	✗ Aucune.	✗ Aucune.	✗ Aucune.	✗ Aucune.	Le couple d'ainés raconte à son petit-fils et aux abonnés de leur compte les débuts de leur histoire.	C'est une pub, mais elle s'inscrit dans le quotidien de ce couple d'ainés, grands-parents, et de leur petit-fils (qui ici joue le rôle du Père Noël, que le grand-père dépouille). La scène se passe chez eux, entre le salon et le jardin.	Fernande parle de sa première grossesse, de papi...	✗ Aucune.	✗ Pas de référence à l'histoire commune, mais la petite-fille est une gameuse, donc la création d'un personnage Sims parle aussi d'elle et de ses goûts. De plus, elle invite Fernande à s'impliquer dans la création de cet avatar, en lui posant des questions sur ses goûts.	Des photos de Mel enfant, à l'occasion du remariage de mamie et papi.	L'histoire que ces deux femmes écrivent au quotidien.	Elles sont invitées à cette matinale pour raconter leur histoire, expliquer comment elles sont devenues les "stars" de TikTok a, respectivement, 100 ans et 22 ans.

Lien intergénérationnel	Synopsis		Cette vidéo renvoie aux débuts de Josette (la grand-mère) sur TikTok. Valérian (le petit-fils) occupe l'espace, en performant une danse un peu désarticulée derrière sa grand-mère, pendant que celle-ci, assise, le regard baissé, semble lire ou écrire (ses mains ne sont pas visibles). Le tout sur un titre du groupe O-Zone, "Dragostea Din Tei".	Face caméra, Claude s'adresse directement aux abonnés et parle de leur retour d'un ton léger. Il met l'accent sur le plaisir qu'il ont à retrouver les abonnés, après un mois d'absence. Il évoque les raisons de leur absence de manière allusive. "Nous revoliou nous revoliou nous revoliou". Et cette fois en pleine forme. On a la pêche. C'est fait un mois qu'on vous a quittés, excusez-nous. Mais, enfin, il fallait le faire. Et puis, voilà. Alors on va refaire des vidéos, avec plaisir, pour vous faire plaisir". La vidéo est tournée en présence de TF1 (chaîne vidéo).	La nouvelle idée de mise en scène de Claude qui propose de se coucher au milieu des vaches...	La médiatisation du couple de grands-parents, Claude et Josette, véritables phénomènes TikTok, avec l'annonce de la diffusion du documentaire de France 2, "La révolte des vieux". Le récit de la projection avant-première.	La première rencontre des grands-parents et leur cheminement jusqu'au mariage.	PUB/Le grand-père dépouille le Père Noël de ses chocolats, avec l'we soutien de la grand-mère.	Anecdote de Fernande, arrière-grand-mère de Mel, 98 ans au moment du tournage de cette vidéo, à propos de son mariage.	Souvenirs de Fernande, qui parle de sa jeunesse, chante en espagnol... etc. Mel et Fernande disent leur bonheur de faire cette vidéo et promettent de revenir avec une spéciale, pour répondre aux nombreuses questions des TikTokers pour Fernande.	Création d'un personnage dans les Sims avec et pour Fernande.	Visite guidée de la chambre de Fernande.	Rétrospective de l'année 2023, en images.	Une émission de télé, qui veut décrypter le phénomène Mel & Fernande.		
		Du grand-parent vers le petit-enfant	En acceptant de participer aux vidéos TikTok de son petit-fils, soit sur un média qu'elle découvre, cette grand-mère lui transmet des valeurs comme la confiance et l'amour.	X Pas de transmission explicite.	X Pas de transmission explicite.	Ici, ce sont les aînés qui intéressent les journalistes. Ils accueillent avec simplicité les attentions, la notoriété...etc. Le texte de Claude souligne avec humour ces marques d'attention. Il sourit, fait des lins d'œil appuyés, dit sa fierté, avant de terminer par "le lol". Il y a transmission de valeurs : humilité, gratitude.	Transmission de valeurs : respect, patience, persévérance, amour, engagement...	Non pertinent.	Fernande se livre totalement, partage ses souvenirs avec sa petite-fille (et... des millions de TikTokers). Transmission de valeurs : confiance et amour.	Transmission indirecte, secondaire : prendre soin des aînés.	Confiance, amour, respect...	Toute l'histoire familiale, toute cette mémoire rassemblée et conservée dans les albums photos.	La joie de vivre retrouvée.	La joie retrouvée, grâce à sa petite-fille. Désormais, Fernande a envie de vivre.		
		Transmission de valeurs ou de pratiques	Du petit-enfant vers le grand-parent	Initation à TikTok : Valérian transmet à sa grand-mère la connaissance d'un nouveau média, l'accès à celui-ci et la découverte d'une autre manière de s'amuser.	Transmission de pratiques => À l'exception de la photo de famille à la fin de la vidéo, Valérian est présent en voix off : derrière la caméra, il inclut l'équipe de TF1 dans la mise en scène en filmant le cadreur, il donne des indications à Claude en "halerant" sur la présence de l'opérateur, il dirige le jeu de son grand-père par le rire... Ce faisant, le petit-fils transmet des pratiques de mises en scène à son grand-père.	X Pas de transmission explicite.	La projection en avant-première est aussi l'occasion de tourner une vidéo sur l'événement et ses coulisses, pour une diffusion sur TikTok. Transmission de pratiques : saisir toute opportunité de réaliser une vidéo pour alimenter le compte, mettre en scène les coulisses de l'événement, communiquer sur la "célébrité" des grands-parents.	Par une pratique assez récente pour eux, le petit-fils donne à ses grands-parents le moyen de raconter leur histoire au plus grand nombre et de transmettre leurs valeurs.	X Non pertinent.	L'idée de la vidéo TikTok est de Mel, qui veille à la bonne marche des choses pendant l'enregistrement, mais sans jamais sortir de l'échange avec son aïeule.	Partie technique = Mel. De sa présence initiale plus confidentielle sur les réseaux sociaux numériques (games), la petite-fille est passée à un compte qui génère de l'engagement.	Oui, et tout d'abord l'introduction dans son univers de gameuse. Puis la création de l'avatar. Et la présentation du jeu. Même si l'arrière-grand-mère n'est que spectatrice, elle s'intéresse, pose des questions, commente...etc.	La réalisation de la vidéo : les technologies actuelles permettent à Mel de poursuivre le travail entamé par son aïeule au regard de l'histoire familiale.	Le bonheur partagé.	Outre le dispositif sociotechnique : l'attention, une présence bienveillante au quotidien, des loisirs, des découvertes.	
		Objets frontières	X	Pas d'objet frontière	La télévision	X	Pas d'objet frontière	La télévision	Le cellulaire	Le cellulaire	X	Pas d'objet frontière	X	Pas d'objet frontière	X	Pas d'objet frontière

	Présence du petit-enfant dans la vidéo		Omniprésence.	En voix off, derrière la caméra et sur la photo finale aux côtés de ses grands-parents.	Dialogue avec son grand-père. Dans le rôle de celui qui écoute et raisonne.	Dernière et devant la caméra. En interaction avec son grand-père.	Dernière la caméra.	Dans un second rôle.	Omniprésence. La petite-fille est présente dans toutes les vidéos, aux côtés de son arrière-grand-mère. Elle lui pose continuellement des questions, la stimule, rit avec elle.	Omniprésence. La petite-fille est présente dans toutes les vidéos, aux côtés de son arrière-grand-mère. Elle lui pose continuellement des questions, la stimule, rit avec elle.	Omniprésence. La petite-fille est présente dans toutes les vidéos, aux côtés de son arrière-grand-mère. Elle lui pose continuellement des questions, la stimule, rit avec elle.	Omniprésence. La petite-fille est présente dans toutes les vidéos, aux côtés de son arrière-grand-mère. Elle lui pose continuellement des questions, la stimule, rit avec elle.	Omniprésence. La petite-fille est présente dans toutes les vidéos, aux côtés de son arrière-grand-mère. Elle lui pose continuellement des questions, la stimule, rit avec elle.	
Interactions	Commentaires		Peu nombreux, mais positifs.	Des messages de soutien et de bonne santé à Claude. Souvent appuyés d'émojis cœurs, baisers... Des commentaires qui soulignent le manque ressenti durant l'absence des aînés sur TikTok, qui dient la joie des retrouvailles ou encore qu'indiquent l'affection des abonnés pour ces grands-parents.	Dans les commentaires, les abonnés proposent d'autres idées (improbables) de scénarios et/ou demandent à ce que celle de Claude soit réalisée. Comme celui de Hugo 🇫🇷🇫🇷🇫🇷 : "Bon mode défi : tu laisses ton GP gérer tes vidéos TikTok une semaine, toutes ses propositions, c'est ok !". Il y a aussi dans chaque commentaire des émojis "tires".	Globalement des retours sur le documentaire, que les abonnés ont regardé ou sont allés chercher. Il y a beaucoup de félicitations, ils disent leur joie et parfois même leur fierté comme s'ils parlaient de leurs propres grands-parents.	Assez nombreux et bienveillants. Mais, dans cette vidéo, le chiffre intéressant est celui des partages : plus de 8800 !	Au moment de la collecte, la vidéo est assez récente, donc il y a peu de commentaires. Mais bien qu'il s'agisse d'une collaboration commerciale, ils restent positifs : "même en pub trop bien", "Masterclass", "Incrovable"... Un commentaire est même une proposition de collaboration commerciale ! Et beaucoup d'émojis.	Très nombreux (d'autant qu'il s'agit d'une première vidéo) et très enthousiastes. Ainsi, Fleur Lorenzoni : "Quelle belle vidéo, quel bonheur de vous voir partager ainsi. Profitez de ces moments magiques...vous m'avez fait	De plus en plus de commentaires. Les TikTokers disent que Fernande leur rappelle leur grand-mère disparue... Ils sont impressionnés par son énergie et son adaptation à la voix, plébiscitent ses histoires, la trouvent "trop chou", "trop belle"...etc.	C'est le 1er janvier, donc beaucoup de vœux de bonne année dans les commentaires, de santé pour Fernande et des félicitations pour Mel, pour tout ce qu'elle fait avec son arrière-grand-mère.	Très nombreux commentaires et émojis cœurs, larmes, sourires...	2024 : année du centenaire de Fernande. Les abonnés ont peur de la voir disparaître. Leurs commentaires reflètent cette crainte => Zoesagard : "Je prie pour qu'elle reste à tes côtés encore longtemps 🇫🇷❤️ Réponse de Mel : " Je prie avec toi".	Des commentaires touchants, par des abonnés heureux de voir "leur" mamie à la télé, après l'avoir découverte sur les médias sociaux numériques (Mel & Fernande sont aussi présentes sur Instagram et Facebook).
	Réactions aux commentaires		Des mentions J'aime	Nombreuses. Notamment par le biais des émojis. Et surtout en réponse aux souhaits de bonne santé ou de bon rétablissement adressés à Claude.	Peu de réponses. Des mentions J'aime pour chaque commentaire.	Petite nouveauté : c'est papi Claude qui répond aux commentaires, par un "merci", un "ne te gêne pas".	Réponses personnalisées. Ex. : lien transmis à une abonnée qui réclamait la partie 2 de l'histoire. Nombreux émojis.	Des mentions J'aime.	Nombreuses. Mel répond pratiquement à tous les messages, en incluant son arrière-grand-mère. Recours fréquent aux émojis "cœurs". Ex. : "Sachez que vos messages émeuvent beaucoup ma grand-mère, d'autres vidéos sont prévues 🇫🇷❤️❤️"	Nombreuses. Mel répond pratiquement à tous les messages, en incluant son arrière-grand-mère. Recours fréquent aux émojis "cœurs".	Mel répond à de nombreux commentaires, de manière personnalisée. Ex. Maya Fabelle : "quelle facilité d'adaptation cette dame respire la bonté je n'ai jamais commenté sur TikTok mais à un rayon de soleil". Mel : "Merci beaucoup du compliment ! Elle te remercie aussi mamie".	Quasiment inexistant, vu l'ampleur des réactions.	Quelques réactions, surtout pour abonder dans le sens des abonnés qui souhaitent longue vie à Fernande.	Peu, voire pas de retours.

Utilisation du dispositif	Maîtrise technique et cognitive	Le petit-fils a la maîtrise technique et cognitive du dispositif (dans sa bio, il se présente comme un créateur de contenus ; dans la vidéo, il est proactif alors que sa grand-mère est passive). Il est l'utilisateur premier du dispositif sociotechnique au sein de cette famille.	Le petit-fils a la maîtrise technique et cognitive du dispositif (voir justification vidéo 1).	Le petit-fils a la maîtrise technique et cognitive du dispositif (voir justification vidéo 1).	Globalement, c'est le petit-fils qui a la maîtrise. Mais il y a eu de l'émulation chez ces aînés depuis les premières vidéos. Claude, le papi, a désormais son propre compte : @papi.claude13	Intérêt marqué pour la scénarisation, la mise en scène et le jeu d'acteurs.	Vraie connaissance du dispositif et de son usage.	Clairément du côté de la petite-fille, Mel. Mais par sa posture, son regard face caméra, ses rires, sa coquetterie, l'arrière-grand-mère montre sa compréhension du fonctionnement de la plateforme et du fait que les vidéos seront regardées.	Même constat tout au long de la période.	Même constat tout au long de la période.	Même constat tout au long de la période.	Même constat tout au long de la période.	Même constat tout au long de la période.
	Contraintes du dispositif	Actualisation du script prévu, avec l'introduction de la grand-mère (TikTok étant prévu pour un usage par et pour un public jeune, cf. problématique).	Le spectre des usages est beaucoup plus large que ce qui est prescrit par le dispositif sociotechnique. Avec cette famille, ça va au-delà du divertissement => lien créé avec les abonnés, intérêt suscité dans les médias => déplacement d'usage.	Actualisation du script prévu : situation humoristique, divertissement.	Déplacement d'usage (voir vidéo 2)	Déplacement d'usage (voir vidéo 2)	Déplacement d'usage (voir vidéo 2)	Actualisation du script prévu, avec la mise en lumière de l'arrière-grand-mère.	Le spectre des usages s'élargit, au-delà du cadre prévu par le dispositif sociotechnique (discussion avec l'aînée, plongée dans l'Histoire) => déplacement d'usage.	Le spectre des usages s'élargit, au-delà du cadre prévu par le dispositif sociotechnique (discussion avec l'aînée, plongée dans l'Histoire ou les traditions) => déplacement d'usage.	Le spectre des usages s'élargit, au-delà du cadre prévu par le dispositif sociotechnique (discussion avec l'aînée, plongée dans l'Histoire ou les traditions) => déplacement d'usage.	Le spectre des usages s'élargit, au-delà du cadre prévu par le dispositif sociotechnique (discussion avec l'aînée, plongée dans l'Histoire ou les traditions) => déplacement d'usage.	Le spectre des usages s'élargit, au-delà du cadre prévu par le dispositif sociotechnique (discussion avec l'aînée, plongée dans l'Histoire ou les traditions) => déplacement d'usage.
Intégration de l'usage dans la pratique quotidienne	Utilisation quotidienne et autonome	L'observation flottante de ce compte nous permet de noter, via les dates de publication, que les premières vidéos inter-générationnelles ont débuté 5 jours avant celle-ci. Elles ne donnent à voir que la grand-mère dans un premier temps. Et leur périodicité varie : quotidienne, biquotidienne ou un jour sur deux.	Cette vidéo a été réalisée un peu plus d'un an après les débuts de ces aînés TikTokers sur la plateforme. Excepté ce mois d'absence des réseaux, lié à des raisons de santé, leur présence est quotidienne.	Sur le mois d'août 2021 : la présence est quotidienne, via les nombreuses vidéos déjà en ligne, mais la périodicité des nouvelles publications est variable (de bi-quotidienne à hebdomadaire).	Utilisation régulière, mais périodicité variable (voir vidéo 3).	Utilisation régulière, mais périodicité variable (voir vidéo 3).	Utilisation régulière, mais périodicité variable (voir vidéo 3).	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.	Utilisation régulière, mais périodicité variable : de bi-quotidienne à hebdomadaire.
	TikTok support de socialisation	Le nombre de J'aime (1422) et de partages de la vidéo (10) laisse entrevoir le rôle que ces vidéos pourraient jouer en termes de socialisation. Mais à ce stade, cela reste une intuition.	Le message adressé directement aux abonnés, l'aveu du manque, la réponse aux commentaires... de nombreux éléments soulignent cette socialisation via TikTok.	Les statistiques de la vidéo et certains commentaires (Préventions Addictions : "Je suis tellement fan de ton grand-père", ***ack : "Je veux ce grand-père", Maryline : "Il est magique ton grand-père", celineforian62 : "on dirait papa avec cette idée"...)) donnent une indication de cette socialisation via TikTok.	Nombreuses interactions avec le public. Via la plateforme et en dehors, comme lors de cette projection.	Nombreuses interactions avec le public. Commentaires personnalisés, émojis et (plus rarement) une vidéo en réponse à une remarque.	Nombreuses interactions avec le public. Commentaires personnalisés, émojis et (plus rarement) une vidéo en réponse à une remarque.	Oui, dès le départ (cette première vidéo), les interactions avec les abonnés ont été nombreuses via les commentaires.	Oui, les interactions avec les abonnés sont nombreuses via les commentaires.	Oui, les interactions avec les abonnés sont nombreuses via les commentaires.	On aperçoit, dans cette vidéo, le cousin qu'une abonnée leur a offert (à leur effigie).	Oui, les interactions avec les abonnés sont nombreuses via les commentaires.	Oui, les interactions avec les abonnés sont nombreuses via les commentaires.

Appropriation	Utilisation répétée du dispositif	Pratique sociale incluant la famille ou de loisirs	Initiée par le petit-fils, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et familiale <-> dans son speech de retour, Claude souligne le plaisir qu'ils prennent en faisant plaisir aux abonnés / les trois complices posent ensemble à la fin de la vidéo.	La recherche puis la proposition de scénario se font ensemble (ici par Calude), les rires entre le grand-père et son petit-fils.	Outre Claude, Josette et Valérien, une autre "membre" de la famille apparaît dans certaines vidéos (comme celle-ci) : Famie du petit-fils. Mais pour l'essentiel, la pratique réunit Claude, Josette et Valérien.	Les vidéos sont pensées et réalisées en famille. Elles sont majoritairement humoristiques. Certaines sont plus "personnelles" : l'enfance de grands-parents pendant la Seconde Guerre Mondiale, leur rencontre, leur mariage...	Les vidéos sont pensées et réalisées en famille. Elles sont majoritairement humoristiques. Certaines sont plus "personnelles" : l'enfance de grands-parents pendant la Seconde Guerre Mondiale, leur rencontre, leur mariage...	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	Initiée par la petite-fille, la création de ces vidéos est une activité de loisirs et inclut la famille (outre Mel et Femande, certaines vidéos donnent à voir les parents de Mel ou encore son fiancé).	
		Vecteur de sociabilité plus large	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions... rencontres hors ligne avec le public (lors de manifestations ou lorsque ces aînés Tiktokeurs sont reconnus dans la rue).	Vidéos publiques, commentaires, discussions...	Vidéos publiques, commentaires, discussions, médiatisation.				
	Communauté de pratiques	Émulation	Non pertinent à ce stade.	Aisance de Claude face à la caméra. Amélioration de son jeu d'acteur en une année. Les mots de son discours sont choisis, familiers, humbles ("Cela fait un mois qu'on vous a quittés, excusez-nous. Mais, enfin, il fallait le faire").	Avec cette proposition de scénario et de mise en scène => le grand-père est passé de participant/acteur à l'force de propositions/ metteur en scène. Même une idée non retenue (une vraie fausse bonne idée, comme celle-ci) donne lieu à une vidéo. Sur la période, d'autres idées de Claude ont été retenues et tournées telles qu'il le proposait.	Claude montre un réel intérêt : idées de scénarios et/ou de mises en scène, apprentissage du vocabulaire "jeune" de TikTok. Jusqu'à la création récente de son propre compte TikTok (supra).	Claude montre un réel intérêt (voir vidéo 4). Josette, au départ plus en retrait, apparaît à présent seule, a plus de texte à dire.	Participation active des deux grands-parents.	Non pertinent à ce stade.	Aucun indice en ce sens.	Aucun indice en ce sens.	Femande apparaît de plus en plus souriante sur les vidéos. Elle embrasse beaucoup sa petite-fille, lui tient la main... Elle verbalise sa joie. Mais, il n'y pas de trace visible d'une émulation.	Femande apparaît de plus en plus souriante sur les vidéos. Elle embrasse beaucoup sa petite-fille, lui tient la main... Elle verbalise sa joie. Mais, il n'y pas de trace visible d'une émulation.	Femande apparaît de plus en plus souriante sur les vidéos. Elle embrasse beaucoup sa petite-fille, lui tient la main... Elle verbalise sa joie. Mais, il n'y pas de trace visible d'une émulation.
		Création avec d'autres aînés TikTokeurs	Non pertinent à ce stade.	Aucune trace de co-création.	Aucune trace de co-création.	Aucune trace de co-création.	Aucune trace de co-création.	Aucune trace de co-création.	Non pertinent à ce stade.	Aucun trace de co-création.	Aucun trace de co-création.			

Évolution du dispositif	Représentations dans les institutions publiques	Non pertinent à ce stade.	Aucun indice visible dans la vidéo (ni d'autres de la même période).	Aucun indice visible dans la vidéo (ni d'autres de la même période).	Aucun indice visible dans la vidéo (ni d'autres de la même période).	Aucun indice visible dans la vidéo (ni d'autres de la même période).	Aucun indice visible dans la vidéo (ni d'autres de la même période).	Non pertinent à ce stade.	Aucun indice en ce sens.				
	Visibilité médiatique	Non pertinent à ce stade.	Dans cette vidéo, il est question du 20h de TF1 (plus important journal télévisé de France, en termes d'audience). Une équipe de tournage se trouve chez Claude et Josette, et la famille TikTokeuse en profite pour réaliser une vidéo pour en informer les abonnés.	À ce moment de leur parcours, plusieurs médias ont déjà réalisé des sujets sur ces aînés TikTokeurs et leur petit-fils.	Médiatisation importante : documentaire, plusieurs passages dans les journaux (télévisés, presse écrite, médias traditionnels ou nouveaux médias).	Médiatisation importante : documentaire, plusieurs passages dans les journaux (télévisés, presse écrite, médias traditionnels ou nouveaux médias).	Médiatisation importante : documentaire, plusieurs passages dans les journaux (télévisés, presse écrite, médias traditionnels ou nouveaux médias).	Non pertinent à ce stade.	Aucun indice en ce sens.	Aucun indice en ce sens.	Aucun indice en ce sens.	Je n'en ai trouvé aucune avant 2024.	2024 est l'année médiatique de Mel & Femande. Plusieurs médias ont souhaité les rencontrer, faire leurs portraits, les interviewer, pour tenter de comprendre les raisons du succès de ce binôme non-prévu sur TikTok.
	Monétisation	Non pertinent à ce stade.	Les collaborations commerciales commencent en 2021, au début avec des entreprises publiques (comme la SNCF). Mais restent peu nombreuses, voire marginales.	Déjà plusieurs vidéos sponsorisées et collaborations commerciales.	De plus en plus de collaborations commerciales.	Les collaborations commerciales dépassent le nombre de vidéos non commerciales.	Les collaborations commerciales représentent à présent la quasi totalité des publications. Mais sont plébiscitées (voir nombre de j'aime). Dans les commentaires, les abonnés soulignent qu'ils ne sont pas dupes et disent leur attachement à ces aînés.	Non pertinent à ce stade.	Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.

Miss Jacqueline						dimitri_tsr					
479.2k abonnés - 11.1M J'aime						253k abonnés - 2.5M J'aime					
Compte tenu par Jacques, homosexuel, "Danseur/euse, comédien/enne, chanteur/euse" et AVENTURIER (ajouter après participation à Kho-Lanta). Le compte n'est pas dédié aux liens qui unissent Jacques et sa grand-mère (Anne-Marie), 92 ans, mais il met régulièrement de l'avant ceux-ci.						Compte tenu par Dimitri. "Que du smile - Occitanie". Fait une large place à l'humour, la danse, le lip-sync... et à sa grand-mère, de 85 ans. Ce n'est pas un compte dédié à leur relation, mais leurs vidéos y occupent une place de plus en plus grande.					
Vidéo1	Vidéo2	Vidéo3	Vidéo4	Vidéo5	Vidéo6	Vidéo1	Vidéo2	Vidéo3	Vidéo4	Vidéo5	Vidéo6
2020-07-08	2021-01-17	2022-11-10	2023-08-08	2024-09-25	2024-11-10	2020-01-10	2020-06-16	2021-03-26	2023-06-17	2024-07-03	2024-11-15
Je danse avec Maminou 90 ans	Cours de sophrologie avec mamie	Mamie qui découvre le langage homosexuel	Voilà la solution de mamie pour les homophobes	Vous en pensez quoi ? @DanseAvecLesStars #dals	Mamie a une question à me poser, alors on l'écoute et je lui réponds.	Trop de loveeeeeee	Mais que je l'aime	Avec mamie on fête le printemps.	J'ai mis mamie au défi de me réserver mon prochain week-end (collaboration commerciale)	Quand tu regardes avec fierté mamie reprendre sa petite vie chez elle après 6 mois d'épreuves. C'est la plus forte.	Nouvelle catégorie de séries pour mamie
201.8k	25.5k	14.3k	2.1M	176k	300k	15k	917.9k	291.5k	4.3M	211k	3.3M
3804	986	990	272k	11k	10k	1121	126.1k	28.6k	10 471	9076	288 077
288	83	62	3782	1443	579	20	3070	1263	49	672	3207
#grandmother #grandmotherchallenge	#pourtoi #fo #missjacqueline #mamie #sophrologie #yoga #exercice #lumieresur #bluemonday #drole #onemanshow #duos	#mamie	#mamie	#dals #danseaveclesstars #missjacqueline #oui #danse	#missjacqueline #mamie #love	#mami #famille #pourtoi #foryou #love #bisous #mouah #calin #fun	#mamie	#amour #mamie #love #famille	#supportbytrainline #ad #sponsorisé #travel #famille #mamie #collaborationcommerciale #emuneree	(aucun hashtag, trois petits cœurs jaunes à la place)	#humour #mamie #famille #fun #drole #fourire #jeux
224	34	15	50.7k	68	66	3	2539	478	106	174	32 019
37	8	21	18.6k	321	320	5	3472	135	33	28	83 317

Pas de dialogue.	Mamie	Mamie (x3)	Grand-mère, mamie (x2).	Mamie	Mamie (dans les textes et l'audio)	Mamie	Mamie	Mamie	Mamie	Mamie	Mamie
Fous rires ; petit-fils et grand-mère se tiennent par les bras...	Fous rires partagés, pendant la fausse séance de sophrologie proposée par le petit-fils.	Rires partagés, autour des définitions de "passif / actif" en "langage homo". La grand-mère joue l'ingénue et le petit-fils explique avec des gestes et un langage argotique cru.	Éclats de rires, réponse cru de la mamie aux homophobes, mise en scène, avec une grand-mère très naturelle, qui s'étouffe dans son rire	Miss Jacqueline, grand sourire, face caméra demande à sa mamie dans quelle autre émission elle le verrait. La grand-mère, assise derrière lui, de profil, en train de faire des mots croisés, répond très sérieuse : Danse avec les stars. Elle explique pourquoi. Elle sourit pendant qu'il explique ce que cela représenterait pour lui.	Les rires. La mise en scène bien huilée. Les taquineries (Tu m'offriras un petit voyage) Oui, un petit voyage à la maison de retraite) ou encore le refus du petit-fils d'entendre parler de la mort de sa grand-mère...	La chanson "mua mua" de Miya est le prétexte de cette vidéo articulée autour des bisous échangés par Dimitri et sa grand-mère.	Sourires échangés. Yeux embués de larmes. Câlin et bisous de mamie à Dimitri, à la fin.	Fous rires partagés.	Dans cette collaboration commerciale, l'accent est mis sur la grand-mère : il s'agit de souligner combien le service proposé est simple d'utilisation => "C'est tellement simple de réserver avec trainline, que même mamie elle peut réserver pour toi".	La grande mère est affairée dans la cuisine, mais on ne la voit pas tout d'abord. Dimitri, assis à la table de la cuisine, la regarde, les yeux embués, le sourire attendri, il se gratte l'oreille, met la main sous le menton, sourit sans arrêt... puis se décide à tourner le téléphone vers sa grand-mère. En fond sonore : "Under the same moon"...	Nombreux fous rires, regards complices, ils "tombent" l'un sur l'autre en riant. Ils jouent ensemble.
✗ Aucune	✗ Aucune	✗ Aucune	Mamie : "Cela fait dix-sept ans que tu me répètes ça !" (homosexualité).	Jacques à sa grand-mère : "tu sais que c'est mon rêve".	La question étant ce que ferait Jacques en cas de victoire à Kho-Lanta (100k € étant en jeu), les références à leur histoire commune sont nombreuses. La grand-mère lui rappelle qu'il n'a pas toujours fait ce qu'il fallait en termes de gestion. Lui, soulignant le besoin d'une maison. Ou encore, elle manifestant le désir d'un petit voyage ensemble.	✗ Aucune.	C'est l'objet de cette vidéo. Dimitri demande à sa mamie "d'écouter comme si c'était lui qui parlait" et on entend un extrait du film Rocky : "Si t'étais pas là, j'serais peut-être plus en vie à l'heure qu'il est..."	✗ Aucune.	La grand-mère parle d'un souvenir commun, pour justifier le choix de la ville de Lyon pour les prochaines vacances de Dimitri : "je sais que tu avais des collègues là-bas, j'ai pensé que cela te ferait plaisir"	✗ Pas de référence explicite, si ce n'est le titre de la vidéo, qui permet de comprendre que la grand-mère a été allitée.	✗ Aucune.

Challenge de danse	Le petit-fils essaie de détendre sa grand-mère lors d'une séance de sophrologie parodique...	Le petit-fils (Jacques/Jacqueline) parle de sa rencontre avec un homme sur un site de rencontre.	L'homosexualité du petit-fils, l'homophobie et la réaction de la mamie. NB : vidéo publiée plusieurs fois.	Jacques, alias Miss Jacqueline, lance un appel clair à la chaîne de télévision française TF1, pour une participation à l'émission Danse avec les stars. Il a récemment été un candidat heureux de l'émission Kho-Lanta, sur la même chaîne, et aimerait visiblement poursuivre sur sa lancée.	Comment Jacques dépenserait les 100k€ s'il gagne Kho-Lanta ? L'occasion pour la grand-mère et son petit-fils de partager quelques-uns de leurs "rêves" avec les abonnés.	Lip-sync sur fond de bisous.	L'amour de Dimitri pour sa grand-mère.	Challenge de danse, sur le titre "Iko Iko (My Bestie)".	Publicité pour un service de réservation de voyages en train.	La fierté de Dimitri face à sa grand-mère et à la résilience de celle-ci.	Il s'agit d'un jeu, qui consiste à faire lire par la mamie des titres de séries en anglais. Dimitri, la bouche pleine d'eau, écoute en essayant de ne pas éclater de rire, pour ne pas tout délabousser. Le duo a réalisé plusieurs vidéos de ce type. Celle-ci est la plus récente (au moment de la collecte).
✗ Pas de transmission explicite.	✗ Pas de transmission explicite.	✗ Pas de transmission explicite.	La tolérance, l'humour...	L'audace, la persévérance... La mamie encourage son petit-fils à présenter sa candidature à dals et à réaliser son rêve.	La sagesse et la prudence dans l'utilisation de l'argent : "Que tu mettes ton argent dans quelque chose d'intelligent".	✗ Pas de transmission explicite.	✗ Pas de transmission explicite.	Transmission de valeurs : amour, auto-dérision, engagement, persévérance.	On voit la grand-mère procéder seule à la réservation, mais il n'y a pas véritablement d'éléments nous permettant de savoir si elle en est vraiment capable ou si elle est seulement une bonne comédienne. Cependant, s'il s'agit de comédie, ce la souligne sa compréhension de la plateforme et d'une collaboration commerciale pour son petit-fils et elle.	✗ Pas de transmission explicite.	Transmission de valeurs : amour, auto-dérision (la mamie rit beaucoup d'elle-même).
Le petit-fils guide. La mamie est très appliquée et suit les mouvements de danse.	✗ Pas de transmission explicite.	✗ Pas de transmission explicite.	Le petit-fils, par sa question, amène sa grand-mère à remettre les homophobes à leur place. C'est fait de manière humoristique, mais le message est bien là. La mamie accepte de bonne grâce et finit par éclater de rire face à sa propre audace.	Il filme leur échange "à l'insu" de sa grand-mère... Mais les sourires et réactions de celle-ci indiquent clairement une mise en scène maîtrisée.	Malgré la mise en scène évidente, le petit-fils parvient à surprendre sa grand-mère. Et les réactions spontanées de celle-ci renforcent l'intérêt des vidéos. Quatre ans environ après leurs premières vidéos TikTok communes, la grand-mère est très à l'aise face à la caméra, les dialogues sont plus fluides également.	Dimitri, le petit-fils, crée les contenus. Il initie sa grand-mère à ce nouveau média.	Transmission de valeurs : déclaration d'amour à sa grand-mère.	Transmission de valeurs : joie, partage.	Transmission de valeurs : humour, acting.	Transmission de valeurs : amour pour les aînés, les grands-parents.	✗ Non pertinent.
✗ Pas d'objet frontière	✗ Pas d'objet frontière	✗ Pas d'objet frontière	✗ Pas d'objet frontière	La télévision	La télévision	✗ Pas d'objet frontière.	✗ Pas d'objet frontière.	✗ Pas d'objet frontière.	Le cellulaire	✗ Pas d'objet frontière.	✗ Pas d'objet frontière.

Oui, les vidéos réunissent toujours grand-mère et petits-fils, qui dansent (comme ici), discutent autour d'un thème ou font une parodie.	Oui, les vidéos réunissent toujours grand-mère et petits-fils, qui dansent, discutent autour d'un thème ou font une parodie.	Le petit-fils lance sa mamie sur un sujet potentiellement tabou, le langage homosexuel. Elle reçoit les informations de manière sereine et n'est pas du tout	Il interagit, pose des questions à sa grand-mère, articule le sketch.	Il est présent, guide la discussion, en appelle au soutien des abonnés...	Très présent : il piège sa mamie au début de la vidéo, c'est aussi lui qui pose le contexte de cette vidéo.	Le petit-fils est l'acteur principal de ce sketch.	Côte à côte, comme des inséparables sur une branche.	Le défi est réalisé ensemble, entre "besties".	il est présent, mais cette fois de façon marginale. La pub met le focus sur la grand-mère.	Oui, c'est surtout lui que l'on voit. La grand-mère apparaît furtivement.	Présent en silence aux côtés de sa grand-mère, l'effet comique est rendu aussi par ses réactions à la prononciation que sa grand-mère propose des titres en anglais.
Bienveillants..."Vous êtes adorables", "J'adore ta grand-mère"...	Des commentaires qui applaudissent l'humour du duo. Multiplication d'émojis rires, cœurs.	Nombreux commentaires pour dire ce qu'inspire la grand-mère : user8034740144047 "ta une mamie qui déchire", Marie Mmo "une mamie en or", The Dhom "Merci mamie. Désolé Jacqueline, Mamie devient star"... et encore multiplication d'émojis rires, cœurs.	Un véritable plébiscite ! "Elle est épatante ta mamie", "une mamie comme ça ou rien", "elle a tellement raison, je l'adoree"... "Elle me tue la mamie, mais ça vient tellement du cœur, bravo à vous madame on voit que vous aimez votre petit fils"... + de nombreux émojis.	Beaucoup d'encouragements dans les commentaires, avec une phrase qui revient : "elle a raison mamie, force !" Beaucoup d'abonnés épinglent aussi TF1 ou l'émission, pour soutenir la candidature de Jacques/Miss Jacqueline.	Beaucoup de réactions aux propos de la mamie : encouragements, rires complices... Lorsque la mamie parle de "danzelles" un terme que ne connaît pas son petit-fils, nombre d'abonnés réagissent.	Bienveillants et plutôt nombreux, d'autant que la vidéo ne donne pas à voir beaucoup.	Des émojis cœurs ou larmes... De nombreuses références aux propres grands-mères des abonnés.	Admiratifs face aux performances de la grand-mère, très affectueux, encourageants... Nombreux compliments, remerciements... et aussi regrets de ne plus avoir de grand-mère. Un commentaire sur la plateforme : "Mariou Bd : voilà exactement ce qui me fait aimer TikTok, le mélange parfait de jeunes et moins jeunes, on voit ça qu'ici".	Bien qu'il s'agisse d'une publicité, les abonnés qui commentent soulignent leur amusement. Ils réagissent à la performance de la mamie.	Les commentaires parlent d'amour, sont très bienveillants, dans la sollicitude par rapport à l'état de santé de la mamie et l'admiration par rapport à Dimitri et à la relation qu'il a avec sa grand-mère.	Beaucoup de rires (émojis) dans les commentaires. La performance de la mamie est disséquée et valorisée.
Beaucoup de remerciements, une réponse pour chaque abonné...	Des mentions j'aime.	Des mentions j'aime.	Des mentions j'aime.	Globalement, pas de réactions ou réponses aux commentaires.	Peu de réactions. Le créateur de contenus préfèrent laisser les abonnés échanger entre eux. De temps en temps, un émoji cœur cependant.	Des mentions j'aime.	Une réponse quasiment pour chacun, pour remercier et/ou promettre de profiter pleinement de mamie tant qu'elle est là.	Des mentions j'aime	Des émojis sourires, cœurs...	Des réponses construites parfois, mais plus souvent souvent des émojis cœur.	Des mentions j'aime et/ou des émojis rires.

La grand-mère dépend de son petit-fils, mais semble comprendre le principe des vidéos TikTok et de l'interaction avec les abonnés (posture face à la caméra).	La grand-mère dépend de son petit-fils, mais semble comprendre le principe des vidéos TikTok et de l'interaction avec les abonnés (posture face à la caméra).	La grand-mère dépend de son petit-fils, mais semble comprendre le principe des vidéos TikTok et de l'interaction avec les abonnés (posture face à la caméra).	1. Le petit-fils, qui semble bénéficier parfois de l'aide d'une tierce personne pour la prise de vues. 2. La grand-mère, très à l'aise face à la caméra.	La grand-mère est faussement passive, faussement concentrée sur ses mots croisés (mêlés ou fléchés). Mise en scène claire => la grand-mère fait preuve d'un grand naturel.	La grand-mère joue le dialogue, comme s'il était improvisé, spontanée, alors qu'il est visiblement écrit : intonation, relances, délais de réponse...	La grand-mère est assise en train de "lire" (cf. scénario). Elle est plutôt passive sauf dans l'échange de bisous avec son petit-fils.	Du côté du petit-fils. Avec cependant une grand-mère très à l'aise devant la caméra.	Elle a retenu la chorégraphie, pense à sourire et à regarder la caméra.	Il est difficile de trancher. Bien qu'à l'image, la mamie soit l'actrice principale de cette collaboration commerciale, il n'est pas certain qu'elle ait une véritable maîtrise du téléphone ou de l'application.	Non pertinent.	Au fil du temps et des créations communes, on comprend bien que la grand-mère ne maîtrise pas l'aspect technique des choses. Donc, à cet égard, la transmission se fait du petit-fils vers la grand-mère. En revanche, elle s'approprie progressivement le dispositif, dans le sens où elle comprend le principe du tournage des vidéos et l'interaction avec le public, elle y met du cœur.
Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.	Actualisation du script prévu avec mise en lumière de la grand-mère.
Le compte fait toujours une large place aux vidéos solo de Miss Jacqueline. Mais les vidéos avec sa grand-mère (ou leurs rééditions) sont régulières. La périodicité est variable : quotidienne la plupart du temps, voire bi-quotidienne, il peut aussi se passer plusieurs semaines sans aucune vidéo (et sans	Le compte fait toujours une large place aux vidéos solo de Miss Jacqueline. Mais les vidéos avec sa grand-mère (ou leurs rééditions) sont régulières. La périodicité est variable : quotidienne la plupart du temps, voire bi-quotidienne, il peut aussi se passer plusieurs semaines sans aucune vidéo (et sans	Le compte fait toujours une large place aux vidéos solo de Miss Jacqueline. Mais les vidéos avec sa grand-mère (ou leurs rééditions) sont régulières. La périodicité est variable : quotidienne la plupart du temps, voire bi-quotidienne, il peut aussi se passer plusieurs semaines sans aucune vidéo (et sans explication).	Le compte fait toujours une large place aux vidéos solo de Miss Jacqueline. Mais les vidéos avec sa grand-mère (ou leurs rééditions) sont régulières. La périodicité est variable : quotidienne la plupart du temps, voire bi-quotidienne, il peut aussi se passer plusieurs semaines sans aucune vidéo (et sans explication).	L'autonomie est clairement du côté du petit-fils. Aucun signe visible de l'autonomie de la grand-mère face au dispositif. Mais grande aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie est clairement du côté du petit-fils. Aucun signe visible de l'autonomie de la grand-mère face au dispositif. Mais grande aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.	L'autonomie de la grand-mère face au dispositif ne semble pas avérée. En revanche, les tournages réguliers voire quotidiens lui ont permis d'acquérir une certaine aisance dans le jeu et la posture devant la caméra.
Les différentes occurrences (voir supra) laissent entrevoir le rôle que les vidéos TikTok pourraient jouer en termes de socialisation. Mais à ce stade, cela reste une intuition.	Les commentaires, les appels directs aux abonnés, pour réagir à une remarque négative. La familiarité des abonnés, dans leur façon de parler de ou à la mamie.	Les commentaires, les appels directs aux abonnés, pour réagir à une remarque négative. La familiarité des abonnés, dans leur façon de parler de ou à la mamie.	Les commentaires, les appels directs aux abonnés, pour réagir à une remarque négative. La familiarité des abonnés, dans leur façon de parler de ou à la mamie.	Les commentaires, les appels directs aux abonnés, pour réagir à une remarque négative. La familiarité des abonnés, dans leur façon de parler de ou à la mamie.	Les commentaires, les appels directs aux abonnés, pour réagir à une remarque négative. La familiarité des abonnés, dans leur façon de parler de ou à la mamie.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.	Oui. Le contact, même distancé avec les abonnés, les efforts faits pour réaliser des vidéos drôles, susceptibles de leur plaire...etc., tout cela participe d'une plus grande socialisation via TikTok.

Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	Nombreux éclats de rires entre grand-mère et petits-fils, aisance progressive de la comédienne en herbe de 90 ans, utilisation répétée de la plateforme => pratique sociale de loisirs et familiale.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.	La majorité des vidéos réunissant Dimitri et sa grand-mère ne montre qu'eux. Mais un troisième membre de la famille est bien présent : la mère de Dimitri. C'est elle qui filme. Il arrive qu'elle intervienne, en commentant la scène, en riant spontanément ou plus rarement en apparaissant dans la vidéo.
Vidéos publiques, commentaires, discussions...	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.	Cela semble être le cas, à la lecture des commentaires. Il arrive aussi que certaines vidéos tournées en extérieur offrent l'occasion d'échanger avec d'autres personnes.					
✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Aucun indice en ce sens.	✗ Non pertinent.	✗ Aucun indice en ce sens.								
✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Aucune trace de co-création.	✗ Non pertinent.	✗ Aucune trace de co-création.								

✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Non pertinent.	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).	✗ Aucun indice visible dans la vidéo (ou d'autres vidéos de la même période).
✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Aucun indice en ce sens.	✗ Aucun indice en ce sens.	✗ Aucun indice en ce sens.	✗ Visibilité médiatique grandissante, avec la participation de Jacques/ Miss Jacqueline à Kholanta.	✗ Avec la participation de Jacques/ Miss Jacqueline à Kholanta, sa visibilité médiatique a explosé.	✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Je n'ai pas trouvé trace d'une éventuelle médiatisation.	✗ Je n'ai pas trouvé trace d'une éventuelle médiatisation.	✗ Je n'ai pas trouvé trace d'une éventuelle médiatisation.	✗ Je n'ai pas trouvé trace d'une éventuelle médiatisation.	✗ Je n'ai pas trouvé trace d'une éventuelle médiatisation.
✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace dans les vidéos.	✗ Non pertinent à ce stade.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace à ce stade.	✗ Je n'en ai trouvé aucune trace à ce stade.	Oui, ce contenu est une collaboration commerciale. L'année 2023 marque le début des collaborations commerciales de ce compte.	Les collaborations commerciales se multiplient.	Les collaborations commerciales se poursuivent, sans toutefois dépasser le nombre de vidéos non-commerciales.

BIBLIOGRAPHIE

- Allard, L. (2021). Culture mobile « algo-rythmée » : TikTok comme scène globalisée des causes mobilisatrices #BlackLivesMatter, #digitalintifada. *L'Observatoire*, 58(2), 69-71. <https://doi.org/10.3917/lobs.058.0069>
- Amiard, C. (2023). L'univers TikTok. Explorations, expérimentations, utilisations. *Multitudes*, 91(2), 163-170. <https://doi.org/10.3917/mult.091.0163>
- Breton, P., & Proulx, S. (2012). *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. (La Découverte). <https://www.cairn.info/l-explosion-de-la-communication--9782707173829.htm>
- Caradec, V. (1999). Vieillesse et usage des technologies. Une perspective identitaire et relationnelle. *Réseaux*, 96, 45-95. <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue--1999-5-page-45.htm>
- Caradec, V. (2018). Intérêt et limites du concept de déprise. Retour sur un parcours de recherche. *Gérontologie et société*, 40(155), 139-147. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/g1.155.0139>
- Caradec, V., & Martuccelli, D. (2004). *Matériaux pour une sociologie de l'individu : perspectives et débats*. Presses universitaires du Septentrion.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po. <https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659.htm>
- Catellin, S. (2004). L'abduction: une pratique de la découverte scientifique et littéraire. *Hermès, La Revue*, 39, 179-185. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.4267/2042/9480>
- Certeau, M. d., Giard, L., & Mayol, P. (1980). *L'invention du quotidien*. Union générale d'éditions.
- Claveau, F., & Prud'homme, J. (2018). *Experts, sciences et sociétés*. Les Presses de l'Université de Montréal. <http://books.scholarsportal.info/viewdoc.html?id=/ebooks/ebooks3/upress/2018-06-02/1/9782760638471>
- Clément, S., Drulhe, M., Mantovani, J., & Membrado, M. (2018). Genèse de la déprise. *Gérontologie et Société*, 40-155(1), 27. <https://doi.org/10.3917/g1.155.0027>
- Coutant, A., Domenget, J.-C. (2020). L'analyse du numérique dans une perspective complexe avec la sociologie des usages. Dans Millette, M., Millerand, F., Myles, D. et Latzko-Toth, G. (dir). *Méthodes de recherche en contexte numérique : une orientation qualitative*. Les Presses de l'Université de Montréal, DL 2020. <http://prxy.lib.unbc.ca/login?url=http://books.scholarsportal.info/en/read?id=/ebooks/ebooks7/upress7/2022-03-17/1/9782760642508>
- Conein, B. (2004). Cognition distribuée, groupe social et technologie cognitive. *Réseaux*, no 124(2), 53-79. <https://shs.cairn.info/revue-reseaux1-2004-2-page-53?lang=fr>

- Davallon, J. (2004). Objet concret, objet scientifique, objet de recherche. *Hermès, La Revue*, 38(1), 30-37. <https://doi.org/10.4267/2042/9421>
- De Bonville, J. (2006). *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*. De Boeck Supérieur. <https://www.cairn.info/l-analyse-de-contenu-des-medias--9782804153014.htm>
- Délias, L. (2019). « Les facteurs de l'autonomie face à l'informatique connectée chez les retraités français », *RESET [En ligne]*, 8 | 2019, mis en ligne le 01 juin 2019, consulté le 23 mai 2024. URL : <http://journals.openedition.org/reset/1321>
- De Guzman, A. B., Mesana, J. C. B., Manuel, M. E., Arcega, K. C. A., Yumang, R. L. T., & Miranda, K. N. V. (2022). Examining intergenerational family members' creative activities during COVID-19 lockdown via manifest content analysis of YouTube and TikTok videos. *Educational Gerontology, Online First*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/03601277.2022.2046372>
- Latzko-Toth, G. et Proulx, S. (2015). Appropriation des technologies. Dans Doray, P., Bouchard, F., & Prud'homme, J. (dir). *Sciences, technologies et sociétés de A à Z*. Les Presses de l'Université de Montréal.
- Ebongué, A. (2021). *Génération TikTok. Un nouvel eldorado pour les marques*. Dunod. <https://www.cairn.info/generation-tiktok--9782100827558.htm>
- Esquenazi, J. (2009) . *Introduction. Sociologie des publics*. (p. 3 -8). La Découverte. <https://shs-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/sociologie-des-publics--9782707159045-page-3?lang=fr>.
- Gagnon, É. (2018). La déprise comme interrogations : autonomie, identité, humanité. *Gérontologie et société*, 40(155), 33-44. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/g1.155.0033>
- Granados, M. (2022). Mes années TikTok. Notes sur l'esthétique de TikTok (H. Loncan, Trad.). *Tèque*, 1(1), 58-75. <https://doi.org/10.3917/tequ.001.0058>
- Granjon, F. (2022). Inégalités sociales, dispositions et usages du numérique. *Éducation et Sociétés*, 47(1), 81-97. <https://doi.org/10.3917/es.047.0081>
- Hummel, C. et Hugentobler, V. (2007). La construction sociale du « problème » intergénérationnel. *Gérontologie et société*, 30 / n° 123(4), 71-84. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/g1.123.0071>.
- Jauréguiberry, F. (2008). De l'usage des technologies de l'information et de la communication comme apprentissage créatif. *Éducation et Sociétés*, 22(2), 29-42. <https://doi.org/10.3917/es.022.0029>
- Jauréguiberry, F., Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Érès. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/eres.jaure.2011.01>

- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 100. 487-521. <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue--2000-2-page-487.htm>.
- Mauger, G. (2015). *Âges et générations*. La Découverte. <https://www.cairn.info/ages-et-generations--9782707158888.htm>
- Millette, M. et al.(2020). Introduction. Dans Millette, M., Millerand, F., Myles, D., Latzko-Toth, G., Pasquier, D., & Scholars Portal (dir). *Méthodes de recherche en contexte numérique : une orientation qualitative*. les Presses de l'Université de Montréal, DL 2020. <http://prxy.lib.unbc.ca/login?url=http://books.scholarsportal.info/en/read?id=/ebooks/ebooks7/upress7/2022-03-17/1/9782760642508>
- Morelli, P., & Lazar, M. (2015). Plasticité des dispositifs d'information et de communication. *Questions de communication*, 28(2), 7-17. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10017>
- Nouwen, M., & Duflos, M. (2022). Displaying intergenerational solidarity on TikTok during the COVID-19 pandemic: Understanding the implications in the grandparent-grandchild relationship. *Journal of Family Studies*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/13229400.2022.2032275>
- Olivier de Sardan, J.-P. (2003) « Observation et description en socio-anthropologie ». Dans *Pratiques de la description*, édité par Giorgio Blundo et Jean-Pierre Olivier de Sardan. Paris : Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2003. <https://doi.org/10.4000/books.editionsehess.19801>.
- Paquienséguy, F. (2007). Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2007(1), 63-75. <https://doi.org/10.3917/enic.007.0063>
- Proulx, S. (2011) . *Derrière les technologies, des visions du monde. Usages et enjeux des technologies de communication*. (p. 10 -31). Érès. <https://shs.cairn.info/usages-et-enjeux-des-technologies-de-communication--9782749214405-page-10?lang=fr>.
- Proulx, S. (1994). Une lecture de l'œuvre de Michel de Certeau : L'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers. *Communication*, 15(2), 170–197. <https://doi.org/10.3406/comin.1994.1691>
- Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances. Dans Lise Vieira et Nathalie Pinède (dir). *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels* (t. 1, , p. 7-20). Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux.
- Proulx, S. (2015). La sociologie des usages, et après ? *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6. <https://journals.openedition.org/rfsic/1230>
- Quéniart, A., & Hurtubise, R. (2009). *L'intergénérationnel. Regards pluridisciplinaires*. Presses de l'EHESP. <https://www.cairn.info/l-intergenerationnel--9782859529925.htm>
- Robert, A. et Bouillaguet, A. (2007). *Chapitre II. Méthodologie générale de l'analyse de contenu et application à un exemple. L'analyse de contenu*. (p.24-46). Presses Universitaires de France. <https://shs.cairn.info/l-analyse-de-contenu--9782130563839-page-24?lang=fr>.

- Schneider, B., Claudel-Valentin, S., & Tazouti, Y. (2020). Les TIC, lien intergénérationnel. *Enfance*, 3(3), 417-435. <https://doi.org/10.3917/enf2.203.0417>
- Tremblay, G. (2012). From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the Global Village to the World Empire. *Canadian Journal of Communication*, 37(4), 561–575.
- Trinquecoste, J. et Bidan, M. (2011) . Regards croisés sur le processus d'appropriation des Technologies de l'Information et de la Communication. *Management & Avenir*, n° 45(5), 175-178.
<https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/mav.045.0175>.
- Van de Velde, C. (2015). *Sociologie des âges de la vie*. Armand Colin.
<https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/arco.vande.2015.01>.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890.
<https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.1177/1461444820983603>